

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.

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

1. Was Medienethik ist

In diesem ersten Kapitel werden zentrale Begriffe diskutiert und die wichtigsten Spannungsfelder, in denen sich Medienethik bewegt, beleuchtet: Auf eine Auseinandersetzung mit dem Begriff ‚Medium‘ folgen allgemeine Überlegungen, die Charakteristik der Bereichsethik und ihr Verhältnis zur allgemeinen Ethik betreffend, bevor schließlich eine Arbeitsdefinition von Medienethik vorgeschlagen und ihr Gegenstandsbereich festgelegt werden sollen. Zuletzt wird eine Abgrenzung gegenüber anderen Bereichsethiken vorgenommen sowie eine Einteilung des Faches.

1.1. *Medium*

Nähert man sich der Frage, was Medienethik ist, zunächst über die Ebene der Begriffe, ist selbstverständlich zu fragen, was unter ‚Medien‘ bzw. ‚Medium‘⁵ verstanden werden soll. ‚Medium‘⁶ kommt aus dem Lateinischen (lat. *medium* – Mitte, gr. μέσος – das Mittlere) und bedeutet zunächst einmal Mitte. Da eine Mitte nicht für sich allein besteht, sondern eine Mitte von bzw. Mitte zwischen ist – d. h. das Reden von einer Mitte nur im Zusammenhang mit mindestens zwei weiteren Größen sinnvoll ist –, handelt es sich beim Medium um einen Beziehungsbegriff⁷, dessen Inhalt von den aufeinander bezogenen Größen abhängig ist.

Die aus diesem Umstand zu erwartende Offenheit des Begriffs spiegelt sich in der Vielzahl der de facto bestehenden Definitionen wider: Neben Menschmedien wie Boten⁸, Wahrsagern oder Priestern, Erfolgsmedien wie Geld oder Macht, dem Medium Sprache, dem Medium Luft etc. werden Medien in der Sekundärliteratur auch als technische Kanäle umschrieben. Systemtheoretiker verstehen unter Medien soziale Interaktionen, andere

5 Einen Überblick bietet Thies C. (2011), S. 206.

6 Garncarz J. (2016), S. 15, weist darauf hin, dass der Begriff ‚Medium‘ Anfang des 20. Jahrhunderts hauptsächlich im Singular gebraucht wurde, seit dem Ende des 20. Jahrhunderts dagegen überwiegend im Plural vorkommt.

7 Kerlen D. (2003), S. 9.

8 Krämer S. (2008) nähert sich der Frage, was ein Medium sei, über die Idee des Botengangs.

meinen, Medien seien ästhetische Kommunikationsmittel und wieder andere definieren Medium als Zeichenvorrat usw.

Noch vielfältiger sind die diversen Systematisierungsversuche: Manche Autoren unterscheiden zwischen einem biologischen, einem physikalischen, einem technologischen, einem soziologischen, einem kulturellen, einem systemischen und einem strukturellen Medienbegriff⁹, andere zwischen einem universalen, einem elementaren, einem technischen, einem kommunikationssoziologischen, einem kommunikativ funktionalen und einem systemischen¹⁰. Wieder andere erstellen Untergruppen von Medien, indem sie etwa Informations-, Kommunikations- und Interaktionsmedien voneinander abheben oder Individual- von Massenmedien. Unter Berufung auf die jeweiligen Funktionen werden Artikulationsmedien von Verbreitungsmedien, Wahrnehmungsmedien, Kommunikationsmedien, Speichermedien und Verarbeitungsmedien unterschieden, unter Berufung auf die Verbreitung Ort- bzw. Nahmedien von Fernmedien. Weiters begegnet die Einteilung in Zeitmedien und Simulationsmedien, in Medien der oral auditiven Kommunikation, der Textvermittlung, der piktoralen Vermittlung und in digitale Medien. Last but not least werden Medien den Untergruppen Druck, optische Medien, akustische Medien, Übertragungsmedien und Computer zugeordnet¹¹.

