

Suhrkamp Verlag

Leseprobe



Silverstone, Roger
Mediapolis

Die Moral der Massenmedien
Aus dem Englischen von Frank Jakubzik

© Suhrkamp Verlag
978-3-518-41973-1

SV

Roger Silverstone
Mediapolis

Die Moral der Massenmedien

Aus dem Englischen
von Frank Jakubzik

Suhrkamp

Edition Zweite Moderne
Herausgegeben von Ulrich Beck

Titel der Originalausgabe:
Media and Morality. On the rise of the Mediapolis

Erste Auflage 2008
© Roger Silverstone 2007
© der deutschen Übersetzung Suhrkamp Verlag
Frankfurt am Main 2008
Deutsche Erstausgabe
Alle Rechte vorbehalten,
insbesondere das des öffentlichen Vortrags
sowie der Übertragung durch Rundfunk und Fernsehen,
auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim
Printed in Germany

ISBN 978-3-518-41973-1

1 2 3 4 5 6 - 13 12 11 10 09 08

Inhalt

Vorwort und Danksagung	7
I. Medien und Moral	9
II. Die Mediapolis als Erscheinungsraum	45
III. Die Rhetorik des Bösen.	91
IV. Polyphone Kulturen	129
V. Die Mediapolis und der Alltag	166
VI. Gastfreundschaft und Gerechtigkeit	210
VII. Mediengesetzgebung und Medienkompetenz	248
Bibliographie	286

*Meinen Enkeln,
den gegenwärtigen und den zukünftigen*

Vorwort und Danksagung

Dieses Buch setzt fort, was ich in *Anatomie der Massenmedien. Ein Manifest* begonnen habe. Es beschäftigt sich mit einem Phänomen, das mir neben der Umweltproblematik die zweite große Krise zu sein scheint, der sich die Gesellschaften der Welt heute stellen müssen: die Krise der Kommunikation. Es ist eine Krise der Moral und Ethik ebenso wie der Politik, und darum soll dieses Buch zeigen, daß der gedankenlose Umgang mit unserer medialen Umwelt unsere Fähigkeit zu humanem Handeln bedroht und daß wir uns mit den Realitäten, aber auch den Möglichkeiten globaler Kommunikation beschäftigen müssen, wenn wir die Abwärtsspirale zunehmender globaler Verstandnislosigkeit und Inhumanität umkehren wollen.

Für direkte oder indirekte Hilfe beim Verfassen des Buches habe ich vielen Menschen zu danken. Einige hatten das zweifelhafte Privileg, Teile des Manuskripts lesen zu dürfen, bevor sie für die Augen anderer geeignet waren, und deshalb danke ich Lilie Chouliaraki, Richard Sennett, Steven Lukes, Nick Couldry, Maggie Scammell, Tom Hollihan und Helena Bejar, daß sie getan haben, worum man vernünftigerweise niemanden hätte bitten dürfen. Terhi Rantanen hat als erste das gesamte Manuskript in einer der Endfassung nahekommenden Form gelesen und zahlreiche hilfreiche Verbesserungsvorschläge gemacht. Daneben – und das soll nicht heißen, daß es eine Nebensache wäre – bin ich meinen Studenten, Kollegen und Freunden am Department of Media and Communications der London School of Economics zu Dank verpflichtet, deren intellektuelle Präsenz immer anregend war und ist.

Danken will ich auch meinen Kollegen an der Annenberg School of Communication der University of Southern California, vor allem Dekan Geoffey Cowan, die mir während eines Forschungssemesters im Frühjahr 2004 die Ruhe und Anre-

gung verschafften, um die für das 3. Kapitel notwendigen Untersuchungen zu unternehmen.

Das letzte Jahr der Arbeit am Manuskript war alles andere als einfach. Ich schulde den Ärzten in London und Mexico City großen Dank dafür, daß sie mich am Leben erhalten haben. Vor allem aber möchte ich auf die außergewöhnliche Fürsorge und Hingabe meiner Frau Jennifer, meiner Kinder Daniel, Elizabeth und William und ihrer Lebensgefährten sowie meines Bruders Anthony hinweisen, die mich (und einander) in Momenten und auch Phasen großer Anspannung unterstützt haben. Dieses Buch soll auch ein Zeichen meiner Liebe und Dankbarkeit ihnen gegenüber sein.

