

Gernot Wersig

## Wolfgang Wunden (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationskultur

1995

<https://doi.org/10.17192/ep1995.2.4470>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Wersig, Gernot: Wolfgang Wunden (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationskultur. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 12 (1995), Nr. 2, S. 177–179. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1995.2.4470>.

### 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.

**Wolfgang Wunden (Hg.): Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationskultur**

Hamburg, Stuttgart: GEP-Buch im J.F. Steinkopf Verlag 1994 (= Beiträge zur Medienethik, Bd.2), 272 S., DM 36,-,

ISBN 3-7984-1026-7/3-921766-64-8

Das Thema „Medienethik“ hat das Gemeinschaftswerk der Evangelischen Kirche 1989 mit dem Buch *Medien zwischen Markt und Moral* aufgegriffen. Dieser Band bildet nun den Auftakt einer Suche nach einem systematischen Ansatz für eine Medienethik. Dem Thema „Öffentlichkeit“ sollen die Komplexe „Wahrheit“ und „Freiheit“ folgen. Inwieweit Sammelbände so etwas wie einen systematischen Ansatz überhaupt umsetzen können, ist zweifelhaft, auch die Versuche des Herausgebers, vor jedes Kapitel eine kurze verallgemeinernde Einleitung zu stellen, können nur bedingt Systematik einbringen.

Teil I gilt der Öffentlichkeit in der Mediendemokratie. Friedhelm Neidhardt weist auf die Dialektik der Fernsehdemokratie hin und Ernst Gottfried Mahrenholz möchte Pluralismus und Toleranz sichern. - Teil II befaßt sich mit Öffentlichkeit und Verstehen: Joachim Westerbarkey nähert sich dem Konzept Öffentlichkeit systemtheoretisch, Manfred Rühl macht die Diskrepanz zwischen Informations-Inflation und Verstehens-Deflation aus, Michael Schenk zeigt Meinungskongruenzen in sozialen Netzwerken. - Teil III bilanziert die Rundfunk-Wenden: Horst Pöttker sieht im dualen Rundfunk eine Fragmentierung

von Öffentlichkeit und Ghettoisierung des Wahrheitsbegriffs. Knut Hickethier konstatiert mentale Verluste durch Verluste der „sozialistischen Öffentlichkeit“. Gerd G. Kopper weist dem Fernsehen „den Status eines Leitmediums für die Gesamtheit der Massenmedien in Europa“ zu (S.132). - Grund- und Grenzwerte werden in Teil IV angesprochen: Gerfried W. Hunold konstatiert die Notwendigkeit von Medienethik „als Entfaltungsmoment verantwortlicher Lebensgestaltung überhaupt“ (S.149), Giso Deussen sieht im alten Naturrecht Möglichkeiten eines „ethischen Minimums“, der Herausgeber weist Grenzen öffentlichen Zeigens auf, Wolfgang Huber sekundiert von der Warte christlicher Ethik.

Öffentlichkeit als Anspruch ist der letzte Teil: Wolf-Jürgen Richter berichtet über Alltagsprobleme von Hörfunk-Nachrichtenredaktionen, Hermann Boventer beurteilt die Möglichkeiten des investigativen Journalismus skeptisch, Dieter Baacke plädiert trotz begrenzter Möglichkeiten für Medienpädagogik, Hans-Dieter Kübler reflektiert über Funktion und Qualität von Bürgermedien.

Die Beiträge sind durchweg solide, doch auch recht unterschiedlich in Anspruch und Aussage. Mit Medienethik haben viele nur bedingt zu tun, die Gliederung und Zuordnung hätte auch anders sein können, die Ordnung vermag auch dem systematischen Anspruch nur wenig Rechtfertigung zu verleihen. Ein solides Buch, das irgendwie mit Öffentlichkeit zu tun hat - dem Anspruch „Kommunikationskultur“ wird dagegen kaum nachgekommen. Und die „Medienethik“? Das Buch bietet dazu aus gutem Grund kein Fazit - abgesehen von einigen Ausläufern sehr traditioneller Ethik zeigen sich hier keine neuen Dimensionen, die eine Kommunikationsethik der Gegenwart sehr wohl bräuchte. Sicher muß sich eine Ethik aus den realen Gegebenheiten ableiten lassen, aber deren Darstellung bisher in der Literatur wird durch diesen Band nicht bereichert. Darüber weist der Band aber auch kaum hinaus. Eine Lücke wird aufgewiesen, ohne daß auch nur angedeutet wird, wie diese Lücke zu schließen sei. Ethik zu wollen, reicht offensichtlich nicht, eine religiöse Begründung (die auch kaum versucht wird) überzeugt nicht, ein Sammelsurium kann Ethik wohl auch nicht sein. Für die Folgebände sollte man das Konzept noch einmal überdenken.

Gernot Wersig (Berlin)