

Producers' Dilemma

Abstract

The mediatization of society engenders a dispositive of networking and participation. This results in numerous contradictions that lead "Producers" into different dilemmas that have to be balanced. These include the following paradoxical contradictions and tensions: permanence and impermanence, interconnectedness and isolation, the gain and loss of time, fiction and reality, flood of information and its meaninglessness, and the loss and need of control. Digital media treats all those who are interconnected as both users and being used at the same time. Taking an ethical perspective of "process ethics" the question is then discussed: how can individuals, organizations and/or institutions balance these contradictions. Doing so, it becomes clear that users cannot be approached in the sense of "profession ethics," as can journalists. However, aspects of an "ethics of reception" can be applied in terms of self-responsibility. In the case of organizations, social networks like facebook have to be addressed, as must schools and traditional media. At the Level of institutions legal regulations are required.

Zusammenfassung

Die Mediatisierung der Gesellschaft zwingt in das Dispositiv der Vernetzung und der Partizipation. Daraus resultiert eine Vielzahl von Widersprüchen, die Produser in Dilemma führen (können) und die balanciert werden müssen. Dazu zählen etwa die folgenden: Permanenz-Impermanenz, Vernetzung-Vereinzelung, Zeitgewinn-Zeitverlust, Fiktion-Realität, Informationsfülle-Informationsleere, Kontrollverlust-Kontrollbedarf. Digitale Medien machen aus allen Vernetzten Nutzende wie Benutzte. Aus prozessethischer Perspektive stellt sich die Frage, wie mit den Widersprüchen verfahren werden kann, welche individuell bearbeitet werden können und welche auf der Ebene von Organisationen oder Institutionen angesiedelt sein müssen. Dabei wird zunächst deutlich, dass User keine Profession darstellen, wie sie von Professionsethiken (z. B. für JournalistInnen) adressiert werden. Aspekte aus der Rezeptionsethik können hingegen Anwendung finden (Selbstverantwortung). Auf der Ebene der Organisationen rücken soziale Netzwerke (z. B. Facebook) in den Blick, aber auch Schulen wie traditionelle Medien. Ferner zeigt sich auf institutioneller Ebene rechtlicher Regulierungsbedarf.

Einleitung

Die Mediatisierung unserer Gesellschaft (die elektronische und digitale Durchdringung aller Lebensbereiche) hat einen Grad von Vernetzung erzeugt, der Individuen in eine Vielfalt von realen wie potentiellen Kommunikationsbeziehungen und Interaktionen versetzt. Kommuniziert werden kann dabei sowohl mit allen erdenklichen Sozialkonfigurationen (mit anderen Individuen, mit Gruppen, mit Organisationen, mit Institutionen) als auch mit unstrukturierten und weitgehend anonymen Massen. Interagiert werden kann und muss darüber hinaus in zunehmendem Ausmaß mit diversen Maschinen, die menschliche Arbeitskräfte obsolet werden haben lassen (z. B. Fahrscheinautomaten oder Selbstbedienungskassen), und vernetzten Systemen (z. B. Autos mit steigendem Potential selbstorganisierende Systeme zu sein bzw. zu werden).

Digitale Medien, die das Brecht'sche Postulat der Entwicklung von Distributions- zu Kommunikationsapparaten (vgl. Brecht 1967, 134) längst hinter sich gelassen haben, erzeugen, mit Foucault (1978) und im Anschluss daran durch Agamben auch auf digitale Medien übertragen (vgl. Agamben 2008, 26f) allerdings ein neues Dispositiv der (aktiven wie passiven) Vernetzung und zwingen unweigerlich in ein weiteres: jenes der Partizipation. Stellt man das digitalisierte Individuum (das von digitalen Medien umgebene und durchdrungene Individuum) in das Zentrum der Betrachtungen, so zeigt es sich inmitten einer Vielzahl realer wie potentieller Kommunikationsbeziehungen, in denen es selbst kommunikative Erwartungen an andere entwickelt, zugleich aber in einem unüberschaubaren Ausmaß auch den Erwartungen anderer an Kommunikation, Reaktion, Interaktion und Partizipation ausgesetzt ist. Um es mit Watzlawick/Beavin/Jackson (1980, 51) zu pointieren: In der Welt der digitalen Medien kann man nicht nur nicht kommunizieren, man kann ebensowenig nicht partizipieren.

Mehrere ethische Ansätze wie die Diskursethik (vgl. Habermas 1991), die Prozessethik (vgl. Krainer 2001; Krainer/Heintel 2010) oder der Stakeholderansatz, den Karmasin (2010) für die Perspektive von Medienunternehmen adaptiert hat, gehen im Kern von drei zentralen Prämissen aus: Erstens, dass ethische Fragen immer mit widersprüchlichen (aporetischen oder paradoxen) Positionen, Anliegen oder Interessen verbunden sind und es darauf ankommt, diese in eine sinnvolle Balance zu bringen. Zweitens, dass die ethischen Herausforderungen nicht immer bzw. in der Regel nicht von Individuen alleine gelöst werden können, sondern dafür drittens Formen der partizipativen und kollektiven Entscheidungsfindung zu suchen sind, wofür die Einrichtung von Diskursen (Habermas), die Etablierung von ethischen Entscheidungsprozessen (Krainer/Heintel) sowie Stakeholderdialoge (Karmasin) vorgeschlagen werden.

Im Kontext der „zuständigen“ Bereichsethik (Internetethik, New Media Ethics vgl. exemplarisch: Capurro/Wiegerling/Brellocks 1995; Hausmanninger/Capurro 2002; Capurro 2003; Scheule/Capurro/Hausmanninger 2004; Debatin 2010; Grimm/Kebler/Zöllner 2015) wurde bereits eine breite Vielfalt konkreter ethischer Herausforderungen formuliert, die durch den Eintritt der digitalen Medien entstanden sind. Rath

(2014) hat zudem grundlegende Aspekte zu einer „Ethik der mediatisierten Welt“ ausgearbeitet.