Einige Abschnitte beruhen auf älteren Veröffentlichungen, die gründlich überarbeitet wurden:

- das 5. Kapitel entwickelt die in dem Aufsatz »Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life«, in: *New Literary History* Nr. 33 (4), 2002, S. 761-780 geäußerten Überlegungen weiter,
- das 7. Kapitel die aus »Regulation, Media Literacy and Media Civics«, in: *Media, Culture and Society*, Nr. 26 (3) 2004, S. 440-449.

I

Medien und Moral

*O wad some Pow'r the giftie gie us
To see oursels as others see us!
It wad frae mony a blunder free us,
And foolish notion.*

Robert Burns, *To a Louse*¹

Während des Afghanistankrieges, der nach dem Anschlag auf das World Trade Center begann, strahlte BBC Radio 4 in der Nachrichtensendung *The World at One* ein Interview aus, das mir im Gedächtnis geblieben ist. Darin kam ein afghanischer Hufschmied zu Wort, der die von der amerikanischen Luftwaffe in seinem Land verteilten und vermutlich grob vereinfachenden Propagandamaterialien offenbar nicht gelesen oder nicht verstanden hatte – und sich eine eigene Erklärung dafür zurechtlegte, daß so viele Bomben auf sein Dorf fielen. Dies geschehe, erklärte seine Übersetzerstimme, weil Al Qaida viele Amerikaner und ihre Esel getötet und einige ihrer Schlösser zerstört habe. Und damit lag er nicht einmal ganz falsch.

Dieses an sich unbedeutende Fragment einer Reportage ist in vielerlei Hinsicht bemerkenswert. Einige seiner Aspekte betreffen den Kern dessen, was ich in diesem Buch untersuchen und darlegen möchte.

Neben dem Inhalt des Gesagten ist bereits die bloße Prä-

1 Etwa: »Ach, gäb' uns eine höh're Macht das Lehen, / uns selbst zu sehen wie uns andre sehen! / Wir würden vielen Torheiten entgehen / und vielen Vorurteilen auch.«

Robert Burns, *An eine Laus, beim Anblick einer solchen auf der Haube einer Dame im Gottesdienst*.

(A. d. Ü.)

senz eines afghanischen Hufschmieds in den britischen Medien bemerkenswert. In gewisser Hinsicht ist Präsenz hier der zentrale Punkt: Die Sendung überwindet geographische, soziale und sprachliche Distanzen und sorgt dafür, daß die Stimme des Hufschmieds bis in die Wohnzimmer britischer Vororte dringt. Und es ist nicht nur eine Stimme aus einem Krisengebiet, aus einem Krieg, der sich bald auf andere Gebiete ausdehnen sollte, aus einem *unserer* Kriege, die inzwischen beinahe *per definitionem* stets in weit entfernten Ländern stattfinden, sondern auch eine Stimme, die aus einer räumlich und zeitlich weit entfernten Epoche zu stammen schien. Eine Stimme, die ebenso authentisch wie fremd ist. Und ihre Fremdheit rührt vor allem daher, daß der Schmied *zu uns* sprach und uns eine Mitteilung *über uns* machte: Wir im Westen mit unseren Eseln und Schlössern, wir als Opfer, wir als seinesgleichen. Seine Vorstellung, seine Illusion, war rührend naiv. Doch sie traf zu: als eine metaphorische und kulturell bedingte Wahrheit, die für ihn einen Sinn hatte. Genau wie wir unsere Ansichten darüber haben und hatten, was das Leben eines Schmieds in Afghanistan ausmacht, hat er seine Ansichten über das Leben – und den Tod – in Manhattan am Morgen des 11. September 2001. Hier wie da werden diese Ansichten im günstigsten Fall aus uralten Vorurteilen und aktuellen Bildern gewonnen. Im schlechtesten Fall verwandeln sie sich in feststehende Urteile, denen auch die Inhaber der Macht aufsitzen, deren Handeln dann wiederum fatale Folgen hat.

