

Papiertiger ohne Imperium

VON MATTHIAS RATH

Publizistische Selbstkontrolle benötigt mehr Aufmerksamkeit

Der Deutsche Presserat hat es schwer. Auf der einen Seite klingt noch immer das Hohelied der Selbstkontrolle zu seinem 50. Jahrestag nach, auf der anderen Seite: „Zahnlos“ spotten die einen, „Papiertiger“ höhnen die anderen. Dazwischen, tapfer Rüge um Rüge verteilend, stehen die drei Beschwerdeausschüsse, paritätisch von Verlegerseite und Journalistenseite besetzt.

Anscheinend kann man trefflich über eine Institution wettern, die staatsfern Regelungen professionellen Handelns durchsetzen soll. Und wie den Presserat trifft dieser Spott auch die anderen größeren und kleineren, öffentlichen und weniger öffentlichen Institutionen medialer Selbstkontrolle. Jedes Medienfeld (FSK, FSF, USK) und jedes mediale Handeln (Presserat, Deutscher Werberat, DRPR) wird selbstkontrolliert und zugleich wird immer wieder die Vergeblichkeit dieses medialen Gutmenschentums beklagt. Doch diese Schelte entspringt einem professionalisierten Vorurteil, das der publizistischen Selbstkontrolle ihren eigentlichen Kern, nämlich ohne „staatliches Imperium“ (Karmasin 1999: 377) auszukommen, zum Vorwurf macht.

Selbstkontrolle ist – zumindest historisch – der Gegenentwurf zur Fremdkontrolle. Zum Teil wurde und wird diese Selbstkontrolle verfassungsrechtlich nahegelegt, wie z.B. in GG Art. 5, es ist aber auch eine Frage politischer Klugheit, dort Selbstkontrolle anzusetzen, wo man staatliche Fremdkontrolle vermeiden will. In manchen Ländern haben Pressekodizes ausschließlich diese Funktion. Es geht der Medienseלבstkontrolle also zunächst um Zensurvermeidung. Anders sieht es mit den Inhalten aus, die Medien produzieren, verteilen und bereitstellen. Hier geht es meist um Jugendschutz und um den Schutz der Privatsphäre. Indem Medien diese Interessen schützen, schützen sie ihre Freiheit.

Heute kommen aber zusätzliche Faktoren ins Spiel. Vor allem Globalisierung, technische Konvergenz und internationale Ökonomisierung der Medien rücken neben die Medienfreiheit die Schutzinteressen der Rezipienten in den Vordergrund. Denn der globalisierte Markt zieht dem Staat die Zähne: Wenn alles überall zu bekommen ist, können selbst strafbewehrte Gesetze auf nationaler Ebene nichts mehr ausrichten. Das hat Folgen:

1. Die Medienseלבstkontrolle funktioniert, wenn sie funktioniert, nur mit der freiwilligen Beteiligung zumindest aller professionellen Gruppen. Und genau diese Partizipation und Selbstverpflichtung fällt bei globalisierten Medien weg. Die globalen Medienunternehmen, mehr noch die nicht-professionalisierten Medienproduzenten im Web 2.0, sind nicht Teil einer Medienseלבstkontrolle. Hier muss die etablierte Selbstkontrolle zusätzliche Funktionen übernehmen sowie Kooperationen und alternative Foren für ihre Arbeit finden.

2. In der klassischen Medienseלבstkontrolle wurden und werden praxisgetrieben bestehende Regeln interpretiert oder neue Regeln formuliert. Das Maß dieser Regulierungen ist dabei – mangels fachethischer Beteiligung – häufig der vermutete öffentliche, viel öfter aber der erreichte interne Konsens. Global braucht es aber Kulturen übergreifende Diskurse,



Der Deutsche Presserat: „Zahnlos“ spotten die einen, „Papiertiger“ höhnen die anderen. Foto: knallgrün/photocase.com

um die normative Navigationsfunktion der Selbstkontrolle noch ausüben zu können.

Im globalisierten Medienmarkt hat die zahnlose Selbstkontrolle neue Chancen. Denn durch Aufklärung, Transparenz und normativen Anspruch kann sie dem Rezipienten Orientierung bieten, wo der Staat längst marginalisiert ist. Allerdings werden diese beiden Aufgaben, der „advokatorisch durchgeführte Diskurs“ (Habermas 1983: 104) auch ohne Beteiligung globaler Medienanbieter und die kritische Professionalisierung der Selbstkontrolle, von den Papiertigern nicht aus eigener Kraft zu stemmen sein. Sie brauchen dafür die Civil Society. Sicher, eine „Regulierung der Regulierung“ (Langenbucher 2006: 108) durch den Staat ist paradox. Aber die Bürgergesellschaft kann mit ihren „Initiativen von unten“ ein Regulativ bieten, das die Medienseלבstkontrolle ihrerseits in den öffentlichen Diskurs einbindet. Der Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle (FPS) ist solch eine bürgerschaftliche Initiative. Praktiker ebenso wie Wissenschaftler aus Medien, Politik, Ethik und Verwaltung setzen sich mit Medienseלבstkontrolle auseinander, kommentieren und mahnen Transparenz an. Initiativen wie der FPS und andere Watchdog-Initiativen werden den Papiertiger nicht zur reißenden Bestie machen, aber sie verhelfen der publizistischen Selbstkontrolle zu mehr Aufmerksamkeit und damit aktiver Akzeptanz – gerade beim Nutzer. Globalisiert leben Papiertiger länger. ■

LITERATUR

Habermas, Jürgen (1983): *Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln*. Frankfurt am Main.

Karmasin, Matthias (1999): *Medien*. In: *Handbuch der Wirtschaftsethik*. Hg. im Auftrag der Görres-Gesellschaft von Wilhelm Korff u.a. Bd. 4: *Ausgewählte Handlungsfelder*. Gütersloh, S. 351-381.

Langenbucher, Wolfgang R. (2006): *Regulierung der Selbstregulierung*. In: *Deutscher Presserat. 50 Jahre Selbstkontrolle der gedruckten Medien 1956-2006*. Bonn, S. 105-108.