JÜRGEN MITTELSTRASS

Bildung und Verantwortung in der Mediengesellschaft

Bildung und Verantwortung sind große Worte, die zur kleinen Münze zu werden drohen. Alle Welt schwört, wenn von Kultur und Zivilgesellschaft die Rede ist, auf Bildung, und alle Welt beschwört im gleichen Zusammenhang Verantwortung. Wenn man dieser Konjunktur des rundum Gebildeten und Verantworteten und der allseits Gebildeten und Verantwortenden Glauben schenken darf, scheint daher auch alles in Ordnung zu sein. Aber so ist es nicht. Was in aller Munde ist, muss nicht in aller Herzen sein, und auch nicht in aller Köpfe, wenn denn Bildung und Verantwortung auch etwas mit einer vernünftigen Wahrnehmung der Welt zu tun haben. So gesehen sind vielmehr Bildung und Verantwortung noch immer das, was meist fehlt, was nur unzureichend wahrgenommen und oft nicht einmal begriffen wird. Hier steht es mit Bildung und Verantwortung wie mit Ethik und Moral. Auch deren Beschwörung macht zumeist deutlich, dass sie nicht einfach gegeben sind, sondern fehlen.

Die Dinge werden noch schwieriger, wenn sich Bildung und Verantwortung mit etwas verbinden sollen, das selbst Gegenstand vieler öffentlicher Kontroversen ist und selbst maßgeblich auf Meinungen und Überzeugungen zum Thema Bildung und Verantwortung Einfluss nimmt. Gemeint sind die Medien. Die Medien sind heute allgegenwärtig. Sie bestimmen das öffentliche Bewusstsein ebenso wie das individuelle, sie zeigen und verbergen, erklären und verwirren, orientieren und verführen. Der moderne Mensch, der getreu dem Programm der Aufklärung ein Produkt seiner selbst, d.h. ein Produkt der Selbstbestimmung, also Ausdruck von Autonomie sein soll, ist nach wie vor ein weithin heteronom bestimmtes Wesen geblieben. Er gehört nicht sich selbst, wozu ihn die Aufklärung ermunterte, weil ihm seine Orientierungen nicht gehören.

Die gehören heute vor allem den Medien, auch wenn diese selbst gemäß den Idealen einer offenen Gesellschaft pluralistisch organisiert und frei sind. Das Man, von dem Martin Heidegger überzeugend darlegt, dass es die alltägliche Seinsweise des Menschen ist¹, hat in den Medien seine moderne Orientierungsform gefunden, der gegenüber frühere Formen der Inbesitznahme des Menschen fast nur noch ein müdes Lächeln

1 M. Heidegger, *Sein und Zeit*, Tübingen 141977, 126–130 (§ 27 Das alltägliche Selbstbewußtsein und das Man).

verdienen. Es ist leider so: Freie Medien machen das Individuum noch lange nicht frei. Wo sie es nicht voraussetzen, wie es das Ideal einer aufgeklärten Gesellschaft besagt, setzen sie sich vielmehr an seine Stelle, indem sie die Kammern seines Bewusstseins besetzen, seine Wahrnehmungen lenken, Einfluss auf das Bild der Welt durch ihre Bilder nehmen. An die Stelle der Weltbilder sind die Bilderwelten der Medien getreten. Dadurch werden auch Herrschaftsstrukturen verändert, wovon schon Gottes Warnung gegenüber Mose zeugt: du sollst dir kein Bildnis machen.² Wir herrschen mit unseren Bildern über die Dinge, und die Bilder herrschen über uns.

Von jemandem, der weder ein Vertreter der Medien noch ein Medienwissenschaftler ist, wird man nicht viel Professionalität im Problembe-
reich Medien, Bildung und Verantwortung erwarten dürfen. Deshalb im Folgenden auch nur einige kurze, thesenförmige Bemerkungen und Erläuterungen, geleitet von der Frage: Bilden die Medien (noch), und ver-
antworten sie (noch), was sie bewirken?

These 1

In der Medienwelt rufen alle nach dem mündigen, gebildeten und verantwortungsbewussten Bürger. Und viele hoffen insgeheim, dass es ihn nicht gibt, jedenfalls nicht in nennenswerter Zahl.