Das Erscheinen des Schmieds beziehungsweise seiner Stimme in einem medialen Raum ist ein Beispiel für das Erscheinen des Anderen, des oder der Fremden, in unseren Küchen und Wohnzimmern. Der Schmied ist der nur selten anzutreffende Repräsentant einer doppelten Fremdheit: er ist der sprichwörtliche Mann auf der Straße – oder in der Schmiede –, und er ist zeitlich und räumlich so weit von uns entfernt, wie es sich nur denken läßt. Ein gewöhnlicher Mann, den normalerweise niemand beachtet. Jetzt aber spricht er über unser Unglück und Leid, das auch seines ist. Und sein Erscheinen gibt uns einen

Einblick in das Leben an einem fernen Ort, den wir sonst kaum zu sehen bekommen. Höchstens in Form menschlicher Körper: regloser oder sich in Schmerzen windender Körper. Leichen. Opfer.

Auf einmal ist da ein Schmied, der spricht, und er spricht, wenn auch nur kurz, über uns. Er erzählt von uns mit seinen eigenen Worten und aus seiner Perspektive. Werden wir ihm zuhören? Und was wird er sagen?

Sein Erscheinen ist kaum mehr als eine Erscheinung. Seine einzige. Vierzig Sekunden Ruhm zur Mittagszeit. Und sein Erscheinen ist durch Medien vermittelt. Seine Stimme ist körperlos, da sie aus dem Radio kommt. Seine Aussagen sind übersetzt. Sie werden hörbar gemacht an einem fernen Ort, an dem er ein Fremder ist. Wir können uns vorzustellen versuchen, wie er aussieht oder worauf er sitzt. Wir können es versuchen, und es wird uns auch gelingen, weil wir über einen entsprechenden Vorrat an Bildern und Klängen verfügen, aus dem wir uns bedienen können. Das Dorf, die Bomben, der Staub, die Kinder, die Frauen im Hintergrund. Aber können wir uns vorstellen, wie er sich uns vorstellt? Was weiß er über die Anschläge, was hat er gehört, welche Bilder gesehen? Können wir uns vorstellen, daß in seiner Welt wir die Fremden sind?

Der namenlose Hufschmied ist ein Doppelgänger, und sein Erscheinen, seine Repräsentation in den Medien setzt nicht nur eine, sondern gleich mehrere Verdoppelungen voraus. Der kurze O-Ton ist gleichsam eine Scherbe, in der sich die Darstellungskonventionen westlicher Medien spiegeln, ihre Art, Dinge mehr oder minder zutreffend zu repräsentieren und uns mit ihnen vertraut zu machen. Der Schmied repräsentiert dabei vielerlei Dinge auf einmal. Er wird uns vorgestellt als Schmied, als Afghane, als jemand, der sich eine Meinung gebildet hat und sie mit Hilfe der BBC einem Publikum mitteilen kann. Zugleich ist er ein Auserwählter, der für andere spricht: eine mindere, aber repräsentative Stimme in der Kriegsberichterstattung westlicher Medien. Und zuletzt wird auch er selbst repräsentiert: nämlich aus einem Kontext herausgenommen und in einen anderen ge-

stellt. Beziehungsweise in viele: in den Kontext der Reportage und in den des Alltags und Denkens britischer Zuhörer zur Mittagszeit eines Werktags, 13 Uhr 20. Und schließlich in den Kontext der Erinnerung und des Vergessens angesichts eines Molochs unablässiger aktueller Berichterstattung.

