

3. ETHISCHE REFLEXION

Die menschliche Wahrnehmung, so das bisherige Resultat, wird durch persönliche und soziostrukturelle Konstellationen als auch durch eine soziokulturelle und religiöse Kultur geprägt. Darüber hinaus ist es der soziopsychologische Kontext, gekennzeichnet durch verschiedene Denkmodelle und Handlungsoptionen, der unsere Wahrnehmung, unser Verhalten und soziales Handeln, unsere Vorstellungen, Motivationen und Reaktionen wesentlich zu beeinflussen weiß. So wird u.a. deutlich, dass unsere Reaktionen durch soziale Variablen, wie etwa Einstellungen, Werte, Normvermittlung, aber auch durch das soziale Bedürfnis nach Zusammenschluss, die Art einer Wahrnehmung, die Definition eines Phänomens nicht unerheblich determiniert werden. Auch umfassende kognitive Strukturen, die sich im Laufe der Sozialisation entwickelt haben, wie z.B. Rassismus, Aggression, Diskriminierung, Stigmatisierung, Entfremdung usw., prägen unsere menschliche Wahrnehmung und unser soziales Verhalten.

Vor diesem Hintergrund sind die nachfolgenden Ausführungen an einer ethischen Reflexion interessiert. Die ethische Reflexion richtet ihren Blick sowohl auf die normativen Orientierungen, denen das menschliche Handeln unterworfen wird, als auch auf die Strukturen, die diese Normen hervorbringen. Sie soll in einer Distanz zu gesellschaftlichen Orientierungssystemen und Institutionen Handlungsorientierungen und Ansprüche kritisch analysieren und beleuchten. Hier gilt es, nicht nur bestimmte Macht- und Abhängigkeitsstrukturen aufzudecken, sondern auch ethisches Handeln dort einzufordern, wo Systeme und Institutionen das Recht auf Freiheit einzuschränken vermögen. Nur durch das fundamentale Recht auf Freiheit lässt sich individuell verantwortliches Handeln im Kontext verschiedener Dispositionen ermöglichen und subjektives Moralbewusstsein fördern.

Die Komplexität unserer Gesellschaft zeigt sich nicht zuletzt in der Komplexität der vielschichtigen Verknüpfungen der als funktionalistisch ausgerichteten Teilsysteme (Wirtschaft, Politik, Religion, Familie, Medien usw.). Anhand zweier solcher Teil- oder Subsystemen, nämlich *Medien* und *Religion*, ist zu klären, welche Bedeutung diese in der Vermittlung gesellschaftlicher Handlungsorientierungen haben, um überzuleiten zu der Frage: Inwieweit beeinflusst der religiöse und mediale Kontext die offizielle Meinung in der Gesellschaft? Welche ethische Bedeutung und Funktion kommt diesen zu, wenn es um die Vermittlung und Darstellung bestimmter „Phänomene“ geht? Haben sie gar einen Einfluss auf unser Denken, Fühlen und Handeln? Gibt es Möglichkeiten, sich ge-

genüber diesen Einflussfaktoren kritisch zu verhalten, besonders dann, wenn es um die Vermittlung fragwürdiger „Inhalte“ oder „Sinnwelten“ geht? Inwieweit wird also unsere „subjektive Wirklichkeit“ von der „objektiven Wirklichkeit“ geformt?

Die durch Institutionen bereitgestellten Handlungsorientierungen und -muster beinhalten sittliche Regeln, soziale Normen, Prinzipien, Traditionen, Bräuche, moralische und religiöse Vorstellungen und andere externe Ansprüche. Oft kommt es im Rahmen des Sozialisationsprozesses zu einer unbewussten oder naiven Übernahme dieser Regeln und Einstellungen, die nicht nur unser eigenes Weltbild, sondern auch unsere eigene Identität prägen können. So wird unser tägliches Handeln und Verstehen durch äußere Gegebenheiten zwar stark beeinflusst, dennoch ist es durch eine Reflexion über diese „Determinationen“ möglich, sich gegenüber diesen Vorgegebenheiten, (Rollen-)Erwartungen und moralischen Inhalten, ja selbst gegenüber diesen Institutionen und Systemen „kritisch“ zu verhalten. Das erspart auch nicht die Frage, welche ethische Verantwortungen hat der Einzelne in diesem gesellschaftlichen Kontext selbst zu übernehmen, will er nicht einfach autoritäre Schemen bequem übernehmen, sondern Vorgegebenes kritisch beleuchten und nach dem „Moralischen“ einer gängigen „Moral“ fragen.

3.1. HIV, AIDS und Massenmedien: Einfluss und Folgen medialer Macht

Die Abwesenheit von Lüge ist ohne Zweifel die wichtigste Voraussetzung für sachgerechten Journalismus; gleichbedeutend mit der Abwesenheit von Wahrheit ist sie nicht. Der Autor einer Nachricht schwebt ständig in der Versuchung, mit nachweislich zutreffenden Fakten so zu hantieren, daß nicht in erster Linie diese Fakten, sondern eine Meinung zum Ausdruck kommt.³⁸⁰

Im Lebensalltag der Menschen sind Medien heute kaum noch wegzudenken. Ihre primäre Aufgabe besteht idealerweise darin, neues Wissen und Orientierung durch Informationsweitergabe dem Konsumenten anzubieten. So benennen Medienvertreter und Produzenten Themen, wählen sie nach bestimmten Kriterien aus und setzen durch Interpretation neue Trends in der Gesellschaft. Ziel jeder Informationsweitergabe ist es, nicht nur die Aufmerksamkeit der Konsumenten zu stimulieren, sondern auch Kommunikationen politischer, gesellschaftlicher und religiöser Belange untereinander anzuregen. Als Aufmerksamkeitsgeneratoren haben Medien nicht zuletzt die schwierige Auf-

³⁸⁰ Schneider: Unsere tägliche Desinformation. 43, zitiert aus: Bock: Zur sprachlichen Darstellung von AIDS in Printmedien, in: Biere; Liebert (Hg): Metapher, Medien, Wissenschaft. 81.

gabe übernommen, die in einer Gesellschaft geltenden und geteilten Wert- und Normvorstellungen zu vermitteln. Sie gewährleisten als „Sozialisationsagenten“ das Annehmen von gesellschaftlich geteilten Ein- und Vorstellungen. Ihr Einfluss auf Mensch und Gesellschaft ist damit ungebrochen groß. Sie haben *soziale Macht*.³⁸¹

Im Folgenden soll zunächst ein kurzer Abriss über die momentane Darstellung von HIV in den Medien erfolgen. Danach gilt es, die gegenwärtige Entwicklung in der medialen Berichterstattung zu reflektieren, um dann zu ausgewählten Fragen³⁸² der Medienethik überzugehen. Dabei werden Fragen nach dem Wahrheitsgehalt medialer Botschaften ebenso wie Fragen nach Freiheit und Verantwortung im Kontext des journalistischen Handelns zu stellen sein. Des Weiteren ist die Gruppe der Konsumenten zu erwähnen. Ihnen wird jüngst – längst überfällig – im Rahmen medienethischer Reflexionen auch ein hoher Stellenwert eingeräumt. Innerhalb einer Publikums- oder Konsumentenethik stellt sich mehr und mehr die Frage: Welche Rolle und welche Verantwortung haben wir als Leser, Rezipienten, Hörer von Botschaften und Informationen im Prozess der Massenkommunikation zu übernehmen?

3.1.1. Postkommunikativer Effekt der AIDS-Berichterstattung

Erste Berichte über HIV in Deutschland waren zu Beginn der 80er Jahre in fast allen Tageszeitungen zu lesen: Von einer „Schwulenseuche“ war dort die Rede, einer „neuen Geschlechtskrankheit“, die nur bei Prostituierten, Homosexuellen und Drogenabhängigen vorkommen sollte, von einer „tödlichen Pest“ und vom „Angriff einer Seuche“ auf die Bundesrepublik Deutschland.³⁸³ Da zu Beginn einige Todkranke in Deutschland nicht für eine Sensation ausreichten, wurde kurzerhand die Zahl von einigen Hundert auf ein paar Tausend HIV-Infizierten „hochkorrigiert“. Eine solche »Zahlenvergrößerungstechnik«³⁸⁴ ging häufig von einer geometrischen Progression und von einer Verdoppelung der Infizierten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes aus. Nicht selten waren diese fälschlichen Hochrechnungen mit einer Verwechslung der Wirklichkeits- mit der Diskursebene verbunden, die *Lenzen* – im Kontext der tatsächlichen Sterblichkeitsziffern in den USA und in Deutschland – folgendermaßen näher beschreibt: »Gegens-

³⁸¹ Vgl. dazu auch: Heiderich; Rohr: Wertewandel. 137-140.

³⁸² Die folgende Ausführung kann „nur“ Teilaspekte einer Medienethik darstellen. Zur weiteren Vertiefung sei auf die zahlreiche, kaum mehr überschaubare Literatur zur Medienethik hingewiesen.

³⁸³ Vgl. dazu: Geene: AIDS-Politik. 113-117.

³⁸⁴ Vgl. dazu auch: Clement: Höhenrausch, in: Sigusch (Hg.): AIDS als Risiko. 212.

tand der Diskursanalyse ist nicht die Realitätsmächtigkeit einer Prognose auf diese Sterblichkeitsziffer, sondern die Art und Weise, wie darüber geredet wird, bzw. die Art und Weise ihrer diskursiven Entstehung.³⁸⁵

Schon bald wurde klar, dass sich sämtliche Hochrechnungen zwar als mathematisch richtig, empirisch aber als falsch und haltlos erwiesen haben. So entpuppten sich die düsteren Prophezeiungen der Hobbystatistiker als makabre Phantasien.

Es ist offensichtlich, dass bis heute vor allem die forschende Wissenschaft mit ihren medienwirksam dargestellten Prognosen, Meinungen und Hochrechnungen gesellschaftliche Reaktionen (de-)aktiviert, deren Wirkungen kaum abzuschätzen sind. Widersprüchliche Angaben über die Verbreitung von HIV und unhaltbare Desinformationen verunsicherten viele Menschen. So führten auch viele populistische Kampagnen, angst-erzeugende Appelle und emotionale Aggressionen gegen Betroffene, wie sie z.B. aus „Bayern“ (vgl. Abschnitt 2.4.1.2.) zu vernehmen waren, häufig dazu, dass mitunter diskriminierende Argumentationen vom Volk unbedacht übernommen wurden.

Häufig anzutreffende widersprüchliche Angaben, Prognosen und Berichte über HIV tragen auch gegenwärtig zu einem einseitigen und verzerrten Bild der ganzen Problematik bei, das kaum mehr durch noch so gut gemeinte Aufklärungsanstrengungen zu rechtgerückt werden kann. Handelte es sich anfänglich weniger um sachbezogene Meldungen über die Verbreitung von HIV als um irrationale Querschläger, so zeigt sich heute die Tendenz, HIV als „heilbar“ und als eine ganz „normale“ Krankheit darzustellen. Dies ist, wie oben bereits mehrfach erwähnt, ein fataler Irrtum. Trotz dieses Versuches zeigt sich aber, dass dort, wo Themen wie HIV und AIDS gegenwärtig werden, sich auch heute noch negative Auswirkungen messen lassen – insbesondere dort, wo Diffamierung, Hysterie und Desinformation vorherrschen.

3.1.1.1. Wellenförmiger Charakter

Neben der großen Welle der Berichterstattung über die Ausbreitung von HIV in Afrika und anderen Ländern ist in Deutschland zunehmend ein gewisser Sättigungsgrad eingetreten. Das „Auf und Ab“ der Berichterstattung scheint in das Alltägliche der Menschen Einzug gehalten zu haben. HIV ist heute neben anderen Problemen (wie z.B.

³⁸⁵ Lenzen: Krankheit als Erfindung. 97.

BSE) und Katastrophen aufgenommen in den Katalog der „modernen Lebensrisiken“. Durchaus medienwirksame Schlagzeilen suggerieren, dass z.B. Krebs und HIV aufgrund des nunmehr unaufhaltbaren Fortschritts in der Medizin bald der Vergangenheit angehören.

Es fällt in der ganzen Bandbreite heutiger Berichterstattungen zunehmend ein „wellenförmiger Charakter“ auf, der neuerdings auch an den zahlreichen BSE-Diskussionen deutlich erkennbar wird. Das Kommen und Eintreten der vorhergesagten Apokalypsen wird schnell abgesagt. Nach den zunächst hysterischen Meldungen versandete das Thema zeitweise wieder ins „Nichts“. Meldungen über mangelhafte BSE-Test führen derzeit wieder zum politischen Aktionismus und zu hysterischen Reaktionen in der Bevölkerung.

Die HIV-Epidemie fand in Europa nicht so statt, wie zuvor prognostiziert und medienwirksam verkündet. HIV ist unter diesen Voraussetzungen in jüngerer Zeit weitaus weniger Gegenstand von sog. Headlines, wenn aber, dann bezieht sich die heutige Tagespresse schwerpunktmäßig auf die Therapie und die vermeintliche „Heilung“ von HIV. Diese Themen entstehen insbesondere auch auf Druck des Publikums. Einige Presseveröffentlichungen nehmen zwar Stellung zum katastrophalen Zustand in Afrika, Artikel über HIV-Infektionen und AIDS in Industrieländern sind hingegen fast nur turnusgemäß zum 1. Dezember (Welt-AIDS-Tag) zu erwarten. Die AIDS-Katastrophe in Afrika lässt nur allzu schnell vergessen, dass z.B. in einigen Großstädten der USA³⁸⁶ die HIV-Infektionen in den letzten Jahren sich nach einem leichten Rückgang nun wieder mehr als verdoppelt haben.

Vor allem geht man davon aus, dass die „Entwicklungsländer“³⁸⁷ mit ihren Armutszentren, aber auch Drogenabhängige, Homosexuelle und Prostituierte weiterhin die „Hauptbetroffenengruppen“ sind. HIV wird unter diesem Gesichtspunkt nicht nur „lokal“, sondern auch „geschlechtsspezifisch“ verlagert, oder anders ausgedrückt: Die HIV-Epidemie in Afrika eignet sich hervorragend, HIV in Europa kollektiv zu verdrängen. Darüber hinaus wird kaum registriert, geschweige denn darüber berichtet, dass seit wenigen Jahren bereits in einigen westeuropäischen Ländern wieder ein Anstieg der HIV-Rate zu messen ist.³⁸⁸ Es ist abzuwarten, bis Massenmedien auf diese Welle erneut aufsteigen.

³⁸⁶ In wissenschaftlichen Kreisen stellen die HIV-Infektionsraten in den USA eine Prognose für die Industrienationen dar.

