

Die klassische Rollenunterscheidung medialer Akteure zwischen *Producer* und *User* ist nur mehr analytisch von Bedeutung. Heute kann jeder ein „*Produser*“ (Bruns 2006) sein: Web 2.0 und insbesondere produktiv orientierte Plattformen wie YouTube bieten die Möglichkeit, selbst Medieninhalte zu gestalten, zu produzieren und diese zu veröffentlichen – Axel Bruns (2006) benennt dies ebenfalls mit dem Kunstwort *Producersage*. Schon die Kommentarfunktion in der Online-Präsenz klassischer Offline-Medien stellt eine eigene Produktionsebene dar, die nicht nur einen zusätzlichen Kommunikationskanal zwischen RezipientIn und ProduzentIn öffnet, sondern ein eigenes mediales Format darstellt (vgl. Reich 2011). Dies ist zunächst kein neuer Gedanke – bereits 1980 griff Alvin Toffler die Entwicklung einer zunehmenden Verschränkung zuvor getrennter Sektoren der marktförmigen Produktion einerseits und der marktfernen, eigenaktiven Tätigkeiten von KonsumentInnen andererseits unter dem Begriff *Prosumption* auf. Die partizipative (Netz-)Kommunikation hat darüber hinaus ökonomisch basierte, institutionalisierte Hierarchien und Barrieren abgebaut. Unter den Bedingungen der Digitalisierung führt diese Verschränkung zu tiefgreifenden und rasanten Veränderungen der modernen Medienkultur: Produktion wird professionsunabhängig und erfolgt medienübergreifend. Mizuko Ito (2010) diagnostiziert hierbei eine grundlegende Verschiebung bisheriger Machtverhältnisse zwischen *amateur media* und *professional media*.

Es gibt bereits Publikationen, die sich aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher als auch aus medienethischer Perspektive mit den neuen Gegebenheiten der *Producersage* beschäftigen. Im Fokus steht hierbei zumeist die Auseinandersetzung hinsichtlich des Wandels journalistischer Berichterstattung und den Herausforderungen, die sich in Ergänzung eines *citizen journalism* und der damit verbundenen Entprofessionalisierung ergeben (vgl. u.a. Neuberger 2007; Schönhagen/Kopp 2007; Kammer 2013; Meso et al. 2015, Köberer/Sehr in Druck). Bisher fehlt es allerdings noch an der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Formen entprofessionalisierter *Producersage* im Hinblick auf „klassische“ Themenfelder wie Werbung (z.B. hybride Werbeformen wie Haul-Videos auf YouTube) oder auch Public Relations bzw. Strategische Kommunikation. Zudem entstehen mit der Entwicklung einer computergesteuerten digitalen Infrastruktur und Web 3.0 neue Fragestellungen, z.B. welche medienethischen Konsequenzen aus der Tatsache folgen, dass auch Algorithmen als „*Produser*“ auftreten können. Mit den neuen Handlungsmöglichkeiten verschwimmen auch die klassischen Grenzen zwischen den medienethisch relevanten Bezugsgruppen *ProduzentInnen*, *DistributorInnen* und *NutzerInnen*, wie sie zumindest analytisch bisher im medienethischen Diskurs unterschieden wurden (vgl. Debatin 1998; Funiok 2007). Dabei stellen sich aus medienethischer Perspektive Fragen hinsichtlich der Zuschreibung und Übernahme von Verantwortung neu. In einem grundlegenden Sinne ist auch noch nicht geklärt, inwieweit sich der mit Prozessen der Digitalisierung verbundene neuerliche „Strukturwandel medialer Öffentlichkeit“ (Habermas 1962/1990) auf die Systematik bzw. den wissenschaftssystematischen Ort einer Medienethik im Sinne einer Ethik der

Produsage auswirkt – auch wenn sich bereits Ansätze finden, die sich vor dem Hintergrund der veränderten Bedingungen in mediatisierten Welten (vgl. Krotz 2001) mit einer „Ethik der öffentlichen Kommunikation“ beschäftigen (Rath 2010; 2014). Doch was bedeutet das nun für eine *Ethik der Produsage*?

