



Book of Abstracts

Kommunikations- und Medienethik reloaded?

Orientierungssuche im Digitalen – zwischen Innovationsdruck, Postfaktizität und sich auflösenden Kommunikations- und Wahrnehmungsgewissheiten

Jahrestagung 2019 der Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) in Zusammenarbeit mit der Akademie für politische Bildung, Tutzing, und dem Netzwerk Medienethik

am 21./22. Februar 2019



Inhalt

Themenschwerpunkt: Digitale Innovation und Kommerzialisierung	3
Matthias Karmasin: It´s the economy?: Digitale Innovation und Kommerzialisierung als methodologische und methodische Herausforderung der Medienethik.	3
Christian Schicha: Digitale Souveränität – Diskurse und normative Implikationen aus einer medienethischen Perspektive	5
Solveig Lena Hansen: Informieren, aufklären oder überzeugen? Eine ethische Reflexion digitaler Gesundheitskommunikation am Beispiel der Organspende.....	9
Andrea Günter: Digitalität in der kommunikativen Praxis: Kultur- und Bildungsgestaltung am Beispiel „Digitalisierung der Schulen“	12
Themenschwerpunkt: Sachverhalte und Deutungen in der postfaktischen Zeit	15
Tobias Eberwein: „Troll“ oder „Glaubenskrieger“? Zur Differenzierung dysfunktionaler Formen der Medienkritik in Online-Kommentaren.....	15
Saskia Sell: Wahrheitsbedingungen digitaler Zeugenschaft: Frickers Theorie Epistemischer (Un-)Gerechtigkeit als kommunikations- und medienethischer Analyserahmen	17
Ingrid Stapf: Was sagen uns „Fake News“(nicht) über Wahrheit? Medienethische Überlegungen zu Wahrheit und Wahrhaftigkeit im digitalen Zeitalter	20
Roger Blum: Fakten, Fake News und Wahrheitssuche: Wer checkt die Faktenchecker?	23
Themenschwerpunkt: Der Blick ins eigene Fach	25
Thomas Zeilinger: Woher kommst Du, Medienethik? Die Relevanz ihrer theologischen Wurzeln für den aktuellen Reload	25
Matthias Karmasin & Larissa Krainer: Bewegte Objekte? Die Erweiterung medienethischer Objektbereiche und Konsequenzen für das Fach Kommunikations- und Medienethik	28
Klaus-Dieter Altmeppen: Vielfalt der Themen, Vielfalt der Öffentlichkeiten, Vielfalt der Verantwortung	31

Themenschwerpunkt: Digitale Innovation und Kommerzialisierung

Matthias Karmasin

It's the economy?: Digitale Innovation und Kommerzialisierung als methodologische und methodische Herausforderung der Medienethik.

Der Beitrag behandelt die Frage, welche Antworten aus medienethischer Perspektive auf aktuelle Herausforderungen wie digitale Innovation und Kommerzialisierung (heuristisch) sinnvoll und (praktisch) angemessen wären. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass der Objektbereich des Faches sich verändert hat: neben die Ethik der öffentlichen Kommunikation, wie sie über Massenmedien konstituiert wird, tritt die Ethik des partizipativen Netzes neben die Ethik des professionellen Journalismus jene der „Produser“ und zu jener kommen die ethischen Herausforderungen durch Algorithmen und andere Formen künstlicher Intelligenz. Kurz gesagt: Digitalisierung, Konvergenz, Globalisierung, Mediatisierung sind, um nur die aktuellsten Buzz Words des akademischen Zeitgeistes in unserem Fach zu nennen, auch medienethische Herausforderungen. Aber so deutet es der Call for Papers an, diese Entwicklungen finden vor dem Hintergrund konkreter (meist wirtschaftlicher) Interessen statt. Der Begriff Kommerzialisierung impliziert ja eine Hegemonie ökonomischer Rationalität (die manche für eine Universaltheorie menschlicher Vernunft halten). Diese Rationalität ist dann der dominante Maßstab für die Implementierung von Innovationen- ungeachtet der Folgen und ungeachtet möglicher Verantwortlichkeiten.

Da - so das zentrale Argument des Beitrages - viele aktuelle medienethische Problemlagen ihren Ursprung in ökonomischen Strukturen und Bedingungen haben sollte man auch das zu Grunde liegende Verhältnis von ethischer und ökonomischer Rationalität oder ins kommunikationswissenschaftliche gewendet -das Verhältnis von publizistischer bzw. kommunikativer und wirtschaftlicher Qualität- in den Blick nehmen. Damit bietet sich eine wirtschaftsethische Fundierung der Medienethik an.

In der Folge entwickelt der Beitrag Konturen einer Medienethik als Wirtschaftsethik medialer Kommunikation und diskutiert das Konzept als heuristisch wertvollen, begründungstheoretisch interessanten und praktisch relevanten Beitrag zum Methodenset der Medienethik und zur Entwicklung und Entfaltung des Faches Medienethik insgesamt. Es geht uns dabei um eine Ergänzung und Erweiterung der medienethischen Debatte, nicht jedoch um die umfassende wirtschaftsethische Rekonzeption der Medienethik. Anders formuliert: nicht jede medienethische Fragestellung ist auch wirtschaftsethisch relevant, nicht jede unternehmensethische Problemlage wird auch im Bereich der Medienethik schlagend, nicht auf jede medienethische Fragestellung gibt es auch eine wirtschaftsethische Antwort.

Aber: viele aktuelle, und praktisch wie theoretisch relevante, ethische Debatten über die Herausforderungen des Strukturwandels von Medien, Wirtschaft und Gesellschaft, des Wandels der Kommunikation durch Mediatisierung und Digitalisierung können durch eine wirtschafts- und unternehmensethische Argumentation neue Perspektiven gewinnen.

Die Medienethik als akademisches Fach wie als Methode der begründeten normativen Reflexion publizistischer und medialer Praxis beugt sich dadurch nicht vorschnell unter das

Joch des Zeitgeistes. Ganz im Gegenteil: dieses Programm zielt darauf, den Zeitgeist angemessen zu kritisieren und normativ fundiert zu hinterfragen.

Der Beitrag will aber auch die Frage aufwerfen, warum die Frage nach den Möglichkeiten und Grenzen medienunternehmerischer Verantwortung die medienethische Debatte trotz der Fortschreitens der Kommerzialisierung und der empirischen Evidenz der Relevanz wirtschaftlicher Strukturen im medialen Kontexten nur am Rande zu erreicht haben scheint- liegt es an individualethischen bzw. sozialetischen Traditionen, die Konzeptionen der Mesoebene schwer integrieren können, liegt es am Fokus auf journalistische Professionsethik oder aber an vermeintlichen begründungstheoretischen Defiziten der Wirtschaftsethik?

Dennoch (oder gerade deswegen) so werden wir argumentieren bietet sich die Integration der wirtschafts- bzw. unternehmensethischen Debatte in medienethische Konzeptionen an. Anknüpfungspunkte über die aktuelle CSR Debatte hinaus wären Stakeholder Ansätze, prozessethische Konzepte der Medienethik, die Frage nach dem Realisierungspotenzial von (journalistischen) Tugenden, die Gestaltung des Anreizsystems (Medienförderungen, aber auch innerhalb von Medienunternehmen) und von Selbstregulationsmechanismen bis hin zur Public Value Debatte und zur Frage nach der Verantwortung von Maschinen (wie z.B. Algorithmen), die in der öffentlichen Kommunikation eine immer relevantere Rolle spielen.

Diese Fragestellungen haben -so schließt der Vortrag- nicht nur heuristisches Potenzial, sondern auch praktische Relevanz, indem sie die Kommerzialisierung und die einseitige ökonomische Motivation von Innovation nicht als gegebene „Sachzwänge“ auffassen, sondern sie der ethischen Reflexion und Kritik öffnen. Die ethische Reflexion der wirtschaftlichen Momente medienethischer Problemlagen öffnet so dem Fach in Forschung und Lehre neue Horizonte.

Christian Schicha

Digitale Souveränität – Diskurse und normative Implikationen aus einer medienethischen Perspektive

1. Digitale Souveränität

1.1 Typen

Laut einer Studie des Deutschen Institutes für Vertrauen und Sicherheit im Netz (2012) gehören etwa 15% der Gesamtbevölkerung zu den Digital Souveränen. Sie gelten als jung, ungebunden und flexibel, als Individualisten, die liberal und weltoffen sind, verfügen über einen großen Gemeinschaftssinn sowie eine hohe Selbstverantwortung. Sie sind finanziell gut ausgestattet, mit dem Internet aufgewachsen, verfügen über eine ausgeprägte IT-Kompetenz und einen Fortschrittsoptimismus. Online-Aktivitäten sind für die Digital Souveränen selbstverständliches Handeln. Sie verfügen über eine gute technische Ausstattung geringe Sicherheitsängste und wenig Sensibilität gegenüber dem Datenschutz. Daher geben sie eine Vielzahl von Informationen im Netz weiter. Die Nutzungsbereitschaft übertrifft Sicherheitsbedenken. Insgesamt liegt eine Unterschätzung von Risiken und Überschätzung der eigenen Internet-Kompetenz vor. Fast 90% dieser Gruppen trifft die Aussage, dass ein Leben ohne Internet für sie nicht vorstellbar ist und mehr als 70% behaupten, dass das Internet ein freies Medium ist und unter keinen Umständen reglementiert werden sollte.

1.2 Politische Statements

Gleichwohl hat u.a. das Ausspähen der Daten von Nutzerinnen und Nutzern dazu geführt, dass die Sensibilität gegenüber den Risiken und Nebenwirkungen der Digitalisierung gewachsen ist. Um Vertrauen in die Netzwerkgesellschaft wiederherzustellen, wird Digitale Souveränität unabhängig von der gleichnamigen Gruppe als ein Leitbild formuliert, das hierzu einen konstruktiven Ansatz leisten soll (vgl. Friedrichsen/Bisa 2016).

Neben Sigmar Gabriel, Brigitte Zypries und Thomas de Maizière, den Ministern, der vergangenen Legislaturperiode, die sich als politisch Verantwortliche mit netzpolitischen Themen befassten, hat sich eine Reihe weiterer Politiker zum Thema der digitalen Souveränität geäußert. Dazu gehören Netzpolitiker wie Lars Klingbeil (SPD), Jimmy Schulz (FDP) und Thomas Jarzombek (CDU), der ehemalige Europapolitiker Jan Philipp Albrecht (Bündnis 90/Die Grünen) und Ex-CDU Generalsekretär Peter Tauber (CDU) sowie die Staatsministerin für Digitalisierung Dorothee Bär (CSU) (vgl. Gräf/ Lahmann/ Otto 2018).

Bereits 2013 hat der ehemalige Bundesminister Dobrindt, der für Verkehr und digitale Struktur zuständig war, folgendes Statement benannt: „Wir müssen wieder Vertraulichkeit im Netz garantieren können und als Deutsche und Europäer unsere digitale Souveränität zurückgewinnen. Dafür werden wir viel Geld ausgeben müssen.“

EU-Kommissar Oettinger (2015) benennt Defizite und formuliert folgende Ziele: „Wir haben derzeit keine europäische, keine deutsche, keine eigene digitale Souveränität und zu wenig digitale Autorität. Die zu gewinnen, muss ein Ehrgeiz Europas sein [...] Ein Weckruf dafür ist notwendig. Und wir bieten seitens der Europäischen Kommission an, das Ganze zu koordinieren, zu moderieren und zu erreichen, dass Europa [...] aus dem Tiefschlaf erweckt

wird [...], um Wertschöpfung bei uns zu halten, zurückzukehren zu einer digitalen Souveränität und stärkerer digitaler Autorität.“

Grundsätzlich stellt sich nach diesen allgemeinen politischen Statements die Frage, welche normativen Anforderungen mit der digitalen Souveränität in Verbindung gebracht werden.

1.3 Postulate

„Datensouveränität bezeichnet die Fähigkeit, informiert und selbstbestimmt zu entscheiden, wie und von wem Informationen über die eigene Person oder Institution, eigene Handlungen oder Produkte erhoben, verarbeitet und weitergegeben werden.“ (Quade/Beyerer/Reussner 2018)

Dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation, Telekommunikation und neue Medien Bitkom (2015a) zufolge wird unter dem Begriff der Souveränität im Allgemeinen die Fähigkeit zu ausschließlicher Selbstbestimmung zugeschrieben, die durch Eigenständigkeit und Unabhängigkeit gekennzeichnet ist und sich von Fremdbestimmung abgrenzen lässt. Es geht demzufolge um Handlungs-, Autonomie- und Konsumentensouveränität. Kosta (2015) konstatiert:

„Der Autonomiebegriff ist also ein elementarer (möglicherweise sogar der zentralste) Fixpunkt für eine medienethische Auseinandersetzung mit der digitalen Revolution.“ I

Im Zusammenhang mit der Digitalisierung steht Autonomie für Kosta als Merkmal für informationelle Selbstbestimmung, Souveränität, Freiheit, Selbstbeherrschung und Selbstkontrolle. Es geht insgesamt um Datensicherheit und die Beachtung der Privatsphäre, die im Kontext von Big Data-Technologien unter dem Begriff der Autonomie verhandelt werden.

1.4 Handlungsfelder

Rössler (2017) weist darauf hin, dass es bei der Analyse und Interpretation der informationellen Privatheit und ihren Gefährdungen um den Zusammenhang zwischen Informationskontrolle, Autonomie, Selbstdarstellung und Identität geht. Dabei sieht sie u.a. drei Möglichkeiten, die die Gefährdung informationeller Privatheit bedingen:

1. Die staatliche Überwachung durch Geheimdienste,
2. Die Konsumentenüberwachung (Sammeln, Analysieren, Verwendung und Verkauf von persönlichen Daten) sowie
3. Die freiwillige Herausgabe von Fakten durch das Teilen von persönlichen Informationen in sozialen Netzwerken.

