

Betrachtung kritischer Ansätze jenseits der Frankfurter Schule. Beiträge zu Raymond Williams' Fernsehanalysen, die für die angloamerikanische Forschung sehr wichtig waren, zu Norman Denzins filmsoziologischen Arbeiten und zur feministischen Medienforschung (z. B. Donna Haraway) hätten den Band sicherlich fruchtbar ergänzt. Auch die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien werden nur am Rande zum Thema. Eine Diskussion der Analysen von Mark Poster, N. Katherine Hayles oder Manuel Castells wäre hilfreich gewesen. Dies sollen aber nur Hinweise sein. Keine Einführung kann vollständig sein, zumal das Hauptinteresse der Autoren der deutschsprachigen Forschung gilt. Insgesamt gesehen sind die Bemühungen der Gruppe um Stefan Müller-Doohm und Klaus Neumann-Braun, die Vielstimmigkeit soziologischer Medienforschung zu demonstrieren, sehr zu loben. Das Buch sei allen empfohlen, denen eine soziologische Analyse der Mediengesellschaft wichtig ist.

Rainer Winter

Felix Weil

Die Medien und die Ethik

Grundzüge einer brauchbaren Medienethik

Freiburg: Alber, 2001. – 258 S.

(Alber-Reihe Thesen; 20)

3-495-48025-0

Zugl.: Münchener Dissertation 1999

Das Feld der Medienethik erfreut sich wachsender Aufmerksamkeit, die sich in einer zunehmenden Zahl von Büchern mit Grundlagencharakter niederschlägt. Die Dissertation des nun in einer Stuttgarter E-Commerce-Plattform Geschäftsführenden Gesellschafters gehört zu denjenigen Publikationen, die sich weniger damit beschäftigen, von anderen vorgelegte Grundlagen weiterzuentwickeln; vielmehr wird ein neuer Zugang zu Medienphänomenen in ethischer Absicht gesucht. Dabei handelt es sich – wie der Untertitel sagt – um Grundzüge einer Medienethik, das heißt: Fälle stehen nicht im Vordergrund, sondern dienen lediglich zum Beleg dafür, dass es sich bei der vorgelegten Konzeption um eine „brauchbare“ Ethik handelt.

Diese wird in vier Kapiteln entwickelt. Im

1. Kapitel geht es um „Die Medien als Bereich der philosophischen Ethik“. Hier wird die Frage erörtert, ob es sich in speziellen oder angewandten Ethiken – gleich welche davon man betrachtet – um Anwendungen oder Applikationen von Prinzipien einer „allgemeinen“ Ethik handelt. Gestützt auf eine Analyse des Schachspiels lehnt der Autor dies ab. Medienethik, will sie brauchbar sein, muss sich dadurch als solche erweisen, dass sie in der konkreten Situation, die zu regeln ist, plausible Normen entwickelt, sittliches Wissen und Empfinden selbstverständlich vorausgesetzt. Als Kronzeuge für sein Konzept ruft er den späten Wittgenstein auf. Der Philosoph ist auch der am häufigsten zitierte Autor in diesem Buch. Medienethik ist demzufolge eine Ethik für den Bereich „Medien“, deren Prinzipien sich im konkreten Gebrauch der Medien ergeben. Die so entstehende Medienethik wird sich einerseits auf den Stand der Forschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie auf Erfahrungen von Medienpraktikern stützen. Andererseits wird sie gezielt versuchen, sie „brauchbar“ für ihre Theoriebildung zu rekonstruieren.

Damit kommen also die Medien in den Blick: Über sie schreibt er im 2. Kapitel unter der Überschrift „Von der Möglichkeit und dem Zwang, präsent zu sein“. Er kennzeichnet die Medien als einen diversifizierten Kultursachbereich und näherhin als Raum, der Möglichkeiten der Präsenz eröffnet und gleichzeitig dazu zwingt, in diesen Raum einzutreten, will man präsent sein. Diese Präsenz durch Mediengebrauch ist ein anthropologisches Grunddatum. Dass dieser Raum, den die Medien darstellen, der Regulation bedarf, steht für Weil außer Frage. Besonderes Kennzeichen der aktuellen Entwicklung ist die Medien-Konvergenz im Zeichen des Internets.