³⁸⁷ Was leider ohne jeden Zweifel tatsächlich eingetroffen ist!

³⁸⁸ Vgl. dazu die Daten des Robert Koch Instituts in Berlin (RKI) unter: www.rki.de

3.1.1.2. Medien und das Konstrukt der Randgruppen

Die bisherigen Ausführungen machen insgesamt deutlich, dass vor allem Medien Weltansichten transportieren, die häufig „konstruierte Wirklichkeiten“ beinhalten. Welche Bedeutung haben aber Medien bei der Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeiten und welche Wirkungen erzielen sie dadurch? Haben Medien etwa eine gesellschaftliche Regelungsfunktion – vermitteln sie gar naive oder manipulierte Weltansichten?

Die gesellschaftliche Wirkung, die Massenmedien mit ihrer skandalorientierten Berichterstattung lange Zeit erzielten, ist vor allem eine Dramatisierung, Hysterisierung und Diskriminierung gegen die sog. „Risikogruppen“. Das damit verbundene Problem, das bis heute gesellschaftlich kaum entkräftet werden kann, stellt »das Theorem der Risikogruppe«³⁸⁹ dar. Vorrangiges Ziel der Berichterstattung zu Beginn des Auftretens von HIV war es, die „neue Seuche“ gesellschaftlich auf einige wenige zu begrenzen.

Gegensätzliche Meldungen und panikmachende Anordnungen³⁹⁰ führten insbesondere zu emotionalen Handlungsweisen in der breiten Bevölkerungsschicht. So eignete sich der anfängliche AIDS-Diskurs hervorragend dazu, andere gesellschafts-politische Probleme weiter an den Rand der Öffentlichkeit zu drängen, während Katastrophenmeldungen und die Darbietungen von Seuchen- und Pestmetaphern in unterschiedlichsten Medien zu übertriebenen Ängsten, Sorgen und hygienischen Vorsichtsmaßnahmen geführt haben.

In erster Linie war es das breite Spektrum der Medien, das politische Relevanzen einzelner Wissenschaftsrichtungen entweder steigern oder senken ließ. Besonders der journalistischen Kunst war es auch deshalb zu verdanken, vorhandene Ängste in der Bevölkerung weiter kräftig anzuheizen, »... indem sie phobische, paranoide und panische Reaktionen der Menschen« hervorkitzelte, mit »Inhalten« versah und »am Brodeln« hielt. »Auf diese Weise«, so Sigusch weiter, »schwächte sie die »seelischen Abwehrkräfte«, organisierte das »seelische Entgegenkommen, das bei allen Infektionskrankheiten von großer Bedeutung ist«. »Während psychosomatische Theorie und Praxis Tag um Tag belegen, daß Seele und Körper ineinandergreifen, tut die

³⁸⁹ Lenzen: Krankheit als Erfindung. 98. Auf das Problem der sog. Risikogruppen wurde bereits mehrfach eingegangen und ausführlich behandelt.

³⁹⁰ Zu Beginn des Auftretens von HIV waren die tatsächlichen Übertragungswege oft nur Vermutungen und sehr vage. Diese Unsicherheit spiegelte sich auch (vor allem) in den Medien und in den Aufklärungsschriften der BZgA wider, was nicht selten hysterische Handlungsweisen in der Bevölkerung hervorrief.

Jou[r]naile [sic] so, als seien seelische und körperliche Abwehr vollkommen getrennt, als sei der Mensch nicht trotz aller Zerstückelung eine Einheit.<<³⁹¹

Mit der wissenschaftlich unterstützten Spekulation, das HI-Virus könne auch durch Speichel, Tränenflüssigkeit, Urin oder sogar durch die Luft übertragen werden, wurden insgesamt Stimmen lauter, dass doch endlich über die „ganze Wahrheit“ berichtet werden sollte.

Die nunmehr angekommene Erkenntnis, dass sich im Grunde „alle“ infizieren könnten, hat nicht zuletzt auch dazu geführt, das Theorem von den Risikogruppen wissenschaftlich wie gesellschaftlich fallen zu lassen. Dieser Akt, so *Lenzen*, vollzog sich allerdings nicht ganz ohne Nebenwirkungen, so dass die Gesamtbevölkerung durch das Hin und Her weiter mit Verunsicherung und Irritation reagierte. >>Ebenso wie die symbolische Beschwörung der Gefahr durch die diskursive Verbreitung von Hochrechnungen wirkte nunmehr nach einer Beruhigungsphase der diskursive Verzicht auf das Risikogruppen-Theorem irritierend, ...<<³⁹²

Abgesehen davon, dass entgegen der Annahme von *Lenzen* das Risikogruppenphänomen auch in zeitgemäßer Berichterstattung weiter verbreitet wird, sind Medien und ihre Berichterstattungen von einer unvermeidlichen Selektivität geprägt, die sie zwangsläufig mit dem Problem konfrontieren lässt, subjektiv-perspektivisch über Wirklichkeitsausschnitte zu erzählen.³⁹³ Es ist offensichtlich, dass die häufig verabreichten Meldungen so dosiert werden, um mitunter die jeweils erwünschte gesellschaftliche Reaktion zu erreichen. Damit steuern Medien nicht nur unser Konsumverhalten oder gesellschaftliche (Mode-)Trends. Sie tragen auch maßgeblich dazu bei, Verhaltensweisen und Einstellungen der Menschen zu dirigieren und nachhaltig zu verändern. Im Falle von HIV mit verheerenden Folgen.

Selbst moralische Affekthandlungen und Emotionen können so gezielt gesteuert werden, wie am Beispiel AIDS (BSE u.a. temporäre Phänomene) deutlich wird.³⁹⁴ So gesehen leisten Massenmedien einen nicht unwesentlichen Beitrag, ideologische Ansichten unters Volk zu mischen. Derart unreflektiert übernommene Einstellungen, Anschauungen oder öffentliche Meinungen treffen ungehindert auf unser eigenes Weltbild,

³⁹¹ Sigusch: AIDS für alle, alle für AIDS, in: Sigusch (Hg.): AIDS als Risiko. 43.

³⁹² Lenzen: Krankheit als Erfindung. 101.

³⁹³ Vgl. Bock: Zur sprachlichen Darstellung von AIDS in Printmedien, in: Biere u. Liebert (Hg.): Metaphern, Medien, Wissenschaft. 81-101.

³⁹⁴ Vgl. Mackenthun: Massenmedien und AIDS-Berichterstattung, in: Rosenbrock; Salmen (Hg.): AIDS-Prävention. 79. Das Hervorheben oder Zurückstellen von Themen oder Informationen ermöglicht die Aufmerksamkeit der Konsumenten gezielt zu steuern. Im Zusammenhang mit einer gezielten Faktenunterdrückung spricht man auch von einer „gatekeeper-Funktion“ („Pfortner“-Funktion).

können sich dort verfestigen und schlimmsten falls unsere *eigene* Identität und die der *anderen* „verformen“.

Nicht zuletzt deshalb ist die Notwendigkeit gegeben, Medien als gesellschaftliches Orientierungssystem und ihre Praxis auch kritisch zu hinterfragen.

3.1.1.3. >>Eingebaute Schizophrenie<<³⁹⁵ mit Folgen

Ethische Fragen oder Maßstäbe treten im Kontext von Medien immer in Verbindung mit einzelnen Individuen auf: Neben der Rolle der Medienproduzenten ist besonders – wie bereits oben erwähnt – an die Rolle der einzelnen Konsumenten zu denken.

Bislang wird sowohl der einzelne Journalist wie auch das System insgesamt mit ethischen Ansprüchen konfrontiert, ohne die diametral entgegengesetzten Realitäten zu berücksichtigen: Medien sollen auf der einen Seite als *soziale Institution* der Allgemeinheit dienen. Sie übernehmen damit auch eine „Sozialverantwortung“. Diese Aufgabe ist eng verbunden mit traditionellen Wertvorstellungen, wie z.B. Verantwortung, Freiheit, Wahrheit und Objektivität. Auf der anderen Seite ist das Mediensystem als *wirtschaftlicher Industriezweig* den wirtschaftlichen Interessen einzelner (Institutionen) ausgesetzt. Hier stehen andere, oft selbstgemachte Werte im Mittelpunkt (Auflagenzahl, Einschaltquoten, Sensationen usw.).³⁹⁶ Diese >>eingebaute Schizophrenie<< führt nach *Krainer* gezwungenermaßen zu >>Widersprüchen zwischen Erwartungen gegenüber den Medien und den Leistungen, zu denen sich Medien und ihre Akteure in der Lage sehen<<.³⁹⁷

Auf widersprüchliche Darstellungen von HIV und AIDS in Medien wurde im Verlauf der bisherigen Arbeit immer wieder hingewiesen. Sie werden medial vermittelt, ohne dass die daraus möglicherweise entstehenden Folgen ein- oder abgeschätzt werden. Gerade im Kontext von HIV und AIDS können mangelhafte Recherchen und fehlendes Hintergrundwissen (Fachwissen) über medizinische Zusammenhänge höchst problematische Effekte in der Allgemeinbevölkerung bewirken. Da die überwiegende Mehrzahl der Berichterstatter als „journalistische Generalisten“ arbeiten, verwundert es nach An-

³⁹⁵ Vgl. dazu die Ausführungen von: Krainer: Medien und Ethik, München 2001.

³⁹⁶ Vgl. Krainer: Medien und Ethik. 128f.

³⁹⁷ Krainer: Medien und Ethik. 128f; vgl. dazu auch: Weischenberg: Journalistik/1. 170f.

sicht von *Mackenthun* nicht, dass sie häufig kaum in der Lage oder willens sind, sich auch über komplizierte Themen fachlich und fundiert zu informieren.³⁹⁸

Das Problem liegt auf der Hand: So ist immer wieder von einem „AIDS-Virus“ zu lesen, und von einer „AIDS-Rate“, die zu sinken scheint, d.h. wenn die sog. „AIDS-Rate“ sinkt, braucht man sich infolgedessen vor dem sog. „AIDS-Virus“ nicht mehr zu schützen. Dies ist ein fataler und folgenreicher Irrtum, fahrlässig hervorgebracht durch journalistischen Leichtsinn und Übermut, der sich in einer ausbleibenden Unterscheidung zwischen HIV und AIDS einerseits, im mangelhaften Sachverstand andererseits äußert.

Die folgenden, unlängst veröffentlichten Schlagzeilen stellen das Niveau und die Bandbreite des derzeitigen Beitrags zu AIDS in Deutschland dar. In einschlägigen Zeitungsartikeln heißt es u.a. zynisch: „Mit HIV gesund leben“, „Viren sinken und Abwehrzellen nehmen zu“, „AIDS verbreitet sich auch auf dem Lande“, „Zunahme an HIV-Infizierten“, „Die neue Sorglosigkeit – Fachleute auf dem Berliner AIDS-Kongreß beklagen Unkenntnis“, „Alarmierend viele infizierte Prostituierte“ usw.³⁹⁹ Diese Headlines halten zum einen apokalyptische Vorstellungsweisen und empirisch nicht nachvollziehbare Prognosen über die Ausbreitung von HIV wach, zum anderen tragen sie nicht unwesentlich zur völligen Verharmlosung bei. Es ist offensichtlich, dass derartige – teilweise widersinnige – Informationsinhalte mehr denn je zu einem verzerrten Bild in der Bevölkerung beitragen, sofern diese die breite Masse der Bevölkerung überhaupt erreichen. Eines scheint dabei sicher: Durch eine solche Informationspolitik werden gegenwärtige und zukünftige AIDS-Aufklärungskampagnen unzumutbar erschwert. Sie zeugen nicht nur von einer großen Verantwortungslosigkeit, sondern tragen wesentlich zur Verzerrung der Wirklichkeit bei, die direkt zu verheerenden Wirkungen führen können.

Deshalb ist immer wieder die Frage neu zu stellen, ob von Journalisten erwartet werden kann, bei der Produktion bestimmter Aussagen auch die möglichen Folgen genau zu bedenken und zu berücksichtigen. Es geht hierbei nicht primär darum, Massenme-

³⁹⁸ Vgl. Mackenthun: Massenmedien und AIDS-Berichterstattung, in: Rosenbrock; Salmen (Hg.): AIDS-Prävention. 81.

³⁹⁹ Aus: Artikel: „Mit HIV gesund leben“. „Verliert AIDS nach und nach seinen Schrecken?“, in: Wob, Würzburg 28.03.2001. 3; Jentsch: „Viren sinken und Abwehrzellen nehmen zu“, in: Schwäbisches Tagblatt, 5.8.2000; Bär: „AIDS verbreitet sich auch auf dem Lande“, in: AZ, 30.11.2000, AZ/Nr. 276; Artikel: „Zunahme an HIV-Infizierten“, in: Mainpost, 30.11.2000, Nr.276/F1; Artikel: „Die neue Sorglosigkeit“, in: FAZ, 07.07.2001, Nr. 155/27D. 9; Interview zwischen Focus und Reinhard Kurth (RKI, Berlin): „Alarmierend viele infizierte Prostituierte“, in: Focus, 09.07.2001. 14; vgl. dazu auch den Abschnitt 2.4.1.3. Die Schlagzeile „Mit HIV gesund leben“ ist zynisch: Hierbei muss darauf hingewiesen werden, dass die erheblichen Nebenwirkungen nicht nur „unerwünschte Begleiterscheinungen“ der sog. „antiretroviralen Kombinationstherapien“ sind, sondern dass eine „Verschiebung“ von einem Symptomkomplex auf einen anderen stattfindet, d.h.: „man treibt ein Übel mit einem anderen aus“ (Stadler: Antiretrovirale Kombinationstherapien: Eine Kritik, in: Zippel (Hg.): Antiretrovirale Kombinationstherapie. 39-45).

dien für Aufklärungsarbeit zu instrumentalisieren, sondern darum, sie mit ihrer Sozialverantwortung zu konfrontieren.

Ist die seriöse Berichterstattung tatsächlich ins Ghetto verbannt? Findet das Thema HIV und AIDS in den Berichterstattungen und Reportagen überhaupt noch einen Platz oder wird es selbst von den Massenmedien tabuisiert? Hierzu einige Fakten:

1. Auf politischer Seite findet das Thema AIDS fast „nur“ noch in Verbindung mit Afrika Erwähnung.
2. Es wird zudem weder über die veränderten Verhältnisse zwischen Ärzten und Betroffenen berichtet noch das Vorhaben der Gesundheitspolitik thematisiert, teure Medikamente für die Therapie aus finanziellen Gründen einzusparen.
3. Des Weiteren finden nur noch spärlich AIDS-Aufklärungen in Massenmedien, wie Fernsehen, Kino usw., statt.
4. Themen wie Diskriminierung und Stigmatisierung öffentlich zu benennen oder zu diskutieren sind weder gesellschaftlich noch politisch gewollt.⁴⁰⁰
5. Auch die unsoziale Situation der Betroffenen (Arbeitslosigkeit, Sozialhilfe usw.) und ihre veränderten Lebensumstände auf Grund der verbesserten Therapie gehen im täglichen Börsenbericht unter.