Im Folgenden werden mit Blick auf die ethischen Konfliktlagen, in die ProduserInnen (zum Begriff siehe Bruns 2006) bzw. ProsumerInnen gestellt sind (noch unabhängig davon, ob diese bewusst reflektiert werden oder nicht), zentrale ethische Widersprüche bzw. mehr oder minder gravierende Dilemmata benannt (ohne hier auf die begriffliche Trennschärfe näher einzugehen), ehe in einem zweiten Schritt Aspekte des ethischen Reflexionsbedarfs und Formen einer möglichen Etablierung und Organisation ethischer Entscheidungsfindungsprozesse skizziert werden.

1 Aporien, Paradoxien und Dilemmata der Produser

Mediatisierung als gesellschaftlicher und kultureller Metaprozess (vgl. Karmasin 2016a) lässt sich ebenso als Fluch wie Segen beschreiben, hat uns zugleich ungeahnte Chancen wie ein enorm hohes Risiko beschert und sowohl Belastung als auch Entlastung für Individuen, Organisationen und Institutionen mit sich gebracht. Exemplarisch lassen sich die folgenden Widersprüche der Mediatisierung beschreiben:

Permanenz versus Impermanenz.

Vom Babyphone bis zum Notrufarmband für SeniorInnen begleiten neue Medientechnologien, einer unsichtbaren Nabelschnur mit Kontrollfunktion gleich, Menschen ihr gesamtes Leben in digital vernetzten Welten. Von Geburt an kommunizieren wir nicht nur direkt, sondern auch medienvermittelt in unterschiedlichen Beziehungs- und Komplexitätsgraden: one-to-one, one-to-many, many-to-one oder auch many-to-many. Während man traditionelle Medien genutzt hat oder eben nicht (das Fernsehen ein- und ausgeschaltet, die Zeitung auf- und zugeschlagen hat), bedingt Mediatisierung einen Zustand des permanenten Vernetztseins und nicht mehr der partiellen, gelegentlichen Zuwendung. Insbesondere das Handy, dem längst ein exklusiver und intimer, weil körpernaher Platz zuerkannt wurde, hält auf Wunsch nicht nur ständig online, es informiert auch von kommunikativen Aktivitäten anderer vibrierend den ganzen Tag hindurch, 24 Stunden lang. Zwar besteht nach wie vor die Möglichkeit einer potentiellen Entscheidung für Impermanenz (z. B. durch regelmäßiges Abschalten des Mobiltelefons, durch bewusste Verweigerung der Nutzung digitaler Medientechnologien oder des Internets), sie bedeutet aber zugleich, von Informationswegen und Kommunikationskanälen ausgeschlossen zu sein. ProduserInnen sind damit in den Zustand der medial vernetzten Permanenz versetzt.

Vernetzt versus Vereinzelt. Verwoben versus Isoliert.

Soziale Medien sind zu einem wichtigen Teil der mediatisierten Gesellschaft avanciert, ProduserInnen leben in vielfachen sozialen Beziehungen zu anderen ProduserInnen, die sie kennen mögen oder auch nicht und können diese Beziehungen auch leben, ohne

in direkte Begegnungen in räumlicher Nähe eintreten zu müssen. Die Debatten über die Vereinzelung vor dem PC halten an, die Witze über Menschen, die in ihrer Freizeit noch ins Freie zum Spielen gegangen sind, erinnern an ferne Welten früherer Gesellschaften.

Zentral versus Dezentral. Überall versus Nirgendwo.

Eng damit verbunden ist auch der Widerspruch von zentral und dezentral: Je nach Perspektive sind ProduzentInnen zugleich zentrale Netzknoten oder dezentrale KommunikationsteilhaberInnen, sind Zentrum und Peripherie. Vorteile der Heimarbeit (Homework) zeigen ihre Schattenseiten im Verlust sozialer Arbeitsbeziehungen. Umgekehrt nehmen virtuelle Arbeitsbeziehungen zu und lassen geografische Grenzen ebenso obsolet werden, wie langsamere Übertragungstechnologien (z. B. Fax, Post). Gleichzeitig können wir potentiell überall sein, wie nirgendwo gleichzeitig: „Nusquam est qui ubique est“ (nirgends ist, wer überall ist) befand schon Seneca (1925, 6). Alte und in Märchen gepackte oder in Religionen geparkte Wünsche wie der nach Omnipräsenz oder Allwissenheit (bei Debatin „telos of omniscience“ 2010, 321) scheinen verwirklicht und führen doch zugleich in Unsichtbarkeit und Unwissenheit. Ehedem göttliche Allmachtsattribute verkommen zu irdischer, realer, wie virtueller Alltags-Ohnmacht. Ubiquitäre Medien befördern gleichzeitig Werte wie Omnipräsenz und Invisibilität wie auch deren negative Begleiterscheinungen.

In-der-Welt-Sein versus Aus-der-Welt-Sein durch In-den-Medien-vernetzt-Sein.

Günther Anders hat die Heideggersche Zustandsbeschreibung des Dasein als In-der-Welt-Sein (Heidegger 1986, 52) auf seinen Untersuchungsgegenstand der Musik übertragen und davon gesprochen, dass die statthabende Hingabe im Hören von Musik, das „In-Musik-Sein“, zugleich zu einem „Aus-der-Welt-sein“ führen kann (Anders 1930). Ähnliches lässt sich an Menschen beobachten, die, obwohl räumlich anwesend, doch vernetzt abwesend sind, zum Beispiel, wenn sie ins Handy vertieft, als „digital deadline walkers“ Straßen überqueren, ohne dabei den Verkehr wahrzunehmen. Sie scheinen in der gleichen und zugleich einer anderen Welt zu leben bzw. versunken zu sein. Sie sind anwesend abwesend. Was Günther Anders in seiner Kritik des Fernsehens an anderer Stelle mit der Metapher des „negativen Familientisches“ umschrieben hat (Anders 1987, 104), nämlich das gemeinsame Sitzen vor dem Fernseher statt rund um den gemeinsamen Esstisch, an dem man sich in direkter Kommunikation miteinander auseinandergesetzt hat, wird nun häufig ersetzt durch ein gemeinsames Sitzen am selben Esstisch mit gleichzeitiger individualisierter Mediennutzung und Teilhabe in sozialen Netzwerken, deren Mitglieder an anderen Tischen sitzen. Die beschriebenen Zustandsformen von Präsenz und Absenz sind allerdings noch weitgehend unreflektiert.