Schwall-Düren (2015, S. 8) richtet den Blick in die Zukunft plädiert für eine stärkere Handlungsautonomie und Selbstbestimmung der Bürgerinnen und Bürger im digitalen Zeitalter.

„Wenn Big Data darüber entscheidet, wie beispielsweise mein zukünftiges Konsum- und Informationsverhalten, meine Kreditwürdigkeit oder auch mein zukünftiger Bildungsweg sein wird, dann brauchen wir eine gesellschaftliche und politische Auseinandersetzung über Ziele und Grenzen. Es geht um Transparenz, um Aufklärung und auch um politisches Handeln. Letztlich geht es um die Frage: Wie wollen wir zukünftig in der digitalen Gesellschaft leben? Die Frage darf nicht heißen: Wie passen wir uns an das technisch Machbare an? Politisches

Handeln muss sich gegen einen technologischen Determinismus des Menschen wenden, eine Haltung, bei der Technologie unseren Handlungsraum festlegt und nicht wir selbst. Denn der fortschreitende Einsatz von Big Data-Technologien fordert unsere Souveränität, Selbstbestimmung und Freiheit heraus. Deshalb sind digitale Mündigkeit und Bildung von großer Bedeutung.“

In diesem Kontext werden eine Reihe von Forderungen und Ziele formuliert.

1.5 Postulate

Es kommt Gapski (2015) zufolge darauf an, die Selbstbestimmung, Souveränität und den freien Willen zu erhalten und zu fördern. Der Deutsche Ethikrat hat „Big Data“ in sein Arbeitsprogramm aufgenommen und beschäftigt sich konkret mit diesen Zielvorgaben, Es stellt sich die Frage nach konkreten Normen für Akteure und Institutionen, um diese Ziele zu erreichen. Die Organisation Bitkom (2015a) zeigt folgende Entwicklungsschritte auf, die den Übergang von der Fremdbestimmung über die Souveränität bis hin zur Autarkie bewerkstelligen:



Weiterhin werden „Wünsche für eine digitale Souveränität“ (vgl. Quade/ Beyerer/ Reussner 2018) formuliert, die u.a. folgende Ergebnisse formulieren:

- Wir müssen unsere Gesetze und Wertvorstellungen gegenüber Internet- Giganten durchsetzen können.
- Wir wünschen uns die Kontrolle über Daten, auch wenn sie in der Cloud gespeichert oder verarbeitet werden.
- Wir wünschen uns eine staatliche Kontrolle der Löschung von personenbezogenen Daten.

- Wir wünschen uns flexible Geschäftsbedingungen von Internetservices, bei denen Anwender selbst entscheiden, inwieweit sie mit ihren Daten oder mit Geld bezahlen
- Wir wünschen uns, dass Internet-Seiten auf Basis nachvollziehbarer Suchmaschinen-Algorithmen gefunden werden

1.6 Arbeitsprogramm

In dem geplanten Vortrag sollen die in der Debatte beteiligten Akteure, Argumente und normative Zielvorstellungen hinsichtlich einer digitalen Souveränität herausgearbeitet und aus einer medienethischen Perspektive heraus kritisch reflektiert und eingeordnet werden. Dabei kommt es zentral drauf an, die abstrakten normativen Postulate auf der Idealebene mit den konkreten Anforderungen der politischen und wirtschaftlichen Praxis zu verbinden.

Literatur (Der letzte Zugriff auf alle Online-Quellen erfolgte am 11.10.2018)

Bitkom (Hrsg.) (2015a): Digitale Souveränität. Positionsbestimmung und erste Handlungsempfehlungen für Deutschland und Europa. Online verfügbar unter:

<https://www.bitkom.org/noindex/Publikationen/2015/Positionspapiere/Digitale-Souveraenitaet/BITKOM-Position-DigitaleSouveraenitaet.pdf>

Bitkom (Hrsg.) (2015b): Digitale Souveränität entscheidet über die Zukunft Deutschlands. Online verfügbar unter:

<https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Digitale-Souveraenitaetentscheidet-ueber-Zukunft-Deutschlands.html>

Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2012): DIVSI Milieu-Studie zu Vertrauen und Sicherheit im Internet. (Grundlagenstudie des SINUSInstitutes Heidelberg). Hamburg, online verfügbar:

https://www.divsi.de/sites/default/files/presse/docs/DIVSI-Milieu-Studie_Gesamtfassung.pdf

Dobrinth, Alexander (2013): Digitale Souveränität zurück gewinnen. Interview in der BILD am Sonntag mit Michael Backhaus, Martin S. Lambeck und Burkhard Uhlenbroich vom 23.12.2013. Online verfügbar unter:

<https://www.deutschland-kanndas.de/dekd/politik/aktuelles/digitale-souveraenitaet-zurueckgewinnen-638726>

Friedrichsen, Mike / Bisa, Peter-J. (Hrsg.) (2016): Digitale Souveränität. Vertrauen in der Netzwerkgesellschaft. Wiesbaden. Gapski, Harald (2015): Big Data und Medienbildung- eine Einleitung. In: Gapski, Harald (Hrsg.) Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt. Düsseldorf und München. Online verfügbar unter:

http://www.grimmeinstitut.de/fileadmin/Grimme_Nutzer_Dateien/Institut/Dokumente/SRdgnrw_band03_big-data-und-medienbildung.pdf

S. 9-18. Gräf, Eike / Lahmann, Henning / Otto, Philipp (2018): Die Stärkung der digitalen Souveränität. Wege der Annäherung an ein Ideal im Wandel Diskussionspapier von iRights.Lap. Online verfügbar unter:

<https://www.divsi.de/wpcontent/uploads/2018/05/DIVSI-Themenpapier-DigitaleSouveraenitaet.pdf>

Koska, Christopher (2015): Zur Idee einer digitalen Bildungsidentität. In: Gapski, Harald (Hrsg.): Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt. Düsseldorf und München, S. 81-93.

Müller Quade, Jörn / Beyerer, Jürgen / Reussner, Ralf H. (2018): Karlsruher Thesen zur Digitalen Souveränität Europas. In: Datenschutz und Sicherheit 5/2018. Online verfügbar unter:

https://www.fzi.de/fileadmin/user_upload/PDF/2017-10-30_KA-Thesen-DigitaleSouveraenitaet-Europas_Web.pdf

Oettinger, Günther (2018): Wachstumstreiber Digitalisierung. Berlin 05.03.2015. Online verfügbar unter:

<http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Video/2015/2015-03-06-bmf-im-dialogoettinger/2015-03-06-bmf-im-dialog-oettingertextfassung.html>

Rössler, Beate (2017): Autonomie – Ein Versuch über das gelungene Leben. Frankfurt am Main Schwall-Düren,

Angelika (2015): Vorwort. In: Gapski, Harald (Hrsg.) (2015): Big Data und Medienbildung. Zwischen Kontrollverlust, Selbstverteidigung und Souveränität in der digitalen Welt. Düsseldorf und München, S. 7-8.

Wittpahl, Volker / Institut für Innovation und Technik (iit) (Hrsg.) (2017): Digitale Souveränität. Bürger. Unternehmen. Staat. Berlin und Heidelberg. Online verfügbar unter: <https://vdivde.it/sites/default/files/document/Digitale-Souveraenitaet-2017.pdf>

th.friemel@ikmz.uzh.ch

Solveig Lena Hansen

Informieren, aufklären oder überzeugen? Eine ethische Reflexion digitaler Gesundheitskommunikation am Beispiel der Organspende

Im Kontext des deutschen Transplantationsgesetzes (TPG) erscheinen im öffentlichen Raum seit 1996 bundesweite Kampagnen zur Organspende. Diese werden von offiziellen Stellen wie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung initiiert. Sie wollen einerseits die Bevölkerung umfassend informieren, andererseits besteht gerade durch das breite, oft wenig reflektierte Angebot auch das Risiko, dass widersprüchliche oder einseitige Informationen gegeben werden. Zuweilen werden mit eindeutig moralischen Botschaften, die über den Anspruch reiner Information weit hinausgehen, indirekte Appelle für die Spende verbreitet. Die große Bandbreite dessen, was unter „Aufklärung“ verstanden wird, verweist dabei auf einen grundsätzlichen Zielkonflikt, der im TPG angelegt ist: zum einen soll neutral informiert werden, zum anderen soll die Bereitschaft zur Organspende erhöht werden. Gerade in Bezug auf die aktuell politisch wieder diskutierte Widerspruchslösung (Ärzteblatt 2018) steht eine solche Information allerdings in der Pflicht, die Bevölkerung über veränderte Regelungen aufzuklären.

Dieser Zielkonflikt bleibt auch in der digitalen Gesundheitskommunikation ungelöst, die das klassische Social Marketing erweitert (Scherenberg & Pundt 2018). Dabei kann die Organtransplantation als paradigmatisch für ein Diskursfeld betrachtet werden, in dem oftmals moralische Überzeugungen verhandelt werden, die größere gesellschaftliche, kulturelle und politische Bezüge aufweisen: die Fragen, wie die Organverteilung fair zu regulieren ist, wann ein Mensch als tot gilt, oder wie mit dem großen Bedarf an Transplantaten umzugehen ist, erzeugt in vielen online-Medien eine oftmals aufgeladene Diskussion. Dieses Phänomen verlangt nicht nur nach einer kritischen multimodalen Analyse der in Websites verwendeten Texten, Bildern und Videoclips, sondern auch nach einer ethischen Reflexion, die einer angemessenen Aufklärung normative Orientierung verleiht.

Der Vortrag wird zunächst eine Typologie einschlägiger Websites vorstellen. Hierfür wurden 60 deutsche Websites multimodal und inhaltsanalytisch untersucht (Pauwels 2012). Hierbei zeigt sich, dass der größte Teil der Websites die allgemeine Bevölkerung, das heißt in der Regel potentielle Organspender_innen anspricht, um sie zu motivieren oder (in den selteneren Fällen) von der Spende abzuhalten. Auftraggeber dieser Websites sind Ministerien und Behörden, Krankenkassen, Stiftungen/Vereine, Initiativen für Organspende und kritische Gruppen. Eine kleinere Gruppe an Websites spricht potentielle Organempfänger an. Auftraggeber hierfür sind in der Regel Selbsthilfegruppen, Pharmakonzerne und Transplantationszentren. Eine letzte, noch kleinere Gruppe von meist durch Berufsverbände betriebenen Websites spricht Ärztinnen und Ärzte an. Festzuhalten ist dabei auch, dass es bestimmte Personengruppen gibt, die aus dem Netz der Information herausfallen: Die Websites, die die breite Bevölkerung adressieren, richten sich selten an Organempfänger. Für Angehörige von Hirntoten oder von Transplantierten gibt es kaum Informationen, ebenso wenig für Pflegekräfte. Diese „semiotischen Lücken“ können mit Gunther Kress (2015, S. 56) wie folgt interpretiert werden: „What a community does not need, it does not produce.“ Das diskursive Feld der digitalen Gesundheitskommunikation im Bereich der Organspende verweist auf die Praktiken der Transplantationsmedizin und des Gesundheitssystems, deren Aufmerksamkeit vor allem den potentiellen Spendern gilt. Zugleich werden dadurch bestimmte Perspektiven ausgeschlossen – wie etwa nicht monistische Körperkonzepte, negative Erfahrungen von Organempfängern, oder auch Vorbehalte unter Pflegenden und Ärzten selbst. Einen Schwerpunkt der Analyse stellt

entsprechend die Frage dar, welche Aspekte der Transplantationsmedizin auf den Websites *nicht* thematisiert werden. Interpretiert werden diese fehlenden Aspekte bzw. Tabus als eine Schiefelage des Diskurses, der unter dem Schlagwort der „Information“ die indirekten Appelle für die Organspende erst ermöglicht.

Ethisch ist diese Schiefelage insbesondere unter dem Aspekt der Verantwortungszuschreibung (Guttmann & Ressler 2001) problematisch: Gerade im öffentlich-medialen und politischen Diskurs wird die Verantwortung für den Organbedarf der Öffentlichkeit zugeschrieben. Die Logik lässt sich verkürzt als „höhere Bereitschaft = mehr Organe“ interpretieren. Neuere Studien zeigen jedoch, dass gerade auch Vorbehalte und Organisationsschwierigkeiten innerhalb der Ärzte und Pflegenden für die geringen Zahlen verantwortlich sind (Jawoniyi et al. 2018). Weder im kausalen noch im moralischen Sinne ist also die Öffentlichkeit allein verantwortlich für den sogenannten „Tod auf der Warteliste“ (Breyer et al. 2006). Vor diesem Hintergrund ist darauf zu achten, dass eine Verantwortungszuschreibung auch in der digitalen Gesundheitskommunikation fair verläuft.

Als weitere ethische Herausforderung erweist sich die klare Abgrenzung zwischen neutraler, Autonomie fördernder Information und strategischer, Autonomie einschränkender Überzeugungsarbeit bei solchen Informationsangeboten (Rossi & Yudell 2012.). Allgemein geteilte Kriterien für autonome Entscheidungen sind, dass sie absichtlich, mit Verständnis und frei vom kontrollierten Einfluss anderer getroffen werden (Steinfarth/Pindur 2013). In diesem Sinne kann die digitale Aufklärung zur Organtransplantation als Bereitstellung von Informationen verstanden werden, auf deren Basis die Angesprochenen eine situative Entscheidung fällen, die sie z.B. auf dem Organspende-Ausweis dokumentieren. Jedoch wird die Entscheidung für oder gegen Organspende oftmals gerade nicht situativ und kurzfristig getroffen, sondern beruht auf einer tiefen Auseinandersetzung mit dem Ende des Lebens, dem eigenen Körper-/Leibverständnis und den Präferenzen im Sterbeprozess (Kersting 2017).

