

Niklas Luhmann ernst nehmen?
(Un-)Möglichkeiten einer ironischen Ethik
öffentlicher Kommunikation.
Von Alexander Filipović, Bamberg

Aus: Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Grundlagen - Ansätze - Anwendungen. Konstanz: UVK 2003 (Mai), S.83-95.

Bearbeitungsstand: 27.11.02

1 Einleitung

Vor welchem Denk-Horizont kann heute eine Medienethik entwickelt werden? Diese Frage impliziert zwei Aspekte. Zunächst: Wie wird der Gegenstand dieser Ethik beschrieben? Dann aber auch: Vor welchem Denkhorizont wird diese Ethik selbst entwickelt?

Gegenstand einer Medienethik sind dem Wort nach *Medien*, mit anderen Schwerpunkten auch *öffentliche Kommunikation* oder *Publizistik*. Die epistemische System/Umwelt-Theorie, die Theorie funktionaler Differenzierung und die Theorie der Autopoiesis im Gefolge Niklas Luhmanns haben Karriere gemacht und stellen zumindest bei der Beschreibung von Gesellschaft ein nützliches Erkenntnisinstrument dar. In diesem Sinne stützen sich nicht wenige Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen auf eine oder alle diese(r) speziellen Rationalitäten, wenn sie sich kommunikations- bzw. publizistikwissenschaftlich betätigen (vgl. z.B. Rühl 1969; 1979; 1980; Ronneberger/Rühl 1992, Marcinkowski 1993, Blöbaum 1994, Luhmann 1996). Für den Spezialfall einer Journalismustheorie wird diagnostiziert, dass sie mehrheitlich systemtheoretisch bestimmt sei (vgl. Löffelholz/Quandt 2000: 147).

Hier handelt es sich um die systemrationale Rekonstruktion des *Gegenstandes* einer Medienethik. Aber – und das ist der zweite Aspekt – *Ethik selbst* könnte ja „systemtheoretisch“ entwickelt werden. Mit „systemtheoretisch“ ist dabei nicht allein das System/Umwelt-Paradigma oder die Soziologie Luhmanns gemeint. Vielmehr ist der Denkhorizont entscheidend, der im Werk Niklas Luhmanns und bei denen, die sich auf ihn berufen, erkennbar ist. Die übergreifende Frage lautet also: Kann eine Medienethik ausgehend von dem Denkhorizont der Systemtheorie entwickelt werden? Es werden dafür aus pragmatischen Gründen hier in erster Linie Äußerungen Niklas Luhmanns herangezogen, so dass die erkenntnisleitende Frage für diese Überlegungen spezifiziert werden muss: Halten die hinsichtlich Moral und Ethik relevanten Äußerungen Niklas Luhmanns für eine Medienethik geeignete Anregungen bereit?

Zunächst ist aber die nüchterne Analyse Luhmanns selbst zu berücksichtigen: »Ich gehe [...] davon aus, daß die akademische Ethik gescheitert ist.« (Luhmann 1997a: 17) Das Problem liegt also darin, wie man sich für eine Medien-Ethik auf Luhmann berufen kann, obwohl Luhmann selbst für Ethik manchmal nichts weniger

als Verachtung übrig hatte¹. Eine Lösung dieses Problems könnte in einer „ironischen Ethik“ liegen. Diese „ironische Ethik“ hat Luhmann selbst vorgeschlagen (Luhmann 1997a: 35), allerdings freilich nur in einem beiläufigen Nebensatz und ohne diese zu konturieren. Nicht zuletzt hat er dies wahrscheinlich auch noch ironisch gemeint... Es gilt also den Vorschlag Luhmanns nach einer ironischen Ethik *probeweise* ernst zu nehmen, um daran zu verdeutlichen, wie eine „systemtheoretische Ethik“ – wenn es sie denn gibt – in Erscheinung tritt. Die Grundhaltung ist also nicht eine apologetische, sondern eher eine neugierige, die nach alternativen Problemstellungen und Problemlösungen Ausschau hält.

Es soll hier der kurze Versuch gemacht werden, diese „ironische Ethik“ mit Hilfe von Texten Niklas Luhmanns zu rekonstruieren und auf medienethische Probleme zu beziehen. Dabei kommen in erster Linie kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen zum Zuge. Für eine Relativierung einiger Aspekte greife ich zurück auf den eigenen Denkhorizont – die christliche Sozialethik.

2 Niklas Luhmann ernst nehmen?

2.1 *Luhmann und die Ethik*

Luhmanns Ethik- und Moralverständnis soll im Folgenden beleuchtet werden. Angesichts der Fülle seiner Veröffentlichungen über dieses Thema² ist die Literaturlage recht groß. Dennoch lassen sich gemeinsame Argumentationen und Ergebnisse ausmachen:

Ethik erscheint bei Luhmann als „Reflexionstheorie der Moral“ (vgl. Luhmann 1989) und Moral wird empirisch brauchbar umgebildet als »besondere Art von Kommunikation, die Hinweise auf Achtung und Missachtung mitführt« (Luhmann 1990: 17f). Die Beobachtung von Kommunikation nach Hinweisen auf Achtung oder Missachtung wird somit zu einer Art Glimmspanprobe für Moral. Der Moralindikator fängt immer dann an zu brennen, wenn Achtung oder Missachtung anwesend sind. Es geht also um eine empirische Beobachtung. Moral ist dort beobachtbar, wo Kommunikation »menschliche Achtung oder Mißachtung zum Ausdruck bringt« (Luhmann 1989: 361). Die Erfordernisse, die Möglichkeiten der Verwendung von Achtung bzw. Missachtung in Anspruch zu nehmen,

»werden zusammengefaßt in der Form einer binären Codierung, die (für beide Seiten gleichermaßen) gutes und schlechtes Verhalten oder, wenn innere Einstellungen zum eigenen Verhalten mit in Betracht gezogen werden, gutes und böses Verhalten unterscheidet« (Luhmann 1997: 397f).

