

II Kontexte der Medien- und Informationsethik

1 Medienphilosophie

Medienphilosophie bezeichnet die philosophische Beschäftigung mit medialen Objekten, Phänomenen und Effekten. Die Differenz der Medienphilosophie zu verwandten (etwa soziologischen oder kulturwissenschaftlichen) Medientheorien mit analogen Gegenstandsbereichen ergibt sich sowohl durch die Kontextualisierung dieser Gegenstandsbereiche in dem begrifflichen Rahmen philosophischer Theorien als auch durch die sukzessive Herausbildung einer genuin philosophischen Reflexion der Begriffe Medium/Medien sowie Medialität. Das Medienspezifische der Medienphilosophie besteht aus der Verknüpfung ihrer Theoriebildung mit im weitesten Sinne medialen Phänomenen; spezifisch philosophisch ist die Medienphilosophie, insofern sie aus der Beschäftigung mit diesen Phänomenen abstrakte und nicht-empirische, begriffliche Probleme herausarbeitet.

Innerhalb des damit erst grob umrissenen, gemeinsamen Reflexionsfelds versammeln sich unter dem noch jungen Titel der Medienphilosophie eine Vielzahl unterschiedlichster Positionen, deren Vertreter zum Teil aus dem Bereich der akademischen Philosophie, zum Teil aber auch aus anderen geisteswissenschaftlichen Disziplinen wie der Filmwissenschaft oder der Literaturwissenschaft, vor allem aber der kulturwissenschaftlich orientierten Medienwissenschaft respektive -theorie stammen. Gegenwärtig forschen und lehren die meisten Vertreter der Medienphilosophie zudem nicht an philosophischen, sondern an medienwissenschaftlichen Seminaren und Instituten.

Die philosophische Beschäftigung mit medialen Objekten, Phänomenen und Effekten ist allerdings viel älter als der Begriff der Medienphilosophie, weswegen die zeitgenössischen Vorstellungen von Medienphilosophie von der Entwicklung des medienphilosophischen Denkens *avant la lettre* zu unterscheiden ist.

Die (Vor-)Geschichte der Medienphilosophie

Wenn auch nur vereinzelt, so haben Philosophen doch immer wieder, und das von Anfang an, über mediale Phänomene und Effekte nachgedacht. Das wahr-

scheinlich prominenteste Beispiel für eine sehr frühe philosophische Reflexion ist die Auseinandersetzung mit dem Medium der Schrift, die Platon in seinem Dialog *Phaidros* formuliert (vgl. Platon 1990, 274bff.). In dem fiktiven Gespräch lässt Platon Sokrates zur Kritik der Schrift unter anderem den Gedanken entwickeln, dass die Verwendung der Schrift als Speichermedium dem Menschen nachhaltig schade, weil er damit sein Gedächtnis schwäche, gerade indem er es entlaste. Die platonische Schriftkritik kann auch als philosophische Reflexion des medialen Übergangs von der Kultur der Oralität zur Kultur der Literarität verstanden werden (vgl. Ong 1987). Der medienskeptische Gestus der Kritik ist in seiner strukturkonservativen und kulturpessimistischen Haltung nicht untypisch für philosophische Einlassungen zu (neuen) Medien; die Argumentationsfigur wiederum, mit der Platon das Medium der Schrift kritisiert, tritt seit der Antike in verschiedenen Formen immer wieder im Umfeld medialer Umbrüche auf.

Ein weiteres, zentrales Beispiel für eine philosophische Beschäftigung mit Fragen des Medialen aus der Antike stammt von Aristoteles; und es wird im Kontext zeitgenössischer Medientheorie (nicht nur philosophischer Prägung) gern zitiert (vgl. Hagen 2008; Mersch 2015). In seiner Schrift *Über die Seele* (*Peri Psyches*) entwickelt Aristoteles im Kontext wahrnehmungsphilosophischer Überlegungen den Gedanken, dass Wahrnehmung nur möglich ist, wenn es zwischen dem, was wahrgenommen wird (etwa einer Farbe) und dem, das wahrnimmt (hier: das Auge) etwas Vermittelndes geben muss, das Beides miteinander in Beziehung setzt. *To Metaxy* nennt Aristoteles dieses Vermittelnde (vgl. Aristoteles 1986, 37), und die lateinische Übersetzung durch Thomas von Aquin machte daraus den Begriff ›Medium‹. Damit ist zuerst formuliert, was als allgemeinste Definition eines Mediums bis heute gilt: Ein Medium markiert ein ›Dazwischen‹ (vgl. Roesler 2003, 39), das in keiner Form von Vermittlung fehlen kann. Im 20. Jahrhundert ist es zunächst Fritz Heider, der in seiner u. a. für Niklas Luhmanns Medientheorie grundlegenden Schrift *Ding und Medium* den aristotelischen Gedanken aufnimmt und weiterentwickelt (vgl. Heider 2005).

Mit den beiden Beispielen von Platon und Aristoteles sind über die historische Dimension hinaus zu-

gleich zwei Strömungen des medienphilosophischen Denkens markiert, die, ohne immer strikt getrennt zu sein, bis heute nebeneinander existieren. Der theoretischen Auseinandersetzung mit philosophisch bestimmbaren Effekten der Verwendung von (Einzel-)Medien auf der einen Seite steht die philosophische Erörterung medialer Grundlagen menschlicher Selbst- und Weltverhältnisse in Wahrnehmung, Erkenntnis und Kommunikation auf der anderen Seite gegenüber.

Von der Antike durchziehen Spuren medienphilosophischen Denkens die gesamte Philosophiegeschichte, eine systematische Rekonstruktion freilich ist bis heute ein Desiderat. Verfolgen lassen sich diese Spuren etwa in der scholastischen Wahrnehmungstheorie des Mittelalters, die ausgehend von Aquins Übersetzung an Aristoteles' medientheoretische Überlegungen anschließt, wie auch in der Naturphilosophie der frühen Neuzeit. Auch in Isaac Newtons wirkungsmächtigem Begriff des Äthers scheint das aristotelische *Metax* wieder auf (vgl. Hagen 2008, 13 ff.). Der Begriff *Medium* avanciert später zum Fachterminus der physikalischen Optik, etwa bei René Descartes, und wird dann, gerade gegen die rationalistische Deutung zuvor, vom deutschen Idealismus bei Herder, Schelling und vor allem Hegel spekulativ aufgeladen – zu einer Zeit, die zugleich mit dem spirituellen *Medium* eine Begriffsvariante erfand, welche danach bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts die dominante Verwendung des Terminus bleiben sollte.

Die Geburt der Medienphilosophie *avant la lettre* aus dem Geist der Moderne

Spuren medienphilosophischen Denkens lassen sich aber nicht nur entlang der Begriffsgeschichte des Terminus *Medium* finden. So zeigt beispielsweise Frank Hartmann am Beispiel von René Descartes, dass sich die Entstehung des philosophischen Rationalismus aus heutiger Perspektive als eine Reaktion auf das Aufkommen des Buchdrucks rekonstruieren lässt, freilich ohne dass Descartes selber das *Medium* des gedruckten Buchs und den mit seinem Aufkommen verbundenen kulturellen Wandel explizit zu seinem Thema gemacht hätte (vgl. Hartmann 2000, 31 ff.). Eine theoretische Reflexion des Zusammenhangs der spezifischen Medialität eines *Mediums* und der generativen Dynamik, die das jeweilige *Medium* als Bedingung der Möglichkeit von symbolischen Interaktionen, künstlerischen und wissenschaftlichen Arbeiten,

sozialen Interaktion etc. entfalten kann, beginnt überhaupt erst mit den medientechnischen Umbrüchen zur Moderne. Beim Namen genannt wird das Verhältnis von Medien und Philosophie allerdings noch lange nicht. Dennoch folgt dem Weg der medientechnischen Innovationen der letzten anderthalb Jahrhunderte – von der Erfindung von Fotografie, Telegrafie und Telefon über die Schreibmaschine, das Radio, Film oder Fernsehen bis zum digitalen Universalmedium Computer in all seinen hybriden Erscheinungsformen – die Entstehungsgeschichte einer genuin medientheoretischen Diskursbildung, die nicht nur, aber zunehmend auch von Philosophen vorangetrieben wird.

