

Alfons Auer

Verantwortete Vermittlung

Neue Überlegungen zu einer medialen Ethik ¹

Ethik ist die Wissenschaft vom Sittlichen. Das Sittliche zielt auf die optimale Entfaltung des Menschlichen. Es fügt dem Menschlichen nichts hinzu noch auferlegt es ihm etwas, was ihm nicht von selbst schon zukäme. Das Menschliche entfaltet sich in der konkreten Situation des einzelnen, der Gesellschaft und der Menschheit im ganzen. Darum muß sich der Mensch, wenn er sich selbst optimal entfalten will, von der Wirklichkeit seines Daseins in Pflicht nehmen lassen. Man kann also sagen: Das Sittliche ist der Anspruch der Wirklichkeit an die menschliche Person. Der Mensch darf mit der Wirklichkeit nicht nach Willkür und Belieben verfahren. Er muß die in ihr angelegten Ordnungsgesetze und Sinnwerte wahrnehmen und zu seinem und seiner Mitmenschen Wohl in seinem Dasein durchsetzen.

Dies meint wohl auch Goethe mit seinem bekannten Wort: „Im Tun und Handeln kommt alles darauf an, daß die Objekte rein aufgefaßt und ihrer Natur gemäß behandelt werden.“ Für die Ethik gilt also in gleicher Weise, was Heinrich Henkel im Hinblick auf das Recht schreibt: „Das Wort ‚Natur der Sache‘ . . . bezeichnet im wissenschaftlichen Denken einen bestimmten Weg der Erkenntnis, der nicht auf Ideen hin gerichtet ist, sondern von den ‚Dingen‘ ausgeht und sich an ihrem ‚Maß‘ orientiert. Als eine solche Denk- und Betrachtungsweise kennzeichnet Schiller in dem bekannten und vielzitierten Brief an Wilhelm von Humboldt (vom 9. 11. 1795) Goethes ‚solide Manier, immer vom Objekt das Gesetz des Handelns zu empfangen und aus der Natur der Sache ihre Regeln abzuleiten‘ . . . In jeder Situation, in jeder Konstellation von Tatsachen, menschlichen Strebungen und historischen Tendenzen liegt ein Maßstab des Richtigen verborgen, den es auszuhorchen gilt. Er ist den Dingen immanent, nicht transzendent.“²

Wenn ich wissen will, wie ich mich in Ehe, Familie, Beruf, Staat, Technik, Kunst und Wissenschaft verhalten soll, muß ich zuerst wissen, was diese Lebensbereiche für die menschliche Person und ihre sozialen Beziehungen bedeuten, welche Gesetze in ihnen herrschen, welche Sinnwerte in ihnen zur Erscheinung kommen, welche geschichtlichen Möglichkeiten ihnen gegenwärtig offenstehen und welchen Begrenztheiten sie gegenwärtig ausgesetzt sind. Erst dann kann mir klarwerden, wie ich mich in ihnen zu verhalten habe, damit sie ihren Sinn und

ihre Funktion für das menschliche Dasein in optimaler Weise erfüllen. Das wahre Sein der Wirklichkeit, die innere Wahrheit der Dinge wird so zum Maß und zur Norm des Handelns. Diese „Sachlichkeit“ vermag nicht nur die augenblickliche Gestalt eines bestimmten Lebensbereichs, sondern auch sein Zurückbleiben hinter den angebotenen Möglichkeiten und seine wesenhafte Hinordnung auf optimale menschliche Daseinsentfaltung wahrzunehmen.

Auch Ethik der Medien ist in diesem Sinn „immanente Ethik“. Das heißt: Im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt sittlich richtig, wer sachgerecht handelt, wer die in diesem Bereich geltenden Gesetzmäßigkeiten und die hier vorgegebenen Sinnziele respektiert. Den Teilnehmern am sozialen Kommunikationsprozeß werden nicht irgendwelche Normen von außen oktroyiert. Sittliche Normen oder Weisungen erscheinen vielmehr nur dann als begründet, wenn die in ihnen artikulierten Verbindlichkeiten als innere Momente der sozialen Kommunikation erkennbar werden, wenn sie im medialen Vermittlungsprozeß selbst ihre Dringlichkeit anmelden. Die sittlichen Grundsätze im Bereich der publizistischen Medien ergeben sich also aus dem Wesen der gesellschaftlichen Kommunikation und aus den spezifischen Eigenarten der Medien, in denen sich die Kommunikation vollzieht.

Der öffentliche Kommunikationsprozeß

1. *Kommunikation als soziales Handeln*

Manfred Rühl hat in seinem Buch „Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf“³ eine Theorie des Journalismus aus system-rationaler Sicht vorgelegt. Danach bezieht sich öffentliche Kommunikation auf die Ereignishaftigkeit der Welt. Das Abstraktum einer universalen Weltgesellschaft kann nur in konkretisierenden System/Umwelt-Beziehungen real werden – etwa in einem Journalismus, der zu einer bestimmten Zeit einer bestimmten Gesellschaft die Ereignishaftigkeit der Welt vermittelt, indem er sie durch die Präsentation von Themen überschaubar und einsichtig macht.

