

Inhaltsverzeichnis

Medien und Ethik: Vorbemerkungen	11
I. Die Äußerung der Meinung ist frei	
Grund- und Freiheitsrechte als Kernstück, Ausgangspunkt und demokratiepolitische Prämisse der Medienethik	21
I.1 Zur Geistesgeschichte einer Freiheitsidee	21
I.2 Meinungs- und Informationsfreiheit	24
I.2.1 Internationale Übereinkommen	25
I.2.2 Das nationale Recht	29
I.2.3 Rechte, Pflichten und Einschränkungen	36
I.3 Das Recht als medienethischer Rahmen? Eine kritische Würdigung unter Verweis auf erste Probleme und Widersprüche	39
I.3.1 Das Recht als Basis für Ethik	40
I.3.2 Die Grenzen des Rechts in Hinblick auf ethische Fragen	42
I.3.3 Ethische Fragen jenseits des Rechts	43
I.4 Zur Verantwortung für die erste medienethische Prämisse	49
I.4.1 Verantwortung der Politik	49
I.4.1.1 Das Verlangen nach der Etablierung eines Widerspruchs zu sich selbst	50
I.4.1.2 Das Verlangen nach einem Ausgleich zwischen der Sicherung von Ethik und Zensur	51
I.4.1.3 Das Verlangen nach nationalstaatlicher Gesetzgebung für globale Kommunikationsgeschehen	52
I.4.2 Verantwortung der Judikatur	53
I.4.3 Verantwortung der Wissenschaft(en)	53
II. Wenn Freiheit nach Vielfalt fragt:	
Zur Problematik der Sicherung von geistigem Pluralismus im Kontext eines marktwirtschaftlichen Kräftespiels	57
II.1 Pluralismus, Vielfalt, Öffentlichkeit und Gerechtigkeit als demokratiepolitisch-ethische Ideale	60

II.2	Versuche der Operationalisierung eines demokratiepolitischen Wollens	65
II.2.1	Zur Geschichte einer pragmatischen Organisationsform	65
II.2.2	Der Betrieb und seine Funktionsweise. Zur inneren Struktur von Medienbetrieben und den äußeren Bedingungen des Wachstumsprinzips	67
II.2.2.1	Zur (Un-)Meßbarkeit von Medienkonzentration	70
II.2.2.2	Zur (Un-)Meßbarkeit medialer Vielfalt	78
II.2.2.3	„Meßdaten“ aus Österreich	79
II.2.3	Die Ware und ihr Charakter: Zur Kommerzialisierung von Medien und Kommunikation	82
II.3	Ethik unter ökonomischen Prämissen?	88
II.3.1	Ökonomie versus Meinungsvielfalt	88
II.3.1.1	Wenn in Strukturen hierarchisch über Inhalte entschieden wird	88
II.3.1.2	Wenn Werbeinteressen Umfang und Vorkommen von Inhalten diktieren	90
II.3.1.3	Wenn Inhalte sich der Form von Werbung anpassen	91
II.3.1.4	Wenn Kommerzialisierung zu Homogenisierung und Trivialisierung von Inhalten führt	93
II.3.1.5	Wenn die Freiheit des Marktes an ihren eigenen Prämissen scheitert	94
II.3.2	Zur Sicherung von Meinungsvielfalt	100
II.3.2.1	Probleme und Widersprüche in vorgeschlagenen Maßnahmen	101
II.3.2.2	Mögliche Indizien für Medienpluralität	108
II.4	Zur Verantwortung für die zweite medienethische Prämisse	111
II.4.1	Verantwortung der Politik	114
II.4.2	Verantwortung der Wissenschaft(en)	117
II.4.3	Verantwortung der Medientreibenden	118
III.	Vom Ideal zur Handlungsmaxime	
	Wenn Individuen der Auftrag zur Umsetzung von (regulativen) Ideen erteilt	127
III.1	Journalistinnen und Journalisten	127
III.1.1	Presse- und Medienkodizes	132
III.1.2	Wenn das Objekt ins Objektiv gerät: Zu Objektivität und Wahrhaftigkeit als Leitkriterien des Journalismus	136
III.1.2.1	Das Objektivitätskriterium zwischen (Un)Meßbarkeit und pragmatischer Umgangsform	139