Im folgenden 3. Kapitel geht es dann unter der Überschrift „Mediale Kommunikation“ beruht auf Signalübertragung, aber erschöpft sich nicht darin“ um die Spielregeln, die diese medial geprägte Welt beherrschen. Hauptsächlich dreht es sich dabei um die Bewertung verschiedener Typen von Medienethik. Als „medienethisch defizitär“ kritisiert er eine „Zweckbeliebige Enthaltungs-, Ethik“, zu der Luhmanns Kommunikationstheorie führt. Eine „zweckkritische Negations- und Emanzipationsethik“ nennt er Adorno-Horkheimers Medienkritik. Auch eine „zweckautoritäre Schutz- und Kon-

trollethik“ reicht ihm nicht aus.

Im 4. Kapitel skizziert er schließlich den „Übergang von den defizitären Ethikformen auf der Basis eines reduzierten Kommunikationsbegriffes zur Gebrauchsethik des Mediengüterbereiches“. Als oberste Maxime stellt er die prinzipielle Offenheit und Zugänglichkeit des Raumes der Kommunikation als oberstes Prinzip der Medienethik heraus: „Der Raum der Kommunikation hat prinzipiell offen zu stehen für die angemessene Verwirklichung von Präsenz (sei es veröffentlichter, sei es rezipiender Art)“ (S. 160). Er wendet sich damit gegen jede Form faktischer oder bewusster Diskriminierung beim Zugang zu den Medien. Er kommt dann unvermittelt auf die Problematik von Scham im Zusammenhang mit medial präsentierter Sexualität zu sprechen, um zu zeigen, in welchen konkreten Zusammenhängen und in welcher Form und für welche Rezipienten es angemessen ist, Sexualität zu zeigen. Das Prinzip der Kontextualität ist ihm außerordentlich wichtig. Sensitivität für Kontexte ist demnach wichtiger als autoritäre Kontrolle bzw. Beschränkung von Medien. Am Ende dieses Kapitels verteidigt der Autor sein Konzept gegen mögliche Einwände, etwa den, dass der einzelne Mediennutzer dadurch überfordert werde, oder den, dass seine Konzeption an den Medienrealitäten vorbeigeht.

Seine Devise: „Klarheit, nicht Wahrheit. Ge-wissheit, nicht Wissen. Optimierung, nicht Totalität“. Wer nicht das ganze Buch studieren will, wird wenigstens die das Werk als 5. Kapitel beschließende Kurzzusammenfassung der Weil'schen Ethik in 7 Geboten lesen.

Zweifellos hat sich der Autor mit vielen Aspekten der Mediendiskussion recht originell beschäftigt. Im Unterschied zu theoriebeladenen Zugängen in manchen neueren Beiträgen

zur Medienethik ist die kontextbezogene Argumentation und auch sein Insistieren darauf produktiv. Kritische Anmerkungen: Ein allgemeiner, durchgängiger Einwand richtet sich gegen den Sprachgebrauch des Verfassers: allzu unbeholfen und unkreativ kommt er daher, assoziiert zuweilen ungebremst, baut Satzungetüme. Sperrig ist auch die häufige Erweiterung von Originalzitaten durch eigene Kommentare. Er verstärkt so den Charakter des Buches als einer Außenseiter-Publikation und positioniert sich so gerade nicht „im Kontext“, ein Sachverhalt, der ihm sonst so wichtig ist. Ein Widerspruch im Konzeptionellen liegt sodann in dem ungeklärten Verhältnis zwischen den Handlungs imperativen in konkreten Situationen einerseits und Regeln, Prinzipien und Normen andererseits. Will man nicht eine reine Situationsethik vertreten (und Weil setzt sich nicht als Verfechter der Situationsethik), dann muss man auch die Bedeutung von allgemeineren Normen für Situationen akzeptieren. Dann aber ist eine Gestalt traditioneller Moralphilosophie nicht weit, die eine „Anwendung“ von Normen auf konkrete Situationen und Fälle ohne genaue Prüfung und Beschreibung dieser Situation bzw. der Fälle und die Umstände des Handelns in diesen Situationen und Fällen nicht zuläßt. Gern hätte man auch etwas mehr über die unternehmerischen Prinzipien von Mediengesellschaften gelesen – moderne Medienethik ist ohne eine ausgearbeitete Position dazu nicht denkbar. Den Einwand gegen seine Konzeption, den er selbst formuliert, nämlich dass sie das Individuum überfordere, räumt er nicht wirklich aus. Obschon teils in Einzelpassagen interessant und mit originellen Beispielen, wird das Konzept in Fachkreisen, für die es bestimmt ist, kaum größere Resonanz finden.

Wolfgang Wunden