Vermittlung von Ereignishaftigkeit der Welt geschieht im Prozeß der Kommunikation. Kommunikation ist als soziales, nicht als individual-kausales Handeln zu bestimmen; sie verwirklicht sich nicht auf der Einbahnstraße vom Kommunikator zum Rezipienten nach dem Reiz-Reaktions-Schema, wie es sich das sogenannte „publizistische Modell“ vorgestellt hat; hier könnten in der Tat einige Eliten der dumpfen Masse die von ihnen kreierte Wahrheiten aufreden. Soziale Kommunikation ist ein Handeln aufgrund vieler wechselseitiger Beziehungen. Sie ist „das Zeitgespräch der Gesellschaft“ (B. M. Aswerus), „das Gespräch der Menschengesellschaft mit sich selbst über Fragen der Zeit“ (O. B. Roegel). Diese Wechselwirkungen können nur eintreten, wenn zwischen den

vielen einzelnen und den sozialen Systemen, in die die einzelnen integriert sind, ein Erwartungspotential besteht, wenn auf der Ebene sinn- und bedeutungsbezogener Symbole sich ein Konsens gebildet hat. Dieser Konsens macht es möglich, die komplexe Ereignishaftigkeit der Welt auf ein vollziehbares Maß zu reduzieren und konkret zu thematisieren.

2. Journalistische Entscheidungsstrukturen

Journalismus ist also ein System umweltbezogener Kommunikation. Nun ist nach Manfred Rühl das entscheidende Kennzeichen heutiger öffentlicher Kommunikation ihre „institutionalisierte Unpersönlichkeit“⁴. Bestimmend sind in diesem Prozeß nicht Motive, Emotionen, Interessen oder moralische Einstellungen einzelner Personen, sondern Strukturen, Organisationen und Strategien, durch die der immer komplexer werdende Kommunikationsprozeß vernünftig gesteuert werden soll. Personale Kommunikationsverläufe werden dadurch nicht überflüssig, aber sie werden zurückgedrängt zugunsten bestimmter Entscheidungsstrukturen, die den Prozeß „unabhängig von den ausübenden Personen sowie deren individuellen Vorzügen und Nachteilen . . . grundsätzlich und routinemäßig regeln und stabilisieren“⁵.

Da gibt es bestimmte Rollen, in denen klar definierte Erwartungskomplexe vorgezeichnet sind, etwa die Rolle des Londoner Korrespondenten des ZDF oder des Polizeireporters der Bild-Zeitung; diese Rollen bleiben, wenn ihre Träger wechseln. Da gibt es bestimmte Normen – organisationsinterne Normen wie Vereinbarungen über die Arbeitszeiten oder über den Aufgabenbereich des Chefs vom Dienst sowie organisationsexterne Normen wie Pressegesetze, Rundfunkgesetze oder Staatsverträge. Da gibt es schließlich bestimmte Techniken, die in der journalistischen Kommunikation institutionalisiert sind, wie recherchieren, interviewen, redigieren, texten; oder auch methodische Techniken – etwa daß bei Informationen ein „Aufhänger“ zu suchen ist, daß in den Nachrichten das Wichtigste zuerst gesagt wird, daß journalistische Produkte typographisch bzw. funktisch oder telegen der Öffentlichkeit möglichst attraktiv vermittelt werden. In solchen Entscheidungsstrukturen ist die Unpersönlichkeit „institutionalisiert“. Die Autonomie des Journalismus realisiert sich darin, daß er die dem Kommunikationsprozeß optimal angemessenen Strukturen und Strategien selbst kreieren kann.

3. Autonomie des Publikums

Das Publikum, der andere Partner im sozialen Kommunikationsprozeß, ist zwar auf den Journalismus verwiesen, weil dieser ihm die Chance der Information eröffnet. Der einzelne wäre durch die verwirrende Vielfalt der Welt hoffnungslos überfordert, wenn die Weltereignisse nicht thematisiert und für die öffentliche Kommunikation zubereitet würden. Daß der Journalismus diese

Themen präsentieren und jene verschweigen kann, ist in seinem Auftrag als Chance und zugleich als Gefährdung unweigerlich impliziert.

Aber es gibt auch eine Verwiesenheit des Journalisten auf das Publikum. Dieses setzt sich nämlich nicht – jedenfalls nicht nur – aus passiven und gleichartigen Sozial-Atomen zusammen, die der manipulatorischen Willkür der Kommunikatoren hilflos preisgegeben sind. Es gibt eine ganze Reihe von sozialen Faktoren, die das Publikum deutlich differenzieren⁶. Aufgrund individueller Prägung durch die eigene Lebensgeschichte, durch übernommene Positionen und Rollen sowie durch Gemeinschaften, in die sie integriert sind, entwickeln die einzelnen eine beachtliche Selektionsfähigkeit. Das Publikum ist nicht eine beliebig modellierbare Masse. Es kann sich dem journalistischen Themenangebot verweigern und dadurch gar nicht erst zum Publikum werden. „Nicht nur der Journalismus, sondern auch seine Publika verfügen über Autonomie.“⁷

Zusammenfassend können wir feststellen: Der Journalismus ist – gemäß einem gesellschaftlichen Konsens – der wichtigste Träger des öffentlichen Kommunikationsprozesses. Er hat die Themen zu präsentieren und damit das wechselseitige „Zeitgespräch der Gesellschaft“ immer wieder in Gang zu bringen. Für den heutigen Journalismus ist typisch, daß die Persönlichkeit des Journalisten hinter institutionalisierten Entscheidungsstrukturen zurücktritt. Das Publikum ist auf die Präsentation der Themen durch den Journalismus angewiesen, dokumentiert aber diesem gegenüber durch die Fähigkeit zur Selektion auch seine eigene Autonomie.

Ethische Implikationen des öffentlichen Kommunikationsprozesses Individuethik oder Institutionsethik?