Um die komplexen Kontexte eines solchen Diskurses und einer solchen Rezeption wird es in diesem Buch gehen. Dazu gehört auch der Hinweis, daß sich die Pronomina »wir« und »uns« in diesem Text nicht auf eine bestimmte Gruppe beziehen, sondern sowohl singular als auch pluralistisch zu verstehen sind, also eine gemeinsame oder gemeinschaftsfähige ebenso wie eine distinkte und individuelle Entität oder Perspektive des medial vermittelten oder unmittelbaren Verstehens und Mitwirkens an der Welt bezeichnen können. Keineswegs soll ein unreflektiertes, universelles, generalisiertes, eindimensionales Wir unterstellt werden. Der Begriff bezieht sich auch nicht auf eine reale Perspektive, obwohl er unvermeidlich eine bestimmte Perspektive reflektiert: nämlich die des anglophonen Westens. Er ist eine Einladung an den Leser, sich meine Perspektive zu eigen zu machen, ohne sich bevormundet oder ausgeschlossen zu fühlen. Mit »wir« meine ich also einerseits »uns alle« – wobei es zugleich ein zentrales Problem ist, daß viele von uns von diesem Wir ausgeschlossen sind.

Das Erscheinen des Hufschmieds ist allerdings auch deshalb ungewöhnlich, weil es selten ist beziehungsweise wir es selten zulassen, daß andere auf unseren Bildschirmen ihre Meinung über uns äußern. Daß die Sendungen von Al Jazeera im Westen, vor allem in den USA, regelmäßig Bestürzung auslösen, liegt nicht allein am graphischen Horror einiger der gezeigten Bilder (unsere Medien bringen täglich Ähnliches) oder an der ungezügelter politischen Rhetorik (für die dasselbe gilt). Es hat weit grundsätzlichere Ursachen. Denn diese Bestürzung beruht auf dem Bruch eines medialen Tabus und der Umkehrung der üblichen, für selbstverständlich gehaltenen Form medialer Repräsentation, bei der wir die Regeln bestimmen und *sie* – nicht *wir* – die Anderen sind.

Durch das massive Ungleichgewicht globaler Medienmacht und -reichweite ist das Erscheinen eines afghanischen Hufschmieds ein seltenes Phänomen. Aber es spiegelt, wenn auch nur für einen winzigen Moment, die allgemeine Darstellungskultur westlicher Medien wider, deren mal klarer, mal vernebelter, aber stets kulturell spezifischer Blick die Bildschirme und Lautsprecher der Welt beherrscht. Und für uns im Westen existiert der Schmied ausschließlich auf diesen Bildschirmen beziehungsweise in diesen Lautsprechern. Ohne sie gibt es ihn nicht. Einerseits ist er uns fremd und fern. Andererseits ist er uns in seiner medialen Präsenz vertraut und sicht- beziehungsweise hörbar nah. Diese Präsenz jedoch können wir als Rezipienten weder überprüfen noch hinterfragen. Wir haben keine andere Verbindung zu ihm, keinen anderen Zugang zu seinen Erfahrungen und seiner Welt, wenigstens nicht innerhalb unserer Rundfunkmedien. Und am Ende der Sendung ist er verschwunden. Für immer.

In jenen vierzig Sekunden tritt der Hufschmied in unser Leben, weil unsere Armeen sein Dorf bombardiert haben und weil die globale unzivile Gesellschaft, in der wir leben, davon ausgeht, daß er in irgendeiner Form in Verbindung mit jenen steht, die vorübergehend uns zu Opfern gemacht haben. Für einen Augenblick kehrt die BBC die übliche Darstellungsweise um und verschafft einem westlichen Publikum, dessen Realität und Vorstellungswelt der Krieg ansonsten fernsteht, die Gelegenheit, die Differenz zu erfahren, die ein Anderer erlebt und erleidet, der, wenn auch nur in einem Satz, die üblichen Polaritäten der Darstellung spiegelt und dadurch umkehrt.

Es ist durchaus möglich, mit diesem Mann und seinen Vorstellungen in eine ernsthafte Diskussion einzutreten, auch wenn diese durch die Unmöglichkeit einer unmittelbaren Begegnung teilweise imaginär bleiben muß. Wahrscheinlicher ist jedoch, daß diese Auseinandersetzung ausgeschlagen wird und unterbleibt. Und diese Verweigerung wird angesichts der kulturellen, ideologischen und technologischen Verhältnisse auch nicht auf großen Widerspruch stoßen. Trotzdem repräsentiert der Hufschmied

den Anderen, und in seiner Rede und im Entschluß der Journalisten, ihm Sendezeit zu geben, liegt eine Einladung, mit jemandem in Kontakt zu treten, der in seinem Menschsein trotz aller sonstigen Unterschiede etwas mit uns gemein haben könnte.