Zeitgewinn versus Zeitverlust.

Geschwindigkeit ist zu einem gesellschaftlichen Wert geworden, den die neuen Medientechnologien von jeher versprechen: Jede Information, jede Kommunikation, zu

jeder Zeit. Das Gegenteil ist aber auch der Fall: Die potentielle Gleichzeitigkeit erzeugt gleichzeitig Versäumnis, man ist immer zu spät. Beschleunigung bewirkt den Bedarf an Entschleunigung (zur Verarbeitung oder Reflexion von Information), die aber wiederum bewirkt, dass man zeitgleich alle möglichen Informationen versäumt und Möglichkeiten der Kommunikation verpasst. Verstärkt wird die Zeitaporie durch Erwartungen an Reaktionen und eine damit verbundene Reaktionsverpflichtung zur Aufrechterhaltung der Sozietät der Netzwerke. Ihnen ist ein Partizipationsanspruch immanent. Der Anspruch an Partizipation ist aber nicht nur durch die Technologien evoziert, er kommt auch von ganz anderer Seite und zwar gleichermaßen aus Politik und Ökonomie. Eine Schattenseite der bestgemeinten Stakeholder-Kommunikation liegt in dem multiplen Anspruch an ihre Stakeholder (in unserem Fall wiederum die ProduzierInnen), an den Dialogen zu partizipieren. Menschen sind Stakeholder unzähliger Organisationen, die sie aktuell alle als kommunikatives Gegenüber entdecken. ProduzierInnen sind ideale, weil (technisch) leicht in Kommunikations- und Entscheidungsprozesse einbindbare Stakeholder und zwar in äußerst divergenten Kontexten (Politik, Medien, Unternehmen, sonstige Organisationen). Jedes Agieren in Netzwerken bedarf des Reagierens vieler NetzwerkpartnerInnen, was das Agieren potenziert und in kollektiven Hyper-Aktivismus führt, wobei neben dem eigenen Reagieren auch das permanente Beobachten der Reaktionen der anderen vonnöten ist. Jedes Agieren benötigte allerdings auch ein Analysieren, um ethische Reflexion zu ermöglichen – genau das schließt aber zunächst jeder Aktivismus aus.

Fiktion versus Realität. Spaß versus Ernst.

Ein Potential von neuen Medien besteht in der Möglichkeit, neue Identitäten zu schaffen. Es lädt zum spielerischen Identitätswechsel ebenso ein, wie es ermöglicht, Identität zu verschleiern. Es kann zum Verlust der integren Identität führen und letztlich auch zu deren Zerstörung (z. B. durch Cyber-Mobbing, vgl. Fawzi 2015). Das Netz verbindet alle an ihm Beteiligten in unverbindlicher Kommunikation. Virtuelle Identität zeichnet sich aber nicht zuletzt auch dadurch aus, dass die Angst vor einem Verlust der technischen Mittel (z. B. das Handy zu vergessen oder gar zu verlieren) nahezu panikhafte Zustände auszulösen vermag – so, als ginge es um einen Identitätsverlust. Während eine Funktion des Spiels immer schon im expliziten Austritt aus ethischer Reflexion und kritischer Urteilskraft lag, bedürfen die heiklen Grenzen von Spiel und Realität, Spaß und Ernst, sehr wohl der ethischen Reflexion. Sie sind allerdings nicht ganz einfach in den Blick zu nehmen.

Komplex versus Einfach. Information versus Desinformation. Informationsfülle versus Informationsleere.

Debatin hat in seiner Sammlung von „Paradoxes and Ethical Challenges of New Media“ insbesondere auf das generelle Paradoxon der Komplexität aufmerksam gemacht: Jede Steigerung der Komplexität bedingt einen Verlust an Transparenz, der wiederum

einen Bedarf an Komplexitätsreduktion evoziert, für dessen Erfüllung eine neuerliche Steigerung von Komplexität und Intransparenz auf anderer Ebene erforderlich wird. Oder anders gefasst: Jede neue Medientechnologie verspricht Zugang zu Grenzenlosigkeit und Allwissen, verhindert ihn aber zugleich aufgrund der Komplexitätssteigerung, die durch sie bewirkt wird und vergrößert den Bedarf an „Second-Order-Knowledge“ (Wissen über Wissen). Ferner führt die Verknüpfung von Information in intelligenter Form (durch die neuen Medientechnologien) dazu, dass der Computer als „intelligence reinforcing machine“ spezifische Funktionen übernimmt, die davor dem menschlichen Gehirn vorbehalten waren, was zu einer gleichzeitigen Produktion von Wissen und Nichtwissen führt. Mit steigender Kapazität von Computertechnologien steigt auch die Intransparenz ihrer Operationen, was einen steigenden Bedarf an intelligenten „user interfaces“ auslöst, die die Komplexität wiederum reduzieren, ohne dass Menschen (als NutzerInnen) in der Regel aber die zugrundeliegenden Strukturen beeinflussen, gestalten oder verstehen können (vgl. Debatin 2010, 322f). Damit verbundene ethische Fragen entziehen sich insofern notgedrungen auch dem Wissen wie der Kompetenz von Alltags-ProduserInnen, wiewohl durch technische Prozeduren permanent inhärente Wertungen, etwa im Sinne jeder Strukturierung von Komplexität (die Einschluss und Ausschluss bedingt) vorgenommen werden.

Vertrauen versus Misstrauen in die Qualität von Information.