In einer systemtheoretischen Bestimmung des Journalismus, wie Manfred Rühl sie vorlegt, bleibt für die herkömmliche individuelle Berufsethik wenig oder kein Raum. Ähnlich ist es bei einer funktionalistischen Publizistik-Theorie, die den Kommunikationsprozeß als komplexe Relation interdependenter Feldfaktoren bestimmt: des Kommunikators, des Rezipienten, des Mediums und der Aussage⁸. Schließlich verhält es sich auch beim Kommunikationsmodell der Münchener Schule kaum anders⁹. Angesichts der empirisch nachprüfbaren sozialen und technischen Mechanismen im Umkreis des Kommunikationsprozesses sieht sich individuelle Gesinnungsethik drastisch in die Ecke gedrängt. Manfred Rühl wittert in ihr eine Moral, die sich die argumentative Begründung erspart und sich statt dessen im appellativen Pathos bewegt. Appellative Individuethik sieht er etwa in den „Publizistischen Grundsätzen“ des Deutschen Presserats vertreten; diese postulieren unter anderem: „Achtung vor der Wahrheit und wahrhafte Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberstes Gebot der

Presse. Zur Veröffentlichung bestimmte Nachrichten und Informationen in Wort und Bild sind mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf ihren Wahrheitsgehalt zu prüfen.“¹⁰ Solches Ethos bzw. solches Pathos eignet sich nach M. Rühl für Festreden, nicht für die Regelung der journalistischen Routinearbeit. Dafür bedarf es der Institutionalisierung vernünftiger Entscheidungskriterien, die journalistische Selbstprogrammierung, Selbstorganisation und Selbstprofessionalisierung ermöglichen.

Hier liegt in der Tat eine Umdeutung des Freiheitsbegriffs vor. Nach der herkömmlichen Auffassung verwirklicht sich Freiheit in den Persönlichkeiten, die den Kommunikationsprozeß initiieren, nach systemrationaler Auffassung verwirklicht sich Freiheit in der Erstellung von Rollen, Positionen, Normen, Techniken und anderen journalistischen Organisationen, die den Kommunikationsprozeß steuern und den einzelnen zugleich innerlich-moralisch entlasten. „Moral ist kein Mittel der Kontrolle für ein komplexes Sozialsystem. Moderner Journalismus widersteht der personalisierenden Moralisierung. Als einem differenzierten Sozialsystem greifen ihm gegenüber nur konkretisierbare formale Kommunikationserwartungen wie Normen, Symboltechniken oder Rollen.“¹¹

Einem ordentlichen Ethiker sollte angesichts solcher Äußerungen der kalte Schauer über den Rücken fahren. Aber wir müssen dazu stehen: Ethik der Medien ist „immanente Ethik“. Im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt sittlich richtig, wer die in diesem Bereich geltenden Gesetzmäßigkeiten und die hier vorgegebenen Sinnziele respektiert. Journalistisches Ethos bestimmt sich also von seiner gesellschaftlichen Aufgabe her, Themen zur öffentlichen Kommunikation zu präsentieren. In der klassischen theologischen Ethik hat man sittlich richtiges Handeln darin gesehen, daß man das sachliche Werkziel einer bestimmten Handlung zu seinem persönlichen Wirkziel macht, daß der „finis operantis“ sich dem „finis operis“ maximal annähert.

Journalistisches Ethos verlangt also, daß der einzelne alle Sachgesetzmäßigkeiten und alle Sinnwerte, die in der Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation impliziert sind, in Freiheit bejaht und um ihre Durchsetzung bemüht ist. Dazu gehört auch, daß der einzelne die unverzichtbare Bedeutung journalistischer Entscheidungsstrukturen erkennt und anerkennt. Es wird dem einzelnen also ein Ethos der Sachlichkeit im Hinblick auf die „institutionalisierte Unpersönlichkeit“ sozialer Kommunikation in einer komplexen Gesellschaft abverlangt. Gisbert Deussen hat den individualistischen Ansatz in der Kommunikationstheorie Pauls VI. kritisiert und seine Begründung in einer individualistischen Anthropologie aufgedeckt. Wenn man in der sozialen Kommunikation das „Zeitgespräch der Gesellschaft“ sieht, darf man zwar die personalen Strukturen nicht außer acht lassen, man muß aber auf jeden Fall diesen personalistischen Aspekt mit einem anthropologisch vertieften Verständnis von „Öffentlichkeit“ vermitteln und darüber hinaus auch die unum-

gängliche Indirektheit technischer Kommunikation in einem ganzheitlichen Verständnis des Menschen integrieren.

Die „Massenhaftigkeit“ heutiger gesellschaftlicher Phänomene und die technische Indirektheit heutiger gesellschaftlicher Kommunikation haben keine geringere, sondern eine andere anthropologische Relevanz als personale Strukturen und personale Kommunikationsverläufe. G. Deussen betont darum mit Recht auch die ethische Dimension der sog. Massengesellschaft und der ihr angemessenen Kommunikationsformen sowie die ethische Dimension „indirekter, technisch vermittelter Kommunikation als Folge der Übertragung von Maßstäben instrumental Handelns auf zwischenmenschliche Beziehungen“. Er fordert „eine neue Sensibilität für Aktionen instrumenteller Art . . . , eine Sensibilität, ohne die es in Zukunft kein publizistisches Ethos und keine Ethik der Massenkommunikation geben wird“¹².

Diese Auffassung steht übrigens im vollen Einklang mit der vor bald 20 Jahren schon vorgelegten Definition der Massenkommunikation durch Gerhard Maletzke: Er bestimmt diese als „jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich durch technische Mittel indirekt und einseitig an ein disperses Publikum . . . vermittelt werden“¹³. Ein ausgearbeiteter Entwurf solcher „Ethik der Kommunikation“ wurde bis jetzt allerdings nicht vorgelegt; jedenfalls ist dem Verfasser ein solcher nicht vor Augen gekommen. Der Ethiker kann einen solchen Entwurf nicht im Alleingang erarbeiten. Er kann hier nur provozieren – und sei es auch durch einen scheinbaren Rückfall in individuelle ethische Appelle; solche Provokation könnte vielleicht seitens der unmittelbar Betroffenen allmählich doch einen Entwurf konkreter medialer Institutionenethik evozieren.