Es ist kaum zu verkennen, dass z.Zt. fast nur ausgewählte Themen und Meldungen der Finanzwelt unsere Wohnzimmer erreichen. Nach Zeiten der medial angeheizten AIDS-Hysterien, die vor allem pathogene und sexualneurotische Tendenzen begünstigten, lässt sowohl die Kompetenz als auch das AIDS-Aufklärungsangebot derzeitiger Massenmedien „zu wünschen übrig“. Nicht zuletzt auch wegen ihrer interessengesteuerten und quotenorientierten Berichterstattung muss dies kritisch betrachtet werden. Besorgniserregend ist besonders der kontinuierliche Rückgang in der Nutzung des eingeschränkten Informationsangebots zu HIV, den auch die *BZgA* hauptsächlich in der mangelnden Bereitschaft sieht, das Medienangebot zu erweitern. Die *BZgA* konstatiert hierbei drei wesentliche Auswirkungen:

1. Eine geringe Reichweite führt dazu, dass ein Großteil der Bevölkerung nicht mehr von der AIDS-Aufklärung erreicht wird.

⁴⁰⁰ Es ist schon sehr erstaunlich, dass es „den Medien“ nicht gelingt, selbst politische Agitatoren in ihrer eigenen Widersprüchlichkeit zu entlarven. Ich denke in diesem Zusammenhang an die populistischen Debatten rund um die sog. „Homo-Ehe“. Diese zeigen sehr wohl ein hohes Maß an Stigmatisierungs- und Diskriminierungstendenzen – auch wenn immer wieder beteuert wird, man wolle sich auf dieses Niveau nicht herablassen.

2. Die AIDS-Aufklärung verliert zunehmend an Charakter eines multimedialen Kommunikationsprozesses.
3. Parallel dazu werden personale Kommunikationen über HIV und AIDS geringer.⁴⁰¹

Insgesamt ist nicht nur der Rückgang des Medienangebots an effektiver Aufklärung und das geringe Spektrum der inhaltlichen HIV-/AIDS-Berichterstattung zu bemängeln, sondern es stellen sich auch Fragen nach der generellen „Wirkung“ oder dem »post-kommunikativen Effekt«⁴⁰² von Meldungen über das Thema, die insgesamt in der schwierigen Frage nach der Verantwortung der Medien für die Gesellschaft eingebettet sind: Inwieweit wird die „Freiheit der Medien“ dazu missbraucht, gesellschaftliche Wahrnehmungen, Emotionen, Meinungen, Wertungen und Stimmungen, sprich Weltanschauungen, zu beeinflussen, zu konstruieren oder gar zu steuern? Welche Verantwortung haben dabei die Medienproduzenten, wenn es darum geht, wichtige sozial-gesellschaftliche Themen am „Leben“ zu erhalten und das Problembewusstsein auch ohne Hysterie und angsterzeugende Appelle an die Bevölkerung zu stärken?

3.1.2. Zwischen Theorie und Praxis: Von der Verantwortung des Journalisten

Medien und ihre Vertreter sind nicht nur Mediatoren bestimmter Ereignisse, Meinungen und Ansichten. Sie vermitteln bisweilen Prognosen und wissenschaftliche Fortschritte und interpretieren diese. Als *Sender* einer Botschaft (Nachrichteninhalt) sind Journalisten und alle anderen Nachrichtenmacher subjektive Meinungsträger von Ereignissen. Im Zentrum jeder Berichterstattung steht ohne jeden Zweifel nicht die Selbstdarstellung des Journalisten, sondern die zu vermittelnde Botschaft, die durch Berichterstatter der Gesellschaft aufgezeigt werden soll.

Dabei eröffnet unsere multimediale Landschaft zunehmend neue Varianten der Öffentlichkeit, wie sie zuvor kaum möglich war. Durch die rasante Entwicklung neuer und moderner Medien wurde ein Durchbruch an Möglichkeiten der Vermittlung erzielt, un-

⁴⁰¹ Vgl. dazu: BZgA: AIDS im öffentlichen Bewusstsein der Bundesrepublik Deutschland 1999. 5-16.

⁴⁰² Vgl. Mackenthun: Massenmedien und AIDS-Berichterstattung, in: Rosenbrock; Salmen (Hg.): AIDS-Prävention. 79; vgl. auch: Frings: Gemischte Botschaften. Der Umgang der deutschen Printmedien mit dem Thema AIDS, in: Marcuse (Hg.): Glück gehabt? Zwei Jahrzehnte AIDS in Deutschland. Ex libris/11. 238-262.

sere Welt mit ihren Wahrnehmungen überall und immer ins alltägliche Dasein zu holen. >>Mit der Erweiterung der Freiheitsräume und Gestaltungsmöglichkeiten steigt zugleich die Anforderung zum verantwortlichen Gebrauch der Freiheit. Die rasche Veränderung der Medien stellt eine enorme Erweiterung der Spielräume für menschliches Handeln dar. Sie eröffnet deshalb auch bisher unbekannte Möglichkeiten des Missbrauchs und radikalisiert so das Verantwortungsproblem.<<⁴⁰³

Nicht zuletzt liegt es aber in der Hand einzelner Journalisten, die „Wirkung“ der Nachricht für eine Gesellschaft zu dosieren, sie ggf. anzureichern oder – sei es aus ökonomischen⁴⁰⁴, systemimmanenten oder aus rein „willkürlichen“ Beweggründen – gezielt einzusetzen. Die Spannung zwischen dem Bemühen echter Wahrheitssuche und subjektiver Perspektive führt unweigerlich früher oder später – verbunden mit dem hohen Maßstab an die Eigen- und Fremdverantwortung – zu weit reichenden Problemen innerhalb des Mediensystems.

Gerade im Hinblick auf den AIDS-Diskurs ist zu beobachten, dass der früheren hysterieähnlichen Berichterstattung heute eine euphorische gegenübersteht, wobei weder die eine noch die andere als verantwortungsvoll bezeichnet werden kann. Denn das Ausmalen und Konstruieren von Horrorszenarien ist ebenso wie die völlige Verharmlosung wenig förderlich für eine ernsthafte und sachlich-rationale Auseinandersetzung. Obwohl Themen wie HIV und AIDS, aber auch jüngst BSE, keineswegs öffentlich ignoriert werden dürften, deutet die seit geraumer Zeit nur noch kärglich mediale Berichterstattung über das HIV-Risiko eher auf eine journalistische „Willkür“ hin, die sich nicht zuletzt auch darin äußert, Titelseiten mit neuen sensationellen Inszenierungen aufzufüllen, was häufig nicht nur zur Verunsicherung, sondern auch zu einem sinkenden HIV-Risikobewusstsein in der Bevölkerung beiträgt.⁴⁰⁵

Dass die gegenwärtige Medienpraxis von einer tiefgreifenden Verunsicherung geprägt ist, davon ist *Kaminsky* überzeugt. Sie sieht in die Medienethik als eine spezifische Reaktion auf die gegenwärtige Verunsicherung in der journalistischen Praxis. Diese Verunsicherungen seien ihrer Meinung aber auch gerade im Alltag der Konsu-

⁴⁰³ Kirchenamt der Evangelischen Kirche und Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.): Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. 53.

⁴⁰⁴ Vgl. dazu: Krainer: Medien und Ethik. 176. Unter dem Begriff des >>ökonomischen Sachzwangs<< versucht die Autorin deutlich zu machen, dass der idealen Forderung nach Eigenreflexion und Eigenverantwortung im Mediensystem häufig vorgegebene Rahmenbedingungen entgegenstehen, die für den Journalisten zur existenziellen Frage überleiten: Inwieweit kann den ökonomischen Bedingungen überhaupt nachgegeben werden, wenn es z.B. um die Sicherung des eigenen Arbeitsplatzes geht?

⁴⁰⁵ Vgl. dazu weiter: Peters: Risikokommunikation in den Medien, in: Merten u.a. (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. 329-351; vgl. auch: Hübner: Inszenierung einer Krankheit. Die AIDS-Berichterstattung im >>Spiegel<<, in: Sigusch (Hg.): AIDS als Risiko. 218-233.

menten zu spüren und dürften keinesfalls als „komisch“ bezeichnet werden. So werden existentielle „Risiken“ und „Gefahren“ heute zunehmend bloßgestellt, indem man »per E-Mail die teuflische Bedrohung des eigenen Lebens« durch die Übertragungswege des HI-Virus mit den Übertragungswegen von Computerviren, wie z.B. das im Frühjahr 2000 versandte „I love you“-Virus, parallelisiert. Solche Verunsicherungen »resultieren in Skepsis und Konflikten« und führen darüber hinaus zu »Besorgnissen über künftige Lebensbedingungen ...«. Es sei deshalb auch die Aufgabe der Medienethik, so *Kaminsky*, mit Hilfe von sachlich-argumentativer Aufklärung und zentralen Qualitätskriterien eine entsprechende „Problembewältigung“ für die Medienpraxis insgesamt zu bieten.⁴⁰⁶

3.1.2.1. Wahrheit, Wirklichkeit und Objektivität als zentrale Qualitätskriterien?

Für die redaktionelle Praxis stellt der deutsche Pressekodex die »Achtung vor der Wahrheit und wahrhaftigen Unterrichtung der Öffentlichkeit« als „Leitlinie“ journalistischen Handelns dar. So großartig dieser Standeskodex auch klingt, so klar ist aber auch, dass die Informationsvermittlung keineswegs immer neutral und objektiv garantiert werden kann.⁴⁰⁷

Dies wirft freilich die Frage auf, ob es überhaupt die primäre Aufgabe der Berichterstatte ist, die Vielfalt der Ereignisse der Welt objektiv und wahrheitsgemäß zu präsentieren. Stellt die Suche nach „Wahrheit“ das entscheidende Kriterium für Medienproduktion dar oder genügt es, so etwas wie „Realitätsnähe“ als wesentliches Qualitätskriterium für Medienprodukte zu garantieren? Gibt es „Wahrheit“, „Objektivität“ oder etwa eine „Wirklichkeit“, und wie unterscheiden sich diese von einer „Medienwirklichkeit“?

Der Grund, warum die journalistische Praxis neuerdings Gegenstand zahlreicher ethischer Reflexionen ist, mag banal klingen: »Handlungen im Kontext der Medien müssen ebenso verantwortet werden, wie Handlungen in anderen Kontexten« und daher sind ... »Handlungen im Bereich der Kommunikationsmedien ... seit jeher [auch] Gegenstand moralisch-ethischer Normsetzung und Ethosbildung«.⁴⁰⁸

⁴⁰⁶ Vgl. Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 45.

⁴⁰⁷ Vgl. Grimme: Runde Geschichten, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 19.

⁴⁰⁸ Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 44.

Die Diskussion um ethische Maßstäbe und um zentrale Qualitätskriterien für die Medienberichterstattung wird vor allem mit dem normativen Anspruch an Journalisten geführt, Nachrichten möglichst objektiv, wirklichkeits- und realitätsentsprechend zu vermitteln. Es geht also im Rahmen der Reflexion um „normative Maßstäbe“ für die journalistische Praxis – um Begrifflichkeiten wie „Wahrheit“, „Richtigkeit“, „Wirklichkeit“ und „Objektivität“, die einleiten in die Frage: „Wie wirklich kann oder muss die Medienwirklichkeit überhaupt sein?“⁴⁰⁹

Der in unserer Zeit hohe gesellschaftliche Leistungsanspruch an das System Medien beinhaltet zwar zu Recht die Forderung nach korrekter und realitätsentsprechender Vermittlung. Dennoch ist jedem bewusst, dass diese Ansprüche in Verbindung mit ethischen Maßstäben heute nur noch unter erheblichen Anstrengungen konkretisiert werden (können).

Sowohl der Wahrheits- als auch der Objektivitätsanspruch stellen nach *Weischenberg* offensichtlich Ansprüche dar, welche mit empirischen Erkenntnissen zur menschlichen Wahrnehmung und Kommunikation allein nicht erreichbar sind. Nach seiner Ansicht halten sich Menschen nämlich immer zunächst an relative und subjektive, und nicht an absolut gesetzte Maßstäbe. Demzufolge scheint vielmehr die subjektive Lebenssituation des einzelnen Berichterstatters ausschlaggebend für seine Handlungsweisen zu sein, d.h. wie und warum ein Journalist das AIDS-Phänomen zur „Geltung“ bringt, welche Bedeutung welchen Ereignissen zukommt und wie er diese darstellt, ist insbesondere von ihm *selbst* abhängig. *Weischenberg* sieht deshalb den Anspruch an eine realitätsentsprechende Berichterstattung vorwiegend als ein „ethisches Problem“. Als „neutraler“ Beobachter 2. Ordnung repräsentiere der Journalist nämlich nicht die „Welt an sich“, sondern die „Erlebnisse der Unterscheidung“, zu der er *selbst* beigetragen hat. „Objektivität“ und „Realität“ – systemimmanent als ethische Prinzipien postuliert – bezeichnen nach Ansicht von *Weischenberg* daher immer nur bestimmte Sachverhalte einer systemspezifischen Logik. Da Beobachtungen von Journalisten auf Unterscheidungen beruhen, erscheint es seiner Meinung nach auch als unmöglich, dass diese „Abbilder“ unserer Welt liefern. Diese Erkenntnis darf aber selbst nach *Weischenberg* nicht dazu führen, dass >>... der sogenannten objektiven Berichterstattung abzuschwören<< ist. Diese Erkenntnis >>... sensibilisiert aber für die Grenzen der eigenen Wahr-

⁴⁰⁹ Vgl. hierzu: Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 121-142.

nehmung und die Probleme von Wirklichkeitskonstruktionen im System Journalismus-<<. ⁴¹⁰

Damit verbunden muss die Frage gestellt werden: Wie „objektiv“ müssen Berichterstattungen überhaupt sein? Sind ethisch formulierte Regeln oder Maßstäbe derart verstaubt, dass sie nicht mehr als erstrebenswert anzusehen sind? Stellt der Journalist „nur“ seine eigene „Weltsicht“ und „subjektive Wirklichkeit“ dar?