Dieser Frage widmet sich die vorliegende Ausgabe des Medien Journal. Die Beiträge im Heft setzen sich aus medienethisch relevanter Perspektive mit Formen nutzergenerierten Medienhandelns auseinander und beziehen sich sowohl auf allgemeine medienethische Fragestellungen in Bezug auf Produsage als auch auf die Ebene der Akteure und Akteurinnen.

In ihrem Beitrag beschäftigt sich *Larissa Krainer* in grundlegender Perspektive mit den zentralen ethischen Widersprüchen bzw. den Dilemmata von Produzierenden, die im Kontext der Mediatisierung entstehen. Zur Klärung der Frage, welche Konsequenzen dies im Rahmen medienethischer Betrachtung haben könnte, wählt sie einen prozessethischen Zugang und empfiehlt eine dialektische Vorgehensweise. Diese kann dabei helfen die gegebenen Widersprüche in eine bewusste und vor allem gewollte Balance zu bringen. Schließlich benennt sie mit Blick auf die neuen Gegebenheiten einer mediatisierten Welt medienethische Reflexionsebenen mit zugehörigem Reflexionsbedarf sowie Vorschläge für die Organisation ethischer Diskurse und Entscheidungsprozesse.

Matthias Rath diskutiert in seinem Beitrag aus philosophisch-ethischer Perspektive die Frage nach den Aufgaben der Medienethik als Ethik des Produzierenden unter den veränderten Bedingungen partizipativer Medienproduktion. Dazu bezieht er sich auf *Medialität* als anthropologische Basis der Mediatisierung und skizziert einen theoretischen Entwurf einer Mediennutzungsethik, welche auch *Non-Professionals* als moralische Subjekte und damit als Träger von Verantwortung fasst. Dem zugrunde liegt ein Konzept (medialer) Professionalität, welches die Neubewertung aktueller medialer Entprofessionalisierung ermöglicht, indem Medienethik auch als didaktisches Prinzip verstanden wird. Als Konsequenz formuliert er die Forderung einer institutionalisierten Medienbildung, welche die zukünftigen Medienakteure über den Prozess einer werturteilsbefähigenden Medienerziehung befähigt, Qualität und Öffentlichkeit kompetent zu realisieren.

Anhand der Ergebnisse einer Drei-Länder-Studie thematisieren *Tobias Eberwein*, *Colin Porlezza*, *Klaus Bichler* und *Matthias Karmasin* aktuelle Probleme insbesondere der Produsage im Bereich des (Online-)Journalismus. Der Beitrag verdeutlicht die notwendige Verknüpfung von empirischer Forschung und philosophischer Ethik im Rahmen medienethischer Reflexion. Es wird aufgezeigt, dass sich die Ethik des Journalismus im Kontext der Digitalisierung im Umbruch befindet und damit die journalistische Selbstregulierung vor neuen Herausforderungen steht. Dabei wird auch die Frage gestellt, ob traditionelle Instanzen der Freiwilligen Selbstkontrolle, aber auch neuere Methoden (bspw. Watchblogs) der Medienselbstregulierung und -koregulierung ausreichend auf die berufsethischen Implikationen dieses digitalen Umbruchs reagieren. Als ein Vorschlag bzw. Lösungsansatz für mögliche Lücken in diesem Feld wird das Konzept einer „Beziehungsethik“ angeführt, um vorhandene Schwächen der traditionellen „Berufsethik“ des Journalismus im digitalen Zeitalter zu beheben.

Um die Frage, welche medienethischen Herausforderungen sich hinsichtlich der Sicherung journalistischer Qualität vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen ergeben, geht es in dem Beitrag von *Tanjev Schultz*. Er beschäftigt sich aus demokratietheoretischer Perspektive mit der Debatte über das Verhältnis zwischen professionellem und amateurhaftem Journalismus und greift im Rahmen seiner Überlegungen auf ein Zentrum-Peripherie-Modell zurück, um die gegenwärtigen Verschiebungen im journalistischen Handlungsfeld zu beschreiben. Resümierend schlägt er vor, die Zivilgesellschaft zu stärken und die Bürger/innen für Normen wie „Audiatur et altera pars“ zu sensibilisieren, indem medienpädagogische Ansätze und Demokratieerziehung bereits frühzeitig im Bildungsbereich etabliert werden.