Solange es einen solchen Entwurf nicht gibt, wird der Ethiker versuchen, Herkömmliches vom neugewonnenen Horizont her neu zu bedenken. Die Rede vom Ethos der Sachlichkeit und von einer „immanenten Ethik“ der sozialen Kommunikation impliziert nicht das blinde Vertrauen auf einen wie immer sich vollziehenden Automatismus institutionalisierter Strukturen. Der magische Glaube des totalen ökonomischen Liberalismus an die „unsichtbare Hand“, die das freie Spiel der Kräfte mit sicherer Mechanik auf den gemeinen Nutzen hinklenkt, ist erschüttert. Wir sollten ihn nicht im Bereich der sozialen Kommunikation neu inthronisieren. Würde sich das Zusammenspiel von Rollen, Normen und Techniken automatisch vollziehen, bedürfte es eines journalistischen Ethos höchstens noch in dem Bereich, wo der automatische Mechanismus in Bewegung gesetzt wird. Rollen, Normen und Techniken stellen doch wohl eine sozialtechnische Konkretisierung des „finis operis“, des sachlichen Werkziels des Journalismus, dar, d. h. der Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation. Diese sozialtechnischen Strukturen und Strategien müssen aber auch fortwährend ausdrücklich auf das Glücken menschlicher Identitätsfindung und menschlicher Kommunikation hingelenkt werden. Journalistisches

Ethos verlangt wie jedes Ethos, daß der „*finis operis*“ vom „*finis operantis*“ aufgegriffen wird, daß das sachliche Werkziel zum persönlichen Wirkziel wird. Anders gesagt: Journalistische Technik bedarf, um ihr humanes Ziel zu erreichen, des journalistischen Ethos. – Wie läßt sich solches Ethos einigermaßen konkret umschreiben?

Ethos der Kommunikation im Bereich des Journalismus

1. Grundlegende ethische Dispositionen

Die „Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation“, die im Jahr 1971 im Auftrag des Zweiten Vatikanischen Konzils veröffentlicht wurde, schreibt zu den Möglichkeiten und Pflichten der Kommunikatoren: „Die Kommunikatoren sind Anwälte und Stimulatoren im Gespräch der Gesellschaft. Sie sind gleichsam Gesprächsleiter am großen runden Tisch, den die Instrumente der sozialen Kommunikation bilden. Es ist daher ihre Aufgabe, immer und überall um die Verwirklichung der Ziele der gesellschaftlichen Kommunikation bemüht zu sein, das heißt in jeder Hinsicht den menschlichen Fortschritt zu fördern sowie die Menschen zueinander zu führen und sie in wirklicher Gemeinschaft zu verbinden“ (Nr. 73). Kommunikatoren sind also nicht unbeschränkte Herren über die Instrumente des gesellschaftlichen Selbstgesprächs, sie haben kein privilegiertes Monopol auf Meinungs- und Informationsfreiheit. Sie sind vielmehr die *ehrlichen Makler*, die das Gespräch am runden Tisch der Meinungsbildung in Gang halten, die den aufdringlichen Partner behutsam zurückdrängen und den schweigenden ermuntern oder provozieren, die allen monologischen Tendenzen widerstehen und die Offenheit des Kommunikationsprozesses gewährleisten.

Hörer bzw. Zuschauer oder Leser haben ein Recht auf *vollständige Information*. Darum müssen die Kommunikatoren ein möglichst umfassendes Bild der menschlichen Gesellschaft, ihrer Erwartungen, ihrer Probleme und ihrer Fortschritte vermitteln. Natürlich können sie das Panorama der Meinungen, Tendenzen und Tatsachen nicht bis in jedes Detail hinein entfalten. Schon bei ihren Nachforschungen und erst recht bei der publizistischen Verbreitung der Nachrichten müssen die Redakteure auswählen. Indem sie aber dieses zurückhalten und jenes vorstellen, setzen sie die Themen des gesellschaftlichen Zeitgesprächs mit fest. Hier walten freilich, jedenfalls auf Dauer, nicht Beliebigkeit und Willkür; denn die Kommunikatoren ergänzen und korrigieren sich gegenseitig, sie setzen verschiedene Schwerpunkte und heben andere Zusammenhänge hervor. Auf diese Weise tragen sie insgesamt dazu bei, daß die verwirrende Fülle der Informationen durchsichtig wird und daß aus der Vielfalt der Nachrichten doch die tragenden Tendenzen hervortreten. Auf diese Weise gleichen sie auch

immer wieder die Einseitigkeiten aus, die durch den unausweichlichen Zwang zur Auswahl und Beschränkung entstehen und die dazu führen, daß einzelne Informationen bestimmte Ereignisse zunächst eben nicht in ihrem vollen Umfang und in ihrer vollen Bedeutung erkennen lassen.