Eines der frühesten Zeugnisse ist der von Medientheoretikern gleich welcher Art wohl meistzitierte Satz von Friedrich Nietzsche: »Unser Schreibwerkzeug arbeitet mit an unseren Gedanken« (Nietzsche 1986, 172). Nietzsche hatte diesen Satz, der seine eigenen Erfahrungen mit der Arbeit an der Schreibmaschine reflektiert, 1882 in einem Brief formuliert. Dennoch ist der Satz kanonisch geworden, weil er zuerst pointiert die These formuliert, dass Medien ganz wesentlich prägen, was sie vermitteln; eine These, die heute in verschiedenen Varianten eine der Grundüberzeugungen der meisten Vertreter der Medienphilosophie darstellt. Und so ist es ein durchaus passender Zufall, dass der Begriff »Medienphilosophie« als Titel eines philosophischen Buchs das erste Mal von Rudolf Fietz Anfang der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts in einer Arbeit über Nietzsche verwendet wurde (vgl. Fietz 1992) – einer Arbeit, die unter anderem zeigen will, dass »Nietzsches textuelle Strategien [...] konstitutiv für die mitzuteilenden ›Inhalte« sind (ebd., 5). Nietzsche legt zwar in seinen ästhetischen und vor allem sprachphilosophischen Arbeiten eine Basis für weiterreichende medientheoretische Überlegungen, eine explizite Philosophie des Medialen allerdings formuliert er selbst nicht.

Mit dem 20. Jahrhundert beginnt eine neue Phase technischer Medien, in der soziale und kulturelle Veränderungen als Effekte medialer Entwicklungen unübersehbar werden. Der Erfolg des Telefons ändert radikal individuelle Kommunikationsweisen und soziale Interaktionen, die Erfindung des Radios markiert die Geburt des Zeitalters elektronischer Massenmedien; in Fotografie und Film entstehen neue technische Kunstformen. Parallel dazu erscheinen erste medientheoretische Untersuchungen zu einzelnen Medien wie zum noch jungen Film: 1924 publiziert Béla Balázs seine Studie *Der sichtbare Mensch*, die als eine der

ersten Versuche der Kinoästhetik gilt; 1926 erscheint Rudolf Harms' *Philosophie des Films. Seine ästhetischen und metaphysischen Grundlagen*. Bertolt Brecht legt mit seiner so genannten ›Radiotheorie‹ kanonisch gewordene Texte über die politischen Potenziale medialer Interaktivität vor.

Von besonders nachhaltiger Bedeutung ist zweifellos Walter Benjamins 1936 zuerst erschienene Studie »Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit«: Benjamin formuliert hier nicht nur am Beispiel von Film und Fotografie (und im Anschluss an Brecht) eine ästhetische Theorie über den (gesellschaftlichen) Status des Mediums Kunst aufgrund veränderter, technischer Möglichkeiten seiner Realisierung; die Studie enthält darüber hinaus erste Ansätze einer philosophischen Theorie der kulturhistorischen Bedeutung von Medien überhaupt: »Die Art und Weise, in der die menschliche Wahrnehmung sich organisiert – das Medium, in dem sie erfolgt – ist nicht nur natürlich, sondern auch geschichtlich bedingt« (Benjamin 1991, 439). Neben die aristotelische Einsicht, dass Wahrnehmung auf Medien angewiesen ist, rückt mit einer These wie dieser explizit die Feststellung einer durch den technischen Wandel von Medien induzierten Historizität der Wahrnehmung. Benjamin begrüßt den Medienwandel im Kunstwerkaufsatz ausdrücklich. Kinofilme sieht er zugleich als Medien der Unterhaltung *und* der politischen Emanzipation, gerade weil »die massenhafte Reproduktion der Reproduktion der Massen besonders entgegenkommt« (ebd., 467): »Unter den gesellschaftlichen Funktionen des Films ist die wichtigste, ein Gleichgewicht zwischen den Menschen und der Apparatur herzustellen« (ebd., 460).

Nur wenige Jahre nach Benjamins Kunstwerkaufsatz reagieren seine beiden Kollegen Theodor W. Adorno und Max Horkheimer in ihrem Buch *Dialektik der Aufklärung* auf die sich formierenden Massenmedien mit einer radikalen Kritik der ›Kulturindustrie‹. Die beiden führenden Köpfe der Kritischen Theorie, der auch Benjamin nahe stand, argumentieren wie dieser aus der Perspektive einer marxistisch orientierten Sozialphilosophie. Die Vergemeinschaftung durch Medien, die Benjamin als Mittel politischer Emanzipation wertet, gilt ihnen als Mittel der Gleichschaltung und Kontrolle. Ihr kritisches Verdikt erläutern Adorno und Horkheimer unter anderem an einem, aufgrund der medialen Differenzen allerdings ein wenig naiv gedachten, vermeintlichen Übergang vom Telefon zum Radio: Während das Telefon, so schreiben die beiden, »den Teilnehmer noch die [Rol-

le; SM] des Subjekts spielen [ließ]«, mache das Radio »alle gleichermaßen zu Hörern, um sie autoritär den unter sich gleichen Programmen der Stationen auszuliefern« (Adorno/Horkheimer 1971, 109). Massenmedien erscheinen aus dieser Perspektive vor allem als Werkzeuge der Manipulation.

Seine Kritik hat Adorno später am Beispiel des Fernsehens noch einmal verschärft; und er wird nicht der einzige Philosoph bleiben, dem das erfolgreichste Medium des 20. Jahrhunderts zutiefst suspekt ist. So ähnelt Adornos kulturpessimistische Perspektive auf die Massenmedien beispielsweise in etlichen Punkten der Kritik am Fernsehen, die Günter Anders zeitgleich formuliert. Gemeinsam ist Adorno und Anders die These, dass der Gebrauch des Mediums Fernsehen den Zuschauer intellektuell beschädige: »Das kommerzielle Fernsehen«, so Adorno, »bildet das Bewusstsein zurück« (Adorno 1977, 511) – eine These, die unschwer als eine Variation der platonischen Schriftkritik erkennbar ist, wie sie medienhistorisch immer dann wieder auftaucht, wenn neue Medien tradierte Kulturtechniken der Wissensgenerierung, -tradiierung oder -speicherung zu verändern beginnen. Explizit kritisiert Anders die Darstellung der Welt durch das Fernsehen: Im medialen Abbild, so Anders, werde die Welt zum bloßen »Phantom« – zugleich werde die Wirklichkeit in Vorwegnahme ihrer Medialisierung zur »Matrize« (Anders 1956, 129). Hier taucht als Kritik an der massenmedialen Konstruktion von Wirklichkeit ein Gedanke auf, den die Philosophie in Debatten um das Verhältnis von Sein und Schein einerseits schon seit Platons Höhlengleichnis kennt, und der andererseits gerade in einer von Bildern zunehmend geprägten Wirklichkeit (Stichwort: *pictorial turn*) auch in gegenwärtigen Diskussionen um den Status von medialen Darstellungen (etwa im Kontext virtueller Realitäten) eine wichtige Rolle spielt.