Damit unterscheidet sich Moral z.B. von den Systemen Wissenschaft oder Recht, die anhand des Codes wahr/unwahr bzw. rechtmäßig/unrechtmäßig beobachten.

¹ Ein Beispiel der manchmal sehr rigorosen Ablehnung ethischer Bemühungen ist Luhmanns Aufsatz „Wirtschaftsethik – als Ethik?“ (vgl. Luhmann 1993).

² Vgl. z.B. die Aufsätze Luhmann 1969 (allg. zu Normen); 1978 (Moral); 1989; 1990 (Ethik); 1993 („Wirtschaftsethik“); 1997a (Politik und Moral) und die Abschnitte in den Monographien Luhmann [1984] 1987 (z.B. S. 317-325) und Luhmann 1997 (z.B. S. 396-405; 797-801; 931-950; 1036-1045). Als wichtigen Text dieses Themenfeldes sehe ich Luhmann 1989 an.

Als Reflexionstheorie der Moral hat sich die Ethik erst Ende des 18. Jahrhunderts entwickelt. In der philosophischen Tradition wurde unter dem Begriffstitel „Ethik“ zumeist eine Begründungstheorie der Moral angesehen. Genau diesen Begründungsanstrengungen gilt Luhmanns Skepsis bzw. Ablehnung. Diesen Anstrengungen hält Luhmann nämlich entgegen: »Die Ethik kann die Moral nicht begründen, sie findet sie vor, und sie hat es dann mit der Problematik dieses Befundes zu tun.« (Luhmann 1989: 360)

Dieses empiristische Argument tritt zusammen mit funktional vergleichendem Denken: Ethik wird definiert als »jede kognitive Beschreibung, die sich auf Probleme der Moral einlässt und sie zu reflektieren versucht« (Luhmann 1989: 371). Hier muss man sehr genau hinschauen, um die Unterschiedlichkeit einer Soziologie der Moral und einer Ethik als Reflektionstheorie der Moral zu entdecken. Wo die Problematik des Befundes, die aus der Beobachtung der Moral in der Gesellschaft resultiert, noch gemeinsamer Gegenstand der Soziologie und der Ethik ist, so unterscheiden sie sich allerdings in dem Umgang mit diesem Befund. Luhmann gesteht hier zu, dass »es die Aufgabe der Ethik bleiben [könnte], die Probleme dieser [moralischen] Kommunikation in einer Weise zu reflektieren, die sich selbst dem moralischen Urteil stellt«³. Freilich bliebe aber die Frage, ob das in einer Gesellschaft wie der unsrigen überhaupt möglich sei.

Zwei Aspekte sollen also in diesem kurzen Durchgang festgehalten werden. Zunächst kann Moralbegründung, also ob etwas aus bestimmten Gründen gut ist oder schlecht, nicht Sache der Ethik sein. Denn läge die Lösung solcher Moralfragen auf der Hand, müssten Sie nicht begründet werden. Anders gesagt: »Gerade weil Moralfragen unentscheidbar sind, kann und muß man sie entscheiden.«⁴ Entscheidungen werden dann aber eben als das deutlich, was sie sind, eben als Entscheidungen, die auch anders möglich wären und sich als solche auch offenbaren. Die Begründungsproblematik liegt in dieser Hinsicht nahe an der Problematik der Entscheidung: Jede Begründung von Moral durch Ethik ist allein durch ihren Vollzug dem Vergleich mit anderen Möglichkeiten ausgesetzt. Nicht nur dauernder Selbstzweifel, sondern auch dauernde Selbstsabotage ist die Folge, indem andere Möglichkeiten genau dort aufgezeigt werden, wo sie eigentlich vermieden werden sollten. Komplexität wird erhöht indem sie vermieden werden soll. Damit wird deutlich, dass Begründungsversuchen eine letzte Begründung fehlt, an der nicht gezweifelt werden könnte. Nur so könnten Selbstzweifel und Selbstsabotage vermieden werden. Die Antwort ist genauso schlicht wie überall akzeptiert: Eine solche letzte Begründung, die *alle* überzeugt, gibt es nicht.⁵

Ethik muss also, und das ist der zweite festzuhaltende Aspekt, den Code der Moral, also gut und schlecht bzw. gut und böse, als Einheit betrachten und diese Einheit

³ Luhmann 1989: 446f. Vgl. auch Luhmann 1990: 37, 42

⁴ Luhmann 1997a: 20, mit Bezug auf Heinz von Foerster.