Die Vielzahl der unterschiedlichen Definitions- und Systematisierungsvorschläge jedenfalls ist Ausdruck dafür, wie lebendig und vielschichtig der medienphilosophische Diskurs¹² geführt wird. Spätestens seit den fünfziger Jahren nämlich wird der Terminus technicus ‚Medium‘ als solcher diskutiert und mit Marshall McLuhans Werk *Understanding Media: The Extensions of Man*¹³ wächst das Bewusstsein dafür, dass die sich vollziehenden medialen Umbrüche massiven Reflexionsbedarf mit sich bringen. Parallel zur allmählich einsetzenden akademischen Institutionalisierung der Medienphilosophie zieht die Entdeckung des Mediums als ein Begriff der Philosophie des 20. Jahrhunderts immer weitere Kreise. Der sogenannte ‚Medial

9 Posner R. (1985), S. 255–258.

10 Kübler H.-D. (2000).

11 Für einen Überblick und eine scharfe Kritik siehe Faulstich W. (2002), S. 20. Er schreibt: „All diese Versuche sind [...] entweder unlogisch, unverständlich, dysfunktional, unvollständig, unbegründet oder banal.“

12 Eine fundierte Auseinandersetzung mit den wichtigsten zeitgenössischen Medientheorien findet sich in Lagaay A. / Lauer D. (2004), S. 7–30, aber auch bei Vogel M. (2001).“

13 McLuhan M. (1964).

Turn¹⁴ spaltet die wissenschaftliche Community: Während die Einen für eine starke Leseart plädieren und den Medial Turn als radikalen Paradigmenwechsel interpretieren, nach dem nunmehr jede Philosophie Medienphilosophie sein müsse, bevorzugen die Anderen ein schwächeres Verständnis, dem zufolge der Medial Turn den Linguistic Turn nicht überwindet, sondern als konsequente Weiterentwicklung zu interpretieren ist. In jedem Fall aber geht Medienphilosophie weit über die Klärung ihrer basalen Begriffe hinaus, sie eröffnet eine Vielzahl spannender und produktiver Debatten, die bis dato jedoch noch kaum mit der Medienethik zusammengeführt werden konnten. Obwohl ein solches Fruchtbar-Machen für die Medienethik¹⁵ eine reizvolle Aufgabe darstellen würde, soll an dieser Stelle lediglich eine knappe Begriffsgeschichte geboten bzw. skizziert werden, woran Medienethiker*innen m. E. üblicherweise denken, wenn sie von einem Medium sprechen.

Belege für eine Verwendung des Wortes ‚Medium‘ in der deutschen Sprache findet man ab dem 17. Jahrhundert und zwar vorwiegend als einen naturwissenschaftlichen oder grammatikalischen Terminus. Während im Lateinischen die Bedeutung einer räumlichen oder zeitlichen Mitte, von Mittelmaß, Mittelweg, Mittelpunkt, der Hälfte oder dem Raum zwischen mehreren Objekten überwiegt, lässt sich in den einschlägigen deutschen Herkunftswörterbüchern ein deutlich funktionaler Zug feststellen. Die besonders im 18. Jahrhundert geläufige Wiedergabe von ‚Medium‘ mit ‚Hilfsmittel‘ erfährt zu Beginn des 19. Jahrhunderts eine Verschiebung in Richtung vermittelndes Element, Zwischenmittel, Vermittelndes, wobei als Vermittelndes schon bald auch eine vermittelnde Person in Frage kommt. Letztere Variante des spiritistischen Mittlers erreicht um 1900 einen Höhepunkt und spielt nach wie vor in der Parapsychologie eine Rolle¹⁶.

Sieht man von jenen Fällen ab, wo ‚Medium‘ als ein parapsychologischer, spiritistischer, grammatikalischer oder physikalischer Fachbegriff dient, begegnet der Begriff des Mediums gegenwärtig hauptsächlich in der Bedeutung von Raum oder von Mittel. Wenngleich es sich bei der räumlichen Mitte zwischen voneinander verschiedenen Objekten und demjenigen, das zwischen diesen Objekten vermittelt, offensichtlich um unterschiedliche Entitäten handelt, wird der Zusammenhang deutlich, wenn man folgendes bedenkt: Die räumliche Mitte oder der Raum zwischen

14 Münker S. (2009), S. 7–29.

15 Heesen J. (2015), S. 86–98.

16 Hoffmann S. (2002), S. 24–28.

zwei Objekten ist üblicherweise nicht leer¹⁷, sondern mit chemischen Elementen gefüllt. Sofern ‚Medium‘ einen solchen Zwischenraum bezeichnet, kann man in der Folge ebenso von einem Medium sprechen, wenn man einen raumerfüllenden Stoff meint, der sich zwischen zwei Objekten befindet – wie etwa die Luft zwischen zwei Menschen. Da Stoffe Impulse, Energie und damit Informationen übertragen, kann ein Medium weiters ein Träger von physischen oder chemischen Veränderungen sein und in der Folge ein Mittler oder ein Mittel, je nachdem ob sich der Träger aktiv oder passiv verhält.