Während um die Mitte des 20. Jahrhunderts Philosophen beginnen, die aufkommende Mediengesellschaft mit kritischen Interventionen zu begleiten, rückt zur gleichen Zeit der Begriff des Mediums selbst das erste Mal in seiner heute geläufigen Bedeutung in den Fokus des wissenschaftlichen Erkenntnisinteresses – wenn auch immer noch nicht im Rahmen philosophischer Forschungen. Es ist der Medientheoretiker Marshall McLuhan, der im Anschluss an Harold Innis den Versuch unternimmt, die unterschiedlichsten technischen Medien (McLuhan zählt hierzu nicht nur Medien wie Fernsehen, Radio oder Telefon, sondern auch Autos, Strom oder Waffen) gleichermaßen

als Ausdruck einer Bestimmung des Medialen an sich (nämlich: der Funktion, eine Ausweitung unserer Sinnesorgane zu repräsentieren) zu erläutern.

In hoch assoziativen und phänomenologisch dichten Beschreibungen forscht McLuhan den prägenden Wirkungen von Medien vor allem für die Selbst- und Weltwahrnehmung ihrer Nutzer nach. Seine Theorie radikalisiert die u. a. von Nietzsche formulierte Einsicht in die konstitutive Leistung von Medien für die Inhalte der medialen Vermittlung mit der ebenso programmatischen wie berühmt gewordenen These, dass für ein Verständnis medialer Prozesse inhaltliche Fragen gänzlich irrelevant seien – denn: »Das Medium ist die Botschaft« (McLuhan 1994, 21); und diese Botschaft ist, je nach Beschaffenheit des Mediums, immer eine andere. Doch natürlich gilt: Von welchen Medien wir reden, und wie auch immer sie beschaffen sind – immer reden wir von Prozessen der Vermittlung, immer geht es um Formen der Interaktion, der Verbindung, in denen das jeweilige Medium eine weiter zu bestimmende Mitte darstellt.

Wenngleich McLuhan als Wegbereiter der kulturwissenschaftlich geprägten Medienphilosophie mittlerweile in mehr oder weniger kritischer Abgrenzung auch philosophisch anschlussfähig geworden ist, so führt der Weg der Philosophie zur Herausbildung eigener medientheoretischer Positionen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts doch vor allem über den Umweg sprachphilosophischer und zeichentheoretischer Reflexionen.

Philosophieren ist eine Tätigkeit, die sich im Medium der Sprache vollzieht. Die Sprache spielt für die Philosophie aber noch eine weitere Rolle. Für den, der in der Nachfolge von Ludwig Wittgenstein und anderen die sprachkritische Wende der Philosophie im 20. Jahrhunderts, den so genannten *linguistic turn* mitvollzieht, gilt schließlich, »dass philosophische Probleme Probleme sind, die entweder durch eine Umformung [*reforming*] der Sprache oder durch ein besseres Verständnis der Sprache, die wir gegenwärtig verwenden, gelöst (oder aufgelöst) werden können« (Rorty 1967, 3). Das aber bedeutet: Die Sprache ist sowohl das Medium als auch der Inhalt des Philosophierens; weswegen Philosophie immer dann, wenn sie die Sprache selbst zu ihrem Gegenstand macht, zumindest implizit ebenso selbst- wie medienkritisch reflektiert. Explizit wird dieser medienkritische Selbstbezug auf eine exemplarische Art in den Arbeiten von Jacques Derrida, dessen kritische Lektüren kanonischer Texte der Philosophiegeschichte immer auch als Auseinandersetzung mit der medialen Verfasstheit

des Philosophierens selbst gelesen werden können. Die Abwertung der Schrift gegenüber der Sprache, wie sie Platons Schriftkritik formuliert, entlarvt Derrida beispielsweise in seinem Hauptwerk *De la Grammatologie* (dt.: *Grammatologie*) auch als Verdrängung der medialen Grundlagen noch dieser Schriftkritik selber.

In den 1970er und 1980er Jahren sind es neben Derrida in Frankreich weitere Philosophen und Soziologen aus dem Kreis des so genannten Poststrukturalismus, die sich zunehmend medialen Themen zuwenden. So hat Jean Baudrillard u. a. in kritischen Analysen von Massenmedien eine zeitdiagnostische Zeichentheorie entwickelt und bereits Ende der siebziger Jahre postuliert, dass wir im Zeitalter der Simulation »die Substituierung des Realen durch Zeichen des Realen« (Baudrillard 1978, 9) erleben würden. Wichtige Impulse verdankt der medienphilosophische Diskurs bis heute Gilles Deleuze – vor allem, wenn auch nicht nur, angeregt durch seine eigenen Arbeiten zu Kino und Film. In zwei Bänden hat Deleuze Mitte der 1980er Jahre die Geschichte des Kinos als mediales Dispositiv erzählt (vgl. Deleuze 1989/1990) und dabei zugleich eine Philosophie des Bild- und Zeitmediums Film formuliert, die über das eine Medium hinaus Züge einer allgemeinen Philosophie des Medialen trägt. Das »Wesen des Kinos«, so Deleuze im offenen Widerspruch zu nahezu allen filmwissenschaftlichen Theorien, hat »als oberstes Ziel das Denken und nichts als das Denken und seine Funktionsweise« (Deleuze 1990, 220) – ein Ziel, welches das Medium Film mit den vorsprachlichen Mitteln seiner Bilder dann allerdings nur indirekt verfolgt, durch Effekte, die zeigen, »was sich im Denken nicht denken lässt« (ebd.). Erwähnt sei zudem noch Jean-François Lyotard, dessen 1979 zuerst erschienenes Buch *La condition postmoderne* (dt.: *Das postmoderne Wissen*), Auslöser einer weltweiten Debatte, in wesentlichen Teilen aus Überlegungen zu epistemologischen und politischen Auswirkungen der zunehmenden Verbreitung von digitalen Maschinen und ihren Programmen in den verschiedensten Bereichen der Wissensproduktion besteht.

Wenn die im Laufe des 20. Jahrhundert zögerlich aufkommende Beschäftigung von Philosophen mit medialen Themen als eine Reaktion auf die immer weiter wachsende Bedeutung von Medien in den modernen und spätmodernen Gesellschaften zu verstehen ist, so ist es die mit dem Stichwort der Digitalisierung verbundene Zäsur in der (technischen und kulturellen) Geschichte der Medien selbst, die aufgrund der nunmehr total gewordenen Durchdringung aller

gesellschaftlicher Bereiche mit digitalen Medien eine sowohl personell als auch inhaltlich breiter aufgestellte philosophische Auseinandersetzung mit dem Begriff und Phänomen des Medialen in Gang gesetzt hat.

Ein wichtiger Wegbereiter der Medienphilosophie ist gerade auch in dieser Hinsicht ohne Zweifel Friedrich Kittler. Von Hause aus Literaturwissenschaftler, hat Kittler als einer der ersten die Impulse des französischen Poststrukturalismus im deutschen Wissenschaftsdiskurs wirksam werden lassen. Seine eigene Medientheorie verfolgt Gedanken von Derrida, Foucault aber auch Heidegger sowohl konsequent zu Ende als auch historisch als präzise informierte Theorie digitaler Maschinen weiter. In seinen Untersuchungen zu technischen Aufschreibesystemen oder optischen Medien hat Kittler gezeigt, wie sehr das Nachdenken über Medialität gewinnt, wenn es sich an den technischen Bedingungen der medialen Prozesse orientiert.

Medienphilosophie als Philosophie der Medien: Institutionalisierung und Positionen

Am Ende des 20. Jahrhunderts nun kommt es parallel zur ubiquitären Ausbreitung von Computern und dem Aufstieg des Internets zum weltweiten Symbol der Digitalisierung in den Kulturwissenschaften zu einem *medial turn*, der auch die Philosophie erfasst (vgl. Münker 2009) und schließlich zur Entstehung einer explizit als Medienphilosophie auftretenden philosophischen Strömung führt.