Diese Hoffnung wird selten enttäuscht. Das gilt nicht nur für den Medienbereich, sondern für den gesamten Bereich der Öffentlichkeit, mit deren Idee als bürgerlicher Öffentlichkeit ursprünglich die Durchsetzung von gesellschaftlicher Autonomie und Vernunft verbunden war, desgleichen der Zusammenhang von Mündigkeit und Aufklärung. Der mündige Bürger ist der aufgeklärte Bürger; »aufgeklärt« dabei nicht lediglich im Sinne von »informiert«, sondern im Sinne von »selbstbestimmt« und »selbstverantwortet«. Und hier ist es noch immer angebracht, Immanuel Kant zu zitieren: »Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbst verschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der Entschließung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines andern zu bedienen.«³ »Entschließung« und »Mut« sind

2 2. Mose 20.4.

3 I. Kant, Beantwortung der Frage: was ist Aufklärung? (1784), in: I. Kant, Werke in sechs Bänden, ed. W. Weischedel, Frankfurt/Darmstadt 1956–1964, VI, 53–61, hier 53. Zur Modernität dieser Sätze auch in der Medienwelt vgl. F. Alt, Wer aufklärt, stört. Aber das ist unser Auftrag, in: H.

in Sachen Aufklärung noch immer schwach ausgeprägt. In dem Maße, in dem die öffentliche Meinung an die Stelle einer eigenen Meinung, d.h. des öffentlichen Gebrauchs des eigenen Verstandes, tritt, wird Mündigkeit zur Beschwörungs- und Beschwichtigungsformel, die sich als schöner gesellschaftlicher Schein auch über unaufgeklärte Verhältnisse legt.

Die Medien sind ihrer eigenen Rolle in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft nach das Mittel, diesen Schein zu zerstören. Sie befördern ihn aber auch und verwandeln dabei unter der Hand die Gesellschaft in eine Mediengesellschaft, und sie profitieren auch von ihm. Das Man ist die Urform der Gesellschaft, auch der modernen, pluralistischen, und es ist der bevorzugte Adressat der Medienwelt. Dabei kann die Eintrittsschwelle in diese Welt unterschiedlich hoch liegen. Bei den visuellen Medien liegt sie besonders niedrig. Das wiederum liegt daran, dass wir alle Augenmenschen sind, dass das Auge Inbegriff aller Sinnlichkeit, auch einer intelligenten oder gebildeten Sinnlichkeit ist, ferner daran, dass im visuellen Medium Aneignung zugleich Sichaneignen und Angeeignetwerden bedeutet. Welche Herrschaftschancen für die Symbiose von Bildschirm und Kopf!

These 2

Noch einmal: *Freie Medien machen das Individuum noch lange nicht frei. Ihre Freiheit kann auch die Unfreiheit des Individuums bedeuten.*

Frei ist, der nicht nur niemandes Knecht ist, sondern dem auch seine Orientierungen gehören. Insofern setzt Freiheit Mündigkeit voraus, Mündigkeit, die sich in der Herrschaft über die eigenen Orientierungen äußert. Wo eine solche Herrschaft nicht gegeben ist, wo dem Einzelnen seine Orientierungen nicht gehören, wird dieser unfrei wie ein Knecht, meint er, was andere meinen, urteilt er, wie andere urteilen, lebt er in der Welt der anderen, nicht in seiner eigenen Welt. Deshalb sind freie Medien auch nur die eine Seite einer freien, offenen Gesellschaft; die andere Seite ist das freie, selbstbestimmte Ich.

Wie ›erwehrt‹ sich dieses Ich des Zugriffs freier Medien und ihres Orientierungsdrucks? Indem es seine Orientierungen zwar immer wieder kritisch zur Disposition stellt, sich diese Orientierungen aber nicht abhandeln lässt, weder in ökonomischen noch in anderen, z.B. in öffentlich-rechtlichen, Strukturen. So sieht sich ein Medium wie das Fernsehen immer wieder selbst, vor allem wenn es öffentlich-rechtlich verfasst ist, dem Versuch des Zugriffs durch die politische Arena ausgesetzt und gibt,

Boventer (Ed.), Medien und Moral. Ungeschriebene Regeln des Journalismus, Konstanz 1988 (Journalismus 27), 17–26.

wenn es diesem Versuch unterliegt, diese ›Politisierung‹ an seine ›Konsumenten‹ weiter. Allerdings bestimmt es durch seine ausgezeichnete mediale Stellung auch die Prioritäten in eben dieser Arena. Und auch dies wirkt sich auf den ›Konsumenten‹ aus.