⁵ Das soll natürlich nicht bedeuten, dass nicht eine solche Begründung, eine letzte externe Referenz behauptet wird. Es steht auch nicht zur Debatte, ob diese vielleicht der Wahrheit entspricht. Soziologisch entscheidend ist der Befund, dass es im Blick auf die (Welt-) Gesellschaft einfach keine letzte Begründung gibt, der alle zustimmen.

liege nicht „im Guten“ sondern höchstens in der Paradoxie, dass man nicht entscheiden kann, ob die Unterscheidung von gut und böse ihrerseits gut oder böse ist. Abgesehen von dieser Paradoxie, auf die weiter unten noch eingegangen werden soll, bedeutet dies, dass »Ethik den ganzen Code der Moral betreuen« und »immer den Code als Unterscheidung reflektieren« (Luhmann 1989: 436) muss.

2.2 *Luhmann und die Ironie*

Oft wird der persönliche und wissenschaftliche Stil Luhmanns als ironisch beschrieben.⁶ Und in der Tat: Wer Luhmann liest, hat nicht selten das Gefühl, es mit einem Ironiker zu tun zu haben. Die Blickrichtung im Folgenden geht nun dahin zu zeigen, was Luhmann selbst unter Ironie verstand und ob man in dieser Perspektive Luhmann als jemanden darstellen kann, der das, was er sagt, ironisch sagt.

Ironie reagiert auf die schon angesprochenen Paradoxien. Die klassische Rhetorik, so Luhmann, verfolgte mit Paradoxierungstechniken das Ziel, »Probleme anders und im Hinblick auf neuartige Lösungen zu formulieren« (Luhmann 1997: 1133). Hier zieht Luhmann Parallelen zu seinem eigenen Verständnis von Soziologie. Soziologie geht »es um Generierung von Theorien [...], die eine Distanz zu den Selbstverständlichkeiten des Alltags in Kauf nehmen, ja bewusst erzeugen, um ein abstrakter gesichertes Konsistenzniveau zu erreichen« (Luhmann 1997: 1133). Paradoxien müsse aber nicht – wie in der klassischen Rhetorik – erst erzeugt werden, denn sie sind immer schon vorhanden: »Denn alles Beobachten (Erkennen und Handeln) ist paradox fundiert, da es auf Unterscheidungen angewiesen ist, die es operativ einsetzen, aber nicht als Einheit reflektieren kann.« (Luhmann 1997: 1134)

Es geht Luhmann also um nichts weniger als um das eigene Verständnis seiner Gesellschaftstheorie und um den Stil, in dem diese vorgetragen wird. Da es sich um eine Beschreibung der Gesellschaft in der Gesellschaft handelt, kann das Objekt der Unternehmung nicht außerhalb der Unternehmung liegen. Welche Möglichkeiten bieten sich aber dann, wie eine derartige Gesellschaftstheorie auf Wissenschaftlichkeit bedacht sein kann? Luhmann dazu selbst:

»Man kann dann aber immer noch wählen, ob man Darstellungsformen bevorzugt, die Betroffensein und Mitleiden zum Ausdruck bringen, was ohne Parteinahme in der Sache selbst kaum möglich ist, oder ob man die Reflexionsform der (romantischen) Ironie bevorzugt, die das Verwickeltsein in die Angelegenheiten malgré tout als Distanz zum Ausdruck bringt.« (Luhmann 1997: 1129)

Welcher Möglichkeit Luhmann den Vorzug gibt, dürfte klar sein, nämlich der Reflexionsform der Ironie, die hier griffig bestimmt wird. Dennoch ist Luhmann durchaus vorsichtig, sich oder seinen Stil an dieser Stelle als „ironisch“ zu kennzeichnen, wohl – das kann man hier nur annehmen – um weiterhin ernst genommen zu werden. Ohnehin steht dieser Abschnitt an aussagekräftiger und deshalb in dieser Hinsicht an sensibler Stelle: am Ende der zweibändigen „Gesellschaft der Gesellschaft“. Dass

⁶ Z.B. Klemm 2000; Einiges findet sich vor allem in den Veröffentlichungen zum Tod Luhmanns (Vgl. Stichweh (Hrsg.) 1999). Detlef Horster grenzt Luhmanns Ironie stark ab von Zynismus (vgl. Horster 1998). Eine gründlichere Untersuchung, die Luhmanns Ironie zum Thema macht, habe ich bisher nicht finden können.

Luhmann aber deutlich um Distanz bemüht ist und dabei um die Unmöglichkeit dieses Unterfangens weiß, macht er selbst immer wieder klar (vgl. Luhmann 1997, z.B. S. 15, 1128-1142).

Festzuhalten bleibt daher, dass Luhmann mit guten Gründen als Ironiker gekennzeichnet werden kann, wenn man seinen eigenen Ironiebegriff zu Grunde legt. Ironie wird dort als eine Reflexionsform (der Romantik) beschrieben, die Distanz zum Ausdruck bringt, und zwar trotz aller zwangsläufiger Selbst-Verwicklung in den Gegenstand der Reflexion. Darauf soll im Folgenden aufgebaut werden.