Das entscheidende Kennzeichen der Nachrichtenvermittlung durch Rundfunk und Fernsehen liegt zweifellos darin, daß ihnen dabei Information als öffentliche Aufgabe zugewiesen ist. Darum wird an sie von vielen mit Nachdruck die Forderung der *Ausgewogenheit* gestellt. Der frühere Bundespräsident Walter Scheel hat freilich in einer Rede anläßlich der Jahrestagung des Verbands Deutscher Zeitungsverleger in Stuttgart im Jahr 1977 erklärt: „Die Forderung der Ausgewogenheit darf nie dahin führen, daß ein Journalist gezwungen oder veranlaßt wird, gegen seine Überzeugungen, d. h. gegen seine eigenen Kategorien des Wichtigen und Richtigen zu verstoßen. Erst dadurch, daß sich der Kommentar als eine Meinung von einem bestimmten, das heißt immer von einem begrenzten Standpunkt aus darstellt, trägt dieser Kommentar überhaupt zur Meinungsbildung bei. Wir sollten uns davor hüten, die Forderung der Ausgewogenheit zu einem Knebel der Meinungsfreiheit zu machen. Ausgewogenheit kann nichts anderes heißen, als daß gegenteilige Meinungen Gelegenheit haben, sich darzustellen.“ Hier erhält die Formel von der „verantworteten Vermittlung“ ihren vollen Sinn. Indem der Rundfunk verschiedene Meinungen vermittelt, vermittelt er zwischen den verschiedenen Tendenzen in der Gesellschaft. Eine Zeitung kann sich durchaus einer bestimmten Tendenz verschreiben und sie mit Nachdruck in der Öffentlichkeit zur Geltung bringen. Sie trägt nicht den Charakter einer öffentlich-rechtlichen Anstalt.

Rundfunk und Fernsehen haben aufgrund ihres öffentlich-rechtlichen Charakters eine vermittelnde, eine integrierende Funktion im Selbstgespräch der Gesellschaft. Indem sie die innere Legitimation für die gesellschaftliche und staatliche Wirklichkeit aufweisen, fördern sie die Solidarität der Bürger. Sie dienen auf diese Weise einem fundamentalen Konsens, ohne den jeder Pluralismus auf die Dauer destruktiv wird. Des Konsenses bedarf es hinsichtlich „jenes Kernbestandes sittlicher Wert- und Verpflichtungsgeltungen, den die Gesellschaft (bei voller Bejahung ihrer Pluralität) als eine Grundbedingung ihrer Existenz, ihres geordneten Zusammenlebens und ihrer Gemeinwohlfunktion zu erhalten, zu schützen und in ihrer Erziehung zu vermitteln sucht“¹⁴. Gesellschaftliche Integration kann nur erreicht werden, wenn die verschiedenen Standpunkte und Gruppen so vermittelt werden, daß sie sich gegenseitig zur Kenntnis nehmen und respektieren können. Die Pflicht zur Solidarität verlangt also, daß über alle Vorgänge und Entwicklungen berichtet wird und daß dazu, jedenfalls im Gesamtprogramm, auch verschiedene Meinungen dargestellt werden.

Freilich muß die Solidarität, die durch solch integrierende Ausgewogenheit angestrebt wird, eine *kritische Solidarität* sein. Darüber gehen die Meinungen

naturgemäß weit auseinander. Diejenigen, die eine „andere Republik“ wollen, wehren sich dagegen, daß man die Kritik immer in einem begrenzten Rahmen halten soll und das etablierte System nicht als solches in Frage stellen darf. Nun kann es gewiß nicht die Aufgabe publizistischer Information sein, eine Gesellschaft pausenlos nur zu bestätigen. Dann kommt diese nie über ihren augenblicklichen Zustand hinaus, dann bleiben die einmal Etablierten immer auf ihren Privilegien sitzen. Doch muß jede Kritik sowohl an der Wahrheit wie an der Solidarität Maß nehmen. Sie kommt weder der einen noch der anderen Verpflichtung nach, wenn sie an unserer Gesellschaft und an unserem Staat nur schreiende Ungerechtigkeiten feststellt. Sie kommt ihren Verpflichtungen auch dann nicht nach, wenn sie ausschließlich von utopischen Vorstellungen ausgeht, anstatt auch den Vergleich mit anderen Gesellschaften und Staaten zur Basis der Bewertung zu nehmen. Solidarität darf allerdings nicht so weit getrieben werden, daß die Kritik jeden Stachel verliert und keinen dynamisierenden Effekt mehr auszuüben vermag. Verantwortete Vermittlung opfert weder die Solidarität der Kritik noch die Kritik der Solidarität.

2. Konkretisierende Hinweise

Die kritische Solidarität des Kommunikators mit dem Rezipienten hat ein weites Feld der Betätigung. Sie konkretisiert sich vor allem im aktiven Widerstand gegen die spezifischen Gefahren der Massenkommunikation und in der bewußten Förderung ihrer positiven Möglichkeiten. Ein paar Hinweise sollen verdeutlichen, was damit gemeint ist.

Der *Tendenz zur Passivität* und zur bloßen Konsumentenhaltung muß der Kommunikator entgegenwirken durch gezielte Weckung der menschlichen Fähigkeit zu Spontaneität und Aktivität. Er muß den Hörer zum eigenen Nachdenken ermutigen und ihn immer wieder anspornen, seine bisherigen Meinungen und Vorurteile sorgfältig zu überprüfen.

Der *Tendenz jeglicher Nachrichtenvermittlung, die Wirklichkeit zu verkürzen* oder zu entstellen, muß der Kommunikator entgegenwirken, indem er im Rahmen des Gesamtprogramms eine ganzheitliche Orientierung über das gesellschaftliche Leben anstrebt. Er hat es weithin in der Hand, gegenüber dem publizistischen Übergewicht des Aktuellen und Neuen das Wesentliche und Bleibende, gegenüber der Aufdringlichkeit des Kontroversen die grundlegenden Übereinstimmungen und gegenüber der Übermächtigkeit der Negativmeldungen ansprechende Modelle geglückten Menschseins zur Geltung zu bringen. Er kann wesentlich dazu beitragen, daß in der öffentlichen Diskussion das, was in der Welt an Gutem und Richtigem getan wird, nicht ausgeblendet wird und dadurch als belanglos erscheint. Wo allzu häufig und eindrucksvoll über Verbrechen und Brutalität berichtet wird, besteht die Gefahr, daß das wahre Bild menschlichen Zusammenlebens verzerrt wird.