Nicht nur in Deutschland nimmt die Anzahl der Publikation zu medialen Themen signifikant zu. Die Philosophen Esa Saarinen und Mark C. Taylor reflektieren kulturelle Veränderungen durch das aufkommende Internet in ihrem Buch *Imagologies. Media Philosophy* (Saarinen/Taylor 1994), und geben damit eines der bis heute seltenen Beispiele für die Verwendung des Terminus Medienphilosophie im angelsächsischen Raum. Der Computer wird in den neunziger Jahren erstmals eigenständiger Gegenstand philosophischer Untersuchungen (vgl. Bolz/Kittler/Tholen 1994; Krämer 1998). Es erscheinen programmatische Monographien und Einführungen in das neue Feld (vgl. Hartmann 2000; Sandbothe 2001; Margreiter 2015) ebenso wie Anthologien, die Begriff und mögliche Programme der Medienphilosophie durch eine Vielzahl unterschiedlicher philosophischer Interventionen zu beschreiben versuchen (vgl. Münker/Roesler/Sandbothe 2003; Nagl/Sandbothe 2005).

Der akademische Status der Medienphilosophie bleibt allerdings weiterhin vage. Zudem versammelt sich unter dem Titel der Medienphilosophie mittlerweile eine zunehmende Vielzahl unterschiedlicher und zum Teil widersprüchlicher Positionen. Während die meisten Vertreter der Medienphilosophie dieselbe als eine wie auch immer näher zu bestimmende Form philosophischer Theoriebildung verstehen – und manche gar so weit gehen, die Medienphilosophie als neue »zeitgemäße Gestalt einer ›prima philosophia« zu beschreiben (Margreiter 2003, 151) –, sehen andere Medienphilosophie im Gegenteil gerade nicht als eine neue Form (akademischer) Philosophie, ausgeführt von Philosophen, sondern »als ein Geschehen, möglicherweise eine Praxis, und zwar eine der Medien. Sie wartet nicht auf Philosophen, um geschrieben zu werden. Sie findet immer schon statt, und zwar in den Medien und durch die Medien« (Engell 2003, 53).

Medienphilosophie umfasst heute ein breites Feld verschiedenster Themen und Bereiche, das hier nur grob dargestellt werden kann. Ein Teil der medienphilosophischen Forschungen und Publikationen lässt sich in einem weiten Sinne als eine alternative Fortführung der philosophischen Ästhetik beschreiben. Dazu zählen beispielsweise zahlreiche Arbeiten zur Philosophie des Films bzw. des Kinos (vgl. Früchtel 2013; Seel 2013) oder zur Philosophie des Fernsehens (vgl. Engell/Fahle 2005) ebenso wie Untersuchungen zur Philosophie und Phänomenologie des Bildes und der Bildlichkeit (vgl. Wiesing 2005; Heßler/Mersch 2009) oder dem Verhältnis von Kunst und Medien (vgl. Schade/Tholen 1999; Mersch 2003).

Manche Vertreter der Medienphilosophie sehen die spezifische Differenz zu anderen medienwissenschaftlichen Forschungen gerade darin, dass Medienphilosophie es eben nicht mit Medien an sich zu tun habe, sondern mit Begriffen, die im Mediendiskurs verwendet werden bzw. deren Sinn und Bedeutung sich aufgrund medialer Phänomene und Entwicklungen verändert haben (vgl. Münker 2009). Medienphilosophie erscheint hier als ein theoretisches Unternehmen, dessen Aufgabe die (je nach Methode unterschiedlich durchgeführte) Untersuchung der Auswirkungen des Medienwandels auf philosophische Ideen (wie ›Wahrheit‹ oder ›Wirklichkeit‹) ist. Ein Teil dieser Untersuchungen wiederum führt unmittelbar in die praktische Philosophie: Die gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen, die der Medienwandel evoziert, machen eine philosophische Neubewertung eben auch ethischer und moralischer Kategorien und

Ideen notwendig. Programmatisch wird dies in den Arbeiten von Mike Sandbothe, der seinen Entwurf einer »pragmatischen Medienphilosophie« ausdrücklich als (kultur-)politische Intervention versteht, die eine »aufklärerisch-demokratische Gestaltung menschlichen Zusammenlebens« befördern will (Sandbothe 2001, 151). Philosophische Vertreter dezidiert medienethischer Positionen wie Rafael Capurro oder Klaus Wieglerling, die seit längerer Zeit an ethischen Fragestellungen des Informationszeitalters arbeiten (vgl. Capurro/Wieglerling/Brellocks 1995), können in einem weiten Sinne der Medienphilosophie zugeordnet werden; Wieglerling selbst hat 2008 seine Version der »Medienethik als Medienphilosophie« (Wieglerling 2008) vorgelegt. Dennoch stellen medienethische Perspektiven innerhalb des explizit als medienphilosophisch auftretenden Diskurses (noch) eine Ausnahme dar.

Für die meisten Vertreter der Medienphilosophie markiert das Nachdenken über die Begriffe Medium und/oder Medien das Zentrum des eigenen Gegenstandsbereichs. Philosophische Untersuchungen zu Geschichte, Idee und Phänomen von Medium/Medien machen entsprechend einen wichtigen Teil der medienphilosophischen Forschung aus. Damit verbindet sich die Hoffnung, die Medienphilosophie könnte strukturell die Funktion einer erkenntnistheoretischen Metatheorie zu den anderen Medienwissenschaften übernehmen, die in ihrer wissenschaftlichen Arbeit den Medienbegriff weitgehend unproblematisiert verwenden. Medienphilosophie, so verstanden, könnte demnach die Aufgabe übernehmen, »den in den ›Medien-Wissenschaften‹ ausgebliebenen Begründungs- und Klärungsdiskurs überhaupt erst zu führen« (Mersch 2015, 19).

Dieser Diskurs beginnt, darin sind sich die meisten Vertreter medienphilosophischer Positionen einig, mit der Zurückweisung der naiven Unterstellung, Medien seien neutrale Übermittler von Inhalten. Der Begriff Medium als »Relationskategorie« (ebd., 14) bezeichnet vielmehr eine vermittelnde Instanz, die konstitutiv ist für einen bedeutungshaften Weltbezug: »Ohne Medium gibt es keine Bedeutung« (Roesler 2003, 48) – denn »alles, was Menschen beim Wahrnehmen, Kommunizieren und Erkennen ›gegeben ist, ist in Medien gegeben« (Krämer 2003, 83). Medien eröffnen ihrer je spezifischen Medialität entsprechende Möglichkeiten der Kommunikation und Horizonte von Wahrnehmung und Erkenntnis, die es ohne die jeweiligen Medien nicht gäbe. Wenn Medien aber Bedingungen der Möglichkeit von Wahrnehmung,