Im Rahmen der Auseinandersetzung um die grundsätzliche Verwendungsweise der Begrifflichkeiten wie „Objektivität“, „Wahrheit“ und „Wirklichkeit“ tauchte zu Beginn der 90er Jahre innerhalb der wissenschaftstheoretischen Diskussion eine neue Herausforderung auf: der *konstruktivistische Ansatz*⁴¹¹. Dieser stellt den Gedanken in den Mittelpunkt, dass die Medienrealität „konstruierte Wirklichkeit“ und „keine realistische Wirklichkeit“ hervorbringe. Damit entwickelt das System Medien Wirklichkeitsmodelle, die nicht durch die „Abbildung von Realität“, sondern durch „Konstruktionen von Wirklichkeiten“ gebildet werden. Der einzelne Journalist wiederum entwickelt für seine >>Ereigniswahrnehmung<< grundlegende kognitive Schemata, die sein Handeln steuern bzw. die Konstruktion der Wirklichkeit prägen.⁴¹² Die „Wahrnehmung“ wird dabei nicht als eine Handlung aufgefasst, die „Wirklichkeit“ repräsentiert, sondern als „konstruktiver Prozess“. Dabei stellt sich allerdings die Frage, welche Rolle diese „konstruierte Wirklichkeit“ beim Journalisten *selbst* spielt.

Die Sichtweise des Konstruktivismus wirft darüber hinaus grundsätzlich die Frage auf, ob es in Berichterstattungen überhaupt eine „objektive Realität“ gibt oder nur eine „relative Objektivität“? Haben sich Journalisten als Vermittler einer Botschaft an *relative* Maßstäbe einer *relativen* Objektivität oder an *absolute* Maßstäbe einer *objektiven* Realität zu orientieren? Die grundsätzliche Frage, die hier immer wieder auftaucht, kann auch lauten: Was ist „Wahrheit“, was ist „Wirklichkeit“?

Im Mittelpunkt einer wissenschaftstheoretischen Auseinandersetzung zwischen *konstruktivistischen* und *realistischen* Ansätzen werden diese offenen Fragen heftig, mitunter auch kontrovers diskutiert.⁴¹³ Es hat vergleichsweise lange gedauert, bis auch derartige ethische Fragestellungen in die Medienkommunikation und ihre Wissenschaften einfließen konnten. Dabei zeigt sich, dass sich in medienethischer Hinsicht

⁴¹⁰ Weischenberg: Medienethik, in: Pieper; Thurnherr (Hg.): Angewandte Ethik. 219-241, hier: 224f.

⁴¹¹ Vgl. dazu insgesamt: Schmidt: Die Wirklichkeit des Beobachters, in: Merten u.a. (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. 3-19.

⁴¹² Vgl. Schmidt; Weischenberg: Mediengattungen, Berichtsmuster, Darstellungsformen, in: Merten u.a.(Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. 228f.

⁴¹³ Vgl. dazu auch: Wunden: Wirklichkeitsbezüge als Problem der Medienethik, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 62-75.

viele offene Fragestellungen ergeben, einschließlich der prinzipiellen Frage, welche Position eine Medienethik überhaupt einnehmen soll bzw. kann. Nicht zuletzt auch deshalb, so die Meinung von *Krainer*, kommt die Medienethik über Definitionsversuche häufig nicht hinaus. So stehen im Zentrum medienethischer Ansätze grundlegende Begrifflichkeiten, wie z.B. öffentliche Kommunikation, Medienwirklichkeit, Objektivität, Realität, Wahrheit, Freiheit und Wirklichkeit, die sich aus philosophischer Sicht nur allzu schwer definieren lassen.⁴¹⁴

Auch für *Kaminsky* kann die Medienethik nicht der Moralphilosophie zugeschrieben werden, obwohl diese Disziplin unbestreitbar ihren Anteil zur ethischen Reflexion beitragen könne. Die philosophische Ethik sei ihrer Meinung nach an Begründungen gebunden, die im medienethischen Diskurs weder de facto noch konzeptuell eingehalten werden können. »Das Erarbeiten von verantwortbaren, angemessenen und umsetzbaren Normen für die Medienpraxis erfordert die konkretisierende Interpretation ethischer Leitbegriffe und den an diesen Begriffen orientierten, kreativ-konstruktiven Entwurf von Strategien zur Bewältigung der jeweils diskutierten Probleme medialen Handelns.«⁴¹⁵ In der Tat können die Leistungen ethischer Bemühungen um Idealnormen für die Medienpraxis nur schwer integriert bzw. konkretisiert werden. Hier wird die Kluft zwischen Theorie und Praxis deutlich.

3.1.2.2. Konstruktivistische contra realistische Position? – Gemeinsamkeiten und Divergenzen

Es sind vor allem *Merten, Schmidt und Weischenberg*⁴¹⁶, die die Diskussion um die *konstruktivistische Systemtheorie* in den letzten Jahren nachhaltig geprägt haben. Als Vertreter des *Konstruktivismus* sind sie der Meinung, dass weder mit Hilfe der *Individualethik* noch mit der *Professionsethik* und der *Institutionenethik* das Problem des ethischen Dilemmas von widersprüchlichen Anforderungen und Zwängen innerhalb des Bereichs des journalistischen Handelns lösbar ist.⁴¹⁷ Dem entgegen setzten sie ihre *konstruktivistische Systemtheorie*, der folgende Annahmen⁴¹⁸ zugrunde liegen:

⁴¹⁴ Vgl. dazu: *Krainer: Medien und Ethik*. 13. Die Autorin gibt zu bedenken, dass es im Gegensatz zu den USA in unseren Breiten keine wissenschaftlich-universitäre Ausbildung für den Journalismus gibt. In den USA hingegen ist in den meisten Ausbildungseinrichtungen Ethik auch Teil des Lernprogramms.

⁴¹⁵ *Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung*, in: *Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis*. 48.

⁴¹⁶ Vgl. hierzu: *Merten u.a.(Hg.): Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen 1994.

⁴¹⁷ Vgl. *Weischenberg: Medienethik*, in: *Pieper; Thurnherr (Hg.): Angewandte Ethik*. 222. Im Rahmen der Individualethik werden ethische Verhaltensregeln für den einzelnen Berichtersteller formuliert. Die

1. >>Die funktionale Differenzierung moderner Gesellschaften erfolgte in engem Zusammenhang mit der Entwicklung von Massenmedien zu eigenständigen sozialen Systemen. Mediensysteme entwickeln wie andere soziale Systeme ihre Eigendynamik durch Selbstorganisation und Selbstreferenz; sie bilden dabei Teilsysteme heraus und interagieren mit anderen sozialen Systemen.<<
2. >>Interaktionen mit anderen Systemen spielen sich auf der Grundlage operationaler Geschlossenheit ab, d.h., eine Steuerung durch die Umwelt ist nicht möglich. ... Kommunikation zwischen kognitiven Systemen ist dabei nicht als Austausch von Informationen zu verstehen, sondern als jeweils systemspezifische Konstruktion von Sinn – z.B. aus Anlaß von Medienangeboten.<<
3. >>Das Mediensystem und seine Teilsysteme entwerfen Wirklichkeitsmodelle, die soziale Verbindlichkeit besitzen. Dies geschieht nicht durch Abbildung von Realitäten, sondern durch Konstruktionen von Wirklichkeiten...<<

Kurzum lautet die These der *Konstruktivisten*: Mediensysteme konstruieren Wirklichkeiten. Für die *konstruktivistische Position* existiert dabei keine „Realität“, die von den Journalisten unabhängig ist. Sie wird erst von den Journalisten geschaffen bzw. konstruiert. „Realität“ wird demzufolge als vom Mediensystem konstruiert aufgefasst, so dass nach *Bentele* >>das erkenntnistheoretische Subjekt-Objekt-Verhältnis ... sowohl bezüglich individueller Kognition, wie auch bezüglich der Rolle von Medien konstruktivistisch gefaßt<< wird.⁴¹⁹ Was ist die Folge? Sämtliche Begrifflichkeiten wie „Objektivität“, „Wahrheit“ und „Richtigkeit“ werden von den konstruktivistischen Vertretern abgelehnt, d.h. aber auch, dass der einzelne Journalist seine Welt und Wirklichkeit *selbst* herstellt. Anders ausgedrückt lautet die Kernthese des Konstruktivismus: >>Die ontische Realität wird konstruiert in selbstorganisierenden und selbstreferentiellen kognitiven Prozessen.<<⁴²⁰

Es ist offensichtlich, dass dieser Ansatz in seiner radikalen Form erhebliche Defizite aufweist. Das offenbar bedeutsamste Problem stellt hierbei nicht nur der Verzicht auf einen Wirklichkeitsbegriff dar, den es unabhängig vom Journalisten ja gibt, sondern die

Professionsethik oder Standesethik benennt Maßstäbe für ein ethisches Verhalten innerhalb der Berufsgruppe der Journalisten und wird durch Berufsverbände kodifiziert. Die Institutionenethik hingegen stellt Regeln auf, die die Institutionen selbst zu beachten haben.

⁴¹⁸ Weischenberg: Medienethik, in: Pieper; Thurnherr (Hg.): *Angewandte Ethik*. 223.

⁴¹⁹ Bentele: *Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?*, in: Wunden (Hg.): *Wahrheit als Medienqualität*/3. 127.

⁴²⁰ Bruder: *Subjektivität und Postmoderne*. 210; vgl auch: Wagner: *Metaphern und soziale Repräsentation*, in: Biere; Liebert (Hg): *Metaphern, Medien, Wissenschaft*. 210-224.

völlige Ablehnung des Vergleichs zwischen Realitätsdaten und den Daten der Berichterstattung. Ein kritisch-reflexiver Vergleich zwischen einer „medial verzerrten Darstellung“ und einer „Realität“ kann dadurch nicht mehr gewährleistet werden, d.h. wenn Begriffe wie „Wahrheit“ oder „Objektivität“ gänzlich aus der journalistischen Praxis eliminiert werden, dann leidet die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung insgesamt. Folglich ist es auch nicht mehr möglich, zwischen „unsauberer“ und „sauberer“ Berichterstattung zu unterscheiden, da sämtliche Qualitätskriterien entfallen.

Damit werden „Wahrheit“ und „Objektivität“ zu überholten Begriffen, sie werden, so *Deussen*, >>... in Informationsvermittlung und Wirklichkeitsbeschreibung zur Fiktion erklärt ohne Relevanz und Verpflichtung für den Kommunikator<<. ⁴²¹ Das Problem scheint damit vorprogrammiert: Denn sobald die Frage nach „objektiven“ Berichterstattungen gestellt wird, erklären Vertreter des Konstruktivismus: >>Da wir von der „objektiven“ Realität grundsätzlich nichts wissen können, erweist sich die Frage nach einer objektiven Berichterstattung von vornherein als sinn- und gegenstandslos.<< ⁴²²

Problematisch ist zudem die Argumentationsweise der Konstruktivisten: Es ist widersprüchlich, wenn einerseits Begriffe wie „Objektivität“, „Wahrheit“ und „Adäquatheit“ als Qualitätskriterien abgelehnt werden, andererseits aber ein „Wahrheitsanspruch“ für den *eigenen* konstruktivistischen Ansatz vehement verteidigt wird. Dies zeigt u.a. auch die Formulierung wie z.B. „in Wirklichkeit“ ⁴²³.

Während *Weischenberg* als Vertreter des konstruktivistischen Ansatzes sich zunächst sowohl gegen eine Individualethik als auch gegen eine Institutionen- oder Professionsethik ausspricht, da diese seiner Meinung nach keine befriedigende Antwort auf medienethische Fragestellungen liefern, fordert er selbstwidersprüchlich im Kontext des journalistischen Handelns *Verantwortung* und *Sozialverantwortung* von Medien und Journalisten ein. ⁴²⁴ Eine >>Objektivität in Klammern<<, wie *Weischenberg* es fordert, würde bedeuten, eine *relative Objektivität* und keine *objektive Realität* zur Regel eines Systems zu machen. Man könnte auch fragen: Wie weit oder wie eng ist die Klammer um *Objektivität* zu setzen?

Hierin scheint auch die eigene Grenze der Wahrnehmung und das Problem von Wirklichkeitskonstruktionen im System Medien erreicht zu sein, denn häufig tritt der

⁴²¹ Deussen: Ohne Wahrheit keine Freiheit, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 70.

⁴²² Wunden: Wirklichkeitsbezüge als Problem der Medienethik, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 72.

⁴²³ Vgl. dazu: Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 124-131.

⁴²⁴ Vgl. Weischenberg: Medienethik, in: Pieper; Thurnherr (Hg.): Angewandte Ethik. 227-229.

Wahrheitsgedanke, bzw. die *Objektivität* in den Hintergrund, so dass im »Wissen darum, daß es „Objektivität“ aus vielerlei Gründen nicht geben kann«, sich der Journalismus mehr und mehr auf eine »Hilfsmethode« einlässt – die »Gegenüberstellung von Wahrheitsbehauptungen«. »Das entbindet«, so konstatiert *Grimme*, »den schreibenden Journalisten vom eigenen Urteil, macht ihn frei gegenüber seinen Informationspartnern. Das Ziel der Information ... darf zugunsten eines vordergründigen Schlagabtauschs aus den Augen verloren werden.«⁴²⁵ Angeführt sei als Beispiel für kontroverse Berichterstattung folgender Sachverhalt: Während in einem *Focus*-Interview der AIDS-Forscher und Direktor des RKI, *Reinhard Kurth*, das HI-Virus nur für Homosexuelle, Drogenabhängige und Prostituierte für gefährlich hält, spricht *Hans-Peter Hintz*, ein *Praktiker* von der Berliner AIDS-Hilfe, gerade von einer »neuen Sorglosigkeit« bei heterosexuellen Jugendlichen, die immer noch glauben, »daß schon nichts passiere, wenn sie ein paarmal ohne Kondom mit einem Gleichaltrigen schlafen«⁴²⁶.

Was bei dieser verkürzten Sichtweise essentiell herauskommt, sind dann natürlich nur Annäherungen an den Wahrheitsbegriff, wie auch *Grimme* zu Recht feststellt: »Der Begriff „Wahrheit“ wird deshalb in der Kommunikationswissenschaft längst pragmatisch und differenziert gesehen: Richtigkeit, Vollständigkeit, Sachlichkeit und Neutralität sind seine Elemente, Glaubwürdigkeit und Wahrhaftigkeit die neuen gültigen Oberbegriffe.«⁴²⁷ Was aber wird zum zentralen Maßstab, zum zentralen Qualitätskriterium, wenn Begriffe wie „Wahrheit“ oder „Objektivität“ obsolet werden?