Auch der Gefahr der *Manipulation* kann und muß der Kommunikator entgegenwirken. Diese Gefahr entsteht nicht nur aus dem menschlichen Willen zur Machtausübung; es gibt auch eine systembedingte Manipulation, eine Manipulation also, die mit dem technischen System der Kommunikation gegeben ist: Die Schwerverständlichkeit der Nachrichten, die Parzellierung der Informationen, die Eliminierung von Zusammenhängen, die Beschränkung auf das Faktische, die einseitige Auswahl der Nachrichten aufgrund der Priorität des Aktuellen und anderes mehr könnten statt zur Information zur Desinformation und damit auf die Dauer auch zur Entpolitisierung führen. Jedenfalls darf die kritische Freiheit des Rezipienten nicht überspielt werden. Es ist für Hörer und Zuschauer schon eine große Hilfe, wenn sie immer wieder in aller Redlichkeit über die mit den Medientechniken gegebenen Möglichkeiten zur Beeinflussung aufgeklärt werden; das allein eröffnet schon die Möglichkeit der Distanz und damit der kritischen Freiheit.

Dem Rezipienten ist auch dadurch geholfen, daß der Kommunikator ihm nicht eine ohnehin unerreichbare *Objektivität* in Vermittlung und Kommentierung von Nachrichten *vorgaukelt*, sondern seine unumgängliche Subjektivität offenlegt und einen verantwortungsbewußten Umgang mit seiner Subjektivität demonstriert.

In der französischen Volksbildungsarbeit spricht man von „animation culturelle“. Man meint damit das Bemühen des Volksbildners, dem Zuhörer seine eigene Art zu ermöglichen und zu erleichtern, ihn also nicht von oben herab zu belehren, sondern ihn zu wecken, zu begleiten, zu animieren. Solche Bildungsarbeit versteht sich als „assistierte Autodidaktik“, als behutsam unterstützte Selbstbildung, während herkömmliche Erwachsenenbildung eher Erziehung von oben her betreiben oder einfach vorgegebene, unveränderliche Kulturwerte „zugänglich machen“ wollte. Im Umkreis unserer Überlegungen heißt „animation culturelle“, daß die Kommunikatoren sich den strukturell bedingten Gefahren der Massenmedien widersetzen und die mit ihnen eröffneten spezifischen Chancen optimal nützen.

3. *Begrenztheit der Verantwortung*

Ethische Reflexionen müssen freilich auf dem Boden der Wirklichkeit bleiben. Man darf den Kommunikator nicht überfordern. Man muß im Auge behalten, daß publizistische Verantwortung offensichtlich begrenzt ist. Die Freiheit des Rundfunkjournalisten zumal ist erheblich beeinträchtigt. Da sind die Begrenztheiten in Produktion und Vermittlung von Nachrichten. Da ist der Zwang zu Aktualität und Eile. Da ist die unvermeidliche Subjektivität in der Auslegung der Fakten und Meinungen. Da ist das technische Instrumentarium, das dem einzelnen ohnehin wenig Raum läßt. Und da sind schließlich die vorgeordneten Verantwortlichkeiten des Abteilungsleiters, des Intendanten, des

Rundfunkrats und damit die Ansprüche der „gesellschaftlich relevanten Kräfte“. Immerhin bleibt dem einzelnen Redakteur ein gewisser Spielraum, um in den allgemeinen Trend wenigstens da und dort kommentierend und orientierend einzugreifen.

Ethos der Kommunikation im Bereich des Publikums

1. *Partnerschaft am „runden Tisch des Gesprächs“*

Jedenfalls wäre es verfehlt, alle Verantwortung den Kommunikatoren aufzubürden und von ihnen eine Perfektion zu erwarten, die menschliches Vermögen übersteigt. Auch der Rezipient muß seinen Teil beitragen, daß ein lebhaftes „Zeitgespräch der Gesellschaft“ zustande kommt. Die vorher schon zitierte „Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation“ betont ebenso nachdrücklich wie die Verantwortung der Kommunikatoren auch die der Rezipienten. Es heißt dazu: „Die Einflußmöglichkeiten der Rezipienten und damit auch ihre Pflichten sind viel größer, als allgemein angenommen wird. Von den Rezipienten hängt es entscheidend ab, ob ein wirkliches Gespräch zustande kommt. Bleiben sie passiv und stumm, wird Kommunikation zur Einbahnstraße, auch wenn sich die Kommunikatoren noch so sehr um einen Dialog bemühen“ (Nr. 81).

Wenn man vom äußerlich-technischen Gebrauch der Instrumente der sozialen Kommunikation ausgeht, scheint der Rezipient tatsächlich zur Passivität verurteilt zu sein. Faßt man aber den Kommunikationsprozeß als solchen ins Auge, dann erscheint der Hörer bzw. Zuschauer als echter Partner am runden Tisch des öffentlichen Gesprächs. Im Wesen des Kommunikationsprozesses liegt eine ständige Herausforderung an den Rezipienten, seinen Beitrag zum Gespräch und zur Zusammenarbeit in der Gesellschaft zu leisten. Freilich ist dieser Beitrag nur in dem Maß zu erwarten, als der Rezipient sich seiner Rolle als Partner bewußt wird, als er sich möglichst viele und verschiedene Quellen der Information zugänglich macht und zu kritischer Auswahl und Bewertung der Information fähig ist. Nur auf diese Weise vermag der Rezipient die gesellschaftlichen Probleme und Entwicklungen zu durchschauen.

