

Literatur-Rundschau



Matthias Rath: Ethik mediatisierter Welten. Grundlagen und Perspektiven. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften 2014, 179 Seiten, 30,83 Euro.

Matthias Rath legt ein theoretisch ambitioniertes Buch vor, das darauf abzielt, die epochale Kategorie der „gewußten Mediatisierung“ als Grundlage für eine umfassende Medienethik auszuweisen. Gleichzeitig will er zeigen, dass damit „alle Ethik [...], sofern sie heutige Ethik ist, Ethik der mediatisierten Welt (ist)“ (S. 87), mithin also Medienethik die allumfassende Ethik unserer Zeit darstellt. Darüber hinaus soll auch die Kluft zwischen normativer Ethik und deskriptiver Kommunikationswissenschaft überbrückt werden. Dies sind weitreichende Ansprüche, die starke Begründungsleistungen erfordern.

Vorab ist zu bemerken, dass dieses Buch kein anwendungsorientiertes Lehrbuch zur Medienethik ist, so dass man vergeblich nach Orientierungen für eine moralisch bessere Medienpraxis suchen wird. Vielmehr ist es ein Traktat über die *Bedingungen der Möglichkeit* von Medienethik, eine philosophisch-anthropologische Studie, die Grundlagen und Voraussetzungen der Medienethik in der heutigen Zeit zu klären sucht und zeigen will, „wie Medienethik als Philosophie zu denken ist“ (S. 83). Rath entfaltet seine Analyse in fünf aufeinander aufbauenden Kapiteln: Im ersten Kapitel stellt er grundlegende Annahmen über Mediatisierung und Medialität vor, um dann seine Grundthese zu entwickeln, dass die Ethik der mediatisierten Welt einerseits die mediale Verfasstheit des Menschen reflektiert, andererseits aber spezifisch auf die gegenwärtige Epoche bewusstgewordener Medialität abhebt.

Im zweiten Kapitel wird Medienethik als angewandte Ethik diskutiert, die Handlungsorientierung und Bewertungsmaßstäbe bereit stellen soll, sich aber auch immer wieder ihres empirischen Gegenstandes vergewissern muss, der auf sie zugleich als Realitätskontrolle rückwirkt. Hier wird auch ein entschränkter Öffentlichkeitsbegriff als Grundkategorie eingeführt, in dem (dank der Online-Medien) die Unterscheidung zwischen Produzent und Rezipient aufgehoben ist.

Das dritte Kapitel, begründungstheoretisch gesehen das Herzstück des Buches, zeigt im Rückgriff auf die philosophische Anthropologie (v. a. Cassirer), dass der Mensch als Symbolwesen in seinem Zugriff auf und Verständnis von Welt *immer schon* medial vermittelt ist. Verschiedene Medien – Sprache, Schrift, Druck, elektronische Medien, etc. – erzeugen also nicht ontologisch-kategoriell verschiedene Realitäten, vielmehr „rüstet (der Mensch) medial auf“ (S. 79). Die Pointe von Rath's Argumenten ist, dass erst in unserer Zeit diese Medialität als Reflexionskategorie zu sich kommt, so dass die grundlegende *mediale Abhängigkeit* bewusst werden kann. Dies klingt plausibel, aber es lässt die Frage offen, warum ausgerechnet (erst?) heute dieses Bewusstsein möglich ist, wie auch unklar bleibt, wann diese Epoche begann (etwa mit dem Buchdruck, mit Vicos Symboltheorie, mit der Bewusstseinsphilosophie, mit den digitalen Medien?). Die Begründung ist also nicht zwingend und bleibt spekulativ. Dementsprechend ist auch der darauf aufbauende Anspruch, dass heutige Ethik stets Medienethik sein muss, trotz seiner sympathischen Plausibilität begründungslogisch spekulativ – ganz abgesehen davon, dass man mit ähnlichen Argumenten und entsprechender Zuschreibung von Fundamentalsinn z. B. auch die Technik- und Wissenschaftsethik, die Medizin- und Bioethik oder die Umweltethik in den Stand einer allumfassenden heutigen Ethik erheben könnte.

Das vierte Kapitel liefert eine detaillierte Analyse von vier medienethischen Begriffen, doch bleiben die Kriterien für ihre Auswahl im Dunkeln. Zwar qualifiziert Rath die Begriffe Authentizität, Medienkompetenz, Medienqualität und Wahrhaftigkeit als „besonders interessant“, da sie „zu einer Aporie führen“ und die in der mediatisierten Welt zu berücksichtigenden „Aspekte medialen Handelns in den Vordergrund (stellen)“ (S. 92). Aber das macht sie nur zu möglichen aber nicht zu notwendigen Kandidaten der Analyse. Andere Grundbegriffe werden nicht erwähnt, wie z. B. Öffentlichkeit (dessen Behandlung in diesem Kapitel systematisch sinnvoller wäre als im zweiten), Privatheit, Entstehung von Ubiquitärmedien, Globalisierung und Lokalisierung der Kommunikation, Konzentration von Medienmacht, etc. Auch will die Trennung von Authentizität und Wahrhaftigkeit nicht recht einleuchten, zumal der Autor hier auf Habermas rekurriert, der diese als zwei Aspekte desselben Geltungsanspruchs auszeichnet. Dies mag daher rühren, dass Rath (in Kap. 4.4) Wahrhaftigkeit letztlich auf die Wahrheit von Aussagen zurückführt, anstatt (wie Habermas) auf die temporal

angelegte Handlungskonsistenz, an der *jede Form* von Wahrhaftigkeit gemessen werden kann. Bedauerlich ist auch, dass Rath Medienkompetenz von pädagogischen Kompetenzbegriffen aus diskutiert, die auf individuelle Kompetenzdefizite abstellen, und dabei Aneignungs- und Bildungsmodelle vernachlässigt, bei denen die Praxis der mediatisierten Vergemeinschaftung im Vordergrund steht (vgl. etwa Thomas Bauer, Kommunikation wissenschaftlich denken. Böhlau 2014).