Deswegen scheint ein Verständnis von Autonomie als Fähigkeit von Personen, „den eigenen Willen zu bestimmen und zu befolgen“ (Leefmann 2017, S. 108) angemessen. Ein solches Verständnis personaler Autonomie geht davon aus, dass die Fähigkeit zur Entscheidungsfindung und damit zur Verfolgung und Umsetzung von Wünschen durch Manipulation und Druck beeinflusst werden kann. Durch eine fortwährende Manipulation, etwa durch das Auslösen von Gefühlen wie Angst oder Scham, kann aus dieser Perspektive die Fähigkeit zur individuellen, rationalen Willensbildung und Entscheidungsfindung auf subtile Art und Weise unterminiert werden. Konzepte personaler Autonomie können also dazu dienen, die kritische Frage zu stellen, welche Fähigkeiten Personen benötigen, um sich der Unterwanderung ihrer Willensbildung zu entziehen.

Noch stärker wird der Zusammenhang zwischen der Fähigkeit zur Willensbildung, Willensbefolgung und äußeren Einflüssen unter der Perspektive relationaler Autonomie (Mackenzie & Stoljar 2000; Wardrope 2015). Bei diesem Verständnis von Autonomie geht man davon aus, dass eine soziale Einbettung eine Ermöglichungsbedingung für Selbstentfaltung und Ausübung von Autonomie darstellt. Für Gesundheitskommunikation ist dieses relationale Verständnis äußerst relevant, denn Personen sind Gesundheitskommunikation über einen langen Zeitraum in verschiedenen sozialen Kontexten ausgesetzt. In der öffentlichen Gesundheitskommunikation und der entsprechenden ethischen Debatte wird jedoch diese relationale Dimension, nämlich die komplexe Lebenswelt und das soziale Umfeld der Angesprochenen häufig ausgeblendet.

Ausgehend von diesen Überlegungen wird der Vortrag normative Kriterien für gelungene digitale Gesundheitskommunikation im Bereich der Organspende entwickeln und diese für andere Bereiche zur Diskussion stellen.

Literatur:

- Breyer, F. et al. (2006) (Hg.): *Organmangel. Ist der Tod auf der Warteliste unvermeidbar?* Heidelberg: Springer.
- Deutsches Ärzteblatt (2018): Neue Debatte um Widerspruchslösung bei der Organspende. <https://www.aerzteblatt.de/nachrichten/97585/Neue-Debatte-um-Widerspruchsloesung-bei-Organspende> (3. September 2018)
- Guttman, N.M.; Ressler, W.N. (2001): On Being Responsible: Ethical Issues in Appeals to Personal Responsibility in Health Campaigns. *Journal of Health Communication* 6, 117-136.
- Jawoniyi, O. et al. (2018): Organ donation and transplantation: Awareness and roles of healthcare professionals—A systematic literature review. *Journal of Clinical Nursing* 27, 726-738.
- Kersting, D. (2018): Tod des Körpers oder Tod der Person? Philosophisch-Anthropologische Untersuchungen zu einem integrativen Todeskonzept. *Ethik in der Medizin Ethik* 3 (29), 217-232.
- Kress, G. (2015): Semiotic Work. *AILA Review* 28, 49–71.
- Leefmann, J. (2017): *Zwischen Autonomie und Natürlichkeit. Der Begriff der Authentizität und die bioethische Debatte um das Neuro-Enhancement.* Münster: mentis.
- Mackenzie C.; Stoljar N. (2000) *Relational Autonomy. Feminist Perspectives on Autonomy, Agency and the Social Self.* Oxford: Oxford University Press. *Schwerpunkt: Digitale Innovation und Kommerzialisierung, digitale Aufklärung* 4
- Pauwels, L. (2012): A Multimodal Framework for Analyzing Websites as Cultural Expressions. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17, 247-265.
- Rossi J.; Yudell M. (2012) The Use of Persuasion in Public Health Communication: An Ethical Critique. *Public Health Ethics* 5(2), 192-205.
- Scherenberg, V.; Pundt, J. (2018) (Hg.). *Digitale Gesundheitskommunikation. Zwischen Meinungsbildung und Manipulation.* Bremen: Appolon.
- Steinfath H.; Pindur A. M. (2013) *Patientenautonomie im Spannungsfeld philosophischer Konzeptionen von Autonomie.* In: Wiesemann C.; Simon A. (Hg.): *Patientenautonomie. Theoretische Grundlagen - Praktische Anwendungen.* Münster: Mentis, 27-41.
- Wardrope A. (2015) Relational Autonomy and the Ethics of Health Promotion. *Public Health Ethics* 8

Andrea Günter

Digitalität in der kommunikativen Praxis: Kultur- und Bildungsgestaltung am Beispiel „Digitalisierung der Schulen“

I. Digitalisierung in der Schulpraxis

Die Überlegungen meines Beitrags basieren auf meiner Arbeit als Ethikerin in der Konzeptgruppe „Digitalität und Schule“ der Bildungsregion Ortenau in Kooperation mit dem Schulamt Offenburg in BW. Diese Konzeptgruppe hat den Auftrag, die Digitalisierung an den vom Schulamt Offenburg verantworteten Schulen zu begleiten und dabei den Fokus zu halten, dass die Digitalität die Gesellschaft und folglich die Schulkultur, also die Kommunikation und letztlich die pädagogische Beziehung verändern wird.

Veränderungsprozesse zu gestalten hat selbst eine eigene ethische Dimension. Als an der Postmoderne geschulte Ethikerin ist es mir hierbei (zusammen mit organisations- und kulturentwicklungsethischen Perspektiven) wichtig, keinen Diskurs entlang der Logik „das ganz Andere“ („Neue“ usw.) zu führen. Eine solche Entscheidung legt es nahe, vielmehr die folgenden beiden Richtungen einzuschlagen:

1. Was an grundsätzlichen Herausforderungen menschlichen Handelns, Gestaltens und Kommunizierens tritt durch die sog. Digitalität verschärft hervor und muss neu ausdifferenziert werden?

Hinter dieser Frage steckt die Vorstellung, dass eine jede Kommunikation, also auch die, die die Digitalisierung hervorbringen wird, innerhalb der Möglichkeiten stehen muss und wird, wie sie durch die menschliche Kommunikation bedingt sind. Diese Möglichkeiten können dabei mehr oder weniger qualifiziert genutzt werden.

Gesellschaftspolitisch rückt damit im Sinne von „Bildung“ als „öffentliches Gut“ in den Vordergrund, den Sinn für die Qualität von Kommunikation entlang des Digitalen zu schärfen. Das gilt auch für die ethische Kommunikation in Digitalitätsdiskursen bzw. die Kommunikation über Ethik in Anbetracht der Verantwortung für eine Ethik des Digitalen. Mit der Digitalisierung werden auch neue Organisationsweisen des Ethischen entstehen.

II. Materialisierungen digitaler Kommunikation

2. Versteht man die Schule gesellschaftspolitisch nunmehr als einen ersten Ort von Bildung, kann exemplarisch überlegt werden, wie sich eine solche Überprüfung auf Neuformulierungen von Themenstellungen, Fächer- und Lehrplangestaltung auswirken sollte. Hierzu kann beispielhaft die Klage von Seiten der Informatiker aufgegriffen werden, dass ihnen Sprache für digitale Prozesse fehle. Solche Erfahrungen bringen auch Mathematikdidaktiker seit einiger Zeit auf die Idee, der Unterricht der Mathematik müßte verstärkt mit dem Deutschunterricht verbunden werden: Mathematisches Denken wird zunehmend als Sprachund Sinnfindungskompetenz herausgehoben. Neue didaktische Möglichkeiten durch digitale Medien erlauben es zugleich, den Zusammenhang von Vorstellung, Worten, Bild und (mathematischen) Tätigkeiten kongruenter zu gestalten. Das Sprechen über mathematische Tätigkeiten verändert sich. Mathematikdidaktik braucht entsprechend neue Narrative und Interaktionen.

Kulturkritisch kann hier wahrgenommen werden, dass „die Mathematik“ gerade ihr Selbstbild verändert. So werden die Bedeutung des Beweises und die überlieferten Weisen des Zahlenverständnisses aufgebrochen. Zugleich ist mit der Wahrnehmung neuer Lehrmöglichkeiten des Mathematischen ein konkretes phänomengeleitetes Qualitätskriterium (s.u. IV. Güterethik) für die Digitalisierung nicht nur des Klassenzimmers gewonnen: Ein digitales Medium ist ein Gut, sofern eine Zunahme der Kongruenz von Vorstellung, Worten/Kommunikation, Bild und den denkenden Verarbeitungstätigkeiten des Realen konstatiert werden kann.

Derart kann die Hypothese, „die Digitalität“ verändere die Gesellschaft, zum Anlass genommen werden, das (westliche?) Bildungsgut zu überarbeiten, um es zu vertiefen. In den Fokus rückt, die Einführung von Digitalität in Schulen als Kulturentwicklungsprozess zu gestalten und Schulentwicklungsprozesse entsprechend zu entwickeln. Dies muss sich auch auf die Themenstellungen des Lehrplans auswirken. Ich schlage die folgenden Aspekte vor:

A. „Muttersprachlichkeit“. B. „Bindungspraktiken und -qualitäten“ (Bindungspsychologie statt „Familie“ bzw. „Freundschaft“). C. Die Kunst des Bindens, Unterscheidens und Urteilens als Metareflexionskompetenz, die überdies gleichermaßen die Grundlage des Algorithmus und der Ethik bildet. D. Das neue Verständnis von „Mathematik“ und „Mathematikkommunikation“, wie es die MathematikdidaktikerInnen derzeit vorantreiben. E. Das Verständnis von Demokratie entlang des Phänomens „Autorität“ und der Sinn für die Langsamkeit (statt der Zahlenorientiertheit) demokratischer Entscheidungsbildung.

Bei diesen Themenstellungen handelt es sich letztlich darum, denen, die wir heute ausbilden, ein vertieftes, psycho-kognitives Verständnis von Kommunikation, Sozialität/Abhängigkeit/Individuierung, Denktätigkeiten und Kommunikation/Politik zu vermitteln.

III. Ethik und Digitalisierung im Mobile

Inzwischen ist es üblich, einen historischen Blick auf die Entwicklung hin zum Phänomen „Digitales“ zu werfen, um dessen aufgeladenen Ereignisscharakter zu relativieren. Das reicht aber nicht aus. Als philosophische Ethikerin ist es mir darüber hinaus wichtig, die Entwicklung einer Bildungskultur „Digitalität“ nicht als Besonderheit des Felds „Digitales“ herauszustellen. Hingegen kann die Digitalisierung der Schulen als Anlass genutzt werden, Kategorisierungen von Bildung und Ethik, die sich der Philosophie des 18. und 19. Jahrhunderts verdanken, endlich weiterzuentwickeln. Diese Aufgabe wurde bei der Einführung des Unterrichtsfachs „Ethik“ ebenso übergangen wie bei der Einführung „Inklusion“/„Integration“. Die Digitalisierung der Schulen fordert dies regelrecht heraus, denn sie greift in die Kommunikation ein. Ethik und Digitalität sind „im Mobile“ zu denken, ihr Verhältnis ist interdependent, z.B. historisch zu bestimmen.

IV. Güterethik

Aber auch konzeptionell ist die Ethik zu rekonstruieren. Die Güterethik wiederzubeleben scheint hierfür ein wichtiger Ansatzpunkt. Denn solange Güter – und „Digitales“ kann ethisch als ein Gut verstanden werden – auf teleologische Aspekte reduziert werden, ist der ethische Diskurs selbst instrumentell. Statt dessen kann die Güterethik einen Reflexionsprozess

formulieren helfen, der es erlaubt, die Güte eines Phänomens phänomengeleitet zu bestimmen (s.o.). Sein genealogischer und gerechtigkeitsbezogener Gehalt kann hervorgehoben werden. Daher ist der Horizont einer genealogisch profilierten Güterethik für eine Kulturentwicklung „Digitalität an Schulen“ herauszubilden. Indem dieses ethische Paradigma dialogisch konkretisiert wird, wird ein Rahmen herausgebildet, der die Gestaltungsaufgabe „Digitalität“ in eine das Ethische beständig reflektierende Kommunikation einbettet. RektorInnen, LehrerInnen und weitere Bildungsträger bekommen damit die Möglichkeit an die Hand, mit den sachlichen Herausforderungen, Widerständen (von KollegInnen oder Eltern) und den vielfältigen Kommunikationsanforderungen direkt (güter)ethisch und beratend (Aristoteles) umzugehen.

V. Die Herausforderung

Die Möglichkeit, eine Kulturentwicklung „Digitalität“ (der Schulen) zu gestalten, wird darum mit den drei folgenden gesamtgesellschaftlichen Herausforderungen zu tun haben:

- a. Interdisziplinarität entwickeln statt nur als Sonntagspredigt postulieren – hierfür und hierbei könnte das (Güter)Ethische ein Scharnier bilden, einen Metadiskurs, der die Disziplinen miteinander ins Gespräch bringt.
- b. Auf gesellschaftliche Veränderungen mit Kulturentwicklungspraktiken zu antworten und diese Herangehensweise als Gemeinwissen zu etablieren.
- c. Das (Güter)Ethische als unumgängliche Konzeptgröße von Veränderungsprozessen zu profilieren und aktiv als Reflexionsgröße zu implementieren.