Informationsfülle wie Quellenvielfalt, denen teils sehr widersprüchliche Informationen entnommen werden können, führen in mehrere Aporien: Zunächst eröffnet die Vielfalt der Quellen und der weitgehend direkte Zugang zu ihnen (z. B. Polizeiinformationen) das Potential, Informationen quasi aus erster Hand vermittelt zu bekommen (und nicht etwa selektiert oder vorbewertet durch Medien). Zugleich bedarf die Vielfalt der Quellen allerdings auch einer Vielfalt an Beobachtung, die rasch in Überforderung und Unübersichtlichkeit führen kann. Unbenommen davon ist allerdings noch die Bewertung der Qualität von Informationen, die das Internet zu bieten hat. Beides zählt zu den zentralen Aufgaben des Journalismus: Die Recherche umfasst sowohl das Aufdecken, als auch die Überprüfung von Informationen aller Art. Entstanden ist hingegen eine Spirale, die dazu führt, dass in der Tat immer weniger klar ist, welche Informationen als geprüfte (im Sinne von durch Recherche überprüfte Informationen) gelten können: Je schneller ProduserInnen online Informationen verbreiten, die sie aufgeschnappt haben, desto schneller fühlen sich Medien veranlasst, die Informationen in ihren Onlinediensten selbst zu verbreiten (Echtzeitjournalismus), noch ehe sie Fakten geprüft haben. Je weniger Informationen durch Medien aufgrund des Zeitdrucks bis zur Publikation geprüft werden können, desto geringer wird deren Qualität und desto gefährdeter das Vertrauen in sie. ProduserInnen fördern und verhindern somit journalistische Qualität – zum einen, indem sie Themen aufs Tapet bringen, denen Medien aufgrund gesteigerter Nachfrage dann nachgehen und zum anderen, indem sie Teil einer Beschleunigungsmaschinerie sind, die zu einem Verlust von quali-

tätsvoller Recherche geführt hat. Die Kultur des Likens (gefällt mir/gefällt mir nicht) mag einen Beitrag zur Qualitätsbewertung von Produkten leisten, sie unterscheidet sich aber gravierend von einer Qualitätsbewertung, die nach der Vertrauenswürdigkeit von Information fragt. Letzteres ist keine Frage des individuellen Geschmacksurteils. Und es ist auch keine bloße Frage des Vergleichs. Mitunter kann, gerade im Kontext von kollektiven Shitstorms, eine Fülle von InformantInnen irren oder bewusst Falschnachrichten verbreiten. Nicht immer macht der Vergleich sicher, in steigender Komplexität und im Kontext schier unüberblickbarer Quellenvielfalt ist eher das Gegenteil der Fall: er macht unsicher (vgl. Karmasin 2016b). Damit einher geht aber ein gravierendes ethisches Dilemma: kritische Urteilskraft wird potentiell strukturell außer Kraft gesetzt.

Datenschutz versus Datendistribution.

Das Sammeln privater Daten (etwa über private Mobilität, die Teilnahme an diversen Veranstaltungen, das Kaufen bestimmter Güter, das Führen privater wie öffentlicher Gespräche etc.), das ehemals primär staatlichen Instanzen zum Zwecke der Überwachung und Kontrolle vorbehalten war und bis heute alle möglichen datenschutzrechtlichen wie medienethischen Debatten speist (vgl. etwa: Hattenberger 2008; Grimm et al. 2015), ist in vielen Bereichen einer mehr oder minder bereitwilligen Zustimmung zum Übergang umfassender privater Datensammlung gewichen. Datensicherheit geht in modernen Zeiten mit Datenunsicherheit Hand in Hand, zumal digital vernetzte Wesen über ihre privaten Angelegenheiten selbst bereitwillig Auskunft erteilen (stets über Orte informieren, an denen sie sich gerade befinden, Käuferfahrungen wie -beurteilungen kundtun, private Kommunikation in sozialen Netzwerken mit einer Vielzahl anderer Menschen teilen etc.). Die Sammlung privater Daten betrifft dabei mit Blick auf ProduzentInnen insbesondere die Nutzung von Smart Media und Social Networks, in denen häufig in naiver Annahme der Anonymität des eigenen Handelns Informationen gestreut werden (vgl. Debatin 2010, 324f). Zu bedenken ist ferner, dass jede Aktivität in der Welt der digitalen Medien auf technischer Ebene unvermeidbare Informationen mitliefert, die neben den Nutzdaten immer auch unsichtbare Metadaten umfassen. Das OSI Modell, ein universelles Schichten-Modell für Kommunikation über (elektronische) Medien, beschreibt das Hinterlassen von Datenspuren auf sieben Ebenen: Auf der ersten (physikalischen Ebene) via Verbindungen über Kabel und Funk, auf der zweiten (Netzzugangsebene) via WLAN, Ethernet etc., auf der dritten (Vermittlungsebene) via Internet Protocol (IP), auf der vierten (Transportebene) via Transmission Control Protocol (TCP), auf der fünften (Sitzungsebene) via Logins auf Webseiten (z.B. ZEUS@aau), auf der sechsten (Präsentationsebene) durch die graphischen Oberflächen und auf der siebenten (Applikationsebene) durch die Nutzung der jeweiligen AnwenderInnen-Software (Apps etc.) (vgl. ISO 1994). Die Übermittlung von Daten ist keine Frage der Entscheidung, sie ist eine *Conditio sine qua non* der mediatisierten Welt, die sich weitgehend der individuellethischen wie systematischen ethi-

schen Reflexion entzieht, wiewohl die immanente Annahme besteht, dass alle über die Vorgänge Bescheid wissen würden, wenn sie beispielsweise der Verwendung ihrer Daten zustimmen, um diverse Applikationen überhaupt nutzen zu können.

Nutzende versus Benutzte. Beobachtende versus Beobachtete.