Vielleicht gelingt es im übrigen den Medien allgemein weit weniger, als wir gemeinhin glauben, dem Menschen nahezu legen, was er denken soll, wie er die Welt ansehen soll, als vielmehr bestimmte Themen zu besetzen, zu bestimmen, worüber nachgedacht werden soll.⁴ Das Lenken der Wahrnehmung und der Aufmerksamkeit ist das Entscheidende, wenn es um das komplementäre Verhältnis von freien Medien und freien Subjekten geht, nicht so sehr die gefürchtete Belehrung oder Ideologisierung. Nicht nur wie orientiert wird, sondern auch worüber orientiert wird, stellt Tag für Tag die beanspruchte Mündigkeit auf die Probe.

These 3

Die Bedürfnisse der zukünftigen Mediengesellschaft kennen wir nicht. Wir dürfen aber annehmen, dass diese nicht dramatisch von unseren eigenen Bedürfnissen abweichen werden.

Medien dienen der gesellschaftlichen Kommunikation. Sie sind in einer pluralistischen Gesellschaft Ausdruck eben ihrer pluralistischen Natur, und sie dienen der Befriedigung von Bedürfnissen. Letzteres steht oft oben an. Während gesellschaftliche Kommunikation etwas für die Theoretiker unter den Medienexperten ist und Pluralismus, der aus einer Verlegenheit (nämlich nicht zu wissen, wo begründete Ziele und Zwecke liegen) mit Vorliebe eine Tugend macht (die Tugend des ›anything goes‹), ebenso, sind Bedürfnisse das goldene Kalb, um das sich der Reigen etwa der Fernsehprogramme dreht. Wie anders wäre es sonst zu erklären, dass heute jeder triste Entertainer seine Chance hat, wenn er nur eine und sei es noch so banale Bedürfnislage in der Gesellschaft trifft. Dass hier vor allem Geschmacklosigkeit mehrheitsfähig ist, bewiesen vor geraumer Zeit televisionäre Kostbarkeiten wie »Tutti Frutti« und die unsäglichen Seifenopern »Dallas« und »Schwarzwaldklinik«, später George Orwells missratene Enkel mit »Big Brother« und beweisen heute »Traumschiff« und »Dschungelcamp« sowie alles, was da zur Befriedigung atavistischer Bedürfnisse noch folgen mag. Das Medium Fernsehen gibt dem Publikum, was es will, und wenn es dieses damit auch immer

4 Vgl. B. C. Cohen, *The Press and Foreign Policy*, Princeton N.J. 1963, 13. Ferner M. E. McCombs/D. L. Shaw, *The Agenda-Setting Function of Mass Media*, *The Public Opinion Quarterly* 36 (1972), 176–187, hier 177.

tiefer in die Gefilde des Seichten zieht. Wie hieß es damals so schön über »Dallas«: »Selten (...) sah man auf dem Bildschirm dürftiger konstruierte Geschichten mit schlechteren Schauspielern dumpfer in Szene gesetzt. »Dallas«-Intrigen sind so fein gesponnen wie Schiffstau, »Dallas«-Dialoge so sprachmächtig wie Funkwerbung (...), »Dallas«-Erotik prickelt wie eingeschlafener Fuß.«⁵

Wer nur Bedürfnisse befriedigen will, so wie sie sind, und nebenbei das Bedürfnis nach hohen Einschaltquoten auch, muss nicht lange suchen. Er findet sie gleich nebenan und wohl auch bei sich selbst. Dabei endet der Wettlauf um die Befriedigung faktischer Bedürfnisse stets bei den niedersten Bedürfnissen: sex and crime und Seifenopern (man könnte dies das Gesetz des ausgeschlossenen Geschmacks nennen). Insofern wäre aber auch über die Zukunft des Mediums Fernsehen wie auch anderer, heute vor allem über das Internet daherkommender visueller Medien schon entschieden: sie werden den Bedürfnissen, die uns treu bleiben, auch treu bleiben. Die Frage nach irgendwelchen Maßstäben, nach denen sich dieses Medium richten sollte, wäre falsch gestellt, wenn diese Maßstäbe doch wieder nur die faktischen Bedürfnisse sind.