Kommunikation und Erkenntnis sind, dann liegt es nahe, kantianisch von einem (transzendentalen) Apriori der Medien zu reden (vgl. Krämer 2004, 70 ff.; Münker 2009, 20 ff.; Mersch 2015, 37). Versteht man diese Konstitutionsthese in einem starken Sinn, so erscheint sie manchen problematisch: Wenn Medien allem bedeutungshaften Weltbezug immer schon vorausgesetzt sein müssen, so Sybille Krämer, wird eine philosophische Reflexion von Medien selbst zwangsläufig aporetisch (vgl. Krämer 2004, 21). Ähnlich ein Argument von Dieter Mersch: »Denn wenn ›alles, was ist, in Medien gegeben ist [...] ergibt sich das Problem, wie Medien selbst gegeben sind [...] Offenbar bekommen wir es mit einer Paradoxie zu tun« (Mersch 2006, 222). Auf Basis dieser analogen Diagnose entwickeln Krämer und Mersch ihre unterschiedlichen Programme. Bei Krämer tritt an die Stelle der ihrer Meinung nach unmöglichen philosophischen Untersuchung von Medien selbst das Projekt einer »Metaphysik der Medien«, welches darauf zielt, »im platonischen Sinne zu reflektieren, was hinter dem Gegenstand einer Erscheinung – und zwar realiter – liegt« (Krämer 2004, 21; vgl. auch Krämer 2008). Mersch wiederum hat angesichts der als prinzipiell unterstellten »Unbestimmbarkeit« von Medien ein an Heidegger und Derrida geschultes »Programm einer negativen Medientheorie« entwickelt (Mersch 2006, 224; vgl. auch Mersch 2008; Mersch 2015), also einer Medientheorie, die von einer nur indirekten Erfassung, *ex negativo*, des Medienbegriffs ausgeht. In eine ähnliche Richtung geht auch die in konkreter Auseinandersetzung mit den medialen Bedingungen der digitalen Technik entstandene philosophische Medientheorie von Georg Christoph Tholen: »Die gestaltwechselnde Offenheit der Digitalität supplementiert jedwede ›ontologische‹ Identität des Computers als Rechner« (Tholen 2002, 52). Das aber bedeutet für Tholen: »Das digitale Medium existiert nur in seiner vielgestaltigen Metaphorizität« (ebd., 49) – weswegen die philosophische Reflexion von Medialität zu einem Prozess wird, in dessen Verlauf sich die Bestimmung des Sinns immer wieder entzieht.

Die unter Medienphilosophen verbreitete Unterstellung, Medien seien nur indirekt oder negativ beschreibbar, wird gern präzisiert mit dem Hinweis darauf, dass der Prozess der Vermittlung durch Medien unmittelbar mit dem Prozess des Verbergens des Mediums einhergeht: »Medien bringen etwas zum Vorschein, indem sie sich selbst dabei verbergen« (Krämer 1998, 83 – Hervorhebung SM; vgl. Mersch 2015, 38). Allerdings ist diese Position unter Medienphi-

losophen nicht un widersprochen geblieben. So weist Reinhard Margreiter auf die Differenz von konkreten Medien einerseits und dem Phänomen des Medialen andererseits hin. Die Figur der Unbestimmbarkeit, so Margreiter, kann »kaum dem konkreten Medium zugeschrieben werden, wohl aber dem Phänomen des Medialen« (Margreiter 2015, 215).

Ein alternatives Gegenmodell ergibt sich, wenn der konstitutive Charakter von Medien in einem schwächeren Sinn verstanden wird. Medien sind diesem Verständnis nach zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung eines bedeutungshaften Weltbezugs. Zugleich sind Medien nie Akteure der Welterschließung, auch wenn sie deren Sinn prägen: Die welterschließende und bedeutungskonstitutive Funktion von Medien ist vielmehr immer schon gebunden an kulturelle Praktiken der Mediennutzung (vgl. Münker 2009, 51). Aus der Perspektive einer derart pragmatisch argumentierenden Medienphilosophie sind es zugleich diese Praktiken, die im Vollzug medialer Vermittlungen die konkreten Medialitäten der verwendeten Medien erst erzeugen – und zum Vorschein bringen. Der zunächst offensichtliche Gegensatz zur negativen Medientheorie allerdings löst sich zumindest teilweise auf, wenn auch Mersch im Rahmen von Überlegungen zum performativen Charakter medialer Prozesse darauf hinweist, »dass eine Analyse des Medialen vor allem von den Praktiken und ihren Möglichkeiten und Grenzen auszugehen hat« (Mersch 2015, 44). Die philosophische Untersuchung konkreter medialer Praktiken aber kann dann durchaus dazu beitragen, die charakteristische Medialität konkreter Medien in spezifischer Differenz zu anderen zu bestimmen. So lässt sich beispielsweise die Frage nach einer eindeutigen Bestimmung der Medialität des Computers als sinnlos zurückweisen – und durch die Frage nach der Bestimmung der Medialität konkreter medialer Anwendungen digitaler Technologien ersetzen (vgl. Münker 2009, 49).

Wurde der Medienphilosophie zu Beginn ihrer Karriere prophezeit, sie sei eine »vorübergehende Sache« (Seel 2003, 30), scheint ihre gegenwärtige Vitalität, ihr Auftreten in immer wieder neuen Erscheinungen auf einen anhaltenden Erfolg hinzudeuten. Ein einheitliches Bild vermittelt die Medienphilosophie nicht, und es ist auch nicht zu erwarten, dass sie dies als ein intrinsisch interdisziplinäres und philosophisch stark diversifiziertes Projekt je tun wird. In einer Zeit, die wie keine andere zuvor von Medien und ihren Effekten geprägt ist, hat allerdings gerade eine vielgestaltig operierende Medienphilosophie mit

Schnittstellen zu anderen wissenschaftlichen Disziplinen und Öffnungen in kulturelle und gesellschaftliche Diskussionen gute Chancen, sich auch ohne eindeutigen akademischen Status dauerhaft zu etablieren.

Literatur

- Adorno, Theodor W.: Prolog zum Fernsehen. In: Ders.: *Gesammelte Schriften*, Bd. 10.2. Frankfurt a. M. 1977.
- Adorno, Theodor W./Horkheimer, Max: *Dialektik der Aufklärung* [1947]. Frankfurt a. M. 1971.
- Anders, Günter: *Die Antiquiertheit der Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution*. München 1956.
- Aristoteles: *Über die Seele*. Berlin 1986.
- Baudrillard, Jean: *Agonie des Realen*. Berlin 1978.
- Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit [1936]. In: *Gesammelte Schriften*, Bd. 1/2. Hg. von Rolf Tiedemann. Frankfurt a. M. 1991.
- Bolz, Norbert/Kittler, Friedrich A./Tholen, Christoph (Hg.): *Computer als Medium*. München 1994.
- Capurro, Rafael/Wiegerling, Klaus/Brellochs, Andreas: *Informationsethik*. Konstanz 1995.
- Deleuze, Gilles: *Das Bewegungs-Bild. Kino 1 und Das Zeit-Bild. Kino 2*. Frankfurt a. M. 1989/1990 (frz. 1983/1985).
- Derrida, Jacques: *Grammatologie*. Frankfurt a. M. 1968 (frz. 1967).
- Engell, Lorenz: Tasten, Wählen, Denken. Genese und Funktion einer philosophischen Apparatur. In: Münker/Roesler/Sandbothe 2003, 53–77.
- Engell, Lorenz/Fahle, Oliver: *Philosophie des Fernsehens*. Paderborn 2005.
- Fietz, Rudolf: *Medienphilosophie. Musik, Sprache und Schrift bei Friedrich Nietzsche*. Würzburg 1992.
- Früchtl, Joseph: *Vertrauen in die Welt. Eine Philosophie des Films*. München 2013.
- Hagen, Wolfgang: Metaxy. Eine historiosemantische Fußnote zum Medienbegriff. In: Stefan Münker/Alexander Roesler (Hg.): *Was ist ein Medium?* Frankfurt a. M. 2008, 13–29.
- Hartmann, Frank: *Medienphilosophie*. Wien 2000.
- Heider, Fritz: *Ding und Medium* [1926]. Berlin 2005.
- Hefler, Martin/Mersch, Dieter (Hg.): *Logik des Bildlichen. Zur Kritik der ikonischen Vernunft*. Bielefeld 2009.
- Krämer, Sybille (Hg.): *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt a. M. 1998.
- Krämer, Sybille: Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung? In: Münker/Roesler/Sandbothe 2003, 78–90.
- Krämer, Sybille: Die Heteronomie der Medien. Versuch einer Metaphysik der Medialität im Ausgang einer Reflexion des Boten. In: *Journal Phänomenologie* 22 (2004), 18–38.
- Krämer, Sybille: *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a. M. 2008.
- Lyotard, Jean-François: *Das postmoderne Wissen*. Wien 1986 (frz. 1979).
- Margreiter, Reinhard: Medien/Philosophie: Ein Kippbild. In: Münker/Roesler/Sandbothe 2003, 150–171.
- Margreiter, Reinhard: *Medienphilosophie. Eine Einführung*. Berlin 2015.