Literatur

- Aristoteles, Rhetorik, verschied. Ausgaben
Aristoteles, Nikomachische Ethik, verschied. Ausgaben Beyes, Timon u.a.: Nach der Revolution. Ein Brevier digitaler Kulturen, Berlin 2017
BMWi: Digitale Bildung. Der Schlüssel zu einer Welt im Wandel, Berlin 2016 Fest, A./Kortenkamp, U.: Teaching Graph Algorithms with Visage. Teaching Mathematics and Computer Science 7 (1) 2009, 35–50
Geschke, A./Kortenkamp, U./Lutz-Westphal, B./Materlik, D.: Visage – Visualization of Algorithms in Discrete Mathematics. Zentralblatt für Didaktik der Mathematik, 37 (5) 2005, 395–401
Leibniz-Zentrum für Informatik GmbH: Dagstuhl-Erklärung Bildung in der digitalen vernetzten Welt, 2016
Leuders, Timo/Hußmann, Stephan/Barzel, Bärbel/Prediger, Susanne: Das macht Sinn, in: Sinnstiftung mit Kontexten und Kernideen, in: Praxis der Mathematik in der Schule 53(2011), 37, 2-9
Platon, Politeia, verschied. Ausgaben
Pörksen, Bernhard: Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung, München 2018*
Purps-Pardigol, Sebastian/Kehren, Henrik: Digitalisieren mit Hirn. Wie Führungskräfte ihre Mitarbeiter für den Wandel gewinnen, Frankfurt/M. 2018
Reuter, Hans-Richard/Meireis, Torsten (Hg.): Das Gute und die Güter. Studien zur Güterethik, Münster 2007
Siep, Ludwig: Private und öffentliche Aufgaben, in: Reuter, Hans-Richard/Meireis, Torsten (Hg.): Das Gute und die Güter. Studien zur Güterethik, Münster 2007, 210-229
Stalder, Felix: Kultur der Digitalität, F/M. 2016
Welzer, Harald: Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit, Frankfurt/M 2016
Wessel, L., Büchler, A. & Prediger, S. (2018). Weil Sprache zählt, Sprachensibel

Mathematikunterricht planen, durchführen und auswerten. mathematik lehren, Heft 206, 2-7
Vbw/Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. (Hrsg.): Digitale Souveränität und Bildung, Münster 2018

Themenschwerpunkt: Sachverhalte und Deutungen in der postfaktischen Zeit

Tobias Eberwein

„Troll“ oder „Glaubenskrieger“? Zur Differenzierung dysfunktionaler Formen der Medienkritik in Online-Kommentaren

Die Vorstellung, dass sich über Nutzer-Kommentare zu journalistischen Beiträgen die Qualität der Berichterstattung steigern lassen würde (etwa durch die Herbeiführung eines gleichberechtigten gesellschaftlichen Diskurses, durch die Korrektur von Fehlern oder auch durch Hinweise auf vernachlässigte Themen), hat sowohl in der Medienforschung als auch in der redaktionellen Praxis lange Zeit großen Enthusiasmus hervorgerufen (vgl. etwa Singer et al. 2011). Gegenwärtig scheinen die hochtrabenden Hoffnungen allerdings weitgehend verfliegen zu sein. Jedenfalls hat der praktische Umgang mit verschiedenen Phänomenen der Partizipation gezeigt, dass diese eben nicht automatisch zu einem besseren Journalismus führen, sondern im Gegenteil häufig dysfunktionale Effekte mit sich bringen. Aktuellen Problemen der Online-Kommunikation wie etwa Hate Speech und systematischem Trolling stehen journalistische Akteure bislang meist hilflos gegenüber – besonders, wenn sie dabei selbst zur Zielscheibe der Kritik werden. Und auch der medienethische Diskurs bietet bislang noch kaum angemessene Orientierungsangebote: Die Auseinandersetzung mit einer Ethik der Producersage (vgl. Bruns 2008) steckt gegenwärtig noch in den Kinderschuhen und wirft mehr Fragen auf, als dass sie Antworten bietet.

Zwar hat sich die empirische Journalismusforschung intensiv mit unterschiedlichsten Formen der Partizipation von Mediennutzern auseinandergesetzt (vgl. z.B. den Überblick bei Engesser 2013). Ihre dysfunktionalen „Nebenwirkungen“ sind dabei bis dato allerdings weitgehend ausgeblendet worden. Was genau bringt Nutzer journalistischer Web-Angebote dazu, in störende Kommunikationsmuster wie Flaming oder Trolling zu verfallen? Was ist ihr spezifischer (biografischer, politischer usw.) Hintergrund? Was ist ihr Urteil über die Funktionen und Leistungen des Journalismus und der Medien? Was sind ihre genauen Motive dafür, Journalisten und ihre Berichterstattung zu kritisieren? Und welchen Umgang wünschen sie sich mit Redaktionen und Gleichgesinnten?

Diese und weiterführende Fragen beantwortet die Studie auf der Basis eines zweistufigen qualitativen Forschungsdesigns, für das im Zeitraum von März bis Juli 2017 zum einen problemzentrierte Interviews (Witzel 2000) mit Redaktionsverantwortlichen der führenden deutschen Online-Nachrichtenwebsites realisiert wurden – und zum anderen mit Nutzern, die regelmäßig störende Kommentare auf diesen Websites veröffentlichen. Die Gespräche wurden vollständig transkribiert und anschließend einer qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring 2003) unterzogen.

Die Auswertung ermöglicht einen nuancierten Blick auf aktuelle Phänomene dysfunktionaler Anschlusskommunikation auf journalistischen News-Seiten. Sie zeigt, dass es *den* typischen „Troll“ – zumindest im deutschen Sprachraum – nicht gibt; stattdessen erscheint es angebracht, störende Kommentatoren anhand ihrer unterschiedlichen Hintergründe und Motive zu differenzieren. Nicht selten lassen die interviewten Nutzer ein ausgeprägtes politisches oder anderswie beeinflusstes Sendungsbewusstsein erkennen, das sie eher als „Glaubenskrieger“ erscheinen lässt – und unterschiedliche Reaktionsmöglichkeiten offenbart. Vereint sind die

störenden Kommentatoren in ihrer Unzufriedenheit mit der Qualität journalistischer (Massen-) Medien, die sie kritisch und oft im scharfen Ton zum Ausdruck bringen.

Die Studie reflektiert diese Unterscheidungen, indem sie eine Typologie dysfunktionaler Online-Kommentatoren entwirft und diese für den bisherigen Theoriediskurs zum Thema (etwa im Kontext von Partizipation und Prodosage) anschlussfähig macht. Indem sie versucht, die Ziele und Beweggründe der beschriebenen webbasierten Medienkritik zu verstehen, liefert sie neue Einsichten und Argumente für die Entwicklung konstruktiver redaktioneller Strategien zum Umgang mit Nutzer-Kommentaren – und damit eine empirische Datenbasis, die im Zeitalter „postfaktischer“ Nachrichtenagenden umso wichtiger erscheint. Die Erkenntnisse werden gebündelt in Form von konkreten Empfehlungen für Richtlinien, die als Leitplanken einer zeitgemäßen Professions- und Publikumsethik im Zusammenhang mit digitaler Kommunikation und Kollaboration gelten können.

Literatur:

Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage*. New York etc.: Peter Lang.

Engesser, Sven (2013): *Die Qualität des Partizipativen Journalismus im Web. Bausteine für ein integratives theoretisches Konzept und eine explanative empirische Analyse*. Wiesbaden: Springer VS. Mayring, Philipp (2003): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 8. Aufl. Weinheim/Basel: Beltz.

Singer, Jane B., Alfred Hermida, David Domingo, Ari Heinonen, Steve Paulussen, Thorsten Quandt, Zvi Reich & Marina Vujnovic (2011): *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Witzel, Andreas (2000): Das problemzentrierte Interview. In: *Forum Qualitative Sozialforschung*, 1 (1), Art. 22. Online verfügbar unter: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1132/2522>

Saskia Sell

Wahrheitsbedingungen digitaler Zeugenschaft: Frickers Theorie Epistemischer (Un-)Gerechtigkeit als kommunikations- und medienethischer Analyserahmen

1. *She said: "I became a selfie queen. I used to take a picture of my face every day just to see it changing and how I was getting better. I found it so therapeutic. This was a way of telling myself that because I could see my physical scars retreating, I knew my mental ones would too. Then I realised I could help other women by showing them what I had overcome so I posted the pictures on Facebook. The response was overwhelming."*

Caroline Way, 41, angegriffen von Deke Orriss, 39, UK 2017 – Beitrag über die Folgen von häuslicher Gewalt, publiziert auf der Onlinepräsenz der Boulevardzeitung *Daily Mirror*, 29.4.2017

2. *You may want to turn away, but it's important that we continue to look and start to recognize this very real problem in society. Photography website, PetaPixel, however, has called the validity of the images and the story they tell into question. They have claimed that the shocking images could have simply been created through the clever use of film makeup.*

Beitrag über das Youtube-Video einer nicht namentlich genannten Serbin, die täglich die häusliche Gewalt, der sie ausgesetzt war, in Selfies dokumentiert hat – publiziert auf der britischen Unterhaltungs- und Nachrichtenseite *Viral Thread*, 20.12.2017

Die fortschreitende Digitalisierung der öffentlichen Kommunikation geht einher mit einem Wandel von Prozessen, Praktiken und Subjektpositionen mediatisierter Zeugenschaft, der auch für die Kommunikations- und Medienethik vielfältige analytische Perspektiven eröffnet. Zum Konzept von Zeugenschaft wird bislang mehrheitlich in Zusammenhängen von Kriegs-, Gewalt- und Katastrophenberichterstattung geforscht. Mediatisierte Zeugnisse von Gewalt und Leid werden sowohl von professionellen Korrespondentinnen und Reportern (u.a. Tait 2011, Weidmann/Papsdorf 2010, Unger 2003), als auch vermehrt von Bürgerjournalisten und Mobilten Zeugen (Reading 2009) in den öffentlichen, digital-vernetzten Diskurs eingespeist (vgl. auch Scott 2017, Andén-Papadopoulos 2014). Im Vordergrund steht dabei immer die Untermauerung der Wahrhaftigkeit übermittelter Informationen und bezeugter Eindrücke und Erfahrungen. Die Subjektposition der Zeugenschaft ist für die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz der transportierten Botschaft oder Erzählung von zentraler Bedeutung. Zugleich bleibt Zeugenschaft ein ambivalentes Kommunikations- und Wissenskonzept (u.a. Givoni 2014), „gleichzeitig notwendig wie prekär“ (Däumer et al. 2017: 15). Der „Augenzeuge“ gilt als „objektiver und verlässlicher Übermittler von Information – zugleich steht er unter Verdacht, diesem Anspruch der Objektivität und Zuverlässigkeit nie vollständig zu genügen“ (Schmidt 2011: 48). Der normative Anspruch an Zeugenschaft changiert dabei zwischen sachlich-unbefangener Darstellung als Bezeugung von Tatsachen (Unger 2003), Peters (2001: 716) spricht hier auch von „passive witnessing“, und wütender Affizierung sowie aktiver Handlungsaufforderung an ein Publikum durch den involvierten Korrespondenten am Ort des Geschehens (Tait 2011). Die Praxis des Bezeugens ist nie zu trennen von der Notwendigkeit des Überzeugens (Däumer et al. 16ff).

Dieser Beitrag erweitert das Feld der Forschung zu mediatisierter Zeugenschaft und konzentriert sich auf den Umgang mit digitalen Selbst- und Opferzeugnissen, die zunächst in

Sozialen Medien publiziert werden, dort zirkulieren und im zweiten Schritt vom Journalismus aufgegriffen werden. Er diskutiert vor diesem Hintergrund neue Ausprägungen dessen, was die Philosophin Miranda Fricker (2007) in ihrer Zusammenführung von Ethik und Epistemologie als Epistemische Ungerechtigkeit begriffen hat. Epistemische Ungerechtigkeit entsteht im Zusammenspiel von Testimonialer und Hermeneutischer Ungerechtigkeit. Sie ist Ausdruck von Machtverhältnissen, die einerseits auf der vorhandenen oder fehlenden Befähigung Erfahrungen in Sprache zu übersetzen, beispielsweise semantische Werkzeuge für die Artikulation von Leid zur Verfügung zu haben, und andererseits auf kollektiven Identitätszuschreibungen und sozialer Typisierung im öffentlichen Diskurs basieren. Frickers Modell ermöglicht uns ein besseres Verständnis der damit verbundenen Dynamiken von Macht und Ohnmacht im Kontext digitaler Kommunikation. Es ist anschlussfähig an zentrale Fragen der Kommunikations- und Medienethik und soll anhand von aktuellen Beispielen und unter Rückgriff auf Studien zu veränderten Formen von Zeugenschaft in digitalen Öffentlichkeiten in diesem Beitrag vorgestellt und diskutiert werden. Über die analytisch-reflexive Forschungsperspektive hinausgehend, bietet Frickers auf Kommunikationsgerechtigkeit abzielendes Konzept als normative Theorie zudem handlungsleitende Orientierung für die Medienpraxis.

Unter welchen Bedingungen werden online zirkulierende Selbstzeugnisse als wahr, glaubwürdig und damit potentiell Sinn und Orientierung stiftend anerkannt und akzeptiert? Welche diskursiven Praktiken führen in digitalen Öffentlichkeiten zu Formen Testimonialer Ungerechtigkeit, die Lücken und Leerstellen im digitalen Diskursraum entstehen lassen? Wo lässt sich ein Ausgleich oder eine Abschwächung bestehender Formen Hermeneutischer Ungerechtigkeit beobachten? Welche Strategien braucht es, um Epistemische Ungerechtigkeit zu überwinden? Diese Fragen werden im Beitrag diskutiert.