2.3 Luhmanns Plädoyer für eine „ironische Ethik“

Mit den Überblicken über Luhmanns Beschäftigung mit Ethik und Moral und über seinen Ironiebegriff sind die Grundlagen angesprochen, die für ein besseres Verständnis des Plädoyers Luhmanns für eine ironische Ethik hilfreich sind. Zu diesen angesprochenen Aspekten tritt jetzt ein weiterer: Die Opposition von Enthusiasmus und Ironie.

Die binären Codes der gesellschaftlichen Funktionssysteme sind gekennzeichnet durch eine charakteristische Kombination von Universalismus und Spezifikation (vgl. Luhmann 1997: 709). Im Zuge der gesellschaftlichen Differenzierung werden spezifische Funktionen einem Teilsystem zugewiesen, das aber universal zuständig ist. Die Universalität also liegt nach Luhmann in der Problemlösungskompetenz, die Spezifikation in der Systemreferenz (Luhmann 1997a: 26). So ist die Produktion neuen Wissens in der Gesellschaft dem Wissenschaftssystem zugewiesen (spezifische Systemreferenz), das aber prinzipiell alles mit dem Schema wahr/unwahr beobachten kann (universale Problemlösungskompetenz). Das bedeutet, dass z.B. das Recht nicht nach wahr/unwahr beobachtet, sondern – eventuell das Gleiche – mit recht/unrecht. Problemlösungskompetenzen kollidieren und damit eine Gesellschaft, die die Institutionalisierung mehrerer universalistischer Orientierungen sozusagen benötigt, das aushalten kann, ist die Systemreferenz jeweils eine spezifische.

Die für funktional differenzierte Gesellschaften charakteristische Verbindung von Universalismus und Spezifikation versagt aber nun bei Moral: »Die Moral dagegen vertritt einen Universalismus ohne Spezifikation.« (Luhmann 1997a: 33) Die moderne Gesellschaft hat also offenbar kein spezifisches Funktionssystem für Moral ausgebildet. Luhmann fragt danach, wie denn Moral in der modernen Gesellschaft als Universalismus ohne Spezifikation zurechtkommt und kommt zu dem Ergebnis, dass Moral auf universelle Geltungsansprüche verzichtet. Er zielt dabei nicht auf Ethik ab, die nach wie vor Universalität proklamiert, sondern auf die kommunikative Praxis der Moral. Moral kommt demnach erst zum Zuge, weil davon Ausgegangen wird, dass der Gegner ohne Moral gar nicht überzeugt werden kann.

»Die Moral nimmt damit kämpferische Züge an. Sie entflammt sich geradezu am Konflikt und begründet ihren Standpunkt mit Hilfe der Ablehnung einer anderen Einstellung, die sie in der Gesellschaft vorfindet.« (Luhmann 1997a: 24)

Genau in diesem Sinne beschreibt Luhmann Moral als *enthusiastisch*, indem er auf einen um 1700 üblichen Sprachgebrauch zurückgreift. Und der Gegenbegriff zu En-

thusiasmus ist Ironie (Luhmann 1997a: 34) und hier offenbart sich der Zusammenhang von Ironie und Ethik bei Luhmann.

Als Beispiel für eine enthusiastische Moral führt Luhmann soziale Protestbewegungen an. Dergleichen finde man auch in religiösen oder ethnischen Fundamentalismen. Luhmanns Ausdeutung solcher Beispiele führen zu der Einsicht, »daß die moderne Kombination von Universalismus und Spezifikation ersetzt wird durch eine Kombination von Universalismus und Partikularismus« (Luhmann 1997a: 34). Dies führe dazu, dass der »berechtigte Kern solcher Proteste nicht mehr wahrgenommen wird« (Luhmann 1997a: 34).

Diese enthusiastische Moral kann immer noch soziologisch beschrieben werden. Aber es scheint, so Luhmann, dass es dafür »keine Ethik mehr geben kann – es sei denn eine ironische Ethik, an die man sich erst noch gewöhnen müsste« (Luhmann 1997a: 34f). Nimmt man das Ethik- und Ironieverständnis Luhmanns zu Hilfe, so ist für eine mit Luhmann systemtheoretisch fundierte Ethik, die sich im Schlagwort einer ironischen Ethik kristallisiert, festzuhalten:

- Ethik hat es mit einem empirischen Befund zu tun. Sie findet Moral in der Gesellschaft vor, lässt sich auf diese Problematik ein und reflektiert sie.
- Da Ethik mehr ist (weil sie mehr sein will), als bloße Soziologie der Moral, indem sie die Reflexion der Moral für eine gute Sache hält, müsste sie im Falle der enthusiastischen Moral Vorbehalte anmelden. Wenn durch einen derartigen Enthusiasmus Moral kämpferisch wird und auf die Selbstbeschreibung der Gegner keine Rücksicht mehr nimmt, müsste eine Ethik in guter Absicht auf diesen Missstand aufmerksam machen.
- Ethik darf trotzdem nicht selbst enthusiastisch sein und das scheint gemeint zu sein, wenn Luhmann die These formuliert, dass es für eine enthusiastische Moral keine Ethik mehr geben könne. Ethik wäre dann gezwungen, nicht nur Distanz zur moralischen Unterscheidung durch den Begründungsverzicht herzustellen, sondern auch eine Distanz zum Enthusiasmus der Moral herzustellen, und zwar durch Ironie.
- Eine ironische Ethik in Luhmanns Sinn lässt sich dann bestimmen als eine Form der Reflexionstheorie der Moral, die ihre eigene Verwicklung in den Gegenstand der Reflexion trotz allem als Distanz ausdrückt.