Das fünfte Kapitel entwirft einen integrativen Ansatz der Ethik der mediatisierten Welt. Hier diskutiert Rath v. a. die Rolle der Medienethik in der Kommunikationswissenschaft und weist auf, dass sie als normative Bezugsdisziplin zu verstehen ist, die unverzichtbare Orientierungs- und Reflexionsleistungen erbringt. Er kann dabei (u. a. im Rückgriff auf Max Weber) auch eine gangbare Brücke schlagen zwischen normativer Ethik und deskriptiver Kommunikationswissenschaft. Dagegen wird die These von der allumfassenden Medienethik lediglich wiederholt, ohne über anthropologische Evidenzen hinaus begründet zu werden (vgl. S. 153 und 173). So bleibt das Dilemma, dass der medienethische Universalanspruch entweder zu allgemein ist (wir kommunizieren immer schon, wie wir auch immer schon denken, atmen, essen oder lieben) und sich dann nicht als epochal ausweisen kann, oder als Epochalbegriff zufällig erscheint, da Resultat kontingenter Zuschreibung.

Das Buch bietet dem philosophisch interessierten Leser eine anregende Lektüre und die Gewissheit, dass Medienethik integrativ sein muss.

Kritisch sei noch vermerkt, dass das Buch viele Redundanzen enthält, wohl da es aus früheren Einzelveröffentlichungen hervorgegangen ist, was bei sorgsamer Überarbeitung kein Nachteil sein müsste. Gelegentlich verweist der Autor zwar darauf, dass ein Gegenstand noch zu behandeln sei oder bereits behandelt wurde (z. B. S. 54 und 161), meistens aber fehlen Querverweise, so dass zentrale Themen quasi immer wieder neu eingeführt werden, etwa der Medialitätsbegriff (S. 78f. und 160), der naturalistische Fehlschluss (S. 38f. und 151), die Werturteilsfreiheit (S. 37 und 150), die Geltungsansprüche (S. 94 und 127), sowie Kants Kopernikanische Wende (S. 130 und 158). Bei letzterer ist kurios, dass dasselbe Zitat, obwohl nach der gleichen Quelle zitiert, in zwei verschiedenen Schreibweisen auftaucht und sogar unterschiedlich endet („soll“ vs. „will“).

Gleichwohl bietet das Buch dem philosophisch interessierten Leser eine anregende Lektüre und die Gewissheit, dass

Medienethik integrativ sein muss, dass sie in der Kommunikationswissenschaft eine fundamentale Rolle spielen soll, und dass sie den Bedingungen und Konsequenzen der Mediatisierung besondere Aufmerksamkeit schenken muss. Es enthält auch viele bedenkenswerte Einsichten und Ideen, wie z. B. dass Ethik immer *Notfallethik* ist, die erst dann erscheint, wenn moralische Selbstverständlichkeiten zerfallen (S. 152). Eine finale Grundlegung der Medienethik stellt es jedoch nicht dar. Aber dies ist vielleicht auch gar nicht wünschenswert, denn wie die Philosophie bleibt auch die Medienethik, um Otto Neurath zu paraphrasieren, ein Schiff, das auf offener See umgebaut werden muss.

Bernhard Debatin, Ohio

Olaf Hoffmann/Hans-Jürgen Arlt: Die nächste Öffentlichkeit. Theorieentwurf und Szenarien. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften 2015, 141 Seiten, 14,99 Euro.

Das Buch der beiden Kommunikationswissenschaftler Olaf Hoffmann und Hans-Jürgen Arlt beginnt mit der Aussage, der Computer sei das Leitmedium der titelgebenden „nächsten Öffentlichkeit“. Wer nun allerdings eine Untersuchung darüber erwartet, wie digitale Informations- und Kommunikationstechnologien jene „nächste Öffentlichkeit“ beeinflussen, der liegt falsch. Den Autoren geht es nicht um eine medientheoretische, sondern systemfunktionalistisch zugeschnittene Untersuchung, im Zuge derer eine Konzeption von Öffentlichkeit entwickelt wird, welche diese als Funktionssystem mit spezifischen Eigenschaften versteht.

Hierbei definieren die beiden Autoren, wie aus systemtheoretischen Untersuchungen gewohnt, verschiedene Parameter des gewählten sozialen Systems: Die Funktion der Öffentlichkeit sehen die Autoren darin, die Gesellschaft mit Informationen über sich selbst zu versorgen. Die Leitdifferenz besteht in dem Code kollektive Information/keine kollektive Information. Das Erfolgsmedium ist Aufmerksamkeit. Die Binnendifferenzierung des Systems erfolgt über die Subsysteme Journalismus, Unterhaltung, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Die Subsysteme werden, in der genannten Reihenfolge, wiederum an den Zielgrößen Aktualität, angenehmes Erleben, Überzeugen und Verführen ausgerichtet. Alle vier Subsysteme werden einer genauen systemtheoretischen Analyse unterzogen,