Frickers Theorie wird veranschaulicht durch die Auseinandersetzung mit Diskurselementen zu sexualisiertem Machtmissbrauch (am Beispiel #metoo) und zu häuslicher Gewalt. Anhand von individuellen und kollektiven Selbst- und Opferzeugnissen, die über digitale Medien veröffentlicht werden, sowie den ebenfalls veröffentlichten Reaktionen auf selbige lassen sich verschiedene Facetten Testimonialer und Hermeneutischer Ungerechtigkeit verdeutlichen. Es finden sich in der Auseinandersetzung in der digitalen Arena sowohl Formen von erweitertem Problembewusstsein und Empathievermögen suggerierende Solidaritätsbekundungen – wie das hier zur Veranschaulichung vorangestellte erste Zitat und der Beginn des zweiten Zitats zeigen – als auch Diskursstrategien der persönlichen Abwertung der Zeuginnen und der mal mehr mal weniger aggressiven Abwehr und Verwerfung der in die digitale Öffentlichkeit hineingetragenen Gewalterfahrungen – wie im Fortgang des zweiten Zitats als vergleichsweise harmloses Beispiel angedeutet wird.

Diese Dynamiken herauszuarbeiten und im Kontext des Theoriemodells zu reflektieren ist Ziel dieses Beitrags, der damit neue Denkanstöße zum Feld der Aushandlung von Wahrheit in digitalen Kommunikationsräumen liefert.

Literatur:

Andén-Papadopoulos, Kari (2014): Citizen camera-witnessing: Embodied political dissent in the age of ‚mediated mass self-communication‘. In: *New Media & Society* 16 (5), 753-769.

Däumer, Matthias/ Kalisky, Aurélie/ Schlie, Heike (2017): ÜberZeugen. Testimoniale Konstellationen und Szenarien. In: Dies. (Hg.): *ÜberZeugen. Szenarien von Zeugenschaft und ihre Akteure*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag, 7-28.

Fricker, Miranda (2007): *Epistemic Injustice. Power and the Ethics of Knowing*. Oxford/New York: Oxford University Press.

Givoni, Michal (2014): *The Ethics of Witnessing and the Politics of the Governed*. In: *Theory, Culture & Society* 31 (1), 272-286.

Peters, John D. (2001): *Witnessing*. In: *Media, Culture & Society* 23, 707-723.

Schmidt, Sibylle (2011): *Wissensquelle oder politisch-ethische Figur? Zur Synthese zweier Forschungsdiskurse über Zeugenschaft*. In: Schmidt, Sibylle/ Krämer, Sybille/ Voges, Ramon (Hg.): *Politik der Zeugenschaft. Zur Kritik einer Wissenspraxis*. Bielefeld: transcript, 47-66.

Scott, Sasha A. Q. (2017): *Mediatized Witnessing and the Ethical Imperative of Capture*. In: *International Journal of E-Politics* 8 (1), 1-13.

Tait, Sue (2011): *Bearing witness, journalism and moral responsibility*. In: *Media, Culture & Society* 33 (8), 1220-1235.

Unger, Thorsten (2003): *Erlebnisfähigkeit, unbefangene Zeugenschaft und literarischer Anspruch. Zum Reportagekonzept von Egon Erwin Kisch und seiner Durchführung in Paradies Amerika*. In: Blöbaum, Bernd/ Neuhaus, Stefan (Hg.): *Literatur und Journalismus. Theorie, Kontexte, Fallstudien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 173-194.

Weidmann, Anke/ Papsdorf, Jenny (2010): *Witnessing Trauma in the Newsroom: Posttraumatic Symptoms in Television Journalists Exposed to Violent News Clips*. In: *The Journal of Nervous and Mental Disease* 198 (4), 264-271.

Quellen:

Emily Hall: *Brave domestic violence victim shares daily selfies of battered face during recovery to inspire others*. Daily Mirror, 29.4.2017. <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/brave-domestic-violence-victim-documents-10324936> (Zugriff: 01.11.2018).

Emma Anne: *Domestic Abuse Victim Took A Selfie Every Day For A Year And The End Result Is Heartbreaking*. Viral Thread, 20.12.2017 <http://www.viralthread.com/the-reason-why-this-woman-took-a-photograph-of-herself-every-day-for-a-year-jwp75/2/> (Zugriff: 01.11.2018).

Ingrid Stapf

Was sagen uns „Fake News“(nicht) über Wahrheit? Medienethische Überlegungen zu Wahrheit und Wahrhaftigkeit im digitalen Zeitalter

Wahrheit als oberste Maxime des Journalismus darf als eine der zentralen ethischen Anforderungen an Medien in freiheitlichen Demokratien gelten. Medien haben einen verfassungsrechtlichen Auftrag, die Öffentlichkeit zu informieren und dadurch die Meinungsbildung und politische Teilhabe zu ermöglichen. Medien stehen allerdings seit ihrer Verbreitung, aber verstärkt in den letzten Jahren, unter dem Verdacht der Manipulation, Täuschung und gar Lügen. Ob Vorwürfe zur „Lügenpresse“, sogenannte „Fake News“ oder Fehlberichterstattungen: Im Zuge technischer Veränderungen wie selbst lernenden Systemen, künstlicher Intelligenz oder Deep Fakes stehen Diskussionen um die Glaubwürdigkeit von Medien erneut im Fokus. Gerade der USA-Wahlkampf 2016 hat veranschaulicht, wie fragil das Verhältnis von Medien und Wahrheit sein kann. So galten mehr als 70 Prozent von Donald Trumps Aussagen im Wahlkampf als nachweislich falsch und fanden dennoch Gehör, weil sie im Netz, auf Twitter oder Facebook verbreitet wurden (Streck 2016). Auf dem Hintergrund von Diskussionen rund um „Fake News Awards“ und dem „postfaktischen Zeitalter“ stellt sich die Frage nach und Ansprüche auf Wahrheit im digitalen Zeitalter damit neu. Sie verweist auf die Dringlichkeit medienethischer Reflexion, die der Vortrag mit Blick auf „Fake News“ anstrebt.

Das, was seit einiger Zeit mit dem Begriff „Fake News“ bezeichnet wird, ist weder ein neues Phänomen (vgl. Keil/Kellerhoff 2017) noch ist es definitorisch klar erfasst. Ob politisch motivierte Bildmanipulationen wie die Entfernung Trotzki's aus einem Foto mit Lenin 1920, der „Great Moon Hoax“ von 1835, bei dem die *New York Sun* eine Artikelserie über die Entdeckung von Leben auf dem Mond publiziert hatte oder aktuell als „Fake News“ identifizierte Tweets des US-Präsidenten Trump, wie seine Aussage 2015, er habe „the world's greatest memory“ (Tur/Vitali 2015): „Fake News“ haben geschichtliche Beständigkeit und dennoch verweisen aktuelle Debatten auf eine neuartige Allgegenwart der Phänomene, die oft mit den Besonderheiten digitaler Medien in Verbindung gebracht werden. Nach *Alcott und Gentzkow* (2017: 214f.) sind nicht nur die Barrieren zum Markteintritt für mediale Anbieter niedriger geworden, sondern gerade soziale Medien eignen sich für die Verbreitung von „Fake News“ und zur Monetarisierung von Webinhalten. Ihre Analysen legen nahe, dass die Produzenten von „Fake News“ neben ideologischen vor allem monetäre Motivationen verfolgen (ebd. 217). Welche gesellschaftlichen Konsequenzen hat dies, wenn in den USA 62% der Erwachsenen ihre Nachrichten über soziale Medien erhalten?

Eine Google-Recherche zum Begriff „Fake News“ bringt aktuell 648 Mio. Suchergebnisse. „Fakes“ umfassen eine Vielfalt an Phänomenen, unter den journalistischen Fehlberichterstattungen ebenso fallen wie Deep-Fake-Pornografie oder über „Fake News“ gesteuerte Wahlmanipulationen in den USA. Nach *Schicha* (2018: 26) reicht das Spektrum von „Spaß- und Satiremeldungen, über frei erfundene Inhalte, falsche Tatsachenbehauptungen, Übertreibungen, Teilwahrheiten, üble Nachrede, Gerüchte bis hin zum Mobbing.“ Kontexte ihrer Verwendungen umfassen Unterhaltungen und Spielshows ebenso wie politische Propaganda oder Extremismus im Netz. Folglich scheint eine klare Definition wichtig, um ethisch reflektieren zu können, was die Problematik von „Fake News“ ausmacht.

In ihrem philosophischen Definitionsversuch von „Fake News“ stellen Jaster und Lanius (im Erscheinen) zwei Aspekte in den Vordergrund, die erfüllt sein müssen, damit man von „Fake News“ sprechen kann: „it lacks truth and truthfulness. More specifically, fake news is either false or misleading (lack of truth) and it is propagated with either the intension to deceive or an utter disregard for truth (lack of truthfulness).“ Hiernach kann es sich mit Blick auf Wahrheit um falsche oder irreführende Behauptungen halten und mit Blick auf den Aspekt der Wahrhaftigkeit um die Intention der Täuschung oder „Bullshit“ (Frankfurt 2005). Sowohl bei Lügen als auch bei wahren Aussagen, so Young (2017: 308), seien Menschen von ihren Überzeugungen über die Wirklichkeit oder die Realität geleitet. Ganz anders ignoriere der „Bullshitter“ diese Forderung: „He does not reject the authority of the truth, as the liar does, and oppose himself to it. He pays no attention to it at all. By virtue of this, bullshit is a greater enemy of the truth than lies are.“

Dieser Definition folgend lassen sich „Fake News“ von anderen, verwandten Phänomenen abgrenzen wie journalistischer Fehlberichterstattungen ohne Täuschungsabsicht, Satire und Parodien, selektiver Investigativem Journalismus oder Boulevardformaten, in denen Lügen eine Unterhaltungsfunktion haben (z.B. scripted reality). Gleichzeitig werden philosophische Grundfragen dazu aufgeworfen, was Auseinandersetzung mit „Fake News“ machen und unter welchen Umständen und in welchen Kontexten sie an sich problematisch sind oder mit problematischen Folgen oder Folgenfolgen einhergehen. Der Vortrag möchte herausstellen, dass eine medienethische Auseinandersetzung neben einer definitorischen Schärfung und der Erfassung von „Fake News“ als einem relationalen Phänomen einer Kontextualisierung bedarf sowie der Reflexion philosophischer Konzepte von Wahrheit auch als „moralischer Grundlage der Zivilgesellschaft“ (Stapf 2012).

Denn Wahrheit hat eine moralische Funktion für die Grundlagen der Demokratie, den medialen Auftrag und eine informierte Öffentlichkeit, in der Bürger selbstbestimmt entscheiden und handeln können. Aufgrund des verfassungsrechtlichen Auftrags an Medien steht die Wahrheitsnorm an oberster Stelle journalistischer Berufsethos im Zuge des digitalen Wandels durch neuartige Rahmenbedingungen herausgefordert, wenn, wie Alcott und Gentzkow (2017) zeigen, „Fake News“ oft in anderen Ländern und nicht von Journalisten fabriziert werden und dennoch in sozialen Netzwerken zirkulieren? Inwieweit verweisen sie auf eine „divided democracy in the age of social media (Sunstein 2017)?

Aufgrund ihrer gesellschaftlichen und medialen Bedeutungszuschreibung erscheint eine medienethische Reflexion zu „Fake News“ sowohl dringlich wie weiterführend. Dahinterstehende demokratische Grundwerte (wie die Wichtigkeit freier individueller, aber auch öffentlicher Meinungsbildung, Transparenz der Informationen) verweisen auf philosophische Kernthemen, wie die allgemeine Frage nach Verantwortung, Wahrheit und Wahrhaftigkeit sowie die spezielle Frage, inwieweit Lügen oder Täuschung im Sinne der Wahrheit stehen oder sie im Gegenteil auflösen oder bedeutungslos machen. Gerade in voran ökonomisch angetriebenen Kontexten erscheint die von Hannah Arendt (1972) eingeforderte Unterscheidung von Tatsachen- und Vernunftwahrheiten zunehmend schwieriger, die es Menschen interessefrei erlauben soll, in der Demokratie eine begründete Meinung und ein Urteil zu bilden. Folglich erfordert der Anspruch auf Wahrheit auch als „Medienqualität“ (Wunden 1996) eine aktualisierte Reflexion im Kontext der Digitalisierung.

Im Beitrag soll anhand verschiedener Beispiele überlegt werden, was „Fake News“ aus medienethischer Sicht relevant macht, inwieweit sie problematisch werden, wie sie im Verhältnis zu Wahrheits- und Wahrhaftigkeitsauffassungen stehen (vgl. Gloy 2004,

Schockerhoff 2000. BpB 2017) und welche Verantwortungen verschiedene Stakeholder in aktuellen Prozessen haben.