3 Anregungen für eine Sozialethik der Publizistik

Damit sind die Vorgaben genannt, mit denen geprüft werden kann, was eine so konturierte Ethik vor dem systemtheoretischen Denkhorizont, die sich in der Forderung nach einer ironischen Ethik kristallisiert, für den Spezialfall einer Medienethik austragen könnte. Diese Anregungen lassen sich erstens als *Problem-Identifizierungskompetenz systemrationaler Publizistikethik* und zweitens als *Enthusiasmusenthaltbarkeit und Ironie* beschreiben.

3.1 *Problem-Identifizierungs-Kompetenz systemrationaler Publizistikethik*

Die Verwendung des Begriffs „Medien“ ist eher verwirrend als hilfreich, da er »semantisch und gesellschaftsstrukturell unverbindlich« (Rühl 1999a: 69; vgl. auch ausführlich Rühl 2000) ist. Für diese Überlegungen sollen die Begriffe *Kommunikation* und *Öffentlichkeit* im Mittelpunkt stehen. Dergestalt wird Publizistik (oder das Publizieren) als öffentliche Kommunikation beschrieben und mit Rühl verstanden als »Topos menschlicher Kommunikation [...], der öffentlich, fortlaufend und in persuadierender Absicht vollzogen wird« (Rühl 1999: 11). Dieses Verständnis des Gegenstandes einer Medienethik hat hier den Vorteil, dass er erstens umfassend ist. Dadurch kann man unterschiedliche, aber nicht zu trennende Formen öffentlicher Kommunikation problematisieren, z.B. Journalismus, Public Relations, Werbung und Propaganda. Gerade in Verhältnissen dieser Publizistiksysteme zueinander sind ethische Probleme erkennbar. Diese Makroperspektive erst ermöglicht es, das auch in einer Makroperspektive angedeutete Konzept einer „ironischen Ethik“ auf „Medien“ anzuwenden. Zweitens kann man dieses Verständnis von Publizistik einordnen in eine Gruppe von Forschungsergebnissen, die anhand der funktional-strukturellen Systemtheorie Publizistiksysteme beschreiben. Damit kann zur Ausgangsfrage zurückgekehrt werden: Wenn beispielsweise aktuelle Journalismustheorie in weiten Teilen systemtheoretisch bestimmt ist, wie verhält es sich dann mit einer systemtheoretisch bestimmten Publizistikethik?

Systemrationale Publizistikethik im Falle Manfred Rühls und Ulrich Saxers Artikel von 1981 beschäftigt sich *anhand kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnismittel* mit der Frage nach einer „Ethik des Journalismus und der Massenmedien“ (Rühl/Saxer 1981: 471). Dieses Angebot einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik vor dem Denkhorizont der Systemtheorie hat zwar eine interessante Debatte ausgelöst (vgl. Boverter 1984), wird aber im medienethischen Diskurs heute wenig rezipiert. Das verwundert nicht, da das vorrangige Interesse medienethischer Entwürfe normativ-begründend ist und darin ihr eigentlicher Wert gesehen wird. Zugestimmt werden kann denjenigen, die diesen Entwurf als »nicht normativ begründend« klassifizieren (vgl. z.B. Rath 2000: 77). Der Erkenntnisgewinn dieses Entwurfes liegt demnach an anderer Stelle: Er erschließt einen Zugang zu einem funktionalen Vergleich normativer Strukturen der Publizistik. Dies entspricht Luhmanns Verständnis einer Ethik, die es mit einem empirischen Befund zu tun hat. Ethik findet Moral in der Gesellschaft vor, lässt sich auf diese Problematik ein und reflektiert sie.

Ethik und Moral erscheinen bei einem funktionalen Vergleich als Teil der Gesamtnormativität der Publizistik. Die Aufgabe der Kommunikationswissenschaft ist es dann, diese Normativität »in ihren unterschiedlichen Ausprägungen zu erkennen, vor allem als Werte, Rechtsnormen und Sozialnormen« (Rühl/Saxer 1981: 483). Zur Debatte stehen also »jene Strukturen der menschlichen Kommunikation, die in einem umfassenden Sinne als Normen die Kommunikationssysteme steuern und regeln« (Rühl 1996: 46).

Diese Soll-Strukturen sind nicht ohne weiteres gleichzusetzen mit spezifisch *sittlichen* Normen. Der Komplex von Sozialnormen umfasst mehr – unter anderem auch

sittliche Normen. Insofern ist Moral eine spezifische (sittliche) Normativität gesellschaftlicher Vorgänge. Es ist dabei zu erwarten, dass für einzelne gesellschaftliche Kommunikationssysteme eine ganze Reihe von Normen mit unterschiedlicher Verbindlichkeit und unterschiedlicher Sanktionskraft gelten. Als eine spezielle Normativität kann Moral deswegen nicht losgelöst von anderen Soll-Strukturen betrachtet werden, sondern nur in Relation und im Vergleich zueinander.