Der *konstruktivistischen Position* steht die *realistische Position* mit der Formulierung entgegen, dass Nachrichten stets die „Realität“ abbilden. Die eine Position ist die »deskriptive« Variante bzw. ein »naiver Realismus« mit der These, dass Medien stets die „Realität“ abbilden. Die »normative« Variante vertritt hingegen die Position, dass Medien Sachverhalte so abzubilden hätten, wie sie „wirklich“ sind.⁴²⁸

Ob nun „Objektivität“ mit oder ohne Klammer, die „Objektivität“ *an sich* – und das ist sicher keine neue Erkenntnis – ist nicht nur für die journalistische unerreichbar, denn jede Beschreibung von „Wirklichkeit“ wird sich als „Konstruktion“ erweisen, die von einem ganz bestimmten subjektiven Standpunkt heraus beleuchtet und interpretiert wird.

⁴²⁵ Grimme: *Runde Geschichten*, in: *Wunden* (Hg.): *Wahrheit als Medienqualität*/3. 22.

⁴²⁶ Artikel: „Die neue Sorglosigkeit, in: *FAZ* vom 07.07.2001, Nr. 155/27D. 9. Nach Meinung von Hintz lässt vor allem der ansteigende Konsum von Partydrogen die Hemmschwelle bei Jugendlichen noch weiter sinken.

⁴²⁷ Grimme: *Runde Geschichten*, in: *Wunden* (Hg.): *Wahrheit als Medienqualität*/3. 22.

⁴²⁸ Vgl. Bentele: *Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?*, in: *Wunden* (Hg.): *Wahrheit als Medienqualität*/3. 124f.

Thurnherr fordert deshalb auf, die Medienethik von dem Vorurteil endlich zu befreien, es könne so etwas wie eine „objektive“ oder „sachliche“ Berichterstattung geben.⁴²⁹

Trotz der Problematik um den Begriff der „Objektivität“ ist der Aufforderung Thurnherrs nur bedingt zuzustimmen. Abgesehen von subjektiven Erkenntnisleistungen wie *Selektivität*, *Perspektivität* und *Konstruktivität*, die eine fundamentale Rolle bei jeder journalistischen Realitätsverarbeitung spielen, gibt es nach Bentele durchaus auch objektive Erkenntnisstrukturen. >>Auch wenn sich Realismus weder beweisen noch widerlegen lässt, ist es vernünftig, sie als real anzusehen. Alles Wissen über diese Realität ist *hypothetisch*, also vorläufig, fehlbar, nicht völlig gewiß. Die objektive Realität ist zumindest weitgehend von *subjektiven Erkenntnisstrukturen* eines einzelnen Erkenntnissubjektes *unabhängig* und lässt sich durch Wahrnehmung, Denken und Wissenschaft zumindest teilweise erkennen.<<⁴³⁰

Bentele unternimmt daraufhin den Versuch, zwischen beiden Extrempositionen eine Synthese herzustellen. Der von Bentele favorisierte >>rekonstruktive Ansatz<<, welcher eine >>„elaboriert-realistische“ Position<< bezieht, versucht, ... die >>Probleme des naiv-realistischen, aber auch Probleme unterschiedlicher Varianten des konstruktivistischen Paradigmas zu überwinden<<.⁴³¹ In Anlehnung an die *Evolutionäre Erkenntnistheorie*, die als >>Basistheorie für einen rekonstruktiven Ansatz innerhalb der Kommunikationswissenschaft aufgefaßt werden kann<<, würden nach Bentele „objektive“ Berichterstattungen als >>erfolgreicher im Vergleich zu falschen Wahrnehmungen<< gelten, unwahren Erkenntnissen und verzerrter Berichterstattung, weil die entsprechenden Teilstrukturen aufeinander „passen“ <<.⁴³² Die Grundthesen der *Evolutionären Erkenntnistheorie*⁴³³, die hier nur angedeutet werden können, sind:

1. Es existieren „objektive“, „reale“ Strukturen, die – auch wenn sich der Realismus nicht beweisen lässt – als „real“ anzusehen sind (*hypothetischer Realismus*).
2. Die subjektive Erkenntnisleistung lässt sich durch „Perspektivität“, „Selektivität“ und „Konstruktivität“ differenzieren.

⁴²⁹ Vgl. Thurnherr: Angewandte Ethik zur Einführung. 105.

⁴³⁰ Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 133.

⁴³¹ Bentele, Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 124.

⁴³² Vgl. Bentele, Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 131f.

⁴³³ vgl. Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): 133f; vgl. auch: Vollmer: Was können wir wissen?/1: Die Natur der Erkenntnis. Beiträge zur Evolutionären Erkenntnistheorie, Stuttgart²1988; vgl. Vollmer: Evolutionäre Erkenntnistheorie. Angeborene Erkenntnisstrukturen im Kontext von Biologie, Psychologie, Linguistik, Philosophie und Wissenschaftstheorie, Stuttgart⁷1998.

3. Selektivität als grundlegendes Merkmal des Erkenntnisprozesses trägt zur „Reduktion von Komplexität“ bei.
4. „Objektive“ und „subjektive“ Erkenntnisstrukturen haben „Passungscharakter“.

Dieses Konzept von der „Passung“ stellt nicht nur eine fundierte Begründung für die Möglichkeit von objektiver Erkenntnis dar, sondern erweist sich im Kontext von AIDS-Berichterstattungen und den häufig darin beinhalteten Fehlinformationen oder Halbwahrheiten als unverzichtbar.

Welche *zentralen Grundpositionen*⁴³⁴ lassen sich aus dem von *Bentele* favorisierten „rekonstruktiven Ansatz“ daraufhin formulieren?

1. Es existiert ein vom Berichtersteller relativ unabhängiger Realitätsausschnitt.
2. Nur durch ein Wechselspiel von subjektiven Strukturen der Berichterstattung bzw. des Journalisten und objektiven Wirklichkeitsstrukturen kann Berichterstattung erfolgen.
3. Es gibt sowohl sozial konstituierte Realitätsausschnitte als auch Ausschnitte, die durch die Existenz von Medien mitkonstituiert werden.
4. Nachrichten dürfen nicht nur als Konstruktion, sondern als Rekonstruktion von „Wirklichkeit“ aufgefasst werden.
5. „Wahrheitsgemäße“ und „objektive“ Berichterstattung muss als adäquate „Realitätskonstruktion“ verstanden werden, was nicht nur „normativ sinnvoll“, sondern auch „faktisch realisierbar“ ist.

Aus diesen *Positionen* wird ersichtlich, dass Nachrichten Informationen über Tatsachen oder Sachverhalte von „Wirklichkeiten“ sind. Deshalb existiert die „Tatsache“, die eine „ontische Realität“ ausmacht, weitgehend unabhängig von außenstehenden Journalisten oder anderen Beobachtern. Sie kann als „Realität“ wahrgenommen und adäquat wiedergegeben werden. Damit ist zumindest eine Basis geschaffen, die es sehr wohl ermöglicht, ethische Maßstäbe oder Normen für ein journalistisches Verhalten zu postulieren, auch wenn vorerst noch aussteht, wie diese in die Medienpraxis konkret und kreativ einbezogen werden können.

Der Streit zwischen den verschiedenen Ansätzen wird sich auf Grund dessen so schnell nicht auflösen. Während nämlich die konstruktivistische Position der Meinung ist, es ließen sich keine wirklichkeitsbezogenen Aussagen machen, sind die Vertreter

⁴³⁴ Vgl. Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 134f.

der realistischen Position sehr wohl davon überzeugt, dass es Aufgabe des Journalismus sein muss, mit Hilfe von Richtlinien und Handlungsvorgaben die Wirklichkeit bestmöglich darzustellen. Das »empirisch-analytische« Vorgehen der Konstruktivisten habe allerdings in den Augen der Realisten die Herausnahme des Individuums aus der Theoriebildung zur Folge, so dass jeder ethischen Diskussion die Grundlage entzogen wird – das System werde damit subjektlos, so der Vorwurf. Das normative Vorgehen der Realisten hingegen erinnere an eine »Sonntagphilosophie«, die »wissenschaftlich-methodologisch« nicht ernst zu nehmen sei. Dieses normative Vorgehen sei darüber hinaus zu sehr auf einzelne Individuen bezogen und würde auch soziale Makrophänomene völlig aus dem Blick verlieren, so der Vorwurf der Konstruktivisten.⁴³⁵

Immerhin sind durch einige *problematische Aspekte*⁴³⁶ und Widersprüchlichkeiten innerhalb des *konstruktivistischen* Ansatzes auch Gemeinsamkeiten mit dem *realistischen* Ansatz⁴³⁷ erkennbar, die durchaus Grundlagen bieten könnten, sich auch weiterhin kreativ-konstruktiv mit medienethischen Fragestellungen auseinander zusetzen. Gerade dort, wo innerhalb der eigenen Position Widersprüchlichkeiten auftauchen, werden die Gemeinsamkeiten zwischen beiden Extrempositionen deutlich erkennbar.

In unserem vorliegenden „Fall AIDS“ ist dennoch die Beobachtung wichtig, dass es innerhalb des journalistischen Handelns auch eine „Konstruktion von Wirklichkeit“ gibt – aber eben „nur“ eine „Konstruktion von Medienwirklichkeit“. Diese wird sich nur auf diejenigen Fälle beziehen lassen, wo bewusst eine Verfälschung oder Verzerrung der „Wirklichkeit“ herbeigeführt werden soll. Die Konstruktion einer verzerrten oder gar manipulierten Wirklichkeit führt jedoch in bestimmten Fällen direkt zu verheerenden Folgen. Folgendes Beispiel sei an dieser Stelle angeführt: Wenn z.B. ein Kamera-Team eine Hausfrau vor einem Supermarkt dazu bewegt, ein Waschmittel werbewirksam zu empfehlen, das sie selbst gar nicht benutzt, so liegt in diesem Fall eine beabsichtigte Verfälschung einer „Realität“ vor. Dieses Beispiel zeigt, dass deutlich zwischen einer „Realität“ und einer „Medienrealität“, zwischen „Wirklichkeit“ und „Medienwirklichkeit“, ja zwischen diversen „Wirklichkeiten“ zu unterscheiden ist. Im Gegensatz zu einer verzerrten Darstellung der HIV-Problematik (wie z.B. *„Man könne mit HIV gesund leben“*),

⁴³⁵ Vgl. Krainer: Medien und Ethik. 129.

⁴³⁶ Vgl. Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 127-131; Der Autor benennt hierbei vier problematische Aspekte: a) Konstruktivistische Positionen vereinfachen extrem oder sind missverständlich, b) sie sind trivial, c) sie sind teilweise selbstwidersprüchlich bzw. inkonsistent und d) engen sie die Methodenvielfalt und die journalistische Kritikmöglichkeit ein.

⁴³⁷ Vgl. hierzu auch die Ausführungen von: Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 124ff.

wird im Falle eines evtl. Versagens der Waschkraft mit weitaus weniger verheerenden Folgen für die Betroffenen zu rechnen sein.

Auch wenn diese „Medienwirklichkeit“, wirklich, also real, existiert, so ist und bleibt sie „nur“ als „konstruierte Medienwirklichkeit“ real und muss, so *Bentele*, in Differenz zur „präzisen Wirklichkeit“ gesehen werden. Sein *rekonstruktiver Ansatz*, der eine Synthese zwischen der realistischen und der konstruktivistischen Position beschreibt, ermöglicht es hingegen, dass Nachrichten nicht nur derartige Konstruktionen hervorbringen können, sondern eine *Rekonstruktion von Wirklichkeit*. Die durchaus akzeptable *These von der Rekonstruktion* besitzt nicht nur die Fähigkeit, sich auf reale Dinge beziehen zu können, sondern arrangiert auch, unterschiedliche „Wirklichkeiten“ und „Realitäten“ (soziale Realität, natürliche Realität, Medienrealität usw.) wahrzunehmen und zu unterscheiden.⁴³⁸ Mit der *Rekonstruktion von Wirklichkeit* ist – im Gegensatz zur *puren Konstruktion* – eine realitätsorientierte Wahrnehmung und Medienproduktion gewährleistet.

Trotz der Tatsache, dass Nachrichten im Grunde immer eine Interpretation von Realität zulassen, so muss dennoch zwischen „falschen“ und „richtigen“ Interpretationen, zwischen „falschen“ und „richtigen“ Nachrichten unterschieden werden. Eine »manipulierte und verdrehte Wahrheit ist ein Angriff auf die Freiheit und Würde des Menschen«, so *Deussen*. Im Grunde gilt es nicht eine „Wahrheit“ *an sich*, sondern die „Wahrheit“ von Menschen zu vermitteln. Wenn also bisher galt: »ohne Freiheit keine Wahrheit«, so wird jetzt aus kirchlicher Perspektive das »Streben nach Wahrhaftigkeit« als Beitrag des Journalisten zur politischen Kultur aufgefasst und im Bezug auf *Johannes Paul II* der anthropologische Gedanke geäußert: »Ohne Wahrheit keine Freiheit«.⁴³⁹

Was sich auch immer hinter den Begrifflichkeiten „Wahrheit“ oder „Wirklichkeit“ verbergen mag – eine „Wirklichkeit“ stellt immer nur Konstrukte subjektiver Selektionen, Perspektiven, Deutungen und Wertungen dar. Spricht man sich für den diskutierten *rekonstruktiven Ansatz* von *Bentele* aus, so erscheint es sinnvoll, dass dieser es zumindest theoretisch zulässt, zwischen verschiedenen „Realitätstypen“ (natürliche, soziale, kommunikative, fiktive und mediale Realität) oder „Wirklichkeitstypen“ unterscheiden zu können.

⁴³⁸ Vgl. Bentele: Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 121-142.

⁴³⁹ Vgl. Deussen: Ohne Wahrheit keine Freiheit, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 69. Diese anthropologische Sichtweise vertritt Johannes Paul II. in seinen Äußerungen zur Medienethik anlässlich seines Deutschlandbesuches 1980 vor Medienvertretern.

Zugegeben setzt diese rein theoretische Möglichkeit zur Unterscheidung die praktische Kompetenz des einzelnen Berufsjournalisten voraus, die sich nicht zuletzt auch in seiner Unterscheidungsfähigkeit und -willigkeit äußert. Dies heißt, nicht nur selbstreflexiv wahrzunehmen, dass jeder produzierte Bericht eine subjektive Berichterstattung ist, die sich „nur“ der „absoluten Objektivität“ annähern kann, ohne sie ganz erfassen zu können. Inwieweit aber diese „Annäherung“ gelingt bzw. der Journalist willens und fähig ist, sich dieser „Objektivität“ überhaupt anzunähern, hängt nicht zuletzt auch von seiner eigenen „Intention“ ab. Hierbei bleibt mit *Droesser* zu bedenken: »Das individuelle Subjekt handelt nicht isoliert. ... Die Verwirklichung der eigenen individuellen Absicht muß im Blick auf andere erfolgen, hat von vornherein soziale Relevanz. Wir stehen in Ensembles sozialer Ordnung und bringen sie ständig neu hervor.«⁴⁴⁰ So ist meiner Ansicht nach auch das Bewusstsein innerhalb der journalistischen Praxis zu stärken, dass nicht »Rollen handeln, sondern Subjekte«⁴⁴¹.