- Mayer, Michael/Mersch, Dieter (Hg.): *Internationales Jahrbuch für Medienphilosophie*. Berlin 2015.
- McLuhan, Marshall: *Die magischen Kanäle. Understanding Media*. Dresden 1994 (engl. 1964).
- Mersch, Dieter (Hg.): *Die Medien der Künste*. München 2003.
- Mersch, Dieter: *Medientheorien zur Einführung*. Hamburg 2006.
- Mersch, Dieter: Tertium datur. Einleitung in eine negative Medientheorie. In: Stefan Münker/Alexander Roesler (Hg.): *Was ist ein Medium?* Frankfurt a. M. 2008, 304–321.
- Mersch, Dieter: Wozu Medienphilosophie? Eine programmatische Einleitung. In: Michael Mayer/Ders. (Hg.): *Internationales Jahrbuch für Medienphilosophie*. Berlin 2015, 13–48.
- Münker, Stefan: *Philosophie nach dem ›Medial Turn‹. Beiträge zur Theorie der Mediengesellschaft*. Bielefeld 2009.
- Münker, Stefan/Roesler, Alexander/Sandbothe, Mike (Hg.): *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*. Frankfurt a. M. 2003.
- Nagl, Ludwig/Sandbothe, Mike (Hg.): *Systematische Medienphilosophie*. Deutsche Zeitschrift für Philosophie, Sonderbd. 7. Berlin 2005.
- Nietzsche, Friedrich: *Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe*, Bd. 6. Hg. von Giorgio Colli und Mazzino Montinari. Berlin 1986.
- Ong, Walter: *Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes*. Opladen 1987.
- Platon: *Phaidros*. Darmstadt 1990.
- Roesler, Alexander: Medienphilosophie und Zeichentheorie. In: Münker/Roesler/Sandbothe 2003, 34–52.
- Rorty, Richard: *The Linguistic Turn. Recent Essays in Philosophical Method*. Chicago 1967.
- Saarinen, Esa/Taylor, Mark C.: *Imagologies. Media Philosophy*. London 1994.
- Sandbothe, Mike: *Pragmatische Medienphilosophie. Grundlegung einer neuen Disziplin im Zeitalter des Internet*. Weilerswist 2001.
- Schade, Sigrid/Tholen, Georg Christoph (Hg.): *Konfigurationen. Zwischen Kunst und Medien*. München: 1999.
- Seel, Martin: Medienphilosophie. Eine vorübergehende Sache. In: Münker/Roesler/Sandbothe 2003, 30–40.
- Seel, Martin: *Die Künste des Kinos*. Frankfurt 2013.
- Tholen, Georg Christoph: *Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen*. Frankfurt a. M. 2002.
- Wiegerling, Klaus: Medienethik als Medienphilosophie. In: Volker Steenblock (Hg.): *Kolleg Praktische Philosophie*, Bd. II: *Ethik*. Stuttgart 2008, 223–253.
- Wiesing, Lambert: *Artifizielle Präsenz. Studien zur Philosophie des Bildes*. Frankfurt 2005.

Stefan Münker

2 Mediensoziologie

Narkotisierende Effekte

An der Wiege der ›modernen Medien‹ standen nur wenige, die ihnen eine gute Zukunft bescheinigten. Als Daniel Boorstin den Begriff der »graphischen Revolution« prägte, bezog er sich noch auf die Bilderflut, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ihren Ausgang nahm (zit. nach Gabler 1999, 67). Heute ist die Flut multimedial. Zugleich hat sich das Feld der Massenkommunikation gewandelt, maßgeblich durch das Aufkommen einer (technischen) Mediengeneration, die vernetzte und mobile Formen der Kommunikation etablierte. Steven Johnson meinte euphorisch: »Mit seinem rasanten Aufstieg hat das Internet unseren kognitiven Apparat gleich dreifach auf Touren gebracht. Erstens, weil es uns zur Anteilnahme auffordert. Zweitens, weil es uns gezwungen hat, neue Schnittstellen zu meistern, und drittens, weil es uns neue Möglichkeiten bietet, mit anderen Menschen in Kontakt zu treten« (Johnson 2006, 125 f.).

Den Pionieren der Kommunikationsforschung ist bewusst gewesen, dass die Themen, die im Zentrum des Interesses stehen, auch von historischen Zufällen beeinflusst werden. Paul Felix Lazarsfeld und Robert King Merton leiteten eine der frühen Erörterungen der Wirkungsaspekte von Massenmedien zudem mit dem Hinweis auf die »narkotisierende Dysfunktion« (Lazarsfeld/Merton 1973, 457 f.) der Massenkommunikation ein, die aus den Vorzügen der leichten Unterhaltung abgeleitet und als Symptom politischer Entfremdung gewertet wurde.

Ungeachtet dessen müssen die Fragestellungen und Themen jeweils präzisiert werden. Die verbindende Klammer lag und liegt in dem Interesse an der gesellschaftlichen Bedeutung der Massenmedien. Lazarsfeld und Merton sprechen hinsichtlich dieses verbindenden Elements jedoch von einer »schlecht definierte[n] Fragestellung« (ebd., 450). Die Vergangenheit und die Gegenwart verbindet gleichwohl das Bedürfnis nach schnellen Antworten auf häufig diffuse Eindrücke. Mit einem Kernsatz der Innovationsforschung lässt sich dies kurz verdeutlichen: »So diffusion is a very social process«, ist eine Feststellung von Everett Rogers (2003, 18), die das Wechselverhältnis sachlicher und sozialer Motivationen im Zuge der Verbreitung (technischer) Neuerungen beschreibt. Sachlich meint in diesem Zusammenhang, dass der Anlass der Nutzung auf ein Zweck-Mittel-Denken zurückgeht, sozial meint eine Orientierung an den Er-

wartungshaltungen Dritter (vgl. Keuschnigg 2012). Im Jahr 1997 durfte man beispielsweise noch unbefangene die Frage stellen, was einen die Angebote und Möglichkeiten des Internets eigentlich angehen (vgl. Zorn 1997, 14). Im Jahr 2015 lauten die Themen Big Data, Surveillance, Algorithmen (vgl. Hofmann/Schöllkopf 2015, 14).

Die Sorge, die den Wirkungsfragen mehr oder weniger stark mitgegeben wurde, drehte sich mit den Worten des französischen Soziologen Émile Durkheim um das rechte Maß. Die Pioniere der Soziologie haben, wenn sie sich der Bedeutung der Medien zuwandten, einhellig deren enervierenden Effekt als solchen hervorgehoben, nämlich die Durchdringung der Gesellschaft: »[...] every book helps to form a channel of communication between author and reader. The rapid multiplication of volumes which are thereby made available to a correspondingly large number of readers, is, in the light of our dissection an increase of communicating channels, or a higher nervous organization, in society« (Small/Vincent 1894, 222). In der frühen Analyse von Small und Vincent bilden die Medien das Rückgrat der sozialen Kommunikation. Sie werden als »social nervous system« zusammengefasst und als essentieller Bestandteil des regulierenden Systems umschrieben (vgl. Small/Vincent 1894, 215). Die Kanäle der sozialen Kommunikation durchziehen die gesamte Gesellschaft und werden – einer Vorliebe für Organismusanalogien folgend – als Nervenzellen bezeichnet. Später wird im Umfeld der Opinion Leader-Forschung dann gerne von Relaisfunktionen gesprochen: Kommunikation durchläuft Schaltkreise und kann dabei Spannungen erzeugen. Shannon und Weaver (1949) sprachen neutral von *noise*.