Die Entscheidung für das ProduzentInnendasein ist damit zugleich stets eine Entscheidung gegen die Kontrolle über die eigenen Daten und Datenspuren, die zu einem hohen Gut in der vernetzten Welt geworden sind. Menschen profilieren sich durch bewusst gesetzte und aktiv gestaltete Kommunikationsformen wie -inhalte ebenso, wie durch jene Informationen, die sie im Hintergrund liefern und die der Erstellung von Nutzerprofilen dienen (können). Der Zugang zu digitalen Medien eröffnet zugleich eine unendliche Vielfalt an Möglichkeiten, zu beobachten und bedeutet im gleichen Moment immer auch beobachtet zu werden und es zu bleiben. Manche Daten sind löschar, andere Datenspuren bleiben für immer erhalten.

Kontrollbedarf versus Kontrollverlust.

Sämtliche beschriebene Widersprüche führen zu einem letzten Paradoxon, das unter steigendem Bedarf an Kontrolle bei gleichzeitig voranschreitendem Kontrollverlust zusammenzufassen ist. Ob dies nun das simple Bedürfnis betrifft, in der digitalen Kommunikation stets von anderen zu erfahren, wo sie sich gerade befinden, weil die Kommunikationstechnologien inzwischen ja an keinen fixen Ort mehr gebunden sind, oder den Bedarf an Überwachung, was mit den eigenen Daten passiert – Kontrolle ist unabdngbar geworden und zugleich unleistbar.

2 Konsequenzen für den ethischen Reflexionsbedarf und die Organisation kommunikations- und medienethischer Entscheidungsprozesse

Anders als in der bisherigen Tradition der Medienethik üblich (für eine Entwicklung des Fachbereichs siehe überblickshaft Krainer 2014), lässt sich die AdressatInnengruppe im Falle der ProduzentInnen nicht mehr in der ehemals bestehenden Trennschärfe von Zugehörigkeiten bestimmen, zumal hier ein weiterer Widerspruch sichtbar wird.

Professionalität versus Profession.

ProduzentInnen mögen als ProduzentInnen von Medieninhalten professionell agieren, sie sind deshalb aber noch lange keine ethische Profession. In der Welt der digitalen Medien sind alle, die über diese Medien verfügen bzw. Zugang zu ihnen haben, potentiell zugleich RezipientInnen und ProduzentInnen von Medieninhalten. Damit wurden zwei bis vor kurzem noch weitgehend (wenn auch niemals ganz trennscharf) voneinander zu unterscheidende Gruppierungen partiell aufgehoben bzw. verschmolzen. Das klassische Bild von MedienproduzentInnen (in Print-, Radio- oder

Fernsehjournalismus), die Inhalte (idealiter) auf Basis von Recherche überprüfen, nach professionellen Standards und Normen aufbereiten und sich dabei an individual-, organisations- oder professionsethischen Richtlinien orientiert haben, ist zwar nicht obsolet geworden (zumal das System der klassischen Medien nach wie vor besteht) – es lässt sich aber nicht auf alle Menschen übertragen, die Informationen im Wege der Massenverbreitung (vgl. dazu die Begriffsbestimmung von Medien im Mediengesetz 1981) weitergeben. Oder anders: Nicht alle bzw. nur die wenigstens Produzierenden sind zugleich JournalistInnen, die (idealiter) ihr Handwerk erlernt haben. Produzierenden sind eben keine Profession, digital natives werden nicht dazu erzogen oder geschult, sie werden als solche geboren. Zugleich sind Produzierenden aber auch nicht mehr auf das klassische RezipientInnen-dasein im EmpfängerInnenmodus reduziert, wiewohl die Anforderungen, die bislang in der Rezeptionsethik formuliert wurden (vgl. Funiok 2010) nach wie vor für sie gelten. Sie sind allerdings nicht mehr hinreichend. Das Zugleich-Sein von Rezipierenden und Produzierenden lässt zwar zwei bislang bestehende Gegensätze ineinanderfallen, stiftet demgegenüber aber noch keine Identität, die sich in einer konformen Gruppe bündeln ließe. Zudem bestehen weder rechtliche noch ethische Orientierungen, die das spezifische Doppel-Dasein hinlänglich umfassen würden.

Zum Umgang mit Widersprüchen empfiehlt sich eine dialektische Vorgehensweise, bei der es nicht darum geht, Widersprüche logisch zu lösen (im Sinne dessen, dass eine Seite ausgeschlossen werden soll), sondern darum, die Widersprüche in eine bewusste und vor allem gewollte Balance zu bringen. Der Weg dorthin lässt sich in den folgenden Schritten skizzieren: Die Widersprüche müssen zunächst einmal als solche erkannt werden, ehe sie kritisch reflektiert und schließlich ein bewusster Umgang mit ihnen entschieden werden kann. Nicht alle skizzierten Widersprüche aus dem ersten Teil des Textes lassen sich von einzelnen Individuen alleine bewältigen oder in Balance bringen, für viele sind Aktivitäten auf der Ebene der Organisationen oder auch von Institutionen (z. B. politische Gesetzgebung) erforderlich.

Damit lassen sich abschließend die folgenden medienethischen Reflexionsebenen mit zugehörigem Reflexionsbedarf benennen sowie Vorschläge für die Organisation ethischer Diskurse und Entscheidungsprozesse untrbreiten, wobei die Liste unzweifelhaft noch vieler Ergänzungen bedarf und insofern nur eine erste Annäherung darstellt. Auf allen diesen Ebenen gilt es, die analysierten Widersprüche und Paradoxien zu reflektieren, darüber hinaus ergeben sich aber spezifische Anforderungen.

Auf der *Ebene des Individuums* (Mikroebene) geht es weiterhin um eine kritische Reflexion des eigenen wie kollektiven Handelns und die Entwicklung einer kritischen Urteilskraft. Verbunden damit sind alle Themen, die innerhalb der Rezeptionsethik gefordert sind, wie etwa Funiok (2010) sie systematisiert hat, aber auch Aspekte, die bislang im Kontext der Produktionsethik oder der Internetethik verortet waren.

