

Einreichung zur  
Jahrestagung 2013 des Netzwerk Medienethik und der Fachgruppen Kommunikations- und  
Medienethik der DGPK in München

„The media, stupid!“

Überlegungen zu einer Medienethik als Ethik des medialen  
Zeitalters.

Prof. Dr. Matthias Rath  
Pädagogische Hochschule Ludwigsburg, Forschungsgruppe Medienethik

Anschrift:  
Brunebecker Str. 69  
58454 Witten  
rathphl@aol.com

**„The media, stupid!“****Überlegungen zu einer Medienethik als Ethik des medialen Zeitalters.**

In Anlehnung an die im us-amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf 1992 bekannt gewordene Floskel „The economy, stupid?“ (Kelly 1992) als Hinweis an die Politik, die Ökonomie als Realisierungsbedingung politischer Konzepte nicht zu vernachlässigen, soll in diesem Vortrag die *Medialität* als Grundkonstituente der modernen Gesellschaft aufgewiesen werden, was zugleich der Medienethik eine neue und epochal relevante Bedeutung zuweist.

Medienethik gehört zu den inzwischen etablierten Bindestrich- oder Angewandten Ethiken. Doch im Konzert der *applied ethics* nimmt sie noch immer eine eher randständige Position ein. Im Vergleich zu den altehrwürdigen (z.B. Medizinethik) oder in den letzten Jahrzehnten mit großer Aufmerksamkeit bedachten angewandte Ethiken (z.B. Wirtschafts- und Bioethik) hat die Medienethik sich noch nicht auf breiter Basis als gesellschaftlich hoch relevante Expertise der philosophischen Ethik durchgesetzt. Als Ethik der Medien hat sie, mit Ebbinghaus (1910: 9) gesprochen, eine nur „kurze Geschichte“, als Ethik mit philosophischen Wurzeln hingegen kann sie auf eine „lange Vergangenheit“ zurückblicken.

Historisch lässt sich die philosophische Reflexion auf menschliche Praxis und speziell auf mediale Praxis – das ist inzwischen ein Gemeinplatz jedes medienethischen Lehrbuchs – schon bis auf Platon zurückverfolgen. Als Beitrag zu einer "Vermessung der Medienethik" soll dieser Vortrag den Blick daher zunächst nicht auf die kurze Geschichte, sondern auf die lange philosophische Vergangenheit werfen.

Ausgangspunkt ist die philosophische Ethik als epochales Phänomen. Alle ethischen Systeme entstehen aus einem lebensweltlichen und für ihre Zeit typischen Begründungsdefizit. Die unter dem Eindruck interkultureller Irritation in den griechischen Kolonialstädten entstandene vorsokratische Ethik ebenso wie die aristotelische Reflexion auf ein sich auflösendes Bürgerethos der griechischen *Poleis*, die stoischen Ethik-Konstrukte einer *Ataraxia* als Lebensideal in vor allem der römischen Kaiserzeit über spätmittelalterliche und in der Renaissance entwickelte Ethik-Konzepte individueller Lebensgestaltung unter den Bedingungen beginnender Aufklärung und Säkularisation bis hin zu den neuzeitlichen Ethik-Entwürfen als Reaktion auf die Dominanz zunehmend empiristischer Wissenschaft sowie moderner Ethik-Versuche unter dem Eindruck naturwissenschaftlich-technologischer oder ökonomischer Dominanz lassen sich in diesem Lichte deuten.

In einem zweiten Teil wird entfaltet, in wieweit *Medialität* in der modernen Gesellschaft als Epochenbegriff besonders ausgezeichnet werden muss. Ausgangspunkt ist dabei die Feststellung, dass in der Geschichte die gesellschaftliche Selbstdefinition von je unterschiedlichen Faktoren dominiert wurde. Dabei lassen sich verschiedene, z.T. auch philosophisch reflektierte Kategorisierungen unterscheiden:

- Historische Kategorisierungen (angefangen von Marx' geschichtsphilosophischem Entwurf, der eine ökonomische Grundstruktur als Kriterium ansetzt, über Jaspers religionsphilosophisches Konstrukt einer die Gesellschaftsentwicklung strukturierenden „Sattelzeit“ bis hin zu Foucaults Relativierung bzw. Ende der Epoche des Subjekts),
- ressourcenspezifische Kategorisierungen (wie Bronze-, Eisen- oder Siliziumzeit, „digitale Gesellschaft“, „Informationsgesellschaft“ oder „Wissensgesellschaft“)
- normative oder handlungsorientierende Kategorien („Erlebnisgesellschaft“, „Risikogesellschaft“)
- praxeologische Kategorisierungen (Industrialisierung, wissenschaftlich-technisches Zeitalter) und

- kommunikative Kategorien („Massengesellschaft“, „Öffentlichkeitsgesellschaft“, „Mediengesellschaft“).

Im Schlussteil schließlich wird *Medienethik* als Ethik dieser ausgezeichneten Signatur der modernen Gesellschaft entfaltet und in Beziehung gesetzt zu zwei anderen grundlegenden Signatur der Gegenwart: die Strukturkategorie *Ökonomie* als Signum und Kritik des Kapitalismus und die Prozesskategorie der *Bildung* als Signum einer zunehmend wissensgetriebenen Gesellschaft. Der Beitrag schlägt vor, Medienethik nicht mehr nur als Bereichs- oder angewandte Ethik einer allgemeinen Ethik entgegen zu stellen bzw. zu subsumieren, sondern sie als aktuelle Form philosophischer Reflexion auf menschliche Praxis zu charakterisieren, die den besonderen gesellschaftlich-„epochalen“ Rahmenbedingungen medialisierter individueller und sozialer Existenz angemessen ist.

## Literatur

- Ebbinghaus, H. (1910). *Abriß der Psychologie*. 3. Auflage. Leipzig: Veit [1. Aufl. 1908]
- Funiok, R. (2007). *Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft*. Stuttgart Kohlhammer
- Jäger, L., E. Linz & I. Schneider (eds.) (2010). *Media, Culture, and Mediality: New Insights into the Current State of Research*. Bielefeld: Transcript
- Jarren, O. (2001). "Mediengesellschaft" - Risiken für die politische Kommunikation. In *Aus Politik und Zeitgeschichte* (B 41-42/2001). Online-Quelle: <http://www.bpb.de/apuz/25976/mediengesellschaft>
- Karmasin, M. (Hrsg.) (2002). *Medien und Ethik*. Stuttgart: Reclam
- Kelly, M. (1992). THE 1992 Campaign. The Democrats -- Clinton and Bush Compete to Be Champion of Change; Democrat Fights Perceptions of Bush Gain. In *New York Times*, 31. Oktober 1992. Online-Quelle: <http://www.nytimes.com/1992/10/31/us/1992-campaign-democrats-clinton-bush-compete-be-champion-change-democrat-fights.html>
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Rath, M. (1988). *Intuition und Modell. Hans Jonas und die Ethik des wissenschaftlichen Zeitalters*. Frankfurt/Main: Lang
- Vowe, G. (2010). Von der Massengesellschaft zur Mediengesellschaft: Antworten der Kommunikationswissenschaft auf die Frage: "Wie ist Gesellschaft möglich?". In C. Reinemann & R. Stöber (Hrsg.), *Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft*. Festschrift für Jürgen Wilke (S. 35–61). Köln: Halem