Ohne dem Auftritt des Hufschmieds das Besondere abzusprechen zu wollen, kann man sagen, daß es in der Welt der Medien von solchen Fremden, solchen Stimmen wimmelt. Ich bin sogar davon überzeugt, daß die medial vermittelten Bilder von Fremden immer mehr bestimmen, was die Welt für uns ausmacht. Der Rahmen, in dem wir mit anderen in Beziehung treten (oder dies verweigern), dehnt sich auf eine Weise über soziale, geographische und sogar historische Räume aus, die im Alltag gewöhnlicher Menschen (wenn auch nicht in dem von Eliten) noch vor fünfzig Jahren unvorstellbar gewesen wären. Und da es die Beziehungen mit anderen sind, die unser Selbst definieren, werden die Kontakte zu anderen, die über die Vermittlung von Medien hergestellt werden, zunehmend auch für uns von entscheidender Bedeutung sein.

Das Bild des Anderen in den Medien ist oft nicht besonders vorteilhaft. Und es stellt auch nicht immer oder ausschließlich den weit von uns entfernt lebenden Anderen dar. Dann und wann bricht die Konsistenz auf, mit der das Anderssein, besonders seine dunklen Aspekte, medial auf Abstand gehalten wird, und der Horror unseres eigenen Andersseins tritt zutage. Und dann erscheinen uns die Bilder aus dem Gefangenenlager Abu Ghraib weniger als getreue Widergabe echter Untaten denn als Verstöße gegen die Normen medialer Darstellung. Da waren Menschen wie wir (in diesem Falle US-Amerikaner), unsere Söhne und Töchter, unsere Verteidiger und Helden, die offensichtlich keinerlei Problem mit ihrem Verhalten und dessen digitaler Abbildung hatten. Sie führten lediglich Befehle aus oder schwammen mit dem Strom oder folgten dem wachsenden Trend zu persönlicher Publizität, zur Veröffentlichung des Privaten.

Moral und Ethik in den Medien

Die Argumentation dieses Buchs geht von diesen einfachen und alltäglichen Beobachtungen aus. Es behandelt die Rolle der Medien bei der Konstituierung der sozialen, politischen und moralischen Öffentlichkeit. Unter »den Medien« verstehe ich hier tatsächlich sämtliche Medien: die globalisierten, die regionalen, die nationalen, die lokalen und die persönlichen Medien; große Rundfunkanstalten ebenso wie interaktive Webseiten; akustische und audiovisuelle Medien ebenso wie Druckerzeugnisse; elektronische und mechanische, digitale und analoge Medien, »große« und »kleine«, marktbeherrschende und alternative, stationäre und mobile, standardisierte und proprietäre Medien. Diese Pauschalisierung und Zusammenfassung ist beabsichtigt. Natürlich eröffnen uns unterschiedliche Medien unterschiedliche Möglichkeiten und stellen uns unterschiedliche soziale und politische Mittel zur Verfügung. Doch alle zusammen schaffen mit der großen Bandbreite verfügbarer Technologien, Distributionssysteme, Plattformen, Diskurse, Texte und Kommunikationsweisen einerseits und unseren Gebrauchsformen andererseits einen Raum, in dem sie zunehmend aufeinander Bezug nehmen, sich gegenseitig verstärken und ein immer wichtigerer Teil unseres Alltags werden. Marshall McLuhan würde es vielleicht so formulieren: Wir ziehen die Medien wie Kleidungsstücke an, um unsere Nacktheit zu verbergen, uns vor Wind und Wetter zu schützen und die Welt da draußen erkunden zu können.