These 4

In den Medien begegnen Expertenkulturen Alltagskulturen. Diese Begegnung lässt viele Wünsche offen.

Kommunikationsprozesse sind gesellschaftliche Stoffwechselprozesse. Sie dienen der Erhaltung des gesellschaftlichen Systems der Bedürfnisse und ergreifen Alltagskulturen und Expertenkulturen in gleicher Weise. Das gilt wiederum in besonderem Maße im Blick auf die audiovisuellen Medien. Beispiel Wissenschaft und Medien.

Wissenschaft steht auch in den Medien hoch im Kurs; sie informiert, belehrt und unterhält. Und doch muss zumindest der Versuch, durch den Einsatz von Wissenschaft bzw. Wissenschaftlern in politisch relevanten Zusammenhängen Legitimität zu gewinnen, weitgehend als gescheitert gelten. Eingetreten ist ein ganz anderer Effekt, nämlich eine Illegitimitätsvermutung gegenüber der Wissenschaft. Eine politische Inanspruchnahme der Wissenschaft hat zu deren eigener Politisierung geführt bzw. zur öffentlichen Wahrnehmung als politiknahes Wissen. Damit werden Legitimationskrisen der Politik im Zusammenspiel von politischem und

5 R. Becker, Wackelnde Wimpern, *Der Spiegel* 30 (1981), 138. Vgl. P. Rössler, Dallas und Schwarzwaldklinik. Eine Programmstudie über Seifenopern im deutschen Fernsehen, München 1988 (Reihe Medienskripten 1), 54–62.

wissenschaftlichem Sachverstand zunehmend auch zu Legitimationskrisen der Wissenschaft. Ein älteres Beispiel dafür sind die Gorleben-Anhörungen, ein neueres die Debatten über Reproduktionsmedizin, Stammzellenforschung und Genome Editing. Hier widersprechen sich immer wieder Wissenschaftler in öffentlicher Weise spektakulär (und weltanschauungsnah), Hand in Hand mit einer Politik, die sie für sich ins Rennen schickt. Abenddämmerung einer Expertenkultur.

Es kommt noch etwas hinzu. Nicht nur die Alltagskultur ruft die Expertenkultur, auch das Umgekehrte, dass nämlich die Expertenkultur die Alltagskultur ruft, ist der Fall. Hier wendet sich der Wissenschaftler an den Laien, um bei diesem Unterstützung gegenüber anderen Wissenschaftlern, zu deren Öffentlichkeit er geworden ist, zu finden. Innerwissenschaftliche Konflikte werden zu öffentlichen Konflikten und öffentliche Konflikte zum Entscheidungsinstrument wissenschaftlicher Konflikte.⁶ Das kann nicht gut gehen und geht auch nicht gut.

These 5

Die Medien sind Ausdruck von Kultur und Bildung. Eine Gesellschaft hat nicht nur diejenige Kultur und Bildung, sondern auch diejenigen Medien, die sie verdient.

Kultur ist Inbegriff aller menschlichen Arbeits- und Lebensformen. Wer Kultur gegenüber den Arbeitsformen der Gesellschaft abgrenzt und sie nur als separaten Teil der Lebensform einer Gesellschaft, gewissermaßen als deren Feierabendanteil ansieht, verwechselt Kultur mit den gewöhnlichen Formen des Kulturbetriebs. Kultur wird zum Luxus und zieht sich in eigene Welten zurück. Das gleiche gilt von Bildung. Bildung ist individuell assimilierte Kultur, der Gebildete nach einer noch immer beherzigenswerten Definition Wilhelm von Humboldts derjenige, der »soviel Welt als möglich zu ergreifen und so eng, als er nur kann, mit sich zu verbinden« sucht⁷. Zugleich verbinden sich die Begriffe der Kultur und der Bildung mit dem Begriff der Orientierung in einer *Leonardo-Welt*.⁸

- 6 Vgl. P. Weingart, Das »Harrisburg-Syndrom« oder die De-Professionalisierung der Experten, Einleitung in: H. Nowotny, Kernenergie: Gefahr oder Notwendigkeit. Anatomie eines Konflikts, Frankfurt/Main 1979, 9–17.
- 7 Theorie der Bildung des Menschen (Bruchstück), in: W. v. Humboldt, Gesammelte Schriften, I–XVII, Berlin 1903–1936, I, 282–287, hier 283.
- 8 Vgl. J. Mittelstraß, Leonardo-Welt. Über Wissenschaft, Forschung und Verantwortung, Frankfurt/Main 1992 (suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1049).