Die Beiträge zeigen neue Perspektiven, aber auch noch ungelöste Fragen auf, die zugleich auf das Desiderat medienethischer Thematisierung von Producersage in mediatisierten Gesellschaften verweisen. Gerade die Berücksichtigung normativer Aspekte in der Kommunikatoren- und vor allem Journalismusforschung (vgl. Rothenberger/Auer 2013) wird um die Auseinandersetzung mit diesen aus klassisch professionalitätstheoretischer Sicht „hybriden“ Formen medialer Praxis nicht herum kommen.

Nina Köberer

Literatur

- Bruns**, Axel (2006): Towards Producersage: Futures for User-Led Content Production. In: **Sudweeks**, Fay/**Hrachovec**, Herbert/**Ess**, Charles (Eds.). Proceedings: Cultural Attitudes Towards Communication and Technology. Murdoch: Murdoch University, 275-284.
- Debatin**, Bernhard (1998): Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: **Wunden**, Wolfgang (Hg.). Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik. Frankfurt/Main: Abt. Verlag, 113-130.
- Habermas**, Jürgen (1990 [1962]): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Mit einem Nachwort zur Neuauflage 1990. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Ito**, Mizuko (2010): Amateur Media Production in a Networked Ecology. Online: http://www.itofisher.com/mito/publications/amateur_media_p_1.html (06.03.2016).
- Jenkins**, Henry (2006): Convergence culture: where old and new media collide. New York: University Press.
- Kammer**, Aske (2013): The mediatization of journalism. In: *MedieKultur. Journal of media and communication*, 54, 141-158.
- Köberer**, Nina/**Sehr**, Marc (in Druck): Telling about war in the digital age: Media ethical reflections on new forms of war reporting and the role of recipients in new communication scenarios. Online publication to the III International Conference on Media Ethics.
- Krotz**, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meso**, Koldo A./**Simón**, Peña F./**Rivero**, Diana S. (2015): Effectiveness of Crowdsourcing for the Appearance of a New Public Sphere. In: **Carvalho**, José Ricardo/**Telleria**, Ana Serrano (Eds.). Mobile and Digital Communication: Approaches to Public and Private. Covilhã: Livros Labcom, 139-158.
- Neuberger**, Christian (2007): Nutzerbeteiligung im Online-Journalismus. Perspektiven und Probleme der Partizipation im Internet. In: **Rau**, Harald (Hg.). Zur Zukunft des Journalismus. Frankfurt/Main: Peter Lang, 61-94.

-
- Rath, Matthias** (2014): Ethik der mediatisierten Welt. Wiesbaden: VS.
- Rath, Matthias** (2010): Vom Flaschenhals zum Aufmerksamkeitsmanagement. Überlegungen zum Online-Journalismus und einer Ethik der öffentlichen Kommunikation 2.0. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie und Medienethik, 12 (1), 17-24.
- Reich, Zivi** (2011): User Comments: The transformation of participatory space. In: **Singer, Jane B./Her-mida, Alfred/Domingo, David/Heinonen, Ari/Paulussen, Steve/Quandt, Thorsten.** (Hg.). Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 96-117.
- Rothenberger, Liane/Auer, Claudia** (2013): Normativität in der Kommunikatorforschung: Journalistik. In: **Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara** (Hg.). Normativität in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: VS, 19-48.
- Schönhagen, Philomen/Kopp, Mirijam** (2007): „Bürgerjournalismus“ – eine publizistische Revolution? In: Zeitschrift für Politik, 54 (3), 296-323.
- Toffler, Alvin** (1980): Die dritte Welle, Zukunftschance. Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts. (The Third Wave, 1980). München: Goldmann.