2. *Voraussetzungen der Partnerschaft*

Aber wie soll der Rezipient ein kritischer Partner am Zeitgespräch der Gesellschaft werden? Man wird von einem kasuistischen Verhaltenskatalog für den rechten Umgang mit dem verwirrenden Informationsangebot der Medien nicht allzuviel erwarten können. Doch auf jeden Fall tritt der individualethische Aspekt in diesem Bereich mit besonderer Schärfe hervor. Die Medienpädagogik hat längst erkannt, daß sich der Mensch gegenüber dem Angebot der Massen-

medien genauso verhält, wie es seinem sittlichen Gesamtzustand entspricht. Es hat wenig Sinn, nur Symptome kurieren zu wollen, wenn der Mensch im ganzen krank ist. In der Tat weist unsere Gesellschaft als ganze pathologische Züge auf. Wir wissen aufs Ganze nicht mehr, was richtig ist. Ärzte und Pädagogen werden täglich damit konfrontiert. Sie sollten, wie es große Ärzte früherer Jahrhunderte für ihre Zeit getan haben, auf der Basis ihrer Erfahrungen Entwürfe einer „Diätetik der Seele“ erarbeiten. Argumente auf der Basis schmerzlicher existenzieller Erfahrungen tragen weiter als moralische Appelle. Vielleicht könnte von hier aus in besonders wirksamer Weise eine breite Bewegung für die grundlegenden Werte des Menschseins in Gang gebracht werden. – Ein paar Überlegungen sollen verdeutlichen, in welche Richtung eine Medienpädagogik gehen sollte, um die Menschen zu aktiven und kritischen Partnern der sozialen Kommunikation zu bilden.

Zuallererst ist eine *Grundentscheidung zur Spontaneität* anzustreben. Wer in seinem Leben generell sich anzupassen gewohnt ist, wer aus Bequemlichkeit, Angst oder Gewinnsucht sich von den Wünschen und Erwartungen seiner Umgebung in Beschlag nehmen läßt, wer rundherum auf Ereignisse nur reagiert und sich nie zu spontanem Einsatz erhebt, kommt auch im Umgang mit den Medien nicht zu eigenem Handeln. Nur wer in seinem Leben eine Grundentscheidung zur Spontaneität vollzieht, wird in den Rundfunkprogrammen nach wirklich Lebensdienlichem suchen, es sich in persönlicher Weise aneignen und sich dafür entscheiden. Er wird sich bewußt, daß es mit dem Recht auf Information auch eine Pflicht zur Information gibt. Der Rezipient muß sich den Zugang zu verschiedenen Quellen der Information verschaffen, die voneinander unabhängig sind und dadurch den einzelnen verlässiger unterrichten, die ihm überdies die Möglichkeit bieten, jeweils das herauszusuchen, was seinen persönlichen und sozialen Erfordernissen besonders entspricht. Dazu aber bedarf es einer Grundentscheidung zur Spontaneität.

Verantwortlicher Umgang mit den Medien setzt weiterhin voraus, daß der Mensch in seiner ganzen lebensgeschichtlichen Entwicklung *sich der Wirklichkeit zu stellen gelernt hat*. Viele Menschen sind ständig versucht, sich an der Wirklichkeit vorbeizudrücken, und gleiten so allmählich ins Leere und ins Phantastische ab. Sie flüchten sich in eine Scheinwelt, in der sie den Konflikten zu entgehen hoffen, und lassen nur Informationen an sich herankommen, die sie in ihrer Konfliktscheu bestätigen. Andere haben eine dermaßen unterentwickelte eigene Lebensdynamik, daß sie nur durch die Automatik äußerer Reize und Anstöße in Bewegung gebracht werden können. Auch sie sind unfähig, sich mit der Wirklichkeit redlich auseinanderzusetzen. Dadurch verkehrt sich auch ihr Umgang mit den Massenmedien. Sie suchen in den Programmen nach spektakulären Aktualitäten, nicht nach den unaufdringlichen Werten; sie bevorzugen aufregend-unterhaltsame Kontroversen anstatt der tragenden Gemein-

samkeiten; sie lassen sich mehr ansprechen durch sensationelle Negativmeldungen als durch Darstellungen geglückter Selbstverwirklichung und geglückter zwischenmenschlicher Kommunikation. Je mehr sich eine solche Grundeinstellung verdichtet und verhärtet, desto unwiderstehlicher wird das Gefälle zu jenen Informationsmedien, die mit ihrem Boulevardstil der menschlichen Sensationslust entgegenkommen; diese leisten der Verschleierung der Wirklichkeit um so mehr Vorschub, als sie Lust und Kraft zur kritischen Orientierung zunehmend untergraben.

Es bedarf – drittens – der *Weckung von Freiheit und Selbstverantwortung*. Amerikanische Tests haben aufgewiesen, daß wenig mehr als 10 Prozent der Menschen im Lauf ihres Lebens zu wirklicher ethischer Eigenständigkeit und Selbstentfaltung kommen. Die meisten nehmen die Ereignisse ihres Daseins träge entgegen. Der sittlich erweckte Mensch dagegen übt sich im ganzen Vollzug seines Daseins geduldig und beharrlich in Freiheit und Selbstverantwortung ein. Dadurch wird er auch fähig, die Mechanismen der medialen Manipulation zu durchschauen und sich wirksam von ihnen zu emanzipieren. Er lernt, Informationsprogramme nicht einfach unkritisch zu konsumieren, sondern sich mit ihnen auseinanderzusetzen, sie mit Kontrastprogrammen zu vergleichen, sie zu bestätigen oder zu kritisieren und alternative Vorschläge einzubringen.