- Auf der Ebene der „Verantwortung für sich selbst und die eigene Freizeit“ (Funiok 2010, 236) bleibt die Forderung bestehen, sich mit dem eigenen Medienverhalten

auseinanderzusetzen und zu bewussten Entscheidungen zu finden, ob man Medien überhaupt nutzen will oder nicht (zum Zusammenhang bewusster und unbewusster Nutzung digitaler Medien und Selbstkontrolle siehe: Bayer et al. 2016), wobei hier die Dispositive der digitalen Vernetzung und Partizipation eine neue Herausforderung darstellen. Diese sind allerdings selbst als technologisch geprägte Wertfiguren zu dechiffrieren. Ziel wäre hier ein Bewusstsein darüber, dass die Bereitschaft zur medial vernetzten Permanenz, wie auch ein bewusster Austritt aus derselben eine Frage des Willens, der Zustimmung oder auch der Entscheidung sind, die bewusst gesetzt werden können und in denen auch ein Wechselspiel denkbar ist. Nachdem Nichtpartizipation aber Irritationen bei allen anderen, mit denen man sich vernetzt hat, auslösen kann, kann das schlichte Kommunizieren von dem Vorhaben und seiner vermutlichen Dauer bereits als kommunikativer Diskursbeitrag gelten, der es den anderen Kommunikationsteilhabenden ermöglicht, ihre Erwartungshaltung entsprechend zu modifizieren.

- Auf der Ebene der „staatsbürgerlichen Mitverantwortung“ (Funiok 2010, 235) hat sich eine Vielzahl neuer Potentiale ergeben, die weit über die ursprünglichen Vorschläge zur Partizipation an politischen Entscheidungsfindungsprozessen hinausgehen. Gerade in diesem Bereich ermöglicht digitale Vernetzung Partizipation in Prozessen und Diskursen direkter Demokratie und die aktive Nutzung der gesteigerten Transparenz. Zu reflektieren wären (aus individualethischer wie wissenschaftlicher Perspektive) an dieser Stelle allerdings noch empirische Forschungsergebnisse rund um die Frage, inwiefern die Digitalisierung insgesamt zu einer Demokratisierung beigetragen hat (vgl. dazu: Filzmaier 2001), ehe sinnvolle Vorschläge zur prozessethischen Gestaltung unterbreitet werden können.
- Auf der Ebene der „Verantwortung für Heranwachsende“ (Funiok 2010, 237) klafft (abseits genereller Beobachtungen betreffend unterschiedliche Mediennutzungsformen zwischen Alt und Jung – vgl. dazu Krainer 2005, 151) derzeit noch eine weitere Kompetenzschere, die sich zwischen digital natives und digital immigrants ergibt und die neben Eltern insbesondere Erziehungskräfte in Kinderbetreuungseinrichtungen, Schulen und Hochschulen betrifft. Davon umfasst sind auch alle Fragen, die sich mit Wissens- und Kompetenzanforderungen befassen, die sich im Nachgang zu Baackes (1994) Vorschlägen innerhalb der Medienpädagogik ergeben, sowie alle Aspekte, die Herausforderungen des Phänomens Big Data betreffen (vgl. Gapski 2015). Ein Zusatzbedarf ergibt sich hier jedenfalls auf der Ebene der Rechtskompetenzen, was die Veröffentlichung von Inhalten in digitalen Medien betrifft – ein Bereich, der bislang in Schulen praktisch noch gar nicht vorgesehen ist. Abseits der Kompetenzfrage bietet sich hier allerdings ein breites Spektrum an Möglichkeiten zur diskursiven und kollektiven Reflexion von Medienutzung an, das bis hin zu kollektiven Vereinbarungen betreffend den Umgang mit Medien zu Hause oder in der Schule gehen kann (z. B. Handynutzung beim Es-

sen, im Klassenzimmer oder freiwillige Selbstbeschränkung in Bezug auf Nutzungsdauer etc.).

- Auf der Ebene des Individuums sind ferner Anforderungen gegeben, die die eigene mediale Produktionstätigkeit betreffen (im Web und sämtlichen Social Media). Viel stärker als bislang ist hier etwa ein rechtliches Know-how in Bezug auf die Frage, was erlaubt und was strafbar ist, vonnöten. Eine steigende Anzahl von Verurteilungen (z. B. aufgrund von Verhetzung) zeigt diesen Bedarf deutlich an. Bis Rechtsbildung in hinreichendem Ausmaß an junge Menschen (in Schulen etc.) herangetragen werden kann, erscheinen niederschwellige Informationsangebote, die userInnenfreundlich Auskunft über rechtliche Schranken erteilen, als dringender Bedarf.

Auf der *Ebene der Organisationen* (Mesoebene) ist zunächst nochmals festzuhalten,

- dass es derzeit keine geeignete Organisationsform für ProduzierInnen gibt, an die sich etwa eine Professionsethik adressieren ließe oder die sich nach Vorbild der klassischen Selbstkontrolle (etwa analog zu Ethik-Räten im Bereich von Presse, PR oder Werbung) um möglichst verbindliche Standards bemühen würde. Es ist auch sehr unwahrscheinlich, dass sich die Netz-Community in einer umfassenden Form selbst organisieren wird (können) oder (von außen) organisiert werden könnte. Gegen ersteres spricht die viel zu große Masse, die sich nicht organisatorisch strukturieren lässt, gegen zweiteres nicht zuletzt auch eine drohende ungewollte Kontrolle.
- Mit Blick auf die Ebene der Organisationen sind insofern vor allem jene Plattformen und Netzwerke in den Blick zu rücken, an denen ProduzierInnen partizipieren (facebook, twitter, YouTube etc.). Sie scheinen im Moment der einzige Adressat zu sein, dem eine ethische Selbstverpflichtung abzuverlangen ist und von dem auch ein entsprechendes Ahnden von Fehlverhalten (z. B. bei der Vorspiegelung fremder Identitäten, bei der Verbreitung unethischer oder gar verbotener Inhalte etc.) abverlangt werden könnte. Damit verbunden ist allerdings eine sehr weitreichende Hürde: Völlig offen ist nämlich, welche ethischen und rechtlichen Standards hier Anwendung finden könnten und sollten, zumal die NutzerInnen der Plattformen und Netzwerke ja als StaatsbürgerInnen verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen Rechtsprechungen wie ethischen Kodifizierungen entstammen. Einer solchen Kodifizierung wäre demnach zunächst ein transnationaler Verständigungsprozess vorzuschalten. Damit sind schon mindestens zwei Prozesse der ethischen Entscheidungsfindung angesprochen: Erstens der Bedarf an internationaler Verständigung innerhalb von Plattformen und Netzwerken und zweitens der Bedarf nach einer Verständigung über die Implementierung von Standards und Sanktionsmaßnahmen (die sicherlich nur partiell der Willensbekundung der UserInnen überlassen werden kann).
- Weiters rücken hier Schulen und die bestehende Verpflichtung zur Medienerziehung in allen Unterrichtsfächern (vgl. BMBF 2014) in den Blick, wobei die The-