Eine ähnliche Sichtweise findet sich bei John Dewey. Für ihn liegt die Bedeutung der Kommunikation darin, dass sie Individuen hilft, sich in einer Welt voller Impulse zurechtzufinden und den Zusammenhalt von Gesellschaft möglich macht. Die Industrialisierung und das schnelle Wachstum der Wirtschaft sind seiner Ansicht nach die Auslöser für ein Auseinanderdriften der Gesellschaft. In dem von ihm so genannten »Machine Age« ist eine Öffentlichkeit entstanden, die irritiert und unfähig ist, sich selbst Identität zu verleihen (Dewey 1954, 26 f.). Der Zusammenhalt der Menschen könne nur ermöglicht werden, wenn den ehemals kleinen dörflichen Gemeinschaften, die im Zeitalter der Maschinen zerfielen, eine »great society« folgt, die auch gegenseitiges Mitfühlen ermöglicht. Für Dewey spielen bei der Herstellung dieses Mit-

gefühls die Kommunikationstechnologien, wie z. B. Telefon oder Radio, eine wichtige Rolle.

Die Medien als Nervenzellen der Gesellschaft: Schaltkreise, die Kaskaden auslösen. Aber die Richtung solcher Kaskaden kannte neben dem ›Verständigungsmodus‹ in Bezug auf die Herausforderungen einer urbanen Welt eben von Beginn an die Instrumentalisierung des technischen Instrumentariums für Zwecke der Ablenkung, Zerstreuung, Entfremdung.

Das große Thema ›Integration‹

Bereits in der Frühphase der Massenkommunikation wurden also sehr interessante Äußerungen darüber formuliert, dass Kommunikation mit der Erwartung verknüpft wird, integrativ zu wirken. Aber bedeutet die Aussage »Kommunikation ist der Kitt, der die Gesellschaft zusammenhält« gleichzeitig, dass sich dieser Zusammenhalt im Sinne von Harmonie, Gleichklang oder ähnlichem vollziehen muss? Am Beispiel der Arbeiten von John Dewey hat Schultz gezeigt, dass die Vorstellung, moderne Gesellschaften seien homogene Einheiten mit einem umfassenden gemeinsamen Wissen, illusorisch ist. In Deweys Überlegungen zum *public journalism* wird bereits ein Verständnis von Integration artikuliert, das diese auf das Erleiden von Widersprüchen zurückführt. Betont wird nicht die herkömmlich immer wieder bemühte normative Integration durch Verpflichtung auf gemeinsame Werte und Traditionen. Im Gegenteil: Gerade dieses Bedürfnis nach »Gleichklang der gesellschaftlichen Verhältnisse« könnte ja auf das verweisen, was man nicht sieht: »Gefordert ist [...], dass gemeinsame Erfahrungswelten durch eine reichhaltige kommunikative Infrastruktur überhaupt geschaffen und gegenseitig für einander durchlässig gehalten werden« (Schultz 2002, 43). Die Lösung heißt hier also: Integration durch kontinuierliche Thematisierung, die nicht Konsens, sondern Präsenz voraussetzt. Massenkommunikation mit Integration gleichzusetzen, ist insofern prinzipiell nicht falsch. Nur soll diese Integration der Aufrechterhaltung eines öffentlichen Dialogs dienen.

Es können in diesem veränderten bzw. erweiterten Integrationsverständnis zwei Entwicklungen beobachtet werden: (1) Eine Verlagerung der gesellschaftlichen Verantwortung von Fremdkontrolle auf Selbstkontrolle. Letzteres impliziert gleichsam die Vorstellung einer hohen unstrukturierten Reflexionslast, die auf die Individuen verlagert wird. (2) Der Einzelne empfindet dies als wirkliche Last, da ihm An-

gebote ohne Begrenzung gemacht werden (mit Ausnahmen in Bezug auf Gewalt, Pornografie und ähnliche Phänomene, die darauf verweisen, dass es ohne Normen doch nicht geht). Aus der Bevormundung wird Selbstverantwortung (s. Kap. IV.12); die Individuen werden auf sich selbst verwiesen. In diesem »Kult des Individuums« (Durkheim 1996, 227) wird das neue Prinzip der Vergesellschaftung artikuliert: Individualität wird vom Ausnahmefall zur sozialen Norm erklärt. Im Kontext der Vielfaltsdebatte findet diese Verlagerung ihre Fortsetzung in der Vorstellung von Medienangeboten, die für Nutzerinnen und Nutzer maßgeschneidert werden. Die Ausweitung der Video on Demand-Dienste, das vermehrte Auftreten neuer Anbieter wie Netflix, Maxdome oder Amazon (vgl. den Überblick bei Puffer 2015) verdeutlicht die Dynamik dieses Marktes, der sich vordergründig nur im Dienste des Kunden agieren sieht. Eine frühe Beobachtung, erneut von Lazarsfeld und Merton formuliert, wird gleichsam in einem Do-it-yourself-Gewand erneut bestätigt:

»Die Massenmedien erwecken den Anschein, als ob sie die Reformer geradezu um die Früchte ihrer Arbeit gebracht hätten. Sie hören Radio und gehen ins Kino. Der Kampf um die Freiheit der Muße, für allgemeine Schulbildung und soziale Sicherheit wurde in der Hoffnung geführt, daß die Leute, wenn sie erst einmal von ihren engen Fesseln befreit wären, sich den großen kulturellen Gegenständen unserer Gesellschaft widmeten [...]« (Lazarsfeld/Merton 1973, 452).

Wiederum also ein Beleg für eine Verlagerung der Diskussionsschwerpunkte, der zugleich mit veränderten Vorstellungen von Normalität einhergeht.

Ein Blick auf die Rolle, die Medien für die Orientierung in unterschiedlichen Lebenslagen zugeschrieben wird, führt zu zwei populären Sichtweisen, die sich nahezu diametral gegenüberstehen (vgl. Ellrich 2006, 156). Für Jürgen Habermas einerseits stellen Medien durch eine bestimmte Art der Vermittlung von Wissen öffentliche Arenen für eine Kontroverse über geltende Normen und Werte bereit, die dann vor allem durch den »eigentümlich zwanglosen Zwang des besseren Arguments« (Habermas 1984, 161) bestimmt wird. Dabei ist es vor allem die Sprache, die als »Haus der Vernunft« (Bolz 2010, 38) fungiert. Diesem Ansatz liegt also die Vorstellung zu Grunde, Normen und Werte könnten eine Art verbindende Klammer für Gesellschaften darstellen, innerhalb derer dann Handlungen gesteuert und koordiniert werden kön-

nen. Niklas Luhmann andererseits hat dieser Position immer wieder entgegengehalten, dass diese normativen Vorfestlegungen sich durch keine theoretischen Überlegungen rechtfertigen lassen. Vielmehr müsse man davon ausgehen, dass in einer funktional differenzierten Gesellschaft der Einzelne vor allem in die Lage versetzt werden muss, in irgendeiner Weise anschlussfähig zu bleiben. Axel Honneth (1992) hat die These formuliert, dass wir so etwas wie eine radikale Öffnung des ethischen Werthorizonts beobachten können, so dass es in dieser Öffnung nicht mehr um endgültige Festlegungen im Sinne Habermas' geht, sondern darum, die Chance auf eine Wertschätzung des Selbst zu steigern. Statt monothematischer Festlegungen steht hier eine größere Offenheit gegenüber dem, was die Umwelt für den Nutzer an Möglichkeiten bereithält im Vordergrund.