Die Medien sind ein Teil unserer Umwelt geworden. Allerdings nicht im Sinne Baudrillards, also nicht als distinkte Sphäre, in der das Symbolische neben den Realitäten des Alltags existiert und mehr oder weniger eskapistische Exkursionen ins Reich der Phantasie und Simulation ermöglicht. Sondern im Sinne einer engen und dialektischen Verzahnung mit dem Alltäglichen. Unser Alltag ist ohne Medien nicht mehr denkbar. Sie sind seine unabdingbare Voraussetzung. Doch gilt das auch umgekehrt: ohne ihre Bedeutung für den Alltag, ohne ihre

Funktion als Ressourcen des Denkens, der Meinungsbildung und des Handelns im Privaten wie im Politischen wären unsere Medien unverständlich und bedeutungslos.

Mir ist klar, daß ich mich mit dieser Prämisse und Haltung dem Vorwurf aussetze, medienzentristisch zu denken, also das vorauszusetzen, was ich erst beweisen müßte, und jede Kritik der Medien unmöglich zu machen, indem ich *a priori* auf ihrer Bedeutung insistiere. Es ist ja auch eine simple, der allgemeinen Lebenserfahrung entsprechende Tatsache, daß die Medien nicht alles sind und niemals alles sein werden. Unser Leben spielt sich nicht in den Medien ab, und vielen, wenn nicht gar den meisten Menschen auf der Welt stehen Medien nur eingeschränkt oder gar nicht zur Verfügung; sie kommen in ihrem Leben nicht vor und sind somit irrelevant. Auch in den entwickelten Industriegesellschaften werden persönliche und politische Entscheidungen in der Regel nicht vor laufenden Mikrofonen und Kameras getroffen. Das Leben spielt sich in der Familie ab, in Organisationen und Staaten, ohne Bezug auf die Medien. Dort leben und sterben wir.

Ich stimme alldem zu. Aber ich beharre zugleich darauf, daß die Medien von großer Bedeutung sind für unsere Orientierung in einer Welt, die uns auf eine Weise zumindest symbolisch zugänglich und erreichbar geworden ist, die man sich vor dem elektronischen Zeitalter nicht vorzustellen vermochte. Tatsächlich beansprucht meine Argumentation keinerlei Exklusivität. Ich kann, wie oben bereits geschehen, ohne weiteres darauf beharren, daß der Präsenz des afghanischen Hufschmieds oder anderen, ihm ähnlichen oder ganz unähnlichen Akteuren in unserer Welt eine große Bedeutung zukommt, weil diese Welt, deren Teil sie sind, ohne ihr Erscheinen überhaupt nicht existieren würde, jedenfalls nicht für uns. Und ich werde in diesem Buch immer wieder danach fragen, welche Bedeutung ihr Erscheinen haben mag – ohne behaupten zu wollen, es gäbe sonst nichts von Bedeutung. Die Medien schaffen Zusammenhänge und bewegen sich ihrerseits in Zusammenhängen. Sie konstruieren eine Welt und werden ihrerseits in einer und von dieser Welt

bestimmt. In Wirklichkeit sogar von mehreren Welten. Denn »die Welt« von Al Arabya ist nicht die Welt von CNN. Meine Welt ist eine andere als deine. Alle Erfahrungen, ob sie medial vermittelt sind oder nicht, sind kulturell geprägt.

Die Fragen, die ich stellen werde, kreisen um die Natur der durch die Medien vermittelten Beziehung zwischen uns und dem Anderen. Es handelt sich also um ethische Fragen. Isaiah Berlin definiert dieses Vorgehen wie folgt:

Ethisches Denken besteht in der systematischen Untersuchung der Beziehungen zwischen den Menschen, in der Untersuchung der Auffassungen, Interessen und Ideale, aus denen sich die Arten und Weisen des Umgangs der Menschen miteinander ergeben, und der Wertsysteme, auf denen solche Lebensziele beruhen. Die Anschauungen, wie die Menschen ihr Leben leben sollen, wie sie sein und was sie tun sollen, sind der Gegenstand eines ethischen Fragens; und wenn man solche Fragen im Hinblick auf Gruppen und Nationen oder gar im Hinblick auf die ganze Menschheit stellt, spricht man von politischer Philosophie, die nichts anderes ist als die Anwendung der Ethik auf die Gesellschaft. (Berlin 1992, S. 14)