matisierung der Querschnittsmaterie immer noch der konsequenten Umsetzung harrt.

- Betroffen sind hier ferner AkteurInnen in klassischen Medien, die bereits in regen Austausch mit ProduzentInnen getreten sind. Hier bedarf es einer zunehmenden Modifizierung von Instrumenten, die dabei helfen können, die verschiedenen Herausforderungen zu meistern und zu hierarchisch vorgegebenen oder auch gemeinsam ausgehandelten Prinzipien im Umgang zu gelangen. Aktuelle Themen, die von Medien verhandelt werden, betreffen etwa die Frage von anonymen Postings, das Sperren von Foren, in denen kritische Inhalte verbreitet werden oder auch den enormen Zeitaufwand, der in der Beobachtung der Debatten erforderlich wird (vertiefend dazu siehe Krainer 2016a). Sichtbar wird ferner ein kommunikativer Bedarf an Austausch mit und Erklärungen gegenüber den mit Medien interagierenden ProduzentInnen, wobei sich die Frage stellt, ob dafür alle JournalistInnen selbst verantwortlich sein sollen oder Personen bestimmt werden, die sich um diesen Dialog kümmern (wie etwa LeserInnenbeauftragte). Unzweifelhaft besteht hier aber der Bedarf an einer kommunikativen Diskussionsschnittstelle, die unterschiedlich ausgestaltet werden kann. Als zentrale Schlüsselfunktion der Medien wird sich künftig aber wohl das Angebot gesicherter (im Sinne von recherchierter) Informationen und deren Markierung als bereits recherchierte Informationen darstellen (vgl. Krainer 2016b).

Auf der Ebene des *staatlichen Regulierungsbedarfs* (Makroebene) ergeben sich nicht minder große Herausforderungen, die neben Aspekten des Regulierungsbedarfs (z. B. in Hinblick auf Datenschutz) auf nationalstaatlicher Ebene auch Fragen der Regulierung auf internationaler Ebene betreffen, zumal nationale Gesetzgebung im Kontext einer zunehmend globalisierten und mediatisierten Weltgesellschaft kein hinreichendes Instrument mehr zu sein scheint.

- Zunächst ist die Zahl der zu beobachtenden ProduzentInnen von Medieninhalten, wie der zu beobachtenden Inhalte selbst drastisch angestiegen, wobei zudem der klassische Begriff der Medien, wie er in Gesetzen definiert wird, an seine Grenzen stößt (Wie Massenmails definieren? Wie mit Social Media umgehen? etc.).
- Mit Blick auf die Gesetzgebung zeigt sich zudem ein enormer Bedarf, der Bildungsfragen betrifft. Zu Staatsbürgerlicher Bildung muss in einer mediatisierten Gesellschaft auch Bildung über Mediatisierung zählen, die eine Vielzahl von rechtlichen, technischen, ökonomischen und ökologischen Fragen umfasst, und die zudem der Schulung im Bereich der kommunikativen Kompetenzen als ProduzentInnen bedarf oder auch des kritischen Reflektierens des eigenen wie kollektiven medialen Handelns. Mediatisierung ist weder einfach, noch einem bestimmten Fach (Unterrichtsgegenstand) zuzuordnen, es bietet sich aber an, sie als interdisziplinären Gegenstand in den Kanon der Unterrichtsfächer aufzunehmen und dafür eigene Lehr- und Ausbildungspläne (für angehende LehrerInnen) sowie Weiterbildungsangebote für bereits aktive LehrerInnen zu entwickeln.

3 Resümee

Eine Ethik der „Produsage“ wirft viele alte und neue Fragen in Bezug auf das Medienhandeln auf, kann Bezug nehmen auf bestehende Ansätze innerhalb der Medienethik (z. B. Rezeptions-, Produktions-, Internetethik), muss diese aber an die neuen Gegebenheiten anpassen, neue Aspekte des ethischen Entscheidungsbedarfs benennen und nach Instrumenten suchen, die adäquate Entscheidungsfindungsprozesse ermöglichen. Nicht überall werden alle mitentschieden können, für manche Themen könnten sich aber durchaus auch breite Debatten unter Nutzung des Potentials digitaler Medien anbieten.

Schon die eingeschränkte Betrachtung der Produzerebene hat gezeigt, dass medienethische Fragen noch mehr als bisher zu einer interdisziplinären Herausforderung werden, insofern immer mehr Fachbereiche aus dem Kontext der Medien- und Kommunikationswissenschaften, aber auch weit über diese hinaus, relevant werden. Eine Ethik, die Prozesse der Mediatisierung umfassend reflektieren will, wird daher in zunehmendem Ausmaß auf interdisziplinäre Kooperationen angewiesen sein (Psychologie, Pädagogik, Rechtswissenschaften, Technikwissenschaften/Informatik, Science and Technology Studies etc.). Wenn allorts argumentiert wird, dass die Welt durch Mediatisierung komplexer wird, so wird es die Herausforderung, ihre Kommunikationsprozesse ethisch zu reflektieren, auch.