Die Kompetenz des Journalisten zeigt sich in seiner benötigten Unterscheidungs- und Kritikfähigkeit – sowohl sich selbst als auch seinem System gegenüber, dessen Teil er durch seine Rollenfunktion selbst ist. Diese Fähigkeiten sind deshalb vonnöten, weil es diverse (konstruierte) „Wirklichkeiten“ oder „Realitäten“ gibt mit jeweils unterschiedlichen Folgen (vgl. Waschmittel-Beispiel). Die Absicht und die evtl. Folgen sind infolgedessen innerhalb des jeweiligen Bezugsrahmens zwischen Institution und Individuum stets neu zu reflektieren. Hierzu bedarf es nicht zuletzt einer „Kultur der Kommunikation“, in der gemeinsame Absichten, Ziele und Erwartungen, aber auch Kritik und Bedenken frei geäußert werden können. Sie gilt es gemeinsam auszuhandeln.

Das kommunikative Hervorbringen gemeinsamer Ziele setzt zugegeben eine Struktur voraus, in der es möglich ist, sowohl sich beidseitig anzuerkennen als auch zur Übernahme der eigenen Verantwortung bereit zu sein. Für den Journalisten heißt dies aber auch, dass es nicht nur eine (Sozial-)Verantwortung gibt, objektivitäts- oder realitätsnah zu berichten, sondern auch eine darüber hinausgehende Verantwortung als verantwortungsbewusstes Handlungssubjekt zwischen verschiedenartigen „Realitätstypen“ unterscheiden zu können und die Produktionsinhalte von Nachrichten auf Grund absehbarer Folgen abzuwägen.

Das Mediensystem hingegen hat dafür zu sorgen, Rahmenbedingungen so zu schaffen, dass es dem einzelnen Journalisten möglich ist, sich nicht nur Regeln einzuverleiben, die das Funktionieren des Systems sichern, sondern sie auch kritisch hinter-

⁴⁴⁰ Droesser: Glück, Pragmatik, Dialog, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 101.

⁴⁴¹ Droesser: Glück, Pragmatik, Dialog, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 101.

fragen zu können. Deshalb fordert *Debatin* wohl zu Recht, dass »professionsspezifische Werte wie Wahrheit, Richtigkeit, Sorgfalt, Kritikfähigkeit, Fairneß und Achtung ... dabei aber nicht nur als okkasionelle Qualitätsstrategien verstanden, sondern als handlungsleitende moralische Normen verinnerlicht werden« sollten.⁴⁴² Seine Forderung lautet deshalb: »Eine solche verantwortungsethisch motivierte Innensteuerung der Medienschaffenden muß freilich durch korporative Selbstverpflichtung ergänzt und vermittelt werden, gleichzeitig ist sie auf die Unterstützung durch kritische Medienöffentlichkeit und mediale Selbstkontrollinstanzen angewiesen.«⁴⁴³

Die Übernahme von Verantwortung im Mediensystem setzt eine hohe ethische Kompetenz nicht nur der einzelnen Journalisten, sondern auch der Institution voraus, die sich darin zeigen könnte, dass nicht von vornherein – aus rein ökonomischen Gründen – darauf verzichtet wird, auch evtl. Folgen des jeweiligen Handelns zu berücksichtigen. Es geht also letztlich um mehr als einen puren Sachverstand oder um berufliches Fachwissen. Es geht um die Fähigkeit des Menschen, zu seinem Handeln auch Stellung zu nehmen, Handlungsalternativen zu entwickeln und demzufolge „richtig“ und „gut“ handeln zu können.⁴⁴⁴ Das Wahrnehmen von Handlungsalternativen setzt wiederum die Befähigung voraus, die von außen vermittelten Handlungsmuster und -vorgaben nicht einfach kritiklos zu verinnerlichen, sondern interpretativ zu übernehmen und gemäß den jeweiligen Umständen abzuändern.⁴⁴⁵

Das Kernproblem innerhalb des Mediensystems zeigt sich meiner Ansicht nach in einer mangelnden Bereitschaft zur *Selbstreflexion*⁴⁴⁶. Nicht zuletzt deuten auch die zahlreichen Debatten um medienethische Ansätze auf dieses Problem hin: Entweder wird eine individualethische Fundierung journalistischen Handelns unterstützt, oder die journalistische Praxis wird allein auf institutionelle Komponenten reduziert. Letzteres hat

⁴⁴² Debatin: Verantwortung im Medienhandel, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 122.

⁴⁴³ Debatin: Verantwortung im Medienhandel, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 122.

⁴⁴⁴ Menschen erkennen zwar häufig, was gut und was richtig ist, sind aber aus verschiedenen Gründen häufig nicht in der Lage, das Erkannte auch in die Tat umzusetzen. Deshalb ist richtiges und gutes Handeln immer im Kontext des individuellen Könnens, des Wollens, aber auch in der Spannung zwischen inneren und äußeren Einflussfaktoren, Ansprüchen und Vorgaben zu sehen, die die individuelle Entscheidungs- und Handlungsfreiheit einschränken können.

⁴⁴⁵ Vgl. dazu: Droesser: Glück, Pragmatik, Dialog, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 101. Selbst hinter einem »stillschweigenden Gehorsam verbirgt sich an sich ethische Entscheidung – daß es der vorgegebene Plan auch wert ist, sich von ihm einspannen zu lassen«<. Die von „außen“ auferlegten „Imperative“ werden mitunter instrumentalisiert, und zwar dann, wenn sie mir selbst von Nutzen sind (Ebd. 102). Die Spannung zwischen „innen“ und „außen“ zwischen „äußerer Verpflichtung“ und „innerer Neigung“ mündet unweigerlich in die Frage: Will und kann ich das, was mir andere auferlegen, verlangen, erwarten auch vor mir und anderen verantworten und ist mein mögliches Handeln ethisch „gut“ oder „richtig“?

⁴⁴⁶ Vgl. dazu: Krainer: Medien und Ethik. 173. Hierbei wird deutlich, dass die Forderung zur „Selbstreflexion“ innerhalb journalistischen Handelns häufig mit Widersprüchen und Barrieren aus dem Arbeitsalltag des Journalisten konfrontiert wird.

zur Folge, dass es keine Verantwortungsübernahme durch den einzelnen Journalisten gibt – und sicher auch nicht durch die Institution. *Thurnherr* schlägt daher für alle an der medialen Vermittlung von Informationen Beteiligten vor, sich einem „Reflexionsprozess“ zu unterziehen, der sich an »Grundregeln der Urteilskraft qua gesunden Menschenverstandes« orientiert, die *Kant* in seiner *Kritik der Urteilskraft* entfaltet hat.⁴⁴⁷

Ein solcher Vorschlag wirft freilich nicht nur die Frage nach der Zumutbarkeit und Unzumutbarkeit von Verantwortungsübernahme auf, sondern auch die Frage, von *wem* denn der sog. „gesunde Menschenverstand“ einzufordern oder zu erwarten ist. Wenn davon auszugehen ist, dass es so etwas wie „Freiheit“ gibt, die als grundlegende Bedingung die Möglichkeit bietet, verantwortlich menschlich zu handeln, dann muss diese „Freiheit“ als Garantie eingefordert werden, um überhaupt erst frei entscheiden und handeln zu können. Es muss ermöglicht werden, dass innerhalb der vorgegebenen Rahmenbedingungen und -strukturen der einzelne Journalist seine „Freiheit“ auch verwirklichen kann, d.h. die jeweilige Institution muss „Garantien“ der Freiheit einräumen, um das Verantwortungsbewusstsein des einzelnen Journalisten zu stärken, denn: „Freiheit“ und „Verantwortung“ bedingen einander: »Wie verantwortliches Handeln ohne Handlungsfreiheit nicht verwirklicht werden kann, so kann freies Handeln nicht frei von Verantwortung sein.«⁴⁴⁸ Ein Rückzug aus eigener Verantwortungsübernahme ist deshalb ein Rückzug aus der eigenen Entscheidungs- und Handlungsfreiheit und ein Hinwenden zur Determination. Um jedoch ethisch kompetent handeln zu können, bedarf es ohne jeden Zweifel der „Freiheit“. Die Frage ist hier allerdings, wie das einzelne Handlungssubjekt sein Handeln selbstbestimmt und frei ausrichten und vollziehen kann. Da freies Handeln nicht aus sich heraus schon sittliches Handeln bedeutet, zeigt sich die sittliche Kompetenz einzelner Subjekte durch vernünftiges Urteilen und Handeln. Geht man davon aus, dass die Grundlage jeden Urteilens und Handelns „Freiheit“ voraussetzt, so kann der Mensch als ein durch „Freiheit“ ausgezeichnetes Wesen bezeichnet werden, das befähigt wird, selbstbestimmt und selbstverantwortlich zu handeln. Ohne „Freiheit“ ist der Mensch nicht fähig, selbstbestimmt zu handeln – er könnte nur auf äußere Einflüsse reagieren. Ein fremdbestimmter Mensch ist nicht nur in seiner eigenen „Freiheit“ eingeschränkt. Er könnte auch für sein Handeln nicht zur Verantwortung und zur Rechenschaft gezogen werden.

⁴⁴⁷ Vgl. Thurnherr: Angewandte Ethik zur Einführung, 107.

⁴⁴⁸ Debatin: Verantwortung im Medienhandeln, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 116; vgl auch: Pieper: Einführung in die Ethik, Tübingen u. Basel ⁴2000.

Nicht zuletzt auch deshalb hat der Journalist aufgrund seiner ihm gegebenen „Freiheit“ ein *verantwortungsbewusstes Umgehen* mit der eigenen „Rolle“ zu leisten. Das „Prinzip der Freiheit“ veranlasst ihn zur >>Selbstverpflichtung und Selbstkontrolle<<. Dies wiederum setzt sowohl *moralische Kompetenz* als auch die *Fähigkeit zur Kritik und Selbstkritik* voraus.⁴⁴⁹

Der Begriff der „Freiheit“⁴⁵⁰, wie immer man ihn fassen will, ermöglicht Handlungen, die selbstbestimmt und unabhängig von äußeren Einflüssen vom Handlungssubjekt zu vollziehen. Ausgehend davon, dass der einzelne Mensch sich selbst grundsätzlich für eine Handlung motivieren und sich dafür oder dagegen entscheiden kann, ist er nicht nur Ursache seiner Handlungen, sondern auch für deren unmittelbaren und mittelbaren Folgen *selbst* verantwortlich. Diese Sichtweise setzt allerdings die Grundlage voraus, dass das Handlungssubjekt selbst in der Lage ist, seinen „Willen“ zu reflektieren und zu kontrollieren.

Die Einschränkung der „Freiheit“ wird dort sichtbar, wo vorgegebene Rahmenbedingungen und Systemzusammenhänge unser eigenes Handeln und Wollen zu beeinflussen wissen. Dies verkompliziert die Lage des einzelnen Akteurs, denn seine Handlungen finden nicht in einem luftleeren Raum statt. Er befindet sich vielmehr unter bestimmten Bedingungen von z.B. Arbeitsteilung und Arbeitsdelegation, innerhalb dieser er seine Rollenerwartungen auszuführen hat.⁴⁵¹ Die Verantwortungsübernahme durch den einzelnen Akteur kann nicht ohne Beachtung der ihn umgebenden Bedingungen vollzogen werden, denn die >>konkrete Handlung des Einzelnen findet in konkreten Situationen statt, deren spezifische kontingente Bedingungen aus seiner Perspektive als Gegebenheit akzeptiert werden müssen ...<<⁴⁵². Kaminsky spricht in diesem Zusammenhang von einer *verantwortbaren Medienpraxis*, mit dem Ziel, der >>Entwicklung der Medienpraxis eine verantwortbare Richtung<< zu geben, die zur >>Konkretheit verpflichtet<< und nicht auf einer >>abstrakten Theoriebildung<< verbleibt.⁴⁵³

⁴⁴⁹ Vgl. dazu: Stapf: Formen medienethischer Selbstkontrolle am Beispiel amerikanischer Modelle, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 151f.

⁴⁵⁰ Der Begriff Freiheit beschreibt nicht nur ein grundlegendes Menschenrecht, sondern eine zentrale anthropologisch-ethische Kategorie. Allerdings setzt das Wahrnehmen der Freiheit ein Bewusstsein der eigenen Situation als ein Bewusstsein über sein Subjektsein voraus. Vgl. dazu: Greis, Freiheit. Die Grundlage konkreter Sittlichkeit, in: Hunold u.a. (Hg.): Theologische Ethik. 130-148; Droesser: Glück, Pragmatik, Dialog, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 99-112.

⁴⁵¹ Vgl. dazu auch: Debatin: Verantwortung im Medienhandeln, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 117.

⁴⁵² Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 43.

⁴⁵³ Vgl. Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 46; vgl. auch die Ausführungen von: Mieth: Wahrhaft sein – warum?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 85-101, bes. 90-92.

Eine konkret ethische Verhaltensregel für journalistisches Handeln stellt ohne jeden Zweifel die *individuelle Verantwortung* dar, wahrheitsgemäß und objektiv zu berichten. Deshalb ist auch zu Recht eine Verantwortungsübernahme für das eigene Handeln zu fordern, und zwar sowohl auf Seiten des Mediensystems, der Medienproduzenten und ihren Vermittlern als auch auf Seiten der Konsumenten.

Auf Seiten der Produzenten ist die Verantwortung für mögliche Folgen zu übernehmen. Dieser Forderung entspricht auch *Max Webers* Begriff der *Verantwortungsethik*⁴⁵⁴. Es genügt nicht, sich nur die »moralischen Verdienste« für z.B. Enthüllungen oder Skandale anrechnen zu lassen. *Krainer* plädiert deshalb nachhaltig für „Transparenz“ innerhalb des Mediensystems. Diese bezieht sich sowohl auf das »Sichtbarmachen von Handlungsfolgen auf unterschiedlichen gesellschaftlichen Ebenen«, auf die »Offenlegung der eigenen Position (von Journalisten)« als auch auf die »Herstellung von Transparenz für getroffene (Vor)Entscheidungen«.⁴⁵⁵ Die Forderung nach Transparenz könnte auch innerhalb einer *individualethischen Reflexion* über verantwortliches Handeln genutzt werden, so dass »Handlung, Mittel und Zwecke ... im Hinblick auf damit verbundene Werte, Normen und Handlungsfolgen moralisch reflektiert und als von Subjekt zu Verantwortendes bestimmt werden« könnte.⁴⁵⁶

Alle ethischen Frage- und Problemstellungen werden sich aber nur in einer gemeinsamen und offenen Diskussion unterschiedlichster Disziplinen erörtern lassen. Auch wenn *Weischenberg* der Meinung ist, dass sich Medien überhaupt primär an ökonomischen Maßstäben orientieren und deshalb die Ökonomie als einziges Bezugssystem für medienethische Reflexion in Frage kommt⁴⁵⁷, kann ihm dahingehend widersprochen werden, dass Medienethik weder auf ein monologisches Unterfangen noch auf ökonomische Maßstäbe zu reduzieren ist, denn: Medienethik hat eine soziale Relevanz und ist daher auf ein multiperspektivischen und interdisziplinären Diskurs angewiesen. »Ohne kompetente Diskussionsbeiträge aus medienpraktischer, technischer, juristischer, soziologischer, psychologischer, ökonomischer und vor allem moralphilosophi-

⁴⁵⁴ Vgl. hierzu: Weber: *Politik als Beruf*, Berlin 1993. Der Begriff der *Verantwortungsethik* wurde maßgeblich durch Weber geprägt. In seinen Ausführungen unterscheidet er zwischen einer Verantwortungs- und einer Gesinnungsethik. Während eine *Gesinnungsethik* Handlungen in erster Linie nach ihren Motiven und Maximen beurteilt, reflektiert eine *Verantwortungsethik* nach Weber vor allem auf die tatsächlichen (vorhersehbaren) Folgen einer Handlung.

⁴⁵⁵ Vgl. *Krainer: Medien und Ethik*. 167. Die von der Autorin geforderte Herstellung von Transparenz journalistischer Praxis könnte durchaus zur Offenlegung des Mediensystems für den Konsumenten beitragen und ihn zum „systembewussten Rezipienten“ verhelfen; vgl. auch: *Pöttker: Prinzip Folgentransparenz*, in: *Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3*. 103-118.

⁴⁵⁶ *Stapf: Formen medienethischer Selbstkontrolle am Beispiel amerikanischer Modelle*, in: *Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis*. 151.

⁴⁵⁷ Vgl. *Weischenberg: Medienethik*, in: *Pieper; Thurnherr (Hg.): Angewandte Ethik*. 237.

scher Perspektive kann die konkrete Vermittlung von Können und Sollen nicht gelingen. Erst durch die diskursive Mediation der vielfältigen, relevanten Perspektiven können angemessene und realisierbare Praxisnormen hervorgebracht werden.<<⁴⁵⁸

Welche Handlungsnormen und -leitlinien in Zukunft aus dem gemeinsamen ethischen Diskurs um Verantwortung entspringen, bleibt vorerst offen. Jedenfalls wird mehr als deutlich, dass die >>Auseinandersetzung mit dem Begriff Medienethik, d.h. mit der Herkunft, den Aufgaben, Zielen und Verfahrensweisen einer normativ-ethischen Reflexion auf Medienpraxis<< unverzichtbar ist. Denn Medienethik ist keine >>Modeerscheinung<<, so *Kaminsky*, sondern >>notwendiger Bestandteil der Organisation von Gesellschaften, in denen das Leben der Einzelnen wesentlich von Medienpraxis geprägt ist<<.⁴⁵⁹

Bezüglich AIDS ist davon auszugehen, dass die Berichterstattungen und die dadurch produzierte „Medienrealität“ nicht nur nachhaltig das „HIV-Risikobewusstsein“, sondern auch das „soziale Verhalten“ der Menschen und die „Einstellung“ gegenüber den Betroffenen bis heute prägt. Sie liefern damit nicht nur Orientierungen, sondern vermitteln Verhaltensmuster und entzünden bisweilen immer wieder Flächenbrände mit verheerender Wirkung.⁴⁶⁰ *Siegert* mahnt daher eindringlich: >>Je stärker die spezifischen Wirklichkeitsproduktionen verschiedener Medien einander gleichen, ineinandergreifen und ein Netz „schlüssiger“ Medienrealität liefern, desto mehr droht die Transformation von Medienrealität in Rezipientenrealität zu einer puren Übernahme von Medienrealität in eigene Erfahrungs- und Wissensbestände zu werden.<<⁴⁶¹

Die Integration falscher oder sich widersprechender Sachverhalte in Bezug auf HIV und AIDS in eigene Erfahrungs- oder Wissensbestände machen dies nur allzu deutlich. Wird ein durch Medien vermittelter Sachverhalt einmal gesellschaftlich akzeptiert, wird er häufig nicht mehr hinterfragt, sondern als „fraglos“ gegeben hingenommen. Nicht zuletzt auch wegen der „Gefahr“ einer puren oder naiven Übernahme von konstruierter Medienrealität in unsere Rezipientenrealität ist die selbstreferentielle Systemverslossenheit des Konstruktivismus zu kritisieren, und zwar deshalb, weil die konstruierte In-

⁴⁵⁸ Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 47.

⁴⁵⁹ Kaminsky: Medienethik – Ein Engagement zwischen Verunsicherung und Verantwortung, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 50f.

⁴⁶⁰ Die Folgen der anfänglichen hysterischen BSE-Berichterstattungen für die einzelnen betroffenen Landwirte und ihre Familien sind angesichts der Stigmatisierungs- und Diskriminierungstendenzen kaum zu ergründen.

⁴⁶¹ Siegert: „... so eine Art Erfahrungssurrogat“?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 57. Ihr Beitrag basiert auf eine qualitativ angelegten Untersuchung zum Umgang der Rezipienten mit der Medienrealität.

formation kein differenziertes Verhältnis zum Gegenstand der Information, zur erkennenden „Realität“ hat. Das Problem liegt meiner Ansicht nach zunehmend im reinen Erfinden einer „Medienrealität“, anstatt eine „Realität“ zu suchen, die es angeblich gar nicht mehr wert sein soll, entdeckt zu werden. Auf Seiten der Konsumenten ist infolgedessen eine kritischere Mediennutzung zu postulieren, die auch das Bewusstsein mit einschließt, welche Konsequenzen aus dem täglichen Medienverhalten folgen können.

3.1.3. Konsumentenethik: Der Konsument und seine ethische Kompetenz

Die in jüngster Zeit verstärkt aufkommende Diskussion um die Bezugsgruppe der Rezipienten zeigt, welche Rolle die Öffentlichkeit im Prozess der Massenkommunikation einnimmt. Sie deutet aber auch auf die Pflicht zur Verantwortungsübernahme jener hin, die im Kontext neuer Informationstechnologien als „Informationsempfänger“ bezeichnet werden. Der Disput um die Frage, wer diese „Informationsempfänger“ denn eigentlich seien, was die „Öffentlichkeit“, wer das „Publikum“ oder der „Konsument“ ist, beweist, wie komplex und neu das Feld um die Publikumsethik überhaupt ist. Wie steht es aber mit dem „Informationsempfänger“ selbst? Nimmt er tatsächlich „nur“ die Rolle des „Empfängers“ ein, oder ist er auch „Sender“ einer Botschaft – und wenn ja – welcher?

3.1.3.1. Die Rolle des „naiven“ Konsumenten?

Die gestellten Fragen weisen deutlich darauf hin, dass die Publikums- oder Konsumentenethik noch eine relativ neue Disziplin innerhalb medienethischer Reflexion ist und deshalb ihren „Platz“ dort noch einzufordern hat. Auch wenn die Ebene der „Öffentlichkeit“ im Gegensatz zur „Ethik des Journalisten“ *extern* angelegt ist, muss auch hier die Frage nach der Zumutbarkeit einer Verantwortungsübernahme gestellt werden.

Ausgehend von dem Verständnis einer dialogischen Struktur menschlicher Kommunikation erscheint es allerdings sekundär, wie nun diese Bezugsgruppe überhaupt zu nennen ist. Ob nun *Wunden* sich in diesem Zusammenhang für die Bezeich-

nung »Medienteilnehmer«⁴⁶² ausspricht, oder andere Begrifflichkeiten, wie z.B. Publikums-, Konsumenten-, Rezeptionsethik die Diskussion um die „Öffentlichkeit“ prägen: Es gilt allemal die aktive Rolle des Rezipienten herauszustellen, der als kritischer Mediennutzer Informationen differenziert aufzunehmen weiß.

Als ethisches Subjekt hat der Konsument – ebenso wie sein Gegenüber (Journalist, Berichterstatter) – hier aktive Verantwortung zu übernehmen. Diese Mitverantwortung aller an der öffentlichen Kommunikation entsteht nach *Christians* durch jene „kollektive Verantwortung“. Diese »communal responsibility« beinhaltet seiner Ansicht nach eine umfassende moralische Pflicht des Gemeinwesens, soziale Prozesse, wie z.B. die gesellschaftliche Kommunikation, mit zu überwachen.⁴⁶³

Medienethik wendet sich demnach an *alle*, die in irgendeiner Weise mit der Vermittlung von Informationen zu tun haben. Die Bedeutung des Konsumenten im Kontext menschlicher Kommunikation und der Informationsgestaltung ist nicht mehr wegzudenken. Es ist deshalb nur konsequent, nochmals deutlich zu machen, dass die Ethik des Journalismus niemals nur die journalistische Praxis, sondern immer auch den Rezipienten oder Konsumenten betrifft, denn: Menschliche Kommunikation ist kein monologisches Unterfangen, sondern ein dialogisches Experiment zwischen „Sender“ und „Empfänger“.

So versucht auch *Thurnherr* dem Konsumenten einen „Platz“ innerhalb journalistischer Ethik zu sichern. Er mahnt deshalb eindringlich davor, dass vor »dem Hintergrund unseres Wissens über die Schwierigkeiten menschlicher Kommunikation und über die Probleme der Interpretation und des Verstehens ... auch der Rezipient nicht mehr weiter auf seine Rolle des Naiven beharren« darf.⁴⁶⁴ Um der Rolle des „naiven“ Konsumenten entgegenwirken zu können, bedarf es der ethischen Aufgabe und Kompetenz, mit Hilfe des erweiterten Bildungsniveaus Nachrichten differenziert einzuordnen und mittels von Wertüberzeugungen eigene Urteile fällen zu können. Ist diese ethische Aufgabe aber überhaupt vom Konsumenten unter der Berücksichtigung individueller Einschränkungen zu erfüllen, denn: Menschen zeigen unterschiedliche Motivationen, sich den Medien und ihren Inhalten zuzuwenden und gehen daher unterschiedlich mit ihnen um?

⁴⁶² Vgl. Wunden: Auch das Publikum trägt Verantwortung, in: Funiok (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. 124.

⁴⁶³ Stapf: Formen medienethischer Selbstkontrolle am Beispiel amerikanischer Modelle, in: Schicha; Brosda (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. 160; vgl. Christians: Gibt es eine Verantwortung des Publikums?, in: Wunden (Hg.): Medien zwischen Markt und Moral/2. 258.

⁴⁶⁴ Thurnherr: Angewandte Ethik zur Einführung. 106.

Unsere multimediale Landschaft mit all ihren zahlreichen und noch so ausgefeilten, aber nicht mehr zu überschauenden Möglichkeiten der Informationsbeschaffung und -nutzung ist kein Garant mehr für eindeutige und objektive Informationen. Hier bedarf es vor allem der Fähigkeit, selektiv zwischen verschiedenen Informationsangeboten vorzugehen, wenn der Konsument sich durch Medien nicht erschlagen lassen will. Denn Fluten von Informationen strömen tagtäglich auf ihn ein, die kaum noch aufgenommen und nur noch unter erheblicher Anstrengung verarbeitet werden können. Die Grenze der individuellen Verantwortungszuschreibung scheint daher bald schon erreicht.⁴⁶⁵

Nicht zu vergessen ist, dass Massenmedien als „Vermittler“ unzählige Informationen, Botschaften und Meinungen für einen Großteil der Gesellschaft bereitstellen, und für viele Menschen darüber hinaus auch die Funktion der „Sinnggebung“ erfüllen. Da Medien als »aktiv in die gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit eingreifende Instanzen der Sinnggebung zu sehen« sind, wird die „Medienrealität“ dann »... real, relevant und konkret ...«, wenn »... sie das soziale Verhalten von Menschen nachhaltig prägen und ihnen Orientierung beispielsweise in Form öffentlicher Verhaltensmuster geben kann«. ⁴⁶⁶ Den Umgang mit und den Einfluss von Medienrealität auf die Rezipientenrealität entfaltet *Siegert* in einem Vier-Punkte-Katalog⁴⁶⁷:

1. Aktives oder passives Konsumverhalten im Nutzungsprozess kann sich auf die individuelle Verarbeitung von Medienrealität auswirken.
2. Mangelnde Objektivität führt dann häufig zu einem Verlust an Glaubwürdigkeit und Wahrhaftigkeit der Medienberichterstattung, wenn dieser als wesentlich von den Medien verursacht angesehen wird.
3. Auf den Prozess der individuellen Wirklichkeitskonstruktion kann die Medienrealität einen erheblichen Einfluss nehmen.
4. Die Inhalte einer Medienrealität sind für die Rezipienten von immenser Bedeutung und dies trotz eines größeren Einflusses persönlich erlebter Erfahrungen im Alltag der Menschen, d.h.: ... »Ob und welche Strategien der „Wahrheitsfindung“ angewendet werden, hängt damit nicht nur von der Mediensozialisation, dem Bildungsgrad und der milieuspezifischen Lebenswelt ab, sondern auch vom persönlichen Interesse«. ⁴⁶⁸

⁴⁶⁵ Vgl. dazu: Krainer: Medien und Ethik. 202-204.

⁴⁶⁶ Siegert: „... so eine Art Erfahrungssurrogat“?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 47.

⁴⁶⁷ Vgl. Siegert: „... so eine Art Erfahrungssurrogat“?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3.

58.

⁴⁶⁸ Siegert: „... so eine Art Erfahrungssurrogat“?, in: Wunden (Hg.): Wahrheit als Medienqualität/3. 58.

Gerade das zurückgehende persönliche Interesse an Informationen zu HIV und AIDS könnte ein Indiz dafür sein, dass die Wahrnehmung und Rezeption von Medien der Aufklärungskampagnen nachhaltig „gestört“ ist. Fehlinformationen oder gar Manipulationen zeigen sich hierbei als weitere Störfaktoren, die vom Konsumenten auf Grund einer immensen Informationsflut kaum mehr als solche identifiziert und wahrgenommen werden können. Es ist daher für den Konsumenten umso notwendiger zu wissen, dass Journalisten ihn teils mit „naiven“ Weltansichten⁴⁶⁹ konfrontieren, ja manchmal auch damit erschlagen. Die „Macht der Medien“ liegt nicht zuletzt in der gezielten und wissentlichen Einsetzung von Moral⁴⁷⁰, die mit bestimmten „Positionen“ besetzt ist.