Berlin faßt hier bewußt ethisches Denken, moralische Nachforschung und politische Philosophie zusammen. Dadurch wirft er Fragen nach den Unterschieden und Prioritäten auf. Ich halte diese Fragen, gerade die nach dem immer schwierigen Verhältnis von Ethik und Politik, für wichtig, werde mich hier aber dennoch nicht näher mit ihnen befassen. Statt dessen verwende ich die Begriffe *Moral* und *Ethik* im großen und ganzen synonym und mache – hoffentlich einigermaßen konsistent – lediglich einen zweifellos unzulässig vergrößerten Unterschied zwischen ihnen. Dabei wende ich den Begriff *Moral* auf die Grundprinzipien an, auf die Beurteilung und Einordnung des Denkens und Handelns dem Anderen gegenüber, das unsere Beziehung zu ihm als einem Gleichen und zugleich Anderen bestimmt und dadurch wiederum entscheidend ist für unseren

Anspruch, moralische und humane Wesen zu sein. Implizit und explizit setzt dieser Moralbegriff eine Vorstellung vom Guten voraus, eine Reihe von Werten, an denen man sich orientiert und anhand deren man all jene, denen die allerdings unwahrscheinliche Verwirklichung dieser Werte gelingt, als gut definieren würde. Der Begriff Moral verweist auf allgemeingültige Prinzipien, die sich allgemeingültig rechtfertigen lassen. Unter Ethik verstehe ich dann die Anwendung dieser Prinzipien in einem spezifischen sozialen oder historischen, privaten oder beruflichen Kontext.²

Im Zusammenhang unserer Diskussion betrifft die Moral in den Medien also die allgemeinen Orientierungen und Verfahren, mit deren Hilfe die Medien die Welt konstruieren und den Anderen vor uns erscheinen lassen. Oder, andersherum formuliert: Da die Medien den mehr oder weniger konsistenten Rahmen für das Erscheinen des Anderen bilden, definieren sie *de facto* den moralischen Raum, in dem wir dem Anderen begegnen, und verlangen (oder unterbinden) zugleich eine äquivalente moralische Reaktion von uns, ihrem Publikum, als potentiellen oder tatsächlichen Bürgern.

Der Begriff der Ethik in den Medien wiederum bezieht sich auf mediale Praktiken: auf die übliche, wünschenswerte oder abzulehnende Arbeitsweise von Journalisten und darauf, welche Beziehungen Reporter, Filmemacher, Geschichtenerzähler und Bilderproduzenten zu ihren Gegenständen einerseits und zu ihren Zuschauern oder Zuhörern andererseits entwickeln oder unterstellen. Während die Ethik in Form eines Kodexes gefaßt werden kann und vielleicht auch sollte, läßt sich die Moral immer nur behaupten. Die philosophische Frage, wer

2 Diese Formulierung impliziert nicht, daß es sich um eine ahistorische, überzeitliche Moral handelt, auch wenn sie sich offensichtlich nur sehr langsam verändert. Gerade diese Widerständigkeit gegen das Partikulare aber unterstreicht die Bedeutung der Moral als einer Konstante innerhalb der größeren kulturellen Traditionen. Dies gilt sicherlich auch für die religiösen Traditionen, die Derrida zu den »abrahamitischen« zählt (worunter er den jüdischen, den christlichen und explizit auch den islamischen Glauben versteht). (Derrida 2002)

den Vorrang hat – ob die Moral als ein Produkt der Ethik gelten muß, als ein Destillat ethischer Praxis, oder ob moralische Urteile jedem ethischen Handeln, jeder ethischen Lebensführung vorausgehen müssen –, möchte ich nicht näher untersuchen. Ich würde, wie bereits angedeutet, zugunsten des letzteren tendieren, möchte die Frage aber in diesem Buch offenlassen.