Literatur

- Allcott, Hunt/Gentzkow, Matthew (2017): Social Media and Fake News in the 2016 Election. In: Journal of Economic Perspectives, Vol 31, No. 2, Spring 2017; S. 211V236. Online unter: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>.
- Arendt, Hannah (1972): Wahrheit und Lüge in der Politik. München: Piper.
- Bok, Sissela (1980): Lügen. Vom" äglichen Zwang zur Unaufrichtigkeit. Hamburg: Rowohlt (Original: Lying. Moral Choice in Public and Private Life).
- Brodnig, Ingrid (2017): Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren. Wien. Bundeszentrale für Politische Bildung (BpB) (2017): Wahrheit. In: Aus Politik und Zeitgeschehen. 67. Jahrgang, 13/2017. Online unter: <http://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/245227/wahrheit>.
- Dietz, Simone (2017/2003): Die Kunst des Lügens: eine sprachliche Fähigkeit und ihr moralischer Wert. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Frankfurt, Harry G. (2005): On Bullshit. Princeton: Princeton University Press.
- Gloy, Karen (2004): Wahrheitstheorien. Tübingen: Francke.
- Jaster, Romy/Lanius, David (im Erscheinen): What is fake news? Online unter: <https://philpapers.org/rec/JASWIF>.
- Keil, Lars-Broder/Kellerhoff, Sven Felix (2017): Fake News machen Geschichte. Gerüchte und Falschmeldungen im 20. & 21. Jahrhundert. Berlin. Leonhardt, Rudolf Walter (1976): Journalismus und Wahrheit. München: Piper/ Luzern: Reich.
- Schicha, Christian (2017): Analoge und digitale Ausprägungen von „Fake News“ in Wort und Bild. Identifikationsmöglichkeiten und Vorschläge für einen konstruktiven Umgang mit falschen Fakten. In: Vierteljahresschrift für wissenschaftliche Pädagogik. 94 (2018). S. 22V39.
- Schockerhoff, Eberhard (2000): Zur Lüge verdammt? Politik, Medien, Medizin, Justiz, Wissenschaft und die Ethik der Wahrheit. Freiburg: Herder.
- Stapf, Ingrid (2012): Wahrheit als moralische Grundlage der Zivilgesellschaft. Zur Rolle der Medien und der Medienethik in der Demokratie. In: Filipovic, A. et al. (Hg.) *MedienD und Zivilgesellschaft*. Band 1 – Reihe Kommunikations- und Medienethik. Weinheim/Basel: Beltz Juventa 2012, S. 159-178."
- Streck, Michael (2016): Das Netzwerk der Lügner. In: stern vom 4.12.2106; online unter: <https://www.stern.de/politik/ausland/postfaktischesVzeitalterVVmitVdonaldVtrumpVbriechtVeineVzeitenwendeVanV7218086.html> (Zugriff: 1.11.2018).
- Sunstein, Cass R. (2017) #republic. Devided Democracy in" the Age of Social Media. Princeton.
- Tur, Katy/ Vitali, Ali (2015): Amid latest controversy, Trump claims world's greatest memory .In: MSNBC vom 23.11.2015; online unter: <http://www.msnbc.com/msnbc/trumpVclaimsVworldsVgreatestVmemory> (Zugriff: 1.11.2018).
- Young, Kevin (2017): Bunk. The Rise of Hoaxes, Humbug, Plagiarists, Phonies, Post-Facts, and Fake News. Minneapolis. Wunden, Wolfgang (Hg.) (1996): Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik, Bd. 3. Frankfurt a. M.

Roger Blum

Fakten, Fake News und Wahrheitssuche: Wer checkt die Faktenchecker?

Journalismus in pluralistischen und demokratischen Gesellschaften ist gekennzeichnet durch die Suche nach der Wahrheit. So sagt der deutsche Pressekodex in Ziffer 1: „Die Achtung vor der Wahrheit (etc...) sind oberste Gebote der Presse“. In der Präambel zum österreichischen Ehrenkodex steht: „Der österreichische Presserat ist Plattform für alle, die sich zu einem der Wahrheitsfindung und Korrektheit verpflichteten Gebrauch der Pressefreiheit bekennen...“. Und in der schweizerischen Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten heißt es in Ziffer 1: „Sie halten sich an die Wahrheit ohne Rücksicht auf die sich daraus für sie ergebenden Folgen und lassen sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.“

Dazu im Kontrast steht der Vorwurf der „Lügenpresse“. Jene, die ihn erheben, gehen ebenfalls davon aus, dass Medien und Journalismus die Wahrheit berichten sollten, meinen aber, dass sie es nicht (mehr) tun. Gerade das Internet, und dort insbesondere die Social Media, haben große Gruppen von Menschen an „alternative Fakten“ herangeführt, so dass die Wahrheiten der einen mit den Wahrheiten der andern konkurrenzieren. Damit stellt sich die philosophische Frage, ob es eigentlich „die“ Wahrheit gibt. Der Berliner Sprachwissenschaftler Anatol Stefanowitsch bemerkte dazu in einem Tweet: „Fakten gibt es nur in der Natur (Struktur des Universums, chem. Reaktionen, Evolution usw.). Wo Menschen beteiligt sind, gibt es Narrative.“ So eng muss man es allerdings nicht sehen, denn auch wenn in komplexen Gesellschaften oft mehrere Wahrheiten nebeneinander existieren, so sind Wahlen, Abstimmungsergebnisse, Parlamentsentscheide, Regierungsbeschlüsse, Gerichtsurteile, Amtseinsetzungen, Rücktritte oder statistische Daten unstreitig Fakten.

Im Interesse dieser Fakten sind im postfaktischen Zeitalter überall Faktenchecks entstanden, um Aussagen vor allem von Politikern, aber auch von Social Medias wie Facebook auf ihren Wahrheitsgehalt zu überprüfen. Solche Faktenchecks gibt es inzwischen in den USA („Washington Post“, „factcheck.org“, „Politifact“, „snopes.com“), in Deutschland („Faktenfinder“ bei der „Tagesschau“ sowie Checks bei den ARD-Sendungen „Hart aber fair“ und „Maischberger“, „Correctiv“ für Facebook), in Österreich (bei ZiB2), in der Schweiz (beim „Tages-Anzeiger“ oder bei swissinfo) und in vielen anderen Ländern. Diese Faktenchecks haben sich bereits als neutrale Instanzen im Wettstreit der Anhänger der einen oder der anderen Wahrheit etabliert, auch wenn wiederum Anatol Stefanowitsch apodiktisch urteilt: „Postfaktizismus mit Faktizismus zu bekämpfen ist ungefähr so sinnvoll, wie die Postapokalypse mit der Apokalypse zu bekämpfen.“ Und es gibt auch andere, die die Ergebnisse von Faktenchecks in Zweifel ziehen. So hat in der Schweiz die Unabhängige Beschwerdeinstanz für Radio und Fernsehen (UBI) auf Beschwerde hin den Faktencheck einer Parlamentsdebatte durch swissinfo nach Strich und Faden verrissen (UBI 2018). Es stellt sich daher die Frage, wer die Faktenchecker checkt. Und es stellt sich die Frage, was Faktenchecks letztlich leisten können. Was, wenn sie globale Enthüllungen mit riesigen Datenmengen wie jene zu den „Panama Papers“ überprüfen sollten.

Im Beitrag werden zuerst grundsätzliche medienethische Überlegungen zur Suche nach der Wahrheit im postfaktischen Zeitalter angestellt. Dabei wird an die Instrumentarien und an die Spielräume des Journalismus erinnert, aber auch daran, dass die Orientierung an globalen Werten wie Menschenrechte, Demokratie und friedlichem Wettstreit, nichts gemein hat mit

ideologisch begründeten Wertordnungen, die die Perspektive verschieben und die Wahrheit anders definieren. Danach werden einige Faktenchecks empirisch auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft. Darauf wird die Frage erörtert, ob die vorhandenen Beschwerdeinstanzen im Medienbereich (Presseräte, Rundfunkräte, Medienräte, Beschwerdekommisionen) die Aufgabe übernehmen könnten, Faktenchecks zu überwachen und auf ihre Richtigkeit hin zu testen. Die Möglichkeit wird letztlich verworfen, weil die Beschwerdeinstanzen zeitlich, personell und fachlich überfordert wären, wenn sie alle Checks nochmals durchführen müssten. Entscheidend ist, dass sich diejenigen, die Faktenchecks durchführen, ihrerseits auf die ethischen Kodizes verpflichten, die für Medien und Journalismus gelten.

Der Beitrag schließt mit einem Plädoyer für einen Journalismus, der den verschiedenen Meinungen, Stimmungen und Glaubensbekenntnissen in der Bevölkerung, aber auch den unterschiedlichen Positionsbezügen der politischen, wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Elite Raum gibt (Artikulationsfunktion), der die maßgeblichen Fakten zu einem Thema vorlegt (Informationsfunktion), der die Mächtigen stört und ihre Machenschaften entlarvt (Kritik- und Kontrollfunktion), der die Ereignisse und Entwicklungen in größere Zusammenhänge stellt (Sozialisationsfunktion), der Minderheiten und Benachteiligte einbezieht und das gesellschaftliche Ganze im Blick behält (Integrationsfunktion), der das Gras wachsen hört (seismographische Funktion) und der auch Stellung nimmt (Meinungsbildungsfunktion). Dieses System Journalismus wird erstens durch den von der Medien-Konkurrenz erzeugten journalistischen Wettbewerb, zweitens durch die dem Publikum offenen Beschwerdeverfahren und drittens durch Faktenchecker kontrolliert. Dabei kommt es auf die Transparenz an: Redaktionen sollen erklären, warum sie bestimmte Themen so und nicht anders angehen. Die Beschwerdeverfahren sollen leicht zugänglich, nachvollziehbar und in ihren Ergebnissen und Begründungen öffentlich sichtbar sein. Fakten-Checker sollen ihre Quellen und Belege offenlegen. Auf diese Weise wird das Publikum in die Lage versetzt, alle zu kontrollieren: den Journalismus, die Beschwerdeinstanzen und die Faktenchecker.

Literatur:

- Denk, Peter (2015): Lügenpresse. Gelnhausen/Roth: J.K. Fischer.
- Dobusch, Leonhard (2018): Wer checkt die Faktenchecker? <https://netzpolitik.org/2018/wer-checkt-die-faktenchecker-kontroverse-um-facebooks-externe-faktenpruefung/>
- Haupt, Heiko (2016): Wenn Medien lügen. Ein Blick hinter die Kulissen von manipulierten Medien und gekauften Journalisten. München: Redline.
- Limboung, Peter/ Ronald Grätz (Hrsg., 2018): Meinungsmache im Netz: Fake News, Bots und Hate Speech. Göttingen: Gerhard Steidl-Verlag.
- Sachs-Hombach, Klaus/ Bernd Zywiets (2018): Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda. Wiesbaden: Springer VS.
- Schlup, Claudia (2018): Rufer in der Wüste oder Retter der Demokratie? Ziele, Methoden und Wirkungen von Faktencheckern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Masterarbeit Universität Leipzig.
- Stämpfli, Regula (2018): Trumpism. Ein Phänomen verändert die Welt. Basel: Münster -Verlag.
- Teusch, Ulrich (2016): Lückenpresse. Das Ende des Journalismus, wie wir ihn kannten. Frankfurt a.M.: Westend
- Thoden, Ronald (Hg., 2015): ARD & Co. Wie Medien manipulieren, Bd. 1. Frankfurt a.M.: Selbrund
- Wernicke, Jens (2017): Lügen die Medien? Propaganda, Rudeljournalismus und der Kampf um die öffentliche Meinung. Frankfurt a.M.: Westend
- UBI (2018): Entscheid 22.6.2018. https://www.ubi.admin.ch/inhalte/entscheide/b_778.pdf
- Zehnder, Matthias (2017): Die Aufmerksamkeitsfalle. Wie die Medien zu Populismus führen. Bern: Zytglogge
- Kleber, Claus (2017): Rettet die Wahrheit. Berlin: Ullstein

Themenschwerpunkt: Der Blick ins eigene Fach

Thomas Zeilinger

Woher kommst Du, Medienethik? Die Relevanz ihrer theologischen Wurzeln für den aktuellen Reload

Wer auf die Geschichte der Medienethik im deutschsprachigen Raum sieht, kommt nicht umhin, deren mannigfache theologische Grundierung zu bemerken. Sowohl im Blick auf die institutionellen Zusammenhänge, in denen sie sich entwickelt hat (vgl. z.B. W. Wunden zur Geschichte des Netzwerks Medienethik), wie auf signifikante inhaltliche Beiträge (H. Boventer, R. Funiok, J. Haberer) war der theologische Kontext formativ. Dabei waren es keineswegs nur Institutionen und Personen, sondern immer auch inhaltliche Konzepte und Argumentationsfiguren aus der theologischen Tradition, die bei der inhaltlichen Entwicklung Pate standen (exemplarisch sichtbar beim Begriff der Verantwortung).

Mit dem von Anfang an gegebenen Praxisbezug der Medienethik traten in der Theoriebildung des Faches verstärkt die Kommunikationswissenschaften und die Praktische Philosophie als Bezugsdisziplinen in den Vordergrund. Der hier vorzustellende Beitrag fragt danach, ob und wie im interdisziplinären Geflecht ihrer Verortung als angewandter Ethik die theologischen Wurzeln der Medienethik für den aktuellen Reload des Faches Relevanz haben.

Wesentlicher Kontext für diese Frage sind diejenigen technischen Veränderungen, die dem mit einer „Kultur der Digitalität“ verbundenen Medienwandel zugrunde liegen. Die Stichworte *Interaktivität*, *Referentialität*, *Instanteneität* und *Konnektivität* umreißen wesentliche technische Aspekte der digitalen Transformation und deren medialer Resonanzen (vgl. F. Stalder; H. Gorski). Für die hierin verborgenen medienethischen Herausforderungen müssen die theologische Konzepte und Argumentationen einen Mehrwert liefern, damit sie zum aktuellen Diskurs um die Orientierung der Kommunikations- und Medienethik im Digitalen einen signifikanten Beitrag leisten.