Bei einer ethischen Betrachtung von öffentlicher Kommunikation ist zunächst an dieser Stelle anzusetzen. Damit wird „Medien“-Ethik zur Sozialethik der Publizistik und ist nicht nur *Problemlösung*, sondern angesichts komplexer Bedingungen sozialen Lebens und daher unklarer Sachverhalte zunächst *Problemfindung*. Wenn Publizistik systemrational als gesellschaftliches Funktionssystem (und damit natürlich auch als Kommunikationssystem) bestimmt wird, so ermöglicht dies auch, vielfältige normative Orientierungen für Publizistik funktional vergleichend aufzuspüren. Nur so können ethisch relevante Probleme der Publizistik erst erkannt werden. Das Augenmerk richtet sich also auf jene gesellschaftlichen Strukturen, die als Normen das Publizieren regulieren und längerfristig stabilisieren. Dies ist Teil der empirischen Analyse des Handlungsfeldes, auf die eine Publizistikethik angewiesen ist (vgl. Rath 2000: 76), und zu der sie auf die Kommunikationswissenschaften zurückgreift.

3.2 *Enthusiasmusenthaltssamkeit und Ironie*

Eine kontinuierliche öffentliche Diskussion über Medienethik ist nicht festzustellen. Sie findet nur sporadisch und situationsbezogen statt (vgl. Werth 1999: 133). Wenn sie aber stattfindet, dann in einer wiederkehrenden Form: Empörung scheint die Darstellungsform zu sein, in der Problemen der Publizistik in der öffentlichen Diskussion begegnet wird. Ob es sich um Probleme der Gewaltdarstellungen im Fernsehen, die als „Schmuddel-Fernsehen“ bezeichneten Daily-Talkshows oder „menschenverachtende“ Darstellungsformen in „Big-Brother“ handelt. Die Aufregung ist groß und man klagt Arabella Kiesbauer der Verbreitung von Pornographie an (vgl. Werth 1999: 138). Diese Empörung »ist populär, weil sie immer das Gefühl vermittelt, im Recht zu sein, aber nie den Anlaß der Erregung überdauert« (Bude 1999: 72). Derartige enthusiastische Bewegungen haben kämpferische Züge und ignorieren die Selbstbeschreibung der „Gegner“.

Eine wissenschaftliche Medienethik verfährt natürlich nicht so. Aber damit nicht genug. In diesen Fällen nämlich tut sie gut daran, vor Moral zu warnen oder den Gebrauch von moralischer Kommunikation zu limitieren. In diesen kurz aufflammenden moralischen Enthusiasmen könnte nämlich ein berechtigter Kern stecken, der aber mit dem schnellen Verschwinden der Empörung ebenfalls zu verschwinden droht oder gar zu ebenso enthusiastischen Gegenbewegungen führt. Hier ist ein soziologisch inspirierter kühler Blick gefordert, der es ermöglicht, medienethische Argumente in die öffentliche Diskussion einzubringen, um so zu einer alternativen Problemlösung beizutragen.

Eine Sozialethik der Publizistik darf dabei nicht selbst enthusiastisch sein. Ein solcher Enthusiasmus läge vor, wenn diese Publizistikethik bei ihren Begründungsversuchen von medienethischen Maximen und Wertvorstellungen die prinzipielle

Schwierigkeit dieses Unterfangens übersehen würde. Eine Begründung muss immer schon akzeptieren, dass andere Begründungen ebenfalls möglich sind, da eine Letztbegründung gesamtgesellschaftlich momentan nicht akzeptiert ist. Sie muss also gegenüber ihren eigenen Begründungsversuchen eine Distanz wahren, indem sie ihre Begründung als eine unter mehreren wahrnimmt. Das ist hier mit Enthusiasmusenthaltlichkeit oder Begründungs-Problembewusstsein gemeint: also 1) der Verzicht auf die enthusiastische Einstellung, die einzig richtige Begründung zu haben und 2) die Betonung der oben rekonstruierten Problemidentifizierungskompetenz einer systemrationalen Publizistikethik.

Damit eine begründende Sozialethik der Publizistik nicht als enthusiastisch wahrgenommen wird, kann sie dies ironisch vortragen, also indem sie zugleich mit der Begründung kommuniziert oder andeutet, dass auch eine andere Begründung in Frage kommt. Über die sprachlichen Mittel sollte gerade eine Wissenschaft verfügen, die sich mit Journalismus, Public Relations und Werbung beschäftigt.