Ungeachtet dieser subtilen und wichtigen Nuancierungen liegt meinen Überlegungen die Überzeugung zugrunde, daß die Medien von zunehmender Bedeutung für die Konstruktion eines Moralsystems sind, das der globalen Interdependenz in Reichweite und Ausmaß entsprechen soll und vernünftigerweise auch muß. Insofern sie uns symbolisch mit dem Anderen verbinden (oder uns von ihm trennen) – und zwar mit dem Anderen, der uns in geographischer, historischer und soziologischer Hinsicht fern ist –, bilden die Medien inzwischen jenen entscheidenden Raum, in dem eine äquivalente Moral für eine zunehmend interdependente, aber nach wie vor zerrissene und konflikterfüllte Welt herausgebildet werden müßte. Kurz: jegliches Streben nach einer echten, substantiellen und ethisch verantwortlichen Zivilgesellschaft, die über Staatsgrenzen (und nicht nur diese) hinaus die Idee eines Weltbürgertums umfaßt, muß sich ernsthaft der Frage stellen, wie diese Welt in den Medien dieser Welt dargestellt und repräsentiert wird.

Eine weitere philosophische Frage ist hier anzusprechen. Jedem Vorschlag, der Werturteile voraussetzt, die über das Ich hinausgehen und den Anderen einbeziehen, ist der Dualismus von Universalismus und Relativismus inhärent. Beide lassen sich offenbar nicht konklusiv begründen. Relativistische Argumentationen scheitern an der Logik ihres eigenen Relativismus. («Ich kann dich nicht von meiner These überzeugen, daß alles Denken relativ ist, nämlich auf eine bestimmte Gesellschaft bezogen, weil du in einer anderen Gesellschaft lebst als ich und meine Überlegungen daher *per definitionem* nur für meine eigene Gesellschaft relevant sein können.») Der Univer-

salismus scheitert an der politischen Realität, weil er übersieht, daß sozial distinkte, inkommensurable Werte und Haltungen für gleichermaßen genuin und unverzichtbar gehalten werden. Jeder Versuch, die Allgemeingültigkeit oder Universalität einer Position zu begründen, setzt daher eine Form des Zwangs voraus, die selbst noch (und vor allem) der Toleranz und dem gegenseitigen Verständnis den Boden entzieht.

Daraus folgt, daß der Vorschlag, nach den Bedingungen einer Moral der Medien zu suchen, jederzeit den Vorwurf auf sich ziehen kann, er sei bestenfalls ethnozentrisch und schlimmstenfalls Ausdruck jener Form von Kulturimperialismus, die er verhindern will. Ich glaube nicht, daß es einen einfachen Ausweg aus diesem Dilemma gibt. Doch wie ich gleich darlegen werde, verändern sich die sozialen, politischen und kulturellen Bedingungen so, daß die Überwindung der erwähnten Inkommensurabilität möglich erscheint. Diese Veränderung läßt sich auf einen simplen Begriff bringen: Globalisierung.

Globalisierung

Darüber, was Globalisierung ist, wird heftig gestritten. So nützlich der Begriff ist, um viele der wohl eher aufgrund ihrer Konvergenz als ihrer Einzigartigkeit charakteristischen Merkmale der Spätmoderne zu bestimmen, steht er andererseits für eine bestimmte und manchenorts dominierende Weltsicht, die sich auf Verknüpfung und Integration, Netzwerke und Kapitalströme, Großkonzerne und ökonomische Ausbeutung konzentriert. Dabei erscheint die Globalisierung als Produkt eines zügellosen Kapitalismus, von dem offenbar jeder profitiert, der auf irgendeine Weise an der globalen Marktwirtschaft teilnehmen kann, wobei sich zugleich die wenigen auf Kosten der vielen bereichern. In ökonomischer Hinsicht hat sich die Welt in einen einzigen Markt verwandelt. Die Globalisierung gilt daher sowohl als Voraussetzung für die Produktion und Verteilung des wachsenden globalen Wohlstands (und daher als etwas Gutes)