Auch wenn es nicht darum gehen kann, die Begründungs- und Argumentationsfiguren vergangener Zeiten zu reprimieren, bietet sich als ein Ansatzpunkt an, zunächst die in der Geschichte der Medienethik bereits benannten und für die Medienethik entfaltenen Theologumena auf ihre Relevanz zu befragen. An erster Stelle zu nennen sind hier:

- a) Die Frage des Orientierungspotentials des biblischen Gottesbilderverbots für die Organisation medialer Diskurse (vgl. Forschungsprojekt Bild- und Medienethik von T. Meireis, HU Berlin).
- b) Das prophetische Prinzip der Wahrhaftigkeit in seiner Relevanz für den aktuellen Diskurs um Wahrheit und Täuschung (vgl. G. Ulshöfer).
- c) Die Gemeinwohlorientierung, wie sie sich im ganzheitlichen biblischen Leitbegriff des Schalom bündelt (vgl. J. Haberer / R. Rosenstock).
- d) Die Befreiung zur Freiheit als einer beziehungsreichen Freiheit, die Medien als Instrumente der Freiheit verstehen – und an diesem Kriterium messen lässt (reformatorische Perspektive, vgl. J. Haberer).
- e) Verantwortung als Leitbegriff einer gleichermaßen theologisch wie philosophisch instruierten Medienethik (vgl. H. Boventer und R. Funiok).

Diese – nicht nur, aber doch vorwiegend – in normativen Horizonten entfalteteten theologischen Figuren und Begriffe sind vor allem im Blick auf den zweiten Tagungsschwerpunkt „Digitale Innovation und Kommerzialisierung, digitale Aufklärung“ einschlägig.

Aber auch für den dritten Schwerpunkt „Sachverhalte und Deutungen in der digitalen, postfaktischen Zeit lassen theologisch instruierte Wahrnehmungsmuster einen eigenen Beitrag zur Reflexion von Wahrheit und Weltbild erwarten.

In diesem Zusammenhang gilt es dann auch, das Potential stärker hermeneutisch orientierter theologische Konzeptionen für die Orientierung des zeitgenössischen medienethischen Diskurses zu entdecken. Zu denken ist hier beispielsweise an folgende Themenbereiche:

a) Die konstitutive Interaktion von Religion und Medien, wie sie in den Entwürfen von W. Faulstich, W. Gräß und J. Hörisch mediengeschichtlich, aber auch medienwissenschaftlich und praktisch-theologisch dargestellt und entfaltet ist.

b) Beteiligung und Befähigung als zentrale Prinzipien der protestantischen Reformation, wie sie mit dem Beginn der Gutenberg-Ära einher gingen. (Hier sind u.a. die Implikationen für die Aspekte von Mündigkeit und Bildung wie für Fragen im Feld der Zugangsgerechtigkeit zu erkunden.)

c) Die Lehre vom Heiligen Geist als eine Konzeption, in der Wirksamkeit und Entzogenheit, Individualität und Gemeinschaft, Präsenz und Distanz, Virtualität und Realität in ethischer Hinsicht gemeinsam gedacht und aufeinander bezogen sind (vgl. J. Fischer).

Gerade im Blick auf die aktuellen technologischen und kulturellen Veränderungen hin zu einer Netzwerkgesellschaft legen bereits vorliegende erste Anregungen zur Relevanz der christlichen Lehre vom Heiligen Geist für die Deutung aktueller Medienphänomene (z.B. H. Gorski am Beispiel der Widerspiegelung des Digitalen im Fernsehen) es besonders nahe, deren Leistungsfähigkeit für die Medienethik systematisch zu erkunden. Dabei sind die vorzustellenden Impulse der Lehre vom Heiligen Geist in die anthropologischen ebenso wie in die sozialen Horizonte einzuzeichnen, in denen sich die Medienethik als Disziplin zu bewähren hat.

Damit soll die hier angedachte Relektüre der theologischen Tradition insgesamt einen eigenen Beitrag zur Frage des vierten Tagungsschwerpunkts leisten, ob und wie sich der Gegenstand der Kommunikations- und Medienethik im digitalen Zeitalter verändert. Der Ansatz zur Bearbeitung dieser Frage wird bei einem Begriff von Kommunikation (und Medien) gewählt, der bewusst dessen theologische Kontexte und Herkünfte in den Blick nimmt und für die aktuellen Herausforderungen fruchtbar macht (Stichworte: Konziliarität und Communitas, Netz und Dezentralität, Konzept der Pluralität, vgl. A. König).

Über den deutschsprachigen Raum hinaus nimmt der Beitrag dazu im Bereich der International Society for Media, Religion and Culture (ISMRC) vorliegende Entwürfe zu einer Theologie im digitalen Raum in den Blick, wie sie im Feld von Religion und Online- Kultur beispielsweise von H. Campbell und Stephen Garner vorgelegt wurden (vgl. auch die Beiträge des von T. Hutchings herausgegebenen „Journal of Religion, Media and Digital Culture“ (RMDC)).

Literatur

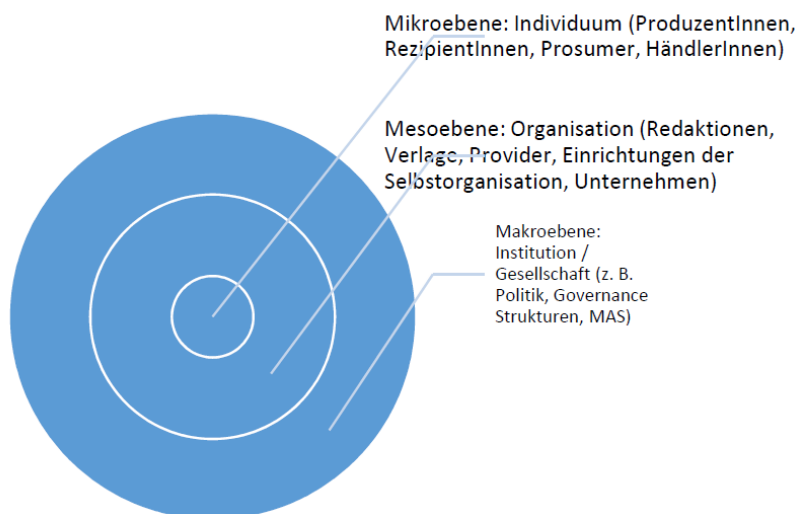
- Boventer Hermann (1984), Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur, Konstanz.
- Campbell, Heidi / Garner, Stephen (2016), Networked Theology: Negotiating Faith in Digital Culture, Grand Rapids.
- Faulstich, Werner (2006). Mediengeschichte. Bd. 1 und Bd. 2, Göttingen.
- Fischer, Johannes (2002), Theologische Ethik. Grundwissen und Orientierung (Forum Systematik 11), Stuttgart.
- Funiok, Rüdiger (2007), Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft (Kon-Texte 8), Stuttgart.
- Gorski, Horst (2018), Theologie in der digitalen Welt. Ein Versuch, in: Pastoraltheologie 107, 187–211.
- Gräb, Wilhelm (2002), Sinn fürs Unendliche. Religion in der Mediengesellschaft, Gütersloh. Haberer, Johanna (2015), Digitale Theologie. Gott und die Medienrevolution der Gegenwart, München.
- Haberer, Johanna / Rosenstock Roland (2010), Theologische Perspektiven in: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hg.), Handbuch Medienethik, Wiesbaden, 107-123.
- Hörisch, Jochen (2004), Gott, Geld, Medien. Studien zu den Medien, die die Welt im Innersten zusammenhalten, Frankfurt am Main. König Andrea (2006) Medienethik aus theologischer Perspektive. Medien und Protestantismus - Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte, Marburg. Stalder, Felix (2016), Kultur der Digitalität (edition suhrkamp 2679), Berlin. Ulshöfer, Gotlind (2018), Wahrheit und Wahrhaftigkeit als medienethisches Thema im Zeitalter der Digitalisierung, in: Hermeneutische Blätter 24|1, 169-183. Wunden, Wolfgang (2001), Netzwerk Medienethik – ein Experiment, in: Dräger, Christian / Schneider, Nikolaus (Hg.) Medienethik. Freiheit und Verantwortung. FS Manfred Kock (Christliche Publizistik 1), Stuttgart, 319-333.

Matthias Karmasin, Larissa Krainer

Bewegte Objekte? Die Erweiterung medienethischer Objektbereiche und Konsequenzen für das Fach Kommunikations- und Medienethik

Der CfP zur Jahrestagung 2019 lädt explizit dazu ein, das eigene Fach einer kritischen Reflexion zu unterwerfen. Im Beitrag soll der im CfP formulierten Frage vertieft nachgegangen werden, .inwiefern (.) bestehende Konzepte und Modelle der Kommunikations- und Medienethik angesichts (.) digitalisierungsbedingter Veränderungen weiterhin tragfähig sind. (CfP, S. 1). Adressiert wird auch die Frage, inwiefern das Fach verstärkt interdisziplinäre Perspektiven (insb. aus dem Bereich der Technikethik) integrieren soll, wobei zugleich argumentiert wird, dass sich Medien- und Kommunikationsethik seit jeher durch interdisziplinäre Bezugnahmen im Entdeckungs- und Begründungszusammenhang auszeichnet.

Im Beitrag wird zunächst historisierend die Entwicklung der Medien- und Kommunikationsethik im Sinne ihrer Fokussierung unterschiedlicher *Objektbereiche* nachgezeichnet und gefragt, welche Subjekte bzw. Kollektive der Verantwortung in den Blick genommen wurden und werden. Dabei zeigt sich, dass historisch in individualethischer Tradition der Fokus zunächst primär auf die Rolle der JournalistInnen gelegt wurde (vgl. Boverter 1988), in weiterer Folge auch RezipientInnen in den Blick genommen (vgl. Funiok 1996) und kontinuierlich mehr Verantwortungsgruppen spezifiziert wurden, wie MedienunternehmerInnen bzw. -eigentümerInnen als RepräsentantInnen der ökonomischen Logik (vgl. Karmasin 1998) oder jene, die kommunikative Umfeld der Medien gestalten (PR, Werbung, vgl. exemplarisch: Rademacher 2010; Bohrmann 2010). Insofern wurde auch der Fokus auf die Individuen (Mikroebene) um die Mesoebene der Organisationen erweitert (Instanzen der Selbstkontrolle, Redaktionen, Medienunternehmen) und schließlich auch die Makroebene der Institutionen (Politik als gesetzgebende Instanz) adressiert. Damit lässt sich zugleich eine Entwicklung von der Individualethik zur Sozialethik bzw. von der Professionsethik zur Organisations- und Institutionenethik nachzeichnen, wobei dies nicht primär als serielle Ablöse zu begreifen ist, sondern als kontinuierliche Perspektivenerweiterung von einem partiellen zu einem umfassenden Fokus. (vgl. Krainer 2015), ohne dabei einzelne HandlungsakteurInnen aus den Augen zu verlieren.



In jüngerer Zeit wird (z. B. unter dem Titel Maschinenethik, vgl. Rath/Krotz/Karmasin 2018 bzw. Roboterethik, vgl. Decker 2016) zudem debattiert, wie aus ethischer Perspektive mit (insb. selbstorganisierenden) Maschinen verfahren werden soll und welche Verantwortung wen für deren Handeln trifft (ErfinderInnen, HändlerInnen, EigentümerInnen, die Roboter selbst).

Im empirischen wie theoretischen Diskurs werden solche Fragestellungen inzwischen aus verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen bearbeitet und es wird auf unterschiedliche ethische, rechtliche oder technische Konzepte und Diskussionen Bezug genommen. Damit hat sich die Kommunikations- und Medienethik in zunehmendem Ausmaß zu einem *interdisziplinären Forschungsgegenstand* entwickelt. Der steigenden Komplexität der Themen wie Strukturen (Person, Maschine, Organisation, Institution) wird auf Ebene theoretischer Modelle und Ansätze Rechnung getragen. So hat etwa die Reflexion politischer, ökonomischer wie technischer Entwicklungen gezeigt, dass es Individuen nicht zumutbar erscheint, für komplexe Themen und Verfahren alleine die Verantwortung übernehmen zu müssen. Das hat im Bereich der Technikethik bzw. Technikforschung zu Überlegungen geführt, wie die Entwicklung einer sozial anteilig mitzutragenden Verantwortung. (Lenk 1987: 135) gelingen kann. Mit Begriffen wie partizipative Technikgestaltung. (Rohracher/Ornetzeder 2003) wird explizit auf Partizipation in ethischen Entscheidungsfindungsprozessen bzw. auf Korporation abgestellt. Mit Bezug auf medienökonomische Debatten wird das Modell der gestuften Verantwortung auch für die journalistische Ethik verwendet (vgl. exemplarisch: Rother 2015). Und im Kontext demokratiepolitischer Fragen, die genuin auch die Teilhabemöglichkeit an öffentlichen Diskursen und damit verbunden an der medialen Öffentlichkeit inkludieren, werden Beteiligungsgerechtigkeit (vgl. exemplarisch Filipoci_ 2007), Partizipationsmodelle z. B. im Sinne der Diskursethik (vgl. exemplarisch: Prinzing 2017) oder der Prozessethik (vgl. exemplarisch Stapf 2018) diskutiert und zwar sowohl innerhalb der Medienethik als auch der Politikwissenschaft (etwa im Bereich deliberativer Demokratiemodelle, vgl. exemplarisch: Friess/Eilders 2015).

