

Elmar Kos

Der Beitrag der Medienethik zur Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Ein Literaturbericht

Zusammenfassung

Speziell dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk widmet sich die Medienethik selten ausdrücklich. Dabei sind sowohl in Bezug auf den Funktionsauftrag (bzw. die Rundfunkaufträge) als auch in Bezug auf die Kontrollgremien (Vertretung der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen) Fragen der Ethik tangiert. Für eine entsprechende medienethische Einschätzung ist zu klären, welche ethischen Kriterien und Werte durch die Medienethik als angewandte Ethik zur Anwendung kommen sollen. Da die Medienethik in dieser Hinsicht kaum über die Formulierungen des BVerfG hinausgeht, lassen sich diese Kriterien durch Rückgriff auf die demokratietheoretischen Überlegungen zur Funktion der Massenmedien und speziell des Nachrichtenjournalismus für die Öffentlichkeit gewinnen. Auf diese Weise ist grundsätzlich ein Beitrag der Medienethik zur Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk möglich.

Die Digitalisierung der Kommunikationsverhältnisse verschärft die Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Hier ist die Medienethik bei der notwendigen Reformulierung des Funktionsauftrages als auch bei der entsprechenden Bestimmung der Kontrollmöglichkeiten durch die Gesellschaft gefragt. Inwiefern eine solche Reformulierung mittels des Public Value-Konzeptes möglich sein wird, ist noch nicht absehbar. In Bezug auf die Kontrollmöglichkeiten der Gesellschaft eröffnen sich neue Einflussmöglichkeiten der Zivilgesellschaft.

Abstract

The Public Service Broadcasting (PSB) system is rarely discussed in media ethics, despite the fact that both its mission (regulate by the so-called *Rundfunkaufträge*) and the function of the committees that ensure its accountability (in which various social groups are represented) touch upon ethical questions. Regarding an analysis of these issues in media ethics, we need to delineate which values and criteria are operative in media ethics qua applied ethics. Since media ethics in this sense rarely goes beyond the judgments of the German Constitutional Court (*BVerfG*), these criteria can be gleaned from work in democratic theory about the public function of mass media and especially news journalism.

The process of digitalization has intensified the debate about the PSB system. Here, media ethics plays a role both in discussions about the mission of PSB as well as about the PSB system's accountability to the general public. Currently it is difficult to predict how far a reformulation of these aspects through the concept of public value might reach; with regard to the ways in which PSB can be held accountable to the broader public.

Um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind in jüngerer Zeit lebhaftere gesellschaftliche und politische Debatten entbrannt. In der Medienethik jedoch wurde er bisher selten ausdrücklich untersucht. Um dennoch eine medienethische Einschätzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vornehmen zu können, gilt es zunächst, die Medienethik auf normative Kriterien und weiterführende Orientierungen zu befragen. Angesichts des dabei anzutreffenden Theoriepluralismus ist eine Annäherung nur durch den Verweis auf einige paradigmatische Positionen möglich. Strukturell verbindet diese verschiedenen Ansätze, