

Claudia Paganini

Werte für die Medien(ethik)



Nomos

Kommunikations- und Medienethik

herausgegeben von

Alexander Filipović

Christian Schicha

Ingrid Stapf

Band 12

Claudia Paganini

Werte für die Medien(ethik)



Nomos

Gefördert durch den Forschungsschwerpunkt ‚Kulturelle Begegnungen – Kulturelle Konflikte‘ der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-6310-8 (Print)

ISBN 978-3-7489-0415-1 (ePDF)

Bis Band 4 erschienen bei Beltz Juventa, Weinheim.



Onlineversion
Nomos eLibrary

1. Auflage 2020

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2020. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Für Pablo

Zum Geleit

„Aber nun geschah tatsächlich etwas Unglaubliches – und zwar genau in diesem Moment! Da draußen flog ein gottverdammtes UFO herum. Ich sah es klar und deutlich. [...] Es kam definitiv näher. Ich konnte seine Form nun genauer erkennen. Und als die Untertasse kurz zur Seite kippte, sah ich, dass es gar keine Untertasse war. Der symmetrisch geformte Rumpf erinnerte eher an die Klinge einer Doppelaxt. In der Mitte zwischen den langen, gezackten Flügeln befand sich ein schwarzes, achtkantiges Prisma, das wie ein dunkles Juwel in der Morgensonne funkelte.

In diesem Moment erlitt mein Hirn einen Kurzschluss, denn ich kannte das markante Design des Fluggerätes nur allzu gut. Schließlich hatte ich es in den letzten paar Jahren beinahe jeden Abend im Fadenkreuz gehabt. Es handelte sich um eine Gleve der Sobrukai, eines der Kampfschiffe der bösen Aliens in *Armada*, meinem Lieblingscomputerspiel.

Was natürlich nicht sein konnte. Das wäre so, als würde man einen TIE-Jäger oder einen Warbird der Klingonen am Himmel sehen. Die Sobrukai und ihre Gleven waren Fiktion. In der realen Welt existierten sie nicht, basta. Computerspiele erwachten nicht zum Leben, und erfundene Raumschiffe düsten nicht am Himmel über deiner Heimatstadt umher.“¹

Und doch: Das Udenkbare geschieht. Zumindest im jüngsten Roman des amerikanischen Bestsellerautors Ernest Cline. Hatten der Ich-Erzähler Zack Lightman und all die anderen Gamer an ihren Computern bis dato weitgehend unbeachtet virtuelle Kämpfe ausgefochten, werden sie jetzt, da das Computerspiel *Armada* Realität geworden ist und eine Alieninvasion das Fortbestehen der menschlichen Zivilisation gefährdet, zu den Helden der Menschheit. Nur sie haben das nötige Knowhow, um die Erde zu retten. Auf den ersten Seiten seiner Erzählung aber legt Cline nicht nur die Grundsteine für einen spannenden Science-Fiction-Thriller und nebenbei für eine literarische Auseinandersetzung mit medienethischen Fragen – wie etwa den Wechselwirkungen zwischen virtuellem und nicht-virtuellem Leben –, er macht zugleich jene zwei Grundkonstanten (be)greifbar,

1 Cline E. (2017), Kapitel I.

Zum Geleit

die die Geschichte des Menschen mit seinen Medien von Beginn an geprägt haben: Faszination und Irritation. Medien und die Handlungsmöglichkeiten, die sich aus ihrem Einsatz ergeben, haben das menschliche Denken immer schon inspiriert. Mehr noch: Wenn man die Bereitschaft mitbringt, die Philosophiegeschichte gegen den Strich zu lesen, mag man bei näherem Hinsehen sogar mit Stefan Münker konstatieren, es handle sich bei dieser Geschichte – angefangen mit Platons Phaidron und seiner Beschäftigung mit dem Phänomen der Schrift – letztlich um eine „Aus-einandersetzung der jeweiligen Philosophen mit den historisch verfügbaren Medien“². Eng einher mit der Faszination ging und geht aber die Irritation, die besonders in Zeiten der medialen Umbrüche spürbar wird. Dies zeigt sich schon im Alten Orient, wo dem ersten Verschriftlichen mündlich überlieferter Botschaften mit großer Skepsis begegnet worden ist³, aber auch an jenen Eckpunkten der Neuzeit, die uns besser in Erinnerung sind: der Erfindung des Buchdrucks und der Fotografie, dem Durchbruch von Radio, Kino, Fernsehen und Computer⁴. Faszination und Irritation stehen zueinander in Spannung. Es ist das aber eine Spannung, die überwunden und fruchtbar gemacht werden kann, wenn es nämlich gelingt, beide Komponenten in einer konstruktiven Kritik zusammenzuführen. Konstruktive Kritik schließlich ist, worauf Medienethik abzielt oder worauf zumindest dasjenige Verständnis von Medienethik abzielt, aus dem heraus das vorliegende Werk verfasst worden ist. Die folgenden Überlegungen jedenfalls sind vor dem Hintergrund von Faszination und Neugierde für die Möglichkeiten der medial vermittelten Kommunikation entstanden, aber auch im Bewusstsein um Gefahren und Schattenseiten.

Zwischen diesem gleichzeitigen Angezogen- und Gewarnt-Sein soll ein normativer Zugang erarbeitet werden, der verschiedene grundsätzliche Ziele verfolgt. Zum einen nämlich soll eine Medienethik entwickelt werden, die alle Teilbereiche des medialen Handelns umfasst. Zum anderen eine Medienethik, die – mit Problemen konfrontiert – inhaltlich konkrete Antworten zu geben vermag. Um dies zu erreichen, wird bei den moralischen Überzeugungen der Akteur*innen angesetzt, der theoretische Unterbau aber soll möglichst verständlich und überschaubar bleiben. Auch zielt die hier entworfene Medienethik darauf ab, motivierend zu wirken, – idealer Weise – konsensfähig zu sein und schließlich anschlussfähig an diejeni-

2 Münker S. (2009), S. 15.

3 Paganini C. (2012), S. 195–207.

4 Irrgang B. (2011).

gen normativen Zugänge, aus denen heraus Medienethik gegenwärtig betrieben wird.

Als Grundlage für dieses Bemühen dient meine an der *Hochschule für Philosophie München* eingereichte Habilitationsschrift aus dem Jahr 2018. Der ursprüngliche Text wurde allerdings stark überarbeitet, weil er – wie bei wissenschaftlichen Qualifikationsarbeiten üblich – in den Teilen, wo es darum geht, die eigene Qualifikation unter Beweis zu stellen, zu umfangreich war und in anderen, der knapp werdenden Zeit geschuldet, zu spärlich. Von daher handelt es sich beim vorliegenden Werk um eine einerseits deutlich gekürzte, andererseits – ebenso deutlich – erweiterte Fassung, die nunmehr einem breiteren Publikum vorgestellt werden soll.

Inhaltsverzeichnis

1. Was Medienethik ist	13
1.1. Medium	13
1.2. Ethik	19
1.2.1. Top-Down versus Bottom-Up-Modelle	24
1.2.1.1. Top-Down-Modell	25
1.2.1.2. Bottom-Up-Modell	27
1.2.1.3. Holistisches Modell, Kohärenzmodell	30
1.2.2. Angewandte Ethik versus Bereichsethik	34
1.3. Medienethik	38
2. Was Medienethik soll	51
2.1. Ausgangslage	51
2.1.1. Der Wandel in den Medien	51
2.1.2. Der Mensch in den Medien	58
2.1.3. Die Moral in den Medien	62
2.2. Desiderate der Medienethik	66
2.3. Die rekonstruktive Methode	79
2.3.1. Rekonstruktion moralischer Überzeugungen	80
2.3.2. Auffinden eines Kernbestandes von Werten	89
2.3.3. Erarbeiten einer gut begründeten Antwort	92
3. Was Medienethik kann	97
3.1. Selbstverpflichtungskodizes als Ausgangspunkt	97
3.2. Werte für die Medienethik	102
3.2.1. Transparenz	105
3.2.2. Fairness	116
3.2.3. Respekt	127
3.2.4. Verantwortung	137
3.2.5. Kompetenz	145

Inhaltsverzeichnis

4. Ein Ausblick	153
4.1. Möglichkeiten für die Praxis	153
4.2. Möglichkeiten für die Theorie	157
Bibliographie	163