Aus diesen Entwicklungen lassen sich für das Fach der Kommunikations- und Medienethik mehrere Konsequenzen ziehen, die im Vortrag resümierend skizziert werden sollen:

- Der Bedarf an tiefergehender theoretischer innerdisziplinärer wie interdisziplinärer Auseinandersetzung mit Modellen und Ansätzen unterschiedlicher Fächer, die Fragen der Medienethik berühren (z. B. interdisziplinäre Bezugnahmen auf die Diskursethik innerhalb der Kommunikationswissenschaft und der Politikwissenschaft oder auf Modelle der Partizipation innerhalb der Science & Technology Studies und der Medienökonomie wie z.B. Stakeholder Ansätze).
- Der Bedarf an integrativen Konzepten, die in der Lage sind, die Mikro-, Meso- und Makroebene jeweils *adäquat* sowie *gemeinsam* zu adressieren. Damit verbunden ist auch das Anliegen, bestehende Ansätze der Medienethik stärker miteinander zu verbinden, um kritischen Beobachtungen, dass es zu einer drohenden Verschiebung der ethischen Verantwortung vom Individuum auf die Ebene der Organisation (Redaktion, Medienunternehmen) kommen könnte oder gar zu einem allmählichen Verschwinden des journalistischen Subjekts. (Haller 1996: 37) entgegenzuwirken. Wir schlagen vor, stets im Auge zu behalten, dass eine (verantwortungsethische) Haltung, die sich an der Folgenhaftigkeit des Tuns orientiert (Haller 2017: 17) ebenso unverzichtbar ist, wie man *zugleich* weiterhin auch eine kollektive Wahrnehmung von Verantwortung einfordern wird müssen, wo individuelle Entscheidungsbezirke nicht ausreichen, um Ethik zu garantieren.

- Der damit verbundene Bedarf an der Verbindung von regulativen Ansätzen aus der Rechtswissenschaft von Governance Strukturen mit medienethischen Fragestellungen im Bereich von Media Accountability Systemen (MAS).
- Der Bedarf an der empirischen Fundierung medienethischer Fragestellungen und an komparativer Forschung in allen o.a. Bereichen, v.a. auch in Hinblick auf das Spannungsfeld von kulturellem und medienspezifischem Relativismus und (begründungstheoretischem) Universalismus. Dies vor allem als Heuristik und ohne eine kritische Differenz von Sein und Sollen aufzugeben.
- Der Bedarf an breiteren Formen der Institutionalisierung kommunikations- und medienethischer Themen und Fragestellungen, z. B. auf curricularer Ebene (und über Studien, die der Medien- und Kommunikationswissenschaft zuzurechnen sind, hinaus).

Quellen- und Literaturangaben:

- Bohrmann, Thomas (2010): Werbung. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 293-303.
- Boventer, Hermann (1988): Medien und Moral. Ungeschriebene Regeln des Journalismus. Konstanz: Univ.-Verl. (Journalismus).
- Decker, Michael (2016): Roboterethik. In: Heesen Jessica (Hrsg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J. B. Metzler, S. 351-357.
- Filipovic, Alexander (2007): Neue Medienkompetenz und Beteiligungsgerechtigkeit. In: Communicatio Socialis 40/3, S. 233-245.
- Friess, Dennis/Eilders, Christiane (2015): A systematic Review of Online Deliberation Research. In: Policy and Internet 7/3, S. 319-339.
- Funiok, Rüdiger (1996): Grundfragen einer Publikumsethik. In: Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK Medien/Ölschläger, S. 107-122.
- Haller, Michael (2017): Die digitalen Medien: Rückkehr zur Individualmoral? In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlis/Filipovic, Alexander (Hrsg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Baden-Baden: Nomos, S. 17-33.
- Haller, Michael (1996): Das allmähliche Verschwinden des journalistischen Subjekts. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt am Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, S. 37-46.
- Karmasin, Matthias (1998): Medienökonomie als Theorie (massen-)medialer Kommunikation. Kommunikationsökonomie und Stakeholder Theorie. Graz: Nausner & Nausner.
- Krainer, Larissa (2015): Medienethik als Aufgabe inter- und transdisziplinärer Reflexionsleistung. Ein Beitrag zur deutschsprachigen Fachgeschichte und Fachzukunft. In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlies/Rath, Matthias/Schicha, Christian (Hrsg.): Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 35 -55.
- Lenk, Hans (1987): Über Verantwortungsbegriffe und das Verantwortungsproblem in der Technik. In: Lenk, Hans/Rapohl, Günther (Hrsg.): Technik und Ethik. Stuttgart: Reclam, S. 112-148.
- Prinzing, Marlis (2017): Digitaler Stammtisch versus Diskursethik? In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlis/Filipovic, Alexander (Hrsg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Baden-Baden: Nomos, S. 35-52.
- Rademacher, Lars (2010): Public Relations. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 278-292.
- Rath, Matthias/Krotz, Friedrich/Karmasin, Matthias (2018) (Hrsg.): Maschinenethik. Normative Grenzen autonomer Systeme. Wiesbaden: Springer.
- Rohracher, Harald/Ornetzeder, Michael (2003): Partizipative Technikgestaltung und Nachhaltige Entwicklung. Graz: IFZ.
- Rother, Natascha (2015): Journalistische Ethik und Verantwortungszuschreibung im Falle medialer Skandalisierung. In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlis/Rath, Matthias/Schicha, Christian (Hrsg.): Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 191-205.
- Stapf, Ingrid (2018): Grundlagen einer Kinder-Medien-Ethik in der mediatisierten Gesellschaft. In: Rosenstock, Roland/Sura, Ines (Hrsg.): Mediatisierung und religiöse Kommunikation. Herausforderungen für Theologie und Kirche. (Im Druck).

Klaus-Dieter Altmeyen

Vielfalt der Themen, Vielfalt der Öffentlichkeiten, Vielfalt der Verantwortung

Gesellschaftlich zentrale Begriffe werden in der Kommunikationswissenschaft eher am Rande behandelt (vgl. für Integration Kösters & Jandura 2018, für Gemeinwohl Filipović 2017, für Verantwortung Altmeyen und Bracker 2018). Die Analyse solcher gesellschaftlicher Schlüsselkonzepte wird zudem, wenn überhaupt, zumeist nur als normativ feststehender Wert behandelt, ohne das sie selbst zum Thema gemacht werden.

Der geplante Beitrag will die Folgen diskutieren, die sich aus einem kommunikationswissenschaftlichen Programm ergeben können, bei dem die Forschung sich dem Zusammenhang von Schlüsselkonzepten und Öffentlichkeiten widmet. Dazu werden drei Annahmen zugrunde gelegt: 1. Öffentlichkeiten, auch digitale, sind jener fortlaufende Prozess, „in dem sich die Mitglieder einer Gesellschaft darüber verständigen, wie sie leben wollen“ (Klaus 2017, 22). 2. Dieses „wie sie leben wollen“ bezieht sich auf normative Belange, die durch Schlüsselkonzepte repräsentiert werden. Solcherart Schlüsselkonzepte beschreiben und analysieren gesellschaftliche Erwartungen, Zustände und deren Veränderungen, die stets kommunikativ konstruiert sind. Ihre gesellschaftliche Konstruktion beruht auf den unter 1. beschriebenen Öffentlichkeiten. 3. Werden die Schlüsselkonzepte – kommunikationswissenschaftlich – als Themen definiert, lassen sich diese in ihren Erscheinungs- und Verlaufsformen in den Öffentlichkeiten aufspüren. Insgesamt mangelt es nicht an Schlüsselkonzepten, die Vielfalt möglicher Themen zeigt sich in Begriffen wie zum Beispiel Gerechtigkeit, Teilhabe und Zusammenhalt.

Gesellschaftliche Schlüsselkonzepte und die dahinter stehenden Prozesse des gesellschaftlichen Zusammenlebens werden in starkem Maße von unterschiedlichen, teils gegenläufigen Vorstellungen über Zusammenhalt und Gemeinwohl bestimmt. Diese Schlüsselkonzepte ergänzen sich und konkurrieren zugleich durch unterschiedliche Norm- und Wertvorstellungen. Sie werden in einem rekursiven Prozess von der Gesellschaft geprägt wie sie ebenso die Gesellschaft ihrerseits prägen. Dieser Prozess der Entstehung, Wirksamkeit, Bewahrung und Veränderung von Normen ist untrennbar an öffentliche Aushandlung gekoppelt.

Auf diese Weise wird die Brücke hergestellt zwischen der öffentlichen Kommunikation und den Schlüsselkonzepten. So beanspruchen populistische Bewegungen, dass sie – eben in ihrer Exklusion anderer gesellschaftlicher Bewegungen und der Inklusion Gleichgesinnter – sehr wohl Formen von Zusammenhalt und Gemeinwohl praktizieren. Dieses Paradoxon von Zusammenhaltskonstruktion durch Zersetzung (bzw. Zugehörigkeitsbildung durch Exklusion) beruht wesentlich auf den Entzeitlichungen und Enträumlichungen der öffentlichen Kommunikation.

In dem entstehenden medial-digitalen Handlungsfeld stehen traditionelle Medien und digitale Plattformen in differenten multioptionalen Beziehungen, von komplementär bis konkurrierend. Die kommunikative Aushandlung gesellschaftlicher Normen findet dementsprechend auf vielfältigen, verzweigten Wegen öffentlicher Kommunikation statt, die sich aufeinander beziehen können, aber nicht müssen. Sie verweisen auf die Vielfalt an Öffentlichkeiten.

Vor die Herausforderung gestellt, den Strukturwandel von Öffentlichkeiten zu erkunden, kann es nützlich sein, neben Akteuren und Strukturen vor allem Themen stärker zu fokussieren,

indem die Behandlung gesellschaftlicher Schlüsselkonzepte in den verschiedenen Öffentlichkeiten nachgezeichnet wird. Themen eignen sich dafür aus unterschiedlichen Gründen. „Themen sind unumgängliche Erfordernisse der Kommunikation. Sie repräsentieren die Fremdreferenz der Kommunikation. Sie organisieren das Gedächtnis der Kommunikation. Sie bündeln Beiträge zu Komplexen des Zusammengehörigen, so daß in der laufenden Kommunikation erkennbar ist, ob ein Thema beibehalten und fortgesetzt oder ob es gewechselt wird.“ (Luhmann 1996, 28)

Neben dieser Konzentration auf Themen selbst werden zugleich die Akteure sichtbar, denn es „reguliert sich über Themen, wer was beitragen kann. Themen diskriminieren die Beiträge und damit auch die Beiträger.“ (Luhmann 1987, 213)

Durch den Rückgriff auf normativ gesetzte Themen (Zusammenhalt, Gemeinwohl) können deren Formen und Verläufe in den Strukturen der Öffentlichkeiten nachgezeichnet werden. Dann kann angesichts der verschiedenen Vermittlungsformen (Push-Pull, Produsage, einseitig-zweiseitig, symmetrisch-asymmetrisch, Medien- Plattformen) und der Beiträger_innen/Sprecher_innen (Kommunikatoren, Nutzer, Experten) geprüft werden, wie Themen ausgehandelt werden und welche Wege öffentlicher Kommunikation sie nehmen.

Wenn, wie anzunehmen ist, die Strukturen der Öffentlichkeit (Themen, Akteure) sich vervielfältigen, müssen daran auch die Verantwortungsrelationen angepaßt werden (vgl. Altmeppen und Bracker 2018). Antworten auf die Frage nach verantwortlichem Handeln und der Zuschreibung von Verantwortung unterscheiden sich nach zum Beispiel Verantwortungssubjekt (Redaktionen, Facebook), Verantwortungsobjekt (Nutzer_innen, Publikum, Quellen) und Normen der Verantwortung (Pressekodices, EURecht). Die Verantwortungsrelationen vervielfältigen sich somit ebenfalls.

Ein kommunikationswissenschaftliches Programm, das sehr viel stärker auf gesellschaftliche zentrale Themen ausgerichtet ist, würde einen Wandel bedeuten von der Konzentration auf rein mediale Phänomene, wie sie die Kommunikationswissenschaft derzeit häufig betreibt, hin zu Analysen darüber, wie sich Öffentlichkeiten durch und mit den behandelten Themen verändern. Auf Themen und Schlüsselkonzepte rekurrieren heißt auch, die Kommunikationswissenschaft zur Rückkehr in die Gesellschaft zu bewegen. Sie wird dann eine Gesellschaftswissenschaft, die nicht nur mediale und kommunikative Prozesse erklären kann, sondern die erklären kann, wie zum Beispiel Konsens und Konflikt entsteht und verläuft, wie Gemeinwohl und Zusammenhalt sich entwickeln, sie kann also die wichtigen Konzepte in den Blick nehmen und deren öffentliche Erscheinung erklären.

Literatur

- Altmeppen, K.-D. & Bracker, I. (2018). Nur Kommunikation macht Verantwortung sichtbar. Zur kommunikativen Grundlegung gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen aus Perspektive der Kommunikationswissenschaft. In Backhaus-Maul, H., Kunze, M. & Nährlich, S. (Hg.). *Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in Deutschland. Ein Kompendium zur Erschließung eines sich entwickelnden Themenfeldes* (pp. 235-256). Wiesbaden: Springer VS.
- Filipović, A. (2017). Gemeinwohl als medienethischer Begriff. Über öffentliche Kommunikation und gesellschaftliche Mitverantwortung. In *Communicatio Socialis* 50 (1), 9–19. DOI: 10.5771/0010-3497-2017-1-9.
- Klaus, E. (2017). Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Selbstverständigungsprozess und das Drei-Ebenen- Modell von Öffentlichkeit. Rückblick und Ausblick. In Klaus, E. & Drüeke, R. (Hg.): *Öffentlichkeiten und gesellschaftliche Aushandlungsprozesse* (pp. 17-38). Theoretische Perspektiven und empirische Befunde. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Klinger, U. & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication:

A theoretical approach. *New Media & Society*, 8, 1241–1257. doi:10.1177/1461444814522952.
Kösters, R. & Jandura, O. (2018). Politische Kommunikation in heterogenen Lebenswelten. Kommunikationspraxis in politischen Milieus und Bedingungen ihrer Integration. *Studies in Communication and Media*, 7/2, 129–185. doi: 10.5771/2192-4007-2018-2-129.
Luhmann, N. (1987). *Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie*. 1. Aufl., Suhrkamp: Frankfurt am Main.
Luhmann, N. (1996). *Die Realität der Massenmedien*. 2. Aufl., Westdeutscher Verlag: Opladen.