

## **Dialogische Kommunikationsethik: Auf der Suche nach einer gemeinsamen Wertebasis für Medien und Gesellschaft**

### *Ausgangslage und Leitfragen*

Digitale Medien können die Möglichkeiten gesellschaftlicher Teilhabe erheblich erweitern und damit idealerweise zu einer Demokratisierung öffentlicher Kommunikation beitragen. Praktische Erfahrungen mit derartigen Partizipationsprozessen zeigen jedoch auch, dass sie einige Herausforderungen mit sich bringen: Phänomene wie Hate Speech, Trolling oder Desinformationen sind die Kehrseite dieser Entwicklung (vgl. Quandt, 2018) und stellen Medienpraktiker:innen wie -regulator:innen vor bislang ungelöste Probleme. Während der Ethikdiskurs im professionellen Journalismus auf diese neuen Problemlagen mit einem „participatory turn“ reagiert hat (vgl. Eberwein, 2022), scheint ein gemeinsamer Wertekanon für „gute“ dialogische Kommunikation in Medien und Gesellschaft noch fern.

Der vorgeschlagene Beitrag versucht diese Lücke mit einer Analyse zum Stellenwert dialogischer Kommunikation in Ethik-Kodizes und anderen redaktionellen Richtlinien zu schließen – nicht nur im Kontext des Journalismus, sondern für alle Arten öffentlicher Kommunikation. Wie weit sind entsprechende Kodizes in Europa verbreitet und in welchen Kontexten finden sie Anwendung? Welche Rolle spielen darin verschiedene Aspekte von Dialog und Partizipation? Welche Prinzipien einer Ethik der dialogischen Kommunikation werden vertreten – und auf welcher Wertebasis? Und inwiefern können diese Dokumente einen Beitrag zur Unterstützung öffentlicher Kommunikationsprozesse und zum gesellschaftlichen Miteinander leisten? Diese Fragen lassen sich auf der Grundlage einer vergleichenden Studie beantworten, an der Forschungspartner:innen aus acht europäischen Ländern im Rahmen eines laufenden Horizon-Europe-Projekts beteiligt sind.

### *Theoretischer Hintergrund*

Die Studie stützt sich auf Konzeptualisierungen der Media Accountability, um verschiedene Instrumente zu identifizieren und zu kategorisieren, die eine dialogische Kommunikationsethik fördern können. In Anlehnung an Bertrand (2000) werden Media-Accountability-Instrumente als „any non-state means of making media responsible towards the public“ verstanden. Wie Bardoel und d'Haenens (2004) in ihrer Typologie verdeutlichen, betrifft dies nicht nur professionelle Medienschaffende (wie Journalist:innen), sondern auch Akteur:innen aus Politik, Ökonomie und Zivilgesellschaft. Im Gegensatz zu vielen früheren Forschungen über Kommunikationskodizes konzentriert sich die Studie speziell auf Formen der öffentlichen Media Accountability, die die Aufgabe der Medien in den Vordergrund rücken, gesellschaftliche Dialogprozesse zu unterstützen.

### *Methodischer Zugang*

Dieses breite Verständnis von Media Accountability diene als Grundlage für eine systematische Sammlung einschlägiger ethischer Kodizes und Richtlinien für die öffentliche Kommunikation in den acht am Projekt beteiligten Ländern: neben Österreich und der Schweiz auch Estland, Finnland, Litauen, die Niederlande, Slowenien und Ungarn. Insgesamt konnte das internationale Forschungsteam 435 (zum Teil auch länderübergreifend relevante) Dokumente identifizieren, die den Korpus für eine vergleichende Inhaltsanalyse bildeten.

Dafür wurde eine quantitative Auswertung ausgewählter Basiskategorien um eine softwaregestützte qualitative Vertiefungsanalyse ergänzt.

### *Befunde und Diskussion*

Die Auswertung gibt nicht nur Einblicke zum Status quo einer noch kaum flächendeckend verbreiteten dialogischen Kommunikationsethik, sondern ermöglicht zudem auch aufschlussreiche Ländervergleiche. Sie zeigt, dass professionelle und ökonomische Frames der Media Accountability in der untersuchten Stichprobe eindeutig vorherrschen, während der Bezug zu zivilgesellschaftlichen Akteursgruppen in den meisten untersuchten Ländern randständig bleibt. Die Mehrheit der einschlägigen Kodizes ist auf den Journalismus ausgerichtet oder zielt auf öffentliche Institutionen; Dokumente mit einem spezifischen Zuschnitt auf die Bedürfnisse von Mediennutzer:innen bleiben die Ausnahme. Die Studie ermöglicht es jedoch auch, einige Good-Practice-Fälle aus verschiedenen Ländern und auf europäischer Ebene zu identifizieren, die Aspekte einer dialogischen Kommunikationsethik in den Mittelpunkt stellen. Der Beitrag nutzt diese Fälle als Ausgangspunkt für eine Reflexion über Prinzipien einer inklusiven Ethik der dialogischen Kommunikation, die nicht nur den akademischen Diskurs über Normen und Werte öffentlicher Kommunikation im digitalen Zeitalter bereichern dürfte, sondern zudem auch wertvolle Anregungen für Medienpraxis und -politik bereithält.

### *Literatur*

- Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5–25.
- Bertrand, C.-J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.
- Eberwein, T. (2022). Journalism ethics and its participatory turn. In L. Trifonova Price, K. Sanders & W. N. Wyatt. *The Routledge Companion to Journalism Ethics*. Routledge, 399-406.
- Quandt, T. (2018). Dark participation. *Media and Communication*, 6(4). <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1519>.