

# Zusammenfassende Einführung

Seminar „Medienethik“, SoSe 2010

# Die Dramatik moralischer Entscheidungen

„Es gibt Situationen, die so unerträglich sind, daß man sie einfach nicht weiter mitmachen kann, ganz gleich, was dann geschieht; und auch ganz gleich, was bei dem Versuch, es anders zu machen, dann aus einem selbst wird.“

(Fabian von Schlabrendorff,  
zit. n. Adorno 1963, S. 19)

# Ethik und kollektives Handeln

- Nicht alles, womit sich Ethik *de facto* beschäftigt, ist von einer solchen Dramatik.
- Allerdings: In der Summe können individuelle Handlungen fragwürdige Folgen haben.
  - Klassisch: Umweltbelastung
  - Gegenwärtig (z. B.): Gerechtigkeit

# Verantwortung als Schlüsselbegriff

- Verantwortung ist ein Schlüsselbegriff der Ethik, weil jemand (oder etwas) nur dann für sein Handeln gelobt oder getadelt werden kann, wenn man der Person (oder sonstigen Verantwortungsträgern) auch die Verantwortung für die Handlung oder die Handlungsfolgen zuschreiben kann.

# Arten der Verantwortung

- Universal-moralische Verantwortung als Person
- Rollen-spezifischen Verantwortung einer Person (z. B. Person als Arbeitnehmer)
- Korporative Verantwortung
  - Z. B. Unternehmen
  - Z. B. Berufsverbände
- Korporative Verantwortung z. B. für die Definition der Rollen und damit der Rollenverantwortung.

# Verantwortung als Relationsbegriff

- *Jemand* ist
- *Für* etwas
- *Gegenüber* einem Adressaten
- *Vor* eine (Sanktions-, Urteils-)Instanz
- *In Bezug auf* ein präskriptives, normatives Kriterium bzw. Werte, Maßstäbe
- *Im Rahmen* eines Verantwortungs-, Handlungsbereiches *verantwortlich*.

# Beispiel

- *Jemand* [ein(e) Journalist(in)] ist
- *Für* [einen Beitrag]
- *Gegenüber* [dem Publikum, der Öffentlichkeit]
- *Vor* [dem Presserat]
- *In Bezug auf* [den Pressekodex]
- *Im Rahmen* [seiner journalistischen Tätigkeit] verantwortlich.

# CSR

- Operationalisierung von Überlegungen zur korporativen Verantwortung von Unternehmen.
- Oftmals in Form von Plattformen und Netzwerken:
  - Einheitliche Standards für verschiedene Unternehmen.
  - Wahrnehmbares Bekenntnis zu diesen Standards (z. B. Prüfsiegel).
  - (Ökonomischer) Vorteil: Ökonomische Anreize zum Fehlverhalten werden minimiert, wenn alle Marktteilnehmer sich den gleichen Standards unterwerfen.



# Selbstkontrolle und Ethikkodizes

- Ethikkodizes sind ein Mittel, eine einheitliche Orientierung an bestimmten Werten oder Normen zu kommunizieren.
- Echte Selbstkontrolle setzt Freiwilligkeit voraus. Insbesondere Ethikkodizes sollten über Rechtsvorschriften hinausgehen.
- Die Bewertung der faktischen Orientierung an derartigen Kodizes erfolgt im Fall der Selbstkontrolle durch und vor der (relevanten Fach-)Öffentlichkeit.
- Das gilt auch für die Mischform der regulierten Selbstregulierung.

# Kommunikation

- Selbstkontrolle setzt Öffentlichkeit voraus.
- (Ethik-)Kodizes müssen den zu verpflichtenden Personen und Organisationen kommuniziert werden.
- Kommunikation über die Setzung und Veränderung der Kodizes.
- Grundvoraussetzung: Ernsthaftigkeit der Kommunikation – trotz Missbrauchsgefahr zu PR- und Marketing-Zwecken.

# Datenschutz und Überwachung

- Grundlegende Idee:
  - Datenschutz ist analog zu Umweltschutz zu betrachten.
  - Das Private ist somit keine Privatangelegenheit.
  - Gesucht: Möglichkeiten der korporativen Verantwortungsübernahme für die Ermöglichung und den Schutz des Privaten.