Das mit Luhmann rekonstruierte Verständnis einer ironischen Ethik und die mit Manfred Rühl (und U. Saxer) grundlegende und hier variierte Skizze einer systemrationalen Publizistikethik führt nun zu einem Ergebnis am Ende des Experiments, Luhmann ernst zu nehmen: *Eine ironische Publizistikethik erscheint als eine Form der Reflexionstheorie der Soll-Strukturen der Publizistik, die ihre eigene Verwicklung in den Gegenstand der Reflexion trotz allem als Distanz ausdrückt. Die Verwicklung in den Gegenstand entsteht dadurch, dass eine Sozialethik der Publizistik nicht darauf verzichtet, ihre Reflexionsbemühungen selbst für eine gute Sache zu halten.*

3.3 Zwischen Pathos und Ironie – Relativierungen aus christlich-sozialethischer Perspektive

Eine christliche Sozialethik der Publizistik ist zunächst auch Problemidentifizierung, betont aber den prospektiv-normativen Zugriff und möchte plausible Vorschläge entwickeln, wie die einzelnen normativen Voraussetzungen strukturell zu verbessern wären.⁷ Sie tut dies als Theologie, in dem sie unter anderem die sozialethische Dimension der Heiligen Schrift erkennt und vertritt. Daraus ergeben sich Entwürfe eines christlichen Menschenbildes, die »grundlegende Koordinaten« gemeinsam haben, »die sich vom biblisch-christlichen Gottesglauben und der entsprechenden Welterfahrung her erschließen« (Heimbach-Steins 2002a: 76).⁸

Auch eine christliche Sozialethik wird sich in pluraler Gesellschaft zumindest an dem orientieren müssen, was oben mit Enthusiasmusenthaltlichkeit und Distanz zur eigenen Begründung angedeutet wurde. Ohne die Überzeugung aufgeben zu müssen, die besten Argumente und „richtigen“ Vorstellungen vom guten Leben zu haben, wählt sie so eine Reflexionsform, die eine Verständigung nicht abschließt, sondern ermöglicht.

⁷ Werner Veith (1999) relativiert ebenfalls aus christlich-sozialethischer Sicht den Entwurf einer systemrationalen Publizistikethik und zeigt weiterführende Perspektiven auf.

⁸ Zur Christlichen Sozialethik vgl. z.B. Heimbach-Steins 2002 und Anzenbacher 1998.

Dieser ironischen Distanz zum eigenen Tun tritt aber im Falle einer christlichen Sozialethik der Publizistik *Pathos* zur Seite. In den Begriffen *Option für die Armen* und *Beteiligungsgerechtigkeit* und ihrem Bedeutungszusammenhang im Horizont der Christlichen Sozialethik finden sich Instrumente, mit denen dem Problemkomplex „Publizistik“ inhaltlich dialogisch begegnet werden kann. Besonders die »Armen und Bedrängten aller Art«⁹ stehen im Mittelpunkt christlich-sozialethischer Bemühungen. Mit dieser biblisch grundgelegten *Option für die Armen* schärft sich in publizistikethischer Hinsicht der Blick für diejenigen, die von Prozessen der öffentlichen Kommunikation ausgeschlossen sind oder für die diese Prozesse in irgendeiner Art eine Zumutung darstellen.

Pathos kommt zum Zuge, wo Visionen und Ideale gesucht werden und wo Menschen hilflos gefährdet sind. Auch eine Publizistikethik »braucht Träume dafür, wie alles eigentlich sein sollte, obwohl es nicht so ist und in dieser Zeit und Geschichte wohl auch nie vollendet sein wird« (Furger 2001: 78). Dieses echte Pathos kann auch durch die Reflexionsform der Ironie nicht relativiert werden, ist also kein Gegenbegriff zu Ironie. Ironie richtet sich gegen eine Pathetik als enthusiastische »Pseudof orm des Ergriffen- und Betroffenseins« (Kleinschmidt 1999: 966). Dergestalt brauchen Pathos und Ironie einander, weil eine dauer-ironische Publizistikethik ebenso unerträglich wäre, wie eine dauer-pathetische (vgl. Kleinschmidt 1999: 968).

Ist eine ironische Sozialethik der Publizistik also „unmöglich“? Unmöglich ist sie in der Perspektive der christlichen Sozialethik, weil eine ironische Distanz eine Distanz zu den Menschen bedeutet, die von jeglichen negativen sozialen Auswirkungen der öffentlichen Kommunikation betroffen sind. Sie braucht ein Pathos, dass durchaus nicht als unvereinbarer Gegenbegriff zu einer ironischen Haltung stehen muss. Das Pathos ist der christlichen Sozialethik eigen, wo es ihr um gesellschaftliches Engagement und um Visionen und Ziele geht. Eine durch das echte Pathos angereicherte ironische Publizistikethik könnte paradoxerweise ernst genommen werden, weil sie auch in ihrer Kommunikationsform Verständigungsbereitschaft signalisiert. Und eben darin – in der Anschlussfähigkeit für eine publizistikpolitische Debatte – liegen die Möglichkeiten einer ironischen Sozialethik der Publizistik.

4 Literatur

- Anzenbacher, Arno (1998): Christliche Sozialethik. Einführung und Prinzipien. Paderborn.
- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbstständigung. Opladen.
- Boventer, Hermann (1984): Ethik und System im Journalismus. Der Handlungsbedarf moderner Mediensysteme. Kritische Anmerkungen zu einem Aufsatz von Manfred Rühl und Ulrich Saxer. In: Publizistik, 29. Jg. (1984), H. 1, S. 34-48.
- Bude, Heinz (1999): Empörung ohne Moral. Aus: Bude, Heinz (Hrsg.): Die ironische Nation. Soziologie als Zeitdiagnose. Hamburg. S. 71-85.

⁹ Pastoralconstitution des II. Vat. Konzils : Gaudium et spes 1965, Nr. 1.