Interessant ist die mittlere Position zwischen Habermas und Luhmann, weil sie etwas vermittelt, das mehr und mehr die Grundlage unterschiedlichster alltäglicher Diskurse zu beschreiben scheint. Jürgen Link (1999) stellt im Rahmen seiner Normalismustheorie die These auf, dass starke inhaltliche Orientierungen zwar unabdingbar seien, jedoch nicht zwangsläufig in Form normativer Vorschriften. Vielmehr wird in den Medien einerseits ein breites Spektrum an Vorschlägen über »normales Verhalten« bereitgestellt und wahrgenommen, zu denen andererseits zugleich entsprechende Experimentierfelder geboten werden – seien es die Diskurse der klassischen Art oder deren in Form von Talkshows oder Reality Soaps popularisierte Formen, sei es in zunehmendem Maße eine Vermischung von Unterhaltung und Realität oder nicht zuletzt auch Spielshows, die wie moderne Assessment-Center interpretiert werden könnten (s. Kap. VIII.43). Bei diesen Gelegenheiten kann beobachtet werden, was normal, was akzeptabel oder verwerflich ist – oder, um es genauer zu sagen: was andere dafür zu halten scheinen. Diese Bühnen haben einen nicht zu unterschätzenden Ausstrahlungseffekt auf die Art und Weise, in der man sich innerhalb bestimmter gesellschaftlicher Zusammenhänge orientiert. Was »normal« ist, wird also weniger an einem bestimmten, unumstößlichen Werthorizont festgemacht; sondern es scheint mehr und mehr normal zu sein, sich in unterschiedlichen Wertsphären mit unterschiedlichen Formen von Akzeptanz zu arrangieren. Dies stellt in vielen Fällen – nicht zuletzt für ältere Generationen – eine Herausforderung dar, weil unumstößliche Vorstellungen und Traditionen auf einen Marktwert reduziert werden.

Für die Forderung von Bernhard Debatin, dass »Kernkompetenzen in der Zivilgesellschaft« immer wieder neu hergestellt werden müssen (2012, 84), ist dieser »Diskurswandel« ein wichtiger Beleg. Er betrifft – um einmal die Feld-Metapher zu bemühen – gleich mehrere Verantwortungsebenen und Kräfteverhältnisse. Letzteres erinnert an Kurt Lewins Feldtheorie, die das Individuum als Teil eines »dynamischen Ganzen« (1963, 156) aufgefasst hat. Wie sich diese Dynamik heute darstellt, soll im Folgenden dargestellt werden.

Die Dynamik der Mediengesellschaft

Dynamik 1 – Deregulierung des Rundfunkwesens: Die Deregulierung des Rundfunkwesens in Deutschland hat eine lange Vorgeschichte. Die konkreten Anfänge im Jahr 1984 (vgl. die Beiträge in Jäckel/Brosius 2005) wurden begleitet von Zweifeln an der versprochenen Vielfalt, von Sorgen um das gesellschaftliche Miteinander und einem weiteren Privatisierungsschub im Bereich der Freizeitgestaltung – um nur wenige wichtige Aspekte zu nennen. Der Vorwurf »Amerikanisierung« erinnerte dabei an eher negativ gefärbte Erfahrungen mit dem privat-kommerziellen Rundfunk in den USA und anderen europäischen Ländern. Eine Bilanz nach zehn Jahren beklagte den »Bedeutungsverlust der Wörter« und sah darin ein »Symptom für die nahende Inflation der Töne und Bilder« (Hömberg 1996, 11). Die »graphische Revolution«, von der Boorstin sprach (s. o.), wurde zwar nicht explizit erwähnt, aber ihre Fernwirkung war wohl erneut gemeint. Jedenfalls war auch die Revolutionsmetapher populär: »Man sprach von Rundfunk-Revolution, Medien-Revolution oder gar Kommunikations-Revolution« (Hömberg 1996, 11). Heute werden diese und andere Metaphern kaum noch bemüht. Dennoch besteht kein Anlass, ausschließlich verhaltene Töne anzuschlagen. Die Provokation der Medienkontrolle gehörte und gehört heute zum Geschäft ebenso wie die Durchdringung des Alltags durch Mediensymbolik. Die Qualitätsdebatte wird nicht mehr ernsthaft vor dem Hintergrund eines Grundversorgungsauftrags geführt, dennoch ist sie nach wie vor von Relevanz (s. Kap. V.13). Die Linien der Kontroverse verlaufen nicht nur zwischen öffentlich-rechtlicher oder privater Trägerschaft allein, Geldkanäle sind (nahezu) alle Sender geworden (s. Kap. IV.11). Auch für die Konvergenzthese, die die Debatte um die Programmqualität lange beherrschte hat und eine Angleichung der Niveaus der konkurrieren-

den Systeme (öffentlich-rechtlich versus privat) diskutierte, streitet man heute nicht mehr. Gebühren für Fernsehen werden nicht mehr als selbstverständlich angesehen. Allenthalben hat sich eine neue Fernsehkultur durchgesetzt, an die man sich gewöhnt hat. Selbst von den »guten alten Zeiten« ist nur noch selten die Rede. Eine neue technisch induzierte Debatte dominiert, die zu einer Neubewertung des Verhältnisses von häuslicher und außerhäuslicher Mediennutzung beigetragen hat und die Ubiquität der Medien in den Mittelpunkt stellt. Der Mensch »verwächst« auch durch Social Media mehr und mehr mit seiner Medienumwelt.

Dynamik 2 – Vernetzte Gesellschaft: Zu den Leitgedanken der Medienwirkungsforschung (vgl. Jäckel et al. 2015) gehört der Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation, der wiederum eine unter vielen Revisionen des Stimulus-Response-Modells darstellt. Die damit verbundenen Hinweise auf die Entdeckung von Meinungsführern gingen häufig einher mit der Beobachtung hierarchischer Strukturen. Personen, denen man folgt, genießen in der Regel Ansehen und werden aufgrund ihrer Vorbildfunktion oder ihres Rats geschätzt. In der jüngeren Diskussion der Meinungsführer-Forschung nehmen Stimmen zu, die dem Urteil oder der Empfehlung einzelner bedeutsamer Personen den bislang zugeordneten hohen Stellenwert absprechen. Begründet werden diese Einschränkungen häufig durch Hinweise auf Kommunikationsflüsse in Netzwerken, die es erschweren, von einem Sender als Ursache und vielen, sich ähnelnden Effekten bei Empfängern auszugehen. Simulationsstudien konnten zeigen, dass in den meisten Fällen leicht beeinflussbare Individuen bzw. die Nachahmungswilligsten unter den Nachahmungswilligen verantwortlich für das Entstehen von Einflusskaskaden sind (vgl. Watts/Dodds 2007). Diese bilden eine Art kritische Masse, die andere Individuen erst veranlassen, bestimmte Beurteilungen zu übernehmen. Darüber hinaus ist die Struktur des Netzwerkes entscheidender für den erfolgreichen Verlauf der Diffusion als persönlicher Einfluss. Anstelle des klassischen Zwei-Stufen-Fluss-Modells wird ein *network model of influence* favorisiert, in dem der Einfluss über mehrere Schritte in alle Richtungen fließen kann. In einer Analyse des Effekts von Bestsellerlisten wird beispielsweise der Begriff »Nachfragekonformität« (Keuschnigg 2012, 3) verwandt.

Von neuen Technologien/Medien geht somit zu meist auch eine Herausforderung bestehender Wissensordnungen aus. Beate Schneider stellt hierzu fest: »Wissen und jene, die es innehaben, passen sich ei-



<http://www.springer.com/978-3-476-02557-9>

Handbuch Medien- und Informationsethik

Heesen, J. (Hrsg.)

2016, VI, 378 S., Hardcover

ISBN: 978-3-476-02557-9