

Lars Klinnert

Christian Müller: Medien. Macht und Ethik. Zum Selbstverhältnis der Individuen in der Medienkultur 2002

<https://doi.org/10.17192/ep2002.4.2050>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Klinnert, Lars: Christian Müller: Medien. Macht und Ethik. Zum Selbstverhältnis der Individuen in der Medienkultur. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 19 (2002), Nr. 4, S. 472–476. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2002.4.2050>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Christian Müller: Medien, Macht und Ethik. Zum Selbstverhältnis der Individuen in der Medienkultur

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001, 167 S., ISBN 3-531-13707-7, € 22,–

Christian Müller entwirft Medienethik als Reflexion auf die für das Selbstverhältnis von Individuen konstitutive Medienkultur. Ausgangspunkt ist die Theorie Michel Foucaults, wonach durch Institutionen bewahrte Machtverhältnisse die Beziehungen zwischen Individuen regeln und so gesellschaftliche Stabilität garantieren. Müller beschreibt Massenkommunikation als soziales Totalphänomen, das Handlungen, Kommunikationen und Reflexionen strukturiert und präfiguriert: Der Selbstbezug von Individuen erfolgt nicht mehr über unmittelbare Erfahrungen der Lebenswelt, sondern ist immer schon geprägt von den Angeboten der Massenmedien, aus denen sie ihre Wertorientierungen gewinnen.

Der Autor wendet sich damit gegen eine auf das Individuum des Journalisten bezogene Berufsethik: Journalistisches Handeln ist kein unmittelbares Handeln zwischen Menschen, sondern stets durch die Medienkultur beeinflusst. Es ist eingebunden in den arbeitsteiligen Organisationsprozess von unter ökonomischem Druck stehenden Medienunternehmen. Darin kann dem Einzelnen keine Verantwortung mehr zugeschrieben werden, wie Müller an Beispielen wie dem Foto des toten Ministerpräsidenten Uwe Barschel oder der Begleitung der Gladbe-

cker Geiseltangster durch Fernseherteams zu illustrieren versucht. Innerhalb der Medienkultur wird vielmehr prinzipiell alles zitier- und veröffentlichbar, sodass individuaethische Normen keinen gravierenden Einfluss auf die journalistische Tätigkeit und ihre Ergebnisse haben. Im Anschluss an Niklas Luhmann stellt Müller daher Kommunikationen statt Handlungen in den Mittelpunkt: Nicht mehr das Verhalten des einzelnen Journalisten soll Gegenstand der Medienethik sein, sondern die Mediaussage als ganze, in der sich gesellschaftliche Normierungen (in all ihrer Pluralität) manifestieren.

Wer nun allerdings die positive Konzeption einer Medienethik erwartet, die Verantwortung gerade in diesem unüberschaubaren kollektiven Prozess von der Medienproduktion bis zur -rezeption ermöglicht, wird enttäuscht. Müller begnügt sich mit einer bloßen Beschreibung der faktischen Beliebigkeit von Orientierungen, wie sie von um ökonomische Macht ringenden Medienkonzernen vermittelt werden – wobei sich darüber streiten lässt, ob diese Beschreibung so generell überhaupt zutrifft. Eine (normative) Ethik hingegen, die zwischen verantwortungsvoller und verantwortungsloser Medienkommunikation unterscheidet, wird auf das von Müller als überholt dargestellte Prinzip der Achtung des Einzelnen nicht verzichten können.

Gleichwohl bietet die Analyse einige interessante Gedanken, denen allerdings eine geordnetere und gestrafftere Darstellung gut getan hätte. Leider nämlich wird die Lektüre durch den redundanten, stereotype Formulierungen unermüdlich wiederholenden Stil erheblich erschwert. Über weite Strecken bekommt der Leser nicht mehr geboten als in umständlichen Kulturwissenschaftlerjargon verpackte Trivialitäten: Da unterliegt der „Diskurs [...] einer Ordnung [...], die man als Ordnung des Diskurses bezeichnen kann“ (S.136), da werden „Handlungen innerhalb der Medienkommunikation [...] zu massenkommunikativen Handlungen, wenn eine Aussage in einem Medium erscheint“ (S.158). Gar als Ertrag eines ganzen Kapitels findet sich der Satz, dass „konstitutiv für die Medienkultur [...] deren Aussagen [sind], die einen massenmedialen Diskurs bilden, wobei sich Aussagen nicht allein auf die Konnotationen sprachlicher und schriftlicher Codes beziehen, sondern ebenso durch Bilder repräsentiert werden können“ (S.136). Bedarf es wirklich einer wissenschaftlichen Arbeit, um zu derartigen Erkenntnissen zu gelangen?

Lars Klinnert (Bochum)