Schließlich wird man feststellen müssen, daß der einzelne bei seinem Umgang mit den Massenmedien der *Sicherung in einer Gemeinschaft* bedarf. Keiner lebt für sich allein. Soziale Isolierung gefährdet die seelische Gesundheit und die geistige Standfestigkeit des Menschen. Wenn der einzelne sich in einem anonymen Kollektiv verloren fühlt, wirkt die tägliche Konfrontation mit einem Überangebot an Information und Unterhaltung zersetzend. Nur die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft, mag sie noch so locker sein, vermittelt eine gewisse Sicherheit, weil solche Gruppen die verwirrenden Meinungen vorfiltern und dadurch eine Übersicht ermöglichen. Jeder gehört aufgrund von Sozialisationsvorgängen oder persönlichen Entscheidungen solchen Gruppen an; er bringt ihnen eine gewisse Vorleistung an Vertrauen entgegen, ohne daß er dadurch gezwungen wäre, sich in allem mit ihnen zu identifizieren. Wer nicht zum bloßen Konsumenten entarten, sondern aktiver Partner der Medien sein will, muß für gewöhnlich in solchen Gruppen geborgen sein und sich der von ihnen bereitgestellten Orientierungen bedienen.

Wo solche Verbundenheit im Umkreis der Familie, der Schule, der Jugendarbeit oder der Erwachsenenbildung sich ausdrücklich konkretisiert, können die Rezipienten auch ihre Rechte wirksamer zur Geltung bringen. Sie können verlangen, daß falsche oder fehlerhafte Informationen berichtigt, daß Auslassungen ergänzt, daß Entstellungen der Wirklichkeit zurechtgerückt werden. Auf diese Weise kann der einzelne seinen Beitrag zum Gespräch und zur Zusammenarbeit in der Gesellschaft leisten.

Je früher Erziehung und Selbsterziehung zum aktiven Partner der sozialen Kommunikation einsetzen, desto größer sind die Chancen, daß der Monolog im Bereich der Information sich zum fruchtbaren „Selbstgespräch der Gesellschaft“ weiterentwickelt. Aus diesem Dialog können dann auch für die Selbstentfaltung der einzelnen wieder neue Impulse ausgehen. Die medienpädagogischen Bemühungen in der Familie, in der Schule und in allen Bildungsinstitutionen müßten diesem Ziel dienen. Die „Pastoralinstruktion über die Instrumente der sozialen Kommunikation“ betont dies mit Nachdruck: „Leser, Hörer und Zuschauer werden dann eine aktive Rolle spielen, wenn sie die Informationen richtig deuten und nach Ursprung und Zusammenhang bewerten, wenn sie diese gewissenhaft auswählen und kritisch beurteilen, wenn sie die Informationen gegebenenfalls aus anderen Quellen ergänzen und ohne Scheu Zustimmung, Zweifel oder Ablehnung äußern“ (Nr. 82).

Jedenfalls bedarf es einer energischen Aktivierung der ethischen Kräfte des Menschen, weil ohne sie die Gefährdung der humanen Werte nicht bewältigt werden kann. Diese Forderung ist geschichtlich unaufschiebbar geworden; denn im Bereich der sozialen Kommunikation kommen neue technologische Entwicklungen auf uns zu, die nicht mehr durch äußere Disziplinierungen, sondern nur durch ein Mehr an Freiheit und Selbstverantwortung dem Menschlichen dienstbar gemacht werden können. Wir können diese Entwicklungen nicht aufhalten; sie werden uns auf allen Gebieten mit immer neuen Angeboten überschütten. Wir müssen lernen, vernünftig und sinnvoll mit ihnen umzugehen. Technologische Entwicklungen verbessern die Qualität des Lebens nur in dem Maß, als sie Vernunft und Freiheit herausfordern und entfalten.

ANMERKUNGEN

¹ Vgl. vom Verf.: Verantwortete Vermittlung. Bausteine einer Informationsethik des Rundfunks, in: dieser Zschr. 197 (1979) 15–24. Der folgende Beitrag führt diese Überlegungen weiter.

² H. Henkel, Einführung in die Rechtsphilosophie (München 1964) 288.

³ Mainz 1980.

⁴ Ebd. 241.

⁵ Ebd. 244.

⁶ Vgl. G. Deussen, Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI. (München 1973) 273 f.

⁷ M. Rühl, a. a. O. 366. Vgl. G. Deussen, a. a. O. 291 f.

⁸ Vgl. H. Prekke, Thesen zu einer neuen Definition der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik 6 (1971) 81 f., und G. Deussen, a. a. O. 274–276.

⁹ Hier wird partnerschaftliche Kommunikation unter dem „Faktorenkranz“ von Universalität, Aktualität, Periodizität und Publizität sowie von möglichen Kommunikationsmedien und von der rechtlichen und sozialen Organisation der Kommunikation betrachtet. Vgl. H. Wagner, Ansätze zur Zeitungswissenschaft, in: Publizistik 10 (1965) 217–238, und G. Deussen, a. a. O. 275 f.

¹⁰ Zit. bei M. Rühl, a. a. O. 262.

¹¹ Ebd. 359.

¹² G. Deussen, a. a. O. 309–315, hier 311 f., 313 f.; vgl. auch 276–282.

¹³ Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik (Hamburg 1963) 32.

¹⁴ R. Hofman, Das sittliche Minimum in der pluralen Gesellschaft, in: Theol. Quartalschr. 149 (1969) 30.