Auch wenn nicht grundsätzlich davon ausgegangen werden kann, dass Medien gezielt Berichte manipulieren oder frei konstruieren, so stellen Nachrichten dennoch immer etwas „Subjektives“ dar. Diese subjektiven Berichte werden dem Konsumenten verabreicht und es >>... hängt jetzt vor allem allein von der Persönlichkeit des Rezipienten ab, von seiner Bildung, seiner Intelligenz, seiner Selbsteinschätzung, seiner Flexibilität⁴⁷¹, welche „Wirkung“ diese bei ihm entfalten. Auch wenn Menschen mit besserer Bildung und höherer Medienkompetenz die erweiterten Medienangebote zwar leichter nutzen können, führt ein zu großes Informationsangebot dennoch häufig zur Überforderung. Die Vielfalt und die Menge der Medienangebote sind von den Mediennutzern nur noch sehr schwer beherrschbar, so dass mit der Entfaltung des Informationsangebotes sich auch die Kluft zwischen den „gut“ informierten und den „schlecht“ informierten Menschen weiter vergrößert.⁴⁷²

Die Masse der Medien bringt darüber hinaus die Schwierigkeit hervor, zwischen „Wirklichkeit“ und „Fiktion“, zwischen „Wahrheit“ und „Fälschung“ zu unterscheiden, vor allem dann, wenn eine Unterscheidung durch das Mediensystem selbst ausbleibt oder verhindert wird und die „Realität“ nur noch durch „Self-making“ gekennzeichnet ist, wenn Fakten und Daten hinter der Konstruktion einer Medienrealität zurückfallen.

⁴⁶⁹ Hierbei ist zu bedenken: Entweder hat der Journalist häufig selbst eine naive Weltansicht oder er ist sich bewusst, dass er Wirklichkeiten der Gesellschaft konstruiert.

⁴⁷⁰ „Moral“ wird hier als ein Regelsystem einer Gesellschaft verstanden, das bestimmte Übereinkünfte in Normen formuliert.

⁴⁷¹ Mackenthun: Massenmedien und AIDS-Berichterstattung, in: Rosenbrock; Salmen (Hg.): AIDS-Prävention. 79.

⁴⁷² Vgl. hierzu auch die Ausführungen: Kirchenamt der Evangelischen Kirche und Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.): Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. 28-31.

3.1.3.2. Der Konsument als ethisches Subjekt

Wenn der Konsument jedoch als ethisches Subjekt und nicht als Pappfigur in Erscheinung treten will, dann lassen sich auch auf Seiten der Konsumenten Individuen ausmachen, denen auch Verantwortung abzuverlangen ist. Die Schwierigkeit, die eine Publikumsethik mit sich bringen mag, liegt im ausbleibenden Bewusstsein darüber, dass jeder Konsument nicht nur durch seine aktive Teilnahme an Mediennutzung, sondern auch durch sein passives Verhalten die Medienproduktion wesentlich beeinflussen kann. Deshalb setzt die Idee der Konsumentenverantwortung am Ideal der aktiven und eigenverantwortlichen Mediennutzer an, der seine Medienrezeption kompetent und kritisch auszuwählen weiß. Für den erfahrenen und selbstreflexiven Konsumenten ist es auch einfacher, die Pluralität nicht nur der Medienproduktionen wahrzunehmen. Die Basis für diese Konsumentenethik, so *Debatin*, ist das »Postulat der sozialen Mitverantwortung des mündigen und aufgeklärten Bürgers an seiner natürlichen, sozialen und medialen Umwelt«.⁴⁷³

Es bedarf also nicht nur der Mündigkeit der Medienmacher, sondern auch der Mündigkeit des Konsumenten im Mediensystem.⁴⁷⁴ Was heißt das aber konkret? Jeder kritische Konsument ist Teil eines ethischen Mediensystems, d.h. ohne kritische Leser, Hörer usw. gibt es kein solches ethisches System. Aus diesem Grunde scheint es notwendig, Kriterien einer Publikumsethik aufzuzeigen, die es ermöglichen, dass sich der Konsument – unter Berücksichtigung seiner eigenen Biographie und individuellen Einschränkungen – zu einer starken Persönlichkeit innerhalb des Mediensystems entwickeln kann. Es gilt also der Frage nachzugehen, welche grundlegenden Fähigkeiten Konsumenten zu entwickeln haben, um überhaupt Verantwortung im Medienbereich übernehmen zu können.⁴⁷⁵ Folgende Kriterien sind hier zu nennen:

1. Der Konsument sollte sich bewusst werden, welche *Rahmenbedingungen* Journalisten vorzufinden haben (Systembewusstsein).
2. Auch die bereits angesprochene *Unterscheidungsfähigkeit* des Konsumenten stellt ein wichtiges Kriterium dar, d.h. er sollte lernen, zwischen unterschiedlichen Arten von Berichten zu unterscheiden.

⁴⁷³ *Debatin*: Verantwortung im Medienhandeln, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 122; vgl. dazu auch: Funiok: Grundfragen einer Publikumsethik, in: Funiok (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. 107-122.

⁴⁷⁴ Vgl. dazu auch: Voß: Mündigkeit im Mediensystem. Hat Medienethik eine Chance?, Baden-Baden 1998.

⁴⁷⁵ Vgl. auch: Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.): Päpstlicher Rat für die Sozialen Kommunikationsmittel: Ethik in der sozialen Kommunikation, Arbeitshilfen Nr. 153, Bonn 2000. 17-24.

3. Der Konsument sollte darüber hinaus die *Fähigkeit zur Kritik* gegenüber den Mediensystemen, Medienproduzenten, Medienprodukten und ihren Vermittlern entwickeln.
4. Der Konsument sollte des Weiteren die *Fähigkeit* besitzen, *selbstreflexiv*, aber auch *selbstkritisch*, *eigene* Meinungen zu bilden.
5. Der Konsument sollte letztlich auch die Möglichkeit nutzen, durch *aktives* oder *passives* Verhalten im Medienalltag oder durch öffentliche Kontrolle eines unabhängigen Medienrates seinen *Einfluss auf die Medienproduktion geltend* zu machen.⁴⁷⁶

Insgesamt wird deutlich, dass im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht tiefgreifend alle Fragen einer Journalisten- und Konsumentenethik diskutiert werden können. Im Zentrum steht weniger das Postulieren ethischer Idealnormen im Kontext des Medienalltags, sondern – unter Berücksichtigung möglicher Einschränkungen sowohl auf Seiten des Journalisten als auch auf der des Konsumenten – das Beschreiben und Diskutieren subjektiver Perspektiven *aller*, die mit der Produktion und Vermittlung von Informationen in Berührung kommen.

3.2.4. Verantwortung als ethisches Leitprinzip

Was bleibt nun am Ende der Reflexion? Welche Probleme oder weiterführende Fragen ergeben sich?

Aus dem bisher Diskutierten wird erkennbar, dass ethisch formulierte Ideale in der Praxis immer wieder häufig auf Einschränkungen stoßen. So stellen z.B. journalistische Rahmenbedingungen, Konkurrenzkämpfe oder die zunehmende Kommerzialisierung von Medienprodukten Hindernisse dar, „ideale“ Maßstäbe konkret in die Praxis umsetzen zu können. Die Kluft bzw. die Spannung zwischen *Theorie* und *Praxis* macht also deutlich, dass innerhalb einer Medienethik häufig „nur“ Ideale postuliert werden können, die bestenfalls die Richtung angeben, an der sich die journalistische Praxis zu orientieren hat.

⁴⁷⁶ Vgl. dazu auch: Debatin: Verantwortung im Medienhandeln, in: Wunden (Hg.): Freiheit und Medien/4. 122f; vgl. auch: Weil: Die Medien und die Ethik. Grundzüge einer brauchbaren Medienethik, Freiburg/Breisgau u. München 2001.

Dennoch erscheint es mehr als sinnvoll, zwischen einer dogmatisch postulierten absoluten Wahrheitspflicht und einer puren Willkürlichkeit die Optimierung einer präzisen rekonstruierten Wahrheitssuche zu fordern, die „Wahrheit“ als leitenden Wert- und Qualitätsbegriff versteht und angeleitet ist durch den permanenten Versuch, adäquat und objektiv die Dinge so darzustellen, wie sie sind. Aus einer gegebenen Verantwortung heraus muss dabei bedacht werden, dass jede Art von konstruierten oder manipulierten Wirklichkeitsdarstellungen sowohl gesellschaftliche als auch sozialpsychologische Effekte auslösen kann. Hier gilt es öffentlich das Bewusstsein zu fördern, dass Massenmedien zunehmend die Zentralstelle besetzen, in der auch naive Weltperspektiven produziert werden können.

Die ethische Selbstaufgabe für das „Ideal“ eines Journalisten fordert nicht nur eine starke und von Verantwortungsbewusstsein geleitete Persönlichkeit, sondern auch die Fähigkeit, durch rationale Argumente überzeugen zu können.

Neben der ethischen Bildung des Konsumenten, die sich sowohl in der Kritik- als auch in der Unterscheidungsfähigkeit zeigen wird, braucht es eine starke Persönlichkeit des Journalisten, der um die Funktion seines eigenen Systems Bescheid weiß. Gerade auf der Suche nach Realität und Wahrheit wird der einzelne Journalist immer wieder an Grenzen der System-Struktur und seiner ihm umgebenden Arbeitsbedingungen kommen. Die Gefahr dabei besteht ohne jeden Zweifel, dass Journalisten durch das System Medien angehalten werden, Wirklichkeitskonstruktionen zu basteln und diese als „absolute Wahrheit“ auszugeben.

Wo immer es um Medienproduktion oder um Informationsvermittlung geht, gibt es eine Vielzahl von Prognosen, Deutungen, Perspektiven, Vermutungen und Unterstellungen über bestimmte Sachverhalte. Dennoch muss klar sein, dass der Journalist nicht im Stande ist, *die* „Wahrheit“ oder *die* „Wirklichkeit“ vollends zu identifizieren. Nichtsdestoweniger wird von ihm deshalb ein ethisches Einfühlungsvermögen abverlangt, Erkenntnisse und Recherchen nie als „absolute Wahrheit“ verkaufen zu wollen.

Seine aus der eigenen Biographie entsprungenen subjektiven Deutungen und Wertungen werden ihn allerdings anleiten, zu Selektieren und *seiner* Perspektive darzustellen. Unter dem Druck der Auftraggeber, die die Ziele vorgeben, und unter dem Druck des Publikums, das Berichte in bestimmte Richtungen erzwingt, steht der Journalist mit seiner ethischen Verantwortung, die die Frage enthält: Wozu sind Medien nicht „nur“ *faktisch* da, sondern wozu sollen sie da sein? Nicht nur diese Frage, sondern auch die Verantwortung bleibt beim Journalisten – sie kann nicht an der Tür von Institutionen ab-

gegeben werden. Die Suche nach Wahrheitskriterien muss deshalb weiterhin Ziel jedes journalistischen Handelns sein. Nur durch die optimale Wahrheitsfindung wird gewährleistet sein, die Ent- und Unterscheidungsbildung in der Gesellschaft konstruktiv zu fördern.

Es ist auf Grund der bisherigen Arbeit davon auszugehen, dass die Medienproduktion und -vermittlung mitunter durch politische, ökonomische, medizinische u.a. Sachzwänge mitunter stark beeinflusst und geleitet wird. Ethische Probleme scheinen hier vorprogrammiert. So ist es leichter, für etwas keine Verantwortung zu übernehmen, wenn es „von oben“ aufgezwungen wurde. So geben Medienmacher und -vertreter auch allzu schnell ihre eigene Verantwortung an den Türen anderer Institutionen ab. Berichte als „absolute Wahrheit“ zu verkaufen, die anderen aufgezwungen wird, gefährden einen Wirklichkeitsbezug und dienen keinesfalls der Wahrheitsfindung. Dass in unserer Gesellschaft HIV-Infizierte und AIDS-Kranke zu wenig wahrgenommen werden, Vorurteile und Ablehnungen noch anzutreffen sind, ist u.a. auch der unseriösen Berichterstattung der Medien zuzuschreiben.

Der AIDS-Diskurs hat mehr als deutlich gezeigt, dass Medien eine wichtige Sozialverantwortung in unserer Gesellschaft haben. Die primäre Aufgabe der Medien besteht vielmehr darin, Missstände in der Gesellschaft und Nöte der Menschen aufzugreifen und in einen sozialen Dialog einzutreten, um die Kommunikation mit und unter den Menschen zu fördern. Deshalb ist im Kontext der Massenmedien ein ethisches Handeln als *solches* zu postulieren, welches ein verantwortlicher Umgang mit den Menschen und der Botschaft beinhaltet.

Die eigens gesetzten institutionellen Ethiken werden sich ebenso wandeln wie die Auseinandersetzungen mit Grundkonflikten zwischen anderen Systemen. Aus diesem Grunde ist gerade neben der ethischen Kompetenz des einzelnen Berichterstatters auch die individuelle ethische Verantwortung des einzelnen Medienkonsumenten gefordert, welche in unserer heutigen multimedialen Zeit immer wieder aufs Neue herausgefordert wird.

Was das *System* Medien insgesamt angeht, ist es *selbstreflexiv* herausgefordert, widersprüchliche Meldungen und Darstellungen, die als unzutreffend gelten, richtig zu stellen und ggf. zu revidieren.

Berichterstatter dürfen weder auf ihre „Rolle“ reduziert werden, noch sollten sie ihr Handeln durch ökonomische Sachzwänge leiten lassen. Das Leitprinzip ist und soll die individuelle Verantwortung gegenüber den Menschen sein, die Ziel und Grundlage der

Berichterstattung darstellen. So stellt die Würde und die Achtung des Nächsten die normative Grundlage für jede Berichterstattung dar.

Für die „Rolle“ des *Konsumenten* hingegen gilt es in Zukunft immer wieder deutlich zu machen, dass auch er sich nicht aus der *aktiven* Verantwortung für mögliche Folgen medialer Vermittlung zu stehlen hat. Die oben bereits eingeforderten Fähigkeiten sollen die Mündigkeit des *aktiven* Konsumenten fördern, wenn er sich nicht auf die „Rolle“ des „naiven“ Konsumenten reduzieren lassen will. Hierin zeigt sich nicht zuletzt auch seine ethische Kompetenz im Kontext des Medienalltags.