Trotz des Zusammenhangs, der sich zwischen einem räumlichen und einem instrumentellen Medien-Verständnis herstellen lässt, ist nicht zu übersehen, dass diese beiden „Aspekte“ – wie sich Hoffmann ausdrückt¹⁸ – in der Geschichte der Medienphilosophie als eigenständige, getrennte Größen behandelt und umfassend interpretiert worden sind. Dies zeigt sich nicht zuletzt daran, dass die Mittel-Variante eine weitere Differenzierung erfahren hat, nämlich in allgemeine Mittel, die Menschen in ihrem Tun nützlich sein können, d. h. jegliche Art einer Verlängerung des menschlichen Körpers, und in Mittel der Kommunikation.

Als allgemeine Mittel kommen jegliche Erweiterungen oder Ersatzstücke von Körperfunktionen und Körperteilen in Frage: Indem man nämlich ein Verhältnis zum menschlichen Körper und seinen Aktivitäten herstellt, wird das Rad ebenso zum Medium wie der PKW oder der Fotoapparat¹⁹. Indem diese Artefakte aber auch auf den Körper zurückwirken, machen sie Wirklichkeit erfahrbar und rücken wiederum in eine sehr vage Nähe zu Kommunikationsmitteln.

Ein derart weites Medienverständnis ist jedoch wenig hilfreich, wenn man den Gegenstandsbereich der Medienethik festlegen will. Da menschliches Handeln fast immer Raum und Mittel außerhalb des Körpers miteinbezieht, stünde kein sinnvolles Kriterium (mehr) zur Verfügung, mithilfe dessen man Medienethik von anderen Bereichsethiken abgrenzen könnte. Außerdem würde man mit einer Beschreibung von Medienethik als einer Reflexion auf den moralischen Wert menschlichen Handelns, insofern dieses über die unmittelbaren Körpergrenzen und -funktionen hinausgeht,

17 Krämer S. (2008) spricht in diesem Zusammenhang von einer „transitorischen Körperlichkeit“ (S. 32) und führt ihre These vom notwendigen Angefüllt-Sein des Zwischenraums bis auf Aristoteles zurück (S. 29).

18 Hoffmann S. (2002), S. 151: „Die Begriffsbedeutungen Mitte und Mittel zielen auf zwei völlig verschiedene Aspekte ein und derselben Sache.“

19 Kloock D. / Spahr A. (1997), S. 11.

nicht das treffen, was für gewöhnlich gemeint ist, wenn man von Medienethik spricht. Würde alles Handeln, bei dem der Mensch unmittelbare Körpergrenzen und -funktionen überschreitet, in den Bereich der Medienethik fallen, wäre (beinahe) jede Ethik Medienethik und die Rede von Medienethik müßig. Ähnliches gilt übrigens auch für die Bioethik, die – wollte man sie unter Berufung auf die Übersetzung von ‚bios‘ mit ‚Leben‘ als Lebensethik umschreiben – von einer allgemeinen Ethik nicht mehr unterscheidbar wäre und damit nicht als sinnvoll abgrenzbare Teildisziplin in Frage käme.

Wendet man sich daher auf der Suche nach einem engeren Kriterium wieder der Bedeutung von ‚Medium‘ als Kommunikationsmittel zu, fällt auf, dass hier eine weitere Unterscheidung vorgenommen wird. Bei Medien als Mittel der Kommunikation kann es sich nämlich entweder um geistige Produkte – wie etwa Schriftzeichen – handeln oder um deren Träger. Doch damit nicht genug, denn die Träger können einerseits stofflich sein – wie eine Schreibfläche –, andererseits strukturell – wie etwa Organisationen oder Institutionen. Diesem Umstand scheint Werner Faulstich gerecht werden zu wollen, wenn er in Anlehnung an Ulrich Saxer folgende Definition vorschlägt:

„Ein Medium ist ein institutionalisiertes System um einen organisierten Kommunikationskanal von spezifischem Leistungsvermögen mit gesellschaftlicher Dominanz.“²⁰

Ein weiterer, häufig rezipierter Zugang ist jener von Harry Pross, der zwischen Primärmedien – ohne Einsatz von Technik (Theater) –, Sekundärmedien – Einsatz von Technik bei der Produktion (Zeitung) – und Tertiärmedien – Einsatz von Technik bei Produktion und Rezeption (DVD) – differenziert²¹. Diese Unterscheidung hat zwar eine gewisse Plausibilität, trägt aber nur beschränkt dazu bei, besser zu verstehen, was Medium meint. Auch die zuvor angeführte Definition von Werner Faulstich scheint als Basis für die Medienethik wenig geeignet, weil sie äußerst komplex ist und eine ganze Reihe von Begriffen beinhaltet, die ihrerseits geklärt werden müssten.

Der medienethische Diskurs ist aber von einem hohen Maß an Interdisziplinarität geprägt. Als Akteur*innen beteiligen sich neben den Wissenschaftler*innen der unterschiedlichen Disziplinen auch Professionalist*innen aus den Bereichen Journalismus, Public Relations, Neue Medien usw.

20 Faulstich W. (2002), S. 26; Saxer U. (1997), S. 21.

21 Pross H. (1972), S. 127–128.

Daher dürfte es wenig hilfreich sein, eine Definition – wie die zuletzt erwähnte – zu wählen, die letztlich nur von solchen Wissenschaftler*innen nachvollzogen werden kann, die im Spezialdiskurs der Medienphilosophie ausgewiesen sind. Zugleich wäre es naiv zu meinen, quasi als Nebenprodukt der Beschäftigung mit Fragen der Medienethik eine Definition von ‚Medium‘ bieten zu können, die dem Stand der Forschung gerecht wird und konsensfähig ist. Nichts destotrotz war die Auseinandersetzung mit dem Begriff ‚Medium‘ nicht umsonst.

Denn in der Darstellung der unterschiedlichen Auffassungen, was ein Medium ist, hat sich gezeigt, dass ein sehr weites Verständnis nicht dazu beitragen kann, den Gegenstandsbereich der Medienethik zu bestimmen und diese gegenüber anderen Bereichsethiken abzugrenzen. Außerdem geht man in der Medienethik üblicherweise von Problemen aus, die das Leben mit sich bringt. Diese Probleme werden dann zusammengefasst und als Themen einer bestimmten Bereichsethik behandelt. Das bedeutet, die Entscheidung über den Gegenstandsbereich der Bereichsethik fällt nicht ausgehend von einem Begriff vor bzw. unabhängig von der Wahrnehmung faktischer moralphilosophischer Herausforderungen. Vielmehr werden Probleme diskutiert, die insofern ähnlich sind, als sie einem bestimmten Lebensbereich zuzurechnen sind, und erst in einem weiteren Schritt wird überlegt, welcher Begriff passend sein könnte, diesen Lebensbereich zu umreißen.

Von daher sollte es tatsächlich machbar sein – und dies geschieht de facto –, Medienethik zu betreiben, ohne sich darauf festzulegen, was ein Medium ist. Sehr wohl aber kann man benennen, welche Art von Medien für die Medienethik gemeinhin von Relevanz ist. Dies ist eine Frage der Konvention, die ebenso gut anders entschieden werden könnte. Wenngleich nämlich Menschmedien (Priester), Medien, die eine Verlängerung des menschlichen Körpers darstellen (Fahrrad) oder Träger der Vermittlung (Schriftzeichen) sind etc., üblicherweise nicht gemeint sind, wenn Medienethiker von Medien sprechen, könnte man sehr wohl auch jene moralischen Probleme, die sich im Zusammenhang mit dem Einsatz dieser Medien ergeben, zur Medienethik zählen. Allerdings hätte man es dann mit einer ganz anderen Medienethik zu tun. Medienethik dagegen, wie sie gegenwärtig betrieben wird, liegt ein Verständnis von Medium zugrunde, wonach Medien technische Hilfsmittel sind, die im Prozess der Erstellung, Distribution und Rezeption²² von Informationen zum Einsatz kommen.

22 Funiok R. (2011), S. 11.