Literatur

- Agamben**, Giorgio (2008): Was ist ein Dispositiv? Zürich-Berlin: Diaphanes.
- Anders**, Günther (1930): Philosophische Untersuchungen über musikalische Situationen. Unveröffentlichtes Typoskript.
- Anders**, Günther (1987): Die Antiquiertheit des Menschen. München: Beck.
- Baacke**, Dieter (1994): Sprachlose Bürger? Medienkompetenz als zentrales Ziel von Medienpädagogik. In: **Wunden**, Wolfgang (Hg.). Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Frankfurt/Main: Steinkopf, 231-243.
- Bayer**, Joseph B./**Cin**, Sonya Dal/**Campbell**, Scott W. (2016): Consciousness and Self-Regulation in Mobile Communication. In: Human Communication Research, 42 (1), 71-97.
- BMBF** – Bundesministerium für Bildung und Frauen (Hg.) (2014): Grundsatzpapier Medienerziehung. Wien.
- Brecht**, Bert (1967): Radiotheorie. In: Schriften zur Literatur und Kunst. Berlin: Suhrkamp.
- Bruns**, Axel (2006): Towards Produsage: Futures für User-Led Content Production. In: **Sudweeks**, Fay/**Hrachovec**, Herbert/**Ess**, Charles (Eds.). Cultural Attitudes towards Communication and Technology. Perth: Murdoch University, 275-284.
- Capurro**, Rafael/Wiegerling, Klaus/Brellochs, Andreas (Hg.) (1995): Informationsethik. Konstanz: UVK.
- Capurro**, Raffael (2003): Ethik im Netz. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Debatin**, Bernhard (2010): New Media Ethics. In: **Schicha**, Christian/**Brosda**, Carsten (Hg.). Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS, 318-327.
- Fawzi**, Nayla (2015): Cyber-Mobbing. Baden-Baden: Nomos.
- Filzmaier**, Peter (Hg.) (2001): Internet und Demokratie. Innsbruck u. a.: Studienverlag.
- Foucault**, Michel (1978): Dispositive der Macht. Berlin: Merve.

- Funiok**, Rüdiger (2010): Publikum. In: **Schicha**, Christian/**Brosda**, Carsten (Hg.). Handbuch der Medienethik. Wiesbaden: VS, 232-243.
- Gapski**, Harald (Hg.) (2015): Big Data und Medienbildung. München: kopaed.
- Grimm**, Petra/**Kebler**, Tobias O./**Zöllner**, Oliver (Hg.) (2015). Anonymität und Transparenz in der digitalen Gesellschaft. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Habermas**, Jürgen (1991): Erläuterungen zur Diskursethik. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hattenberger**, Doris (2008): Recht auf Privatsphäre. In: **Greif**, Hajo/**Mitrea**, Oana/**Werner**, Matthias (Hg.). Information und Gesellschaft. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 99-127.
- Hausmanninger**, Thomas/**Capurro**, Rafael (Hg.) (2002): Netzethik. Grundlegungsfragen der Internetethik. München: Fink Verlag.
- Heidegger**, Martin (1986): Sein und Zeit. Tübingen: Max Niemeyer.
- ISO**: International Organization for Standardization: "Information technology – Open Systems Interconnection – Basic Reference Model: The basic model", Standard ISO/IEC 7498-1:1994. Online: http://www.iso.org/iso/catalogue_detail.htm?csnumber=20269 (14.7.2016).
- Karmasin**, Matthias (2010): Medienunternehmung. (Zur Konzeption von Medienethik als Unternehmensethik). In: **Schicha**, Christian/**Brosda**, Carsten (Hg.). Handbuch der Medienethik. Wiesbaden: VS, 217-232.
- Karmasin**, Matthias (2016a): Die Mediatisierung der Gesellschaft und ihre Paradoxien. Wien: facultas.
- Karmasin**, Matthias (2016b): Disruption und Paradox: medienethische Herausforderungen. (Vortragstitel, Tagungsband in Druck).
- Krainer**, Larissa (2001): Medien und Ethik. München: Kopäd.
- Krainer**, Larissa (2005): Medien- und Kommunikationsethik. In: *Ethica*, 13 (2), 135-156.
- Krainer**, Larissa (2014): Medienethik als Aufgabe inter- und transdisziplinärer Reflexionsleistung. Ein Beitrag zur deutschsprachigen Fachgeschichte und Fachzukunft. In: **Prinzing**, Marlies/**Rath**, Matthias/**Schicha**, Christian/**Stapf**, Ingrid (Hg.). Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim/Basel: Beltz, 35-55.
- Krainer**, Larissa (2016a): Widersprüche in der Medienwelt – balancieren statt auslöschen. In: **Litschka**, Michael (Hg.). Medienethik als Herausforderung für MedienmacherInnen. Brunn am Gebirge: ikon, 17-24.
- Krainer**, Larissa (2016b): Digitale Archive der Gegenwart. In: **ORF** (Hg.). Aufmachen. Public Value Report. Wien: Eigenverlag.
- Krainer**, Larissa/**Heintel**, Peter (2010): Prozessethik. Wiesbaden: VS Verlag.
- Mediengesetz**: Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere publizistische Medien (Mediengesetz - MedienG), BGBl. Nr. 314/1981.
- Rath**, Matthias (2014): Ethik der mediatisierten Welt. Wiesbaden: VS.
- Scheule**, Rupert M./**Capurro**, Rafael/**Hausmanninger**, Thomas (Hg.) (2004): Vernetzt gespalten. Der Digital Divide in ethischer Perspektive. München: Fink Verlag.
- Seneca**, Lucius Annaeus (1925): Seneca ad Lucilium. Epistulae morales. London: Heinemann.
- Watzlawick**, Paul/**Beavin**, Janett/**Jackson**, Don D. (1980): Menschliche Kommunikation. Bern-Stuttgart-Wien: Hans Huber.