- Furger, Franz (2001): Utopien und Visionen in der Sozialethik? In der Falle zwischen Utopie und Wissenschaft. Aus: Nacke, Bernhard (Hrsg.): Visionen für Gesellschaft und Christentum. Bd. 1. Wodurch Gesellschaft sich entwickeln kann. Würzburg. S. 74-80.
- Heimbach-Steins, Marianne (2002): Sozialethik als kontextuelle theologische Ethik - Eine programmatische Skizze. In: Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften, 43. Jg. (2002), S. 46-64.
- (2002a): Prüfkriterium und Korrektiv. Das "christliche Menschenbild" als Ressource politischer Orientierung. In: Herder Korrespondenz, 56. Jg. (2002), H. 2, S. 73-78.
- Horster, Detlef (1998): Zwei Philosophen, die sich dreißig Jahre lang aneinander rieben. In: Frankfurter Rundschau, Nr. 271 vom 21.11.2000, S. 21.
- Kleinschmidt, Sebastian (1999): Pathosallergie und Ironiekonjunktur. In: Sinn und Form, 51. Jg. (1999), H. 6, S. 963.
- Klemm, Helmut (2000): Mysterien eines denkenden Zettelkastens. Niklas Luhmanns legendäres Hauptwerk soll entmystifiziert und entschlüsselt werden. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 47 vom 26./27.2.2000, S. S. II (Beilage "SZ am Wochenende").
- Löffelholz, Martin; Quandt, Thorsten (2000): Funktion - Struktur - Umwelt: Das System als Paradigma. Aus: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Opladen. S. 147-151.
- Luhmann, Niklas [1984] (1987): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. (Erstveröff. 1984) Frankfurt a. M.
- (1969): Normen in soziologischer Perspektive. In: Soziale Welt, 20. Jg. (1969), H. 1, S. 28-48.
- (1978): Soziologie der Moral. Aus: Luhmann, Niklas; Pförtner, Stephan H. (Hrsg.): Theoriertechnik und Moral. Frankfurt a. M. S. 8-116.
- (1989): Ethik als Reflexionstheorie der Moral. Aus: Luhmann, Niklas (Hrsg.): Gesellschaftsstruktur und Semantik. Bd. 3. Frankfurt a. M. S. 358-448.
- (1990): Paradigm lost. Über die ethische Reflexion der Moral. Aus: Luhmann, Niklas; Spaemann, Robert (Hrsg.): Paradigm lost. Über die ethische Reflexion der Moral. Frankfurt a. M. S. 9-48.
- (1993): Wirtschaftsethik - als Ethik? Aus: Wieland, Josef (Hrsg.): Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft. Frankfurt a. M. S. 134-147.
- (1996): Die Realität der Massenmedien. 2. Aufl. Opladen.
- (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt a. M.
- (1997a): Politik, Demokratie, Moral. Aus: Konferenz der deutschen Akademien der Wissenschaften (Hrsg.) 1997: Normen, Ethik und Gesellschaft. Mainz. S. 17-39.
- Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen.
- Rath, Matthias (2000): Kann denn empirische Forschung Sünde sein? Zum Empiriebedarf der Medienethik. Aus: Ders. (Hrsg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden. S. 63-87.

- Ronneberger, Franz; Rühl, Manfred (1992): Theorie der Public Relations. Ein Entwurf. Opladen.
- Rühl, Manfred (1969): Systemdenken und Kommunikationswissenschaft. In: Publizistik, 14. Jg. (1969), H. 2, S. 185-206.
- (1979): Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System. 2. Aufl. Freiburg - Schweiz.
 - (1980): Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf. Mainz.
 - (1996): Wie kommen bei der systemtheoretische Betrachtung (N. Luhmann) Normen ins Spiel? Modell Rundfunkpublizistik. Aus: Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz 1996. S. 41-58.
 - (1999): Publizieren. Eine Sinngeschichte der öffentlichen Kommunikation. Opladen.
 - (1999a): Publizieren und Publizistik - kommunikationswissenschaftlich betrachtet. In: Publizistik, 44. Jg. (1999), H. 1, S. 58-74.
 - (2000): Medien (alias Mittel) und die öffentliche Kommunikation im Wandel. Aus: Zurstiege, Guido (Hrsg.): Festschrift für die Wirklichkeit. Wiesbaden. S. 105-118.
- Rühl, Manfred; Saxer, Ulrich (1981): 25 Jahre Deutscher Presserat. In: Publizistik, Jg. 26 (1981), H. 4, S. 471-507.
- Stichweh, Rudolf (Hrsg.) 1999: Niklas Luhmann - Wirkungen eines Theoretikers. Gedenkcolloquium der Universität Bielefeld am 8. Dezember 1998. Bielefeld
- Veith, Werner (1999): Ethik im System Journalismus. Die Konzeption des Journalismus bei Manfred Rühl und eine Kritik aus sozialetischer Perspektive. In: Theologie der Gegenwart, Jg. 42, H. 1, S. 15-25.
- Werth, Christoph H. (1999): Zivilisationspolitik als Aufgabe. Zum gesellschaftlichen Diskurs über Medienethik. Aus: Funiok, Rüdiger; Schmälzle, Udo F.; Werth, Christoph H. (Hrsg.): Medienethik - die Frage der Verantwortung. Bonn. S. 131-160.