Unter einer Leonardo-Welt sei eine Welt verstanden, die der Mensch selbst gemacht hat, eine Welt, in der sich der Mensch nicht nur als Entdecker und Deuter bewegt, sondern die sein eigentliches Werk ist. Es ist die moderne Welt, benannt nach einem Manne, Leonardo da Vinci, der als die Symbolfigur des Forschers, des Erfinders und des Künstlers, und damit des modernen Menschen, gelten darf. Und eben weil Kultur und Bildung nicht zuletzt Forschung, Invention und Darstellung sind, sich im Medium von Finden, Erfinden und Gestalten bewegen, ist auch die moderne Welt als Leonardo-Welt zugleich eine Kultur- und Bildungswelt.

Diese Welt schließt die Medien ein. Die modernen Medien sind in eminentester Weise Ausdruck einer Leonardo-Welt, einer Welt, die ihre Natürlichkeit längst verloren hat, in der Wirklichkeit zur Konstruktion wird und in der nicht nur die Welt zum Werk des Menschen, sondern auch der Mensch zum Werk seiner selbst und der von ihm geschaffenen Welt wird. In den Medien schaut sich die Leonardo-Welt an, erkennt sie ihre eigene weltbildende Kraft und das, was an ihr selbst Kultur und Bildung, aber eben auch Unkultur und Unbildung ist. Ineins damit verliert sie nur allzu oft die Übersicht darüber, was an ihr selbst real und was an ihr selbst virtuell ist. Im übrigen gehört es zur Hoffnung unserer Welt, dass sich in den Grenzen einer Leonardo-Welt die Kulturwelt an die Stelle einer unwiederbringlichen Naturwelt und an die Stelle einer Aneignungswelt, in der auch Kultur ihre Selbständigkeit verliert, setzt.

These 6

Teil der Medienwelt ist die Informationswelt. In dieser Welt werden die Unterschiede zwischen Meinung und Wissen immer blasser.

Die Leonardo-Welt ist auch eine Informationswelt. In ihr beginnt sich der Begriff der Information an die Stelle des Begriffs des Wissens zu setzen.⁹ Während dabei Wissen eigene Wissensbildungskompetenzen voraussetzt, setzt Information im wesentlichen nur noch Verarbeitungskompetenzen voraus. Das, was ursprünglich einmal den Kern des Wissens ausmachte, nämlich selbst erworbenes und selbst beherrschtes Wissen zu sein, weicht mehr und mehr dem Umgang mit nicht mehr selbst erworbenen und nicht mehr selbst beherrschten Kenntnissen. Wissen setzt den Wissenden voraus, Information (nur noch) Vertrauen in die Verlässlichkeit dessen, was als Wissen angeboten wird. Abhängigkeiten von einem ›fremden‹ Wissen, das man nicht mehr selbst zu prüfen vermag, wachsen.

9 Vgl. zum Folgenden J. Mittelstraß, Der Verlust des Wissens, in: J. Mittelstraß, Leonardo-Welt (siehe Anm. 8), 221–244.

Wissen in Informationsform ist von Meinung in Informationsform ununterscheidbar. Informationen transportieren Wissen wie Meinungen; man sieht ihnen in der Regel nicht an, ob Wissen oder Meinung hinter ihnen steckt. Das aber bedeutet, dass im Medium der Information Wissen und Meinung selbst ununterscheidbar werden. Der Informationswelt entspricht, strukturell und auf den ›Konsumenten‹ der Information bezogen, eine Meinungswelt, keine Wissenswelt; der ›Informierte‹ selbst weiß nicht, ob er in einer Wissenswelt oder in einer Meinungswelt lebt. Das wiederum eröffnet eine unerwartete Chance für eine neue Dummheit. Wer sich auf Informationen verlässt, die er selbst (als Wissender) nicht zu prüfen vermag, könnte der Dumme sein.