III.1.2.2	Exkurs I: Das Geschäft mit der Nachricht: Stück für Stück in kleinen Dosen. Zur Problematik von journalistischen Selektionsleistungen	145
III.1.2.3	Exkurs II: Mit Zeitdruck zur Druckzeit. Zur Problematik von journalistischen Zeitabläufen im Produktionsprozeß	151
III.1.2.4	Resümee: Grenzen von Objektivität und Wahrhaftigkeit als ethische Prinzipien	155
III.1.3	Unabhängigkeit als Maß von Distanz und Nähe	158
III.1.4	Kompetenzerwerb für einen kooperativen Verständigungs- prozeß. Transparenz als Basis für Verantwortungsethik	162
III.1.5	Mindestens die Achtung eines ethischen Minimums. Grenz- reflexion als Anforderung an einen ethischen Journalismus	170
III.1.6	Ethik als journalistische Handlungsmaxime?	171
III.2	Das Publikum	178
III.2.1	Staatsbürgerliche Mitverantwortung	182
III.2.2	Verantwortung für sich selbst und die eigene Freizeit(gestaltung)	187
III.2.3	Verantwortung in der Erziehungsarbeit	189
III.2.3.1	Exkurs III: Medienpädagogik	190
III.2.3.2	Exkurs IV: Medienerziehung in Österreich	196
III.2.4	Grenzen der individuellen Verantwortungs- zuschreibung am Beispiel des Publikums	202
IV. Theoretischer Übergang:		
	Begriffliche Orientierungen und theoretische Positionierungen	205
IV.1	Individualethik und Sozialethik	206
IV.2	Moralität und Sittlichkeit	210
IV.3	„Normativ-imperativistisch“ versus „Prozessural-erkundend“	213
IV.4	Diskursethik nach Jürgen Habermas	219
IV.4.1	Ethik ist praxisrelevant	219
IV.4.2	Ethik verlangt nach allgemeiner Geltung und braucht Begründung	220
IV.4.3	Die Überprüfung von Sollgeltung braucht einen Ort und ein Verfahren	222
IV.4.4	Universalisierungsgrundsatz und diskursethischer Grundsatz	223

IV.4.5	Im praktischen Diskurs zur idealen Sprechsituation	226
IV.4.6	Der diskursethische Gewinn: durch Abstraktion zur Reflexion	227
IV.5	Prozeßethik nach Peter Heintel	228
IV.5.1	Mit falscher Arbeitsteilung zu Fremdbestimmung	229
IV.5.2	Wissenschaft als ethische Wertfigur	233
IV.5.3	Die Frage nach dem Guten liegt im Menschen als Differenzsetzung	234
IV.5.4	Überforderung von Individuen im ethischen Anspruch	235
IV.5.5	Zur Etablierung systemtranszendierender Kollektive	236
IV.5.6	Mit der Einrichtung eines „zweiten“ Wissenschafts- modells zur „zweiten Aufklärung“	237
IV.6	Acht ethische Kategorien	240
IV.6.1	Der Anspruch auf Universalisierung und die (Wieder)Herstellung des All-Gemeinen	242
IV.6.2	Die Grenzen des Individuums	244
IV.6.3	Mit kollektiver Entscheidungsfindung zur Relativierung von Werten und Normen	246
IV.6.4	Ethische Verfahren brauchen Institutionalisierung (müssen eingerichtet werden)	251
IV.6.5	Diskurs- und Prozeßethik geben Verfahren an - Inhalte sind „nur“ Gegenstand derselben	253
IV.6.6	Die Praxisrelevanz von Ethik: Konfliktbewältigung und Absorption von Unsicherheit	254
IV.6.7	Ethik braucht Abstraktion und ein Sich-In-Distanz-Setzen	255
IV.6.8	Wider die Fremdbestimmung	257
IV.7	Ausblick: Fragen an eine kollektive Medienethik	258
V.	Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse	
	Oder: Mit der Etablierung eines mehrdimensionalen Modells kollektiver Ethik zur reflektierten Erfassung von Medienprozessen	261

V.1	Zur Verortung von Verantwortung und der ihr innewohnenden Probleme und Widersprüche	263
V.1.1	Individuen im Medienprozeß	269
V.1.1.1	Journalistinnen und Journalisten	269
V.1.1.2	HerausgeberInnen und MedieneigentümerInnen	272

V.1.1.3 Publikum und ErzieherInnen	275
V.1.2 Bezugsgruppen, Kollektive und abstrakte Systeme im Medienprozeß	278
V.1.2.1 Nachrichtenagenturen	278
V.1.2.2 Wissenschaften	279
V.1.2.3 Politik	284
V.1.2.4 Medien	286
V.1.3 Erste Schlußfolgerungen	288
V. 2 Zur Organisation (medien)ethischer Entscheidungsprozesse	293
V.2.1 Exkurs V: Differenzsetzung als zentrale ethische Herausforderung	293
V.2.2 Exkurs VI: Auf der Suche nach Zwischenebenen: Gruppenformationen als ethische Hoffnungsträger	295
V.2.3 Exkurs VII: Konflikte und Widersprüche	298
V.2.4 Medienethik als mehrdimensionaler Prozeß	301
V.2.4.1 Die Reflexion des individuellen Handlungsbezirkes	301
V.2.4.2 Die Reflexion des gemeinsamen Handlungsbezirkes	306
V.2.4.3 Die (repräsentative) Reflexion aller weiteren Ebenen	309
V.2.4.3.1 Das innerstrukturelle Verfahren: Verantwortungsdelegation nach oben, Kontrolldelegation nach unten	312
V.2.4.3.2 Medienethik als demokratiepolitisches Verfahren: Zum Prozessieren institutioneller Widersprüche	313
V.2.4.3.3 Perspektiven der „Umsetzung“ von Medienethik	317
V.2.4.4 Prozeßsteuerung und Moderation	318
V.3 Letzte Schlußfolgerungen und Forschungsausblick	320
V.4 Kritische Selbstreflexion	323
VI. Literaturverzeichnis	329

Anhang I: Rechtsquellen

1. Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (AEMR)	357
2. Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK)	358
3. Internationaler Pakt über bürgerliche und politische Rechte (IPbürgR)	359
4. Übereinkommen über die Rechte des Kindes	360
5. Erklärung der Grundrechte und Grundfreiheiten des Europäischen Parlaments	361
6. Dokument des Kopenhagener Treffens der Konferenz über die Menschliche Dimension der KSZE	362
7. Charta für Paris für ein neues Europa. Erklärung des Pariser KSZE-Treffens der Staats- und Regierungschefs	363
8. Dokument des Moskauer Treffens der Konferenz über die Menschliche Dimension der KSZE	364
9. Amerikanische Menschenrechtskonvention	366
10. Afrikanische Menschenrechtskonvention (AfrMRK)	367
11. Staatsgrundgesetzes über die allgemeinen Rechte der Staatsbürger (StGG)	368
12. Beschluß der Provisorischen Nationalversammlung (Beschluß ProvNV)	369
13. Bundesgesetz über die Presse und andere publizistische Medien (Mediengesetz)	370
14. Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks (BVG-Rundfunk)	374
15. Rundfunkgesetz (RFG)	375
16. Regionalradiogesetz (RRG)	380
17. Ehrenkodex für die Österreichische Presse	383
18. Grundsatzlerlaß Medienerziehung	385
19. Presseförderungsgesetz 1985	388
20. Ehrenkodex für Öffentlichkeitsarbeit	393
21. Kodex von Lissabon	395
22. Action Plan on Promoting Safer Use of the Internet	399
23. Journalistengesetz	407

Anhang II: Statistisches Datenmaterial

1. Österreichische Tageszeitungen	415
2. Presseförderung für Tageszeitungen 1996	416
3. Werbeaufkommen als Prozentanteil am BIP	417
4. Indexwachstum des Pro-Kopf-Werbeaufkommens im Vergleich	418
5. Pro-Kopf-Werbeaufwand in Europa und Bruttonalprodukt pro Kopf (1991)	419
6. Ausstattung der Haushalte mit Kommunikationsgeräten und Medien	420