In einer Informationswelt droht insofern die Gefahr, dass wir zu Informationsriesen und gleichzeitig zu Wissenszwergen werden. Als Riesen leben wir in einer Meinungswelt, die in Form einer Medienwelt immer unübersichtlicher wird, als Zwerge in einer Wissenswelt, die für den Einzelnen immer kleiner wird. Setzt sich in einer Leonardo-Welt die Informationswelt an die Stelle einer Orientierungswelt, die ihrerseits die Selbständigkeit des Einzelnen auch in Orientierungsdingen voraussetzt? Vieles spricht dafür, und die Medien sind immer dabei. Zwischen Information und Orientierung wird es eng.

These 7

Entgegen der üblichen Meinung herrschen im Nachrichtenbereich der Medien nicht Ideologien, sondern die professionellen Standards des Journalismus. Professionalität und Verantwortung treten dabei in eine nicht immer leicht zu beurteilende Beziehung zueinander.

Wenn sich eine Informationswelt an die Stelle einer Orientierungswelt setzt, droht die Gefahr der Manipulation und der Ideologisierung. Tatsächlich scheint diese Gefahr jedoch erstaunlich gering zu sein. Empirische Untersuchungen belegen, dass im Nachrichtenbereich nicht Ideologien, sondern die professionellen Standards des Journalismus herrschen.¹⁰ Diese sind allerdings nicht nur der Wahrheit verpflich-

10 Vgl. Battelle Institut, Die Kernenergie-Kontroverse im Spiegel der Tageszeitungen. Inhaltsanalytische Auswertung eines exemplarischen Teils der Informationsmedien. Bericht für das Bundesministerium des Innern, RSI/2-510321, Nr. 9, Bonn 1978; R. Bauerschmidt, Kernenergie oder Sonnenenergie, München 1985; A. Mazur, The Dynamics of Technical Controversy, Washington D.C. 1981; H. Otway u.a., An Analysis of the Print Media in Europe Following the Chernobyl Accident. Bericht des Gemeinsamen Forschungszentrums der Europäischen Gemeinschaft Ispra, Luxembourg 1987, 57ff.

tet in dem Sinne, dass alles Nachricht ist und Nachricht werden muss, was wichtig ist. So führen professionelle Standards des Journalismus zu einer Auszeichnung des Aktuellen und Dramatischen bei gleichzeitiger Vernachlässigung des Kontinuierlichen. Waldschäden werden erst dann zur Nachricht (und zum ›Waldsterben‹), wenn der Schwarzwald dezimiert wird oder die Tannenbäume knapp werden. Der besinnungslose Verbrauch natürlicher Ressourcen wird erst dann zur Nachricht, wenn diese auch noch künstlich verknappt werden oder auf der eigenen Haut zu spüren sind, wie im Klimabereich.

Professionalität folgt hier den faktischen Bedürfnissen der Gesellschaft, sie manipuliert sie nicht. Indem sie ihnen aber folgt, z.B. hinsichtlich des besonderen Gewichts, das sie dem Aktuellen gibt, verschafft sie diesen Bedürfnissen eine ›Objektivität‹ und Legitimität, die diese von sich aus gar nicht haben. Die Rede von einer professionellen Verantwortung betrifft daher auch weniger die Einhaltung der professionellen Standards (diese scheint weitgehend gewährleistet zu sein) als vielmehr deren Einsatz. Die Entscheidung, was eine Nachricht ist und was nicht, wird zwar selbst professionell entschieden, aber sie ist keine rein professionelle Entscheidung. Professionalität ist auch in diesem Falle ein Mittel, kein Zweck. Und über Zwecke urteilt nicht eine Profession, sondern die Gesellschaft. Voraussetzung dafür wiederum ist, dass sie eine informierte Gesellschaft ist – was noch nicht bedeutet, dass sie auch eine vernünftige oder gebildete Gesellschaft ist.

These 8

Verantwortung bedeutet im Medienbereich, ebenso wie im Wissenschaftsbereich, Verantwortung für Qualität und Folgen, ferner Verantwortung unter dem Gesichtspunkt eines Beitrags zum Werden einer besseren Welt.

Professionelle Standards sorgen für Qualität. Aber ebensowenig wie Professionalität Zwecke rechtfertigt, darunter auch Zwecke, denen sie selbst folgt, rechtfertigt sie ihre möglichen Folgen und ihren Beitrag zum Werden einer besseren Welt. Ein Fernsehbericht über Drogenprobleme kann, gerade wenn er alle Register der Professionalität zieht, zu weiterem Drogenkonsum führen, ein Bericht über Gewalt zu Gewalt. Wirkungen sind oft ›frei‹ wie Gerüchte; man kann sie, selbst wenn man es wollte, nicht kontrollieren.

Das macht Verantwortung zu einer besonderen Leistung; sie lässt sich nicht in Statuten sichern. Wer das glaubt, und das tun viele, irrt sich. Er macht seine ›Weltanschauung‹, in der er meist selbst nicht frei ist,

zum allein seligmachenden Maßstab, setzt seine eigene Partikularität an die Stelle universaler Orientierungen. Diese Stelle kann in einer rationalen Gesellschaft, die auch die gegenwärtige sein will, nur ein selbst nach rationalen Maßstäben geführter gesellschaftlicher Diskurs halten. An diesem Diskurs sind auch die Medien beteiligt, auch wenn gerade durch deren Teilnahme der Diskurs einen asymmetrischen Charakter erhält. Die Medien »ziehen das Publikum als Hörende und Sehende in ihren Bann, nehmen ihm aber zugleich die Distanz der ›Mündigkeit‹, die Chance nämlich, sprechen und widersprechen zu können«¹¹. Das führt dann oft dazu, dass die Medien den gesellschaftlichen Diskurs *mit sich selbst* führen. Wieder sieht sich die Leonardo-Welt an, aber sie vergisst ihre Subjekte.

Im übrigen ist Verantwortung nicht nur das, was oft fehlt, sondern auch das, mit dem gelegentlich von Dingen, die nur der Sachverstand begreifen und entscheiden kann, abgelenkt wird. Beispiel dafür ist die Tendenz zur ›Moralisierung‹ als Entlastung von Kompetenzfragen. In diesem Falle führen die wachsende Unübersichtlichkeit des Wissens und Könnens und die damit verbundene wachsende Unfähigkeit des Einzelnen, sich in dieser Unübersichtlichkeit (sachkundig) zu orientieren, zu Ersatzorientierungen. Als solche bieten sich eben moralisierende Orientierungen, die vorzugsweise mit dem Begriff der Verantwortung operieren, an. Man weicht gewissermaßen in eine andere Dimension aus, wenn die eigentlich infragekommende Dimension durch Sachverstand nur unzureichend besetzt werden kann. In dem Augenblick nämlich, »wo bestimmte technische, ökonomische oder politische Sachfragen zu Fragen der Moral erhoben werden, spielt Detailwissen keine Rolle mehr (stört sogar meistens). In einem moralisierten Streit werden Punkte in der öffentlichen Debatte durch Appelle, Schuldzuweisungen, echte oder gespielte Betroffenheit und moralische Entrüstung gesammelt«¹², nicht durch überlegenen Sachverstand. Verantwortung ist auch hier leicht gesagt, aber schwer getan.

These 9

Verantwortung darf auch im Medienbereich nicht zu einer Art Reparaturverantwortung werden, die erst wahrgenommen wird, wenn das Werk schon misslungen ist. Sie sollte vielmehr Bestandteil einer allgemeinen Medienorientierung sein.

- 11 J. Habermas, Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Neuwied ³1968, 188.
- 12 O. Renn, Akzeptanzforschung: Technik in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung, Chemie in unserer Zeit 20 (1986), Nr. 2, 44–52, hier 50.

Verantwortung, die in der Wahrnehmung von Qualität, möglichen Folgen und dem Entstehen für das Werden einer besseren Welt liegt, könnte der Kern einer Medienethik sein, nach der heute viele rufen. Davon sollte man sich aber nicht zu viel versprechen. Im strengen Sinne gibt es keine Professionsethik, sondern nur eine ungeteilte Ethik, die allgemeine *Bürgerethik*. Diese macht sich in den Professionen in unterschiedlichen Sachzusammenhängen geltend, aber eben nicht als eine besondere Ethik, sondern als ein besonderes *Ethos*, in dem sich eine allgemeine Ethik sachbezogen und subjektiv Geltung verschafft. Auch die Ethik des Arztes ist die allgemeine Ethik, die ihn allerdings (sachbezogen) zu besonderer Gewissenhaftigkeit im Umgang mit seinen Patienten verpflichtet. Das gleiche gilt von der Ethik im Medienbereich. Dabei greift Medienethik, wenn es sie denn als eine besondere Form oder besondere Realisierung einer allgemeinen Ethik geben sollte (als Beispiel für eine »angewandte« Ethik), irgendwo zwischen dem blassen Abstrakten, das meist die Philosophen besetzen, und dem schrecklich Banalen, das z.B. in Gewalt und Menschenverachtung liegt, zwischen einer Philosophie der Gesellschaft und dem kleinen Nachahmungstäter von nebenan.

Das Medium Fernsehen wie auch andere visuelle Medien haben es in Ethikdingen zumeist mit dem Banalen zu tun. Wieviel Morde verträgt das »gesunde« Empfinden zwischen 20 und 22 Uhr? Wie viel Nacktheit und wie viel sexuelle Gewalt? Dabei sollte der empörte Aufschrei, der angesichts einer Vergewaltigungsszene in einer Folge der »Schwarzwaldklinik« einmal die deutsche Nation erschütterte, zu denken geben: Gewalt ist auch in den Medien normal, aber sie hat ihre Zeit und ihren Ort. Eine Seifenoper wie die »Schwarzwaldklinik« war einfach der falsche Ort – daher die Empörung. Man hatte sich als Zuschauer in eine heile Welt begeben, und in dieser wollte man bleiben.

Verantwortung wird auch in diesem Falle zur Verantwortung gegenüber den faktischen Bedürfnissen des Bürgers verkleinert. Sie ist hier nicht gemeint. Auch nicht eine Ethik, die man erst ruft, wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist. Diese lässt sich als eine Reparaturethik bezeichnen, als eine Ethik, die man nicht hat, die nicht das eigene Tun und Handeln bestimmt, sondern die man sich gewissermaßen kommen lässt, wenn sie sich einmal als nötig erweisen sollte.¹³ Ethik verliert hier den Anspruch, eine allgemeine Orientierung zu sein oder eine allgemeine Orientierung auszudrücken; sie wird zur Ersatzorientierung, wenn andere Orientierungen in Probleme führen. Das aber ist ein merkwürdiger Umgang mit Orientierungen und ein gefährlicher obendrein: er macht, so recht zum Gefallen einer Leonardo-Welt, *homo faber* zum Herrn über *homo sapiens*. Orientierung also nach dem Motto: hast du

13 Vgl. J. Mittelstraß, Auf dem Wege zu einer Reparaturoethik?, Universitas. Zeitschrift für Wissenschaft, Kunst und Literatur 44 (1989), 898–904.

keine, hol' dir eine. Die Medien in einer Mediengesellschaft sind eine bequeme Möglichkeit, diesem Rat zu folgen. Eben darum aber auch die Warnung vor einer Reparaturrethik und einer Reparaturverantwortung, die beide immer zu spät kommen. Auch in den Medien, wenn diese nicht von vornherein, bezogen auf den Begriff der Verantwortung, eine ethische Form haben.

Soweit neun kurze Bemerkungen. Sie betrafen Orientierungsprobleme der Medien und einer Gesellschaft, die in ihren Medien ihre Orientierungen sucht. Das ist nach dem Gesagten nicht der Umgang des Blinden mit dem Lahmen, aber der Umgang einer Leonardo-Welt, die auch Urheber ihrer Orientierungen ist, mit sich selbst. Wer in einer Leonardo-Welt lebt, kann nicht auf die Natürlichkeit seiner Orientierungen hoffen. Damit fällt den Medien, als den Sachwaltern auch von Orientierungen, eine besondere Verantwortung zu. Medienethik, von der in diesem Zusammenhang viel die Rede ist und die ebenso wie die allgemeine Ethik ständig der Gefahr ausgesetzt ist, zu einer Reparaturrethik zu verkommen, muss zum Mediendiskurs mit der Gesellschaft werden. Erst dann könnte die Mediengesellschaft auch wieder zu einer gebildeten Gesellschaft werden.

Jürgen Mittelstraß lehrte Philosophie an der Universität Konstanz mit den Schwerpunkten Erkenntnistheorie, allgemeine Wissenschaftstheorie und Kulturtheorie. Seit einigen Jahren setzt er seine Arbeit als Honorarprofessor an der Universität Salzburg fort. Auch bei Velbrück Wissenschaft erschienen: Die Kunst, die Liebe und Europa, Schöne neue Leonardo-Welt (beide 2017) und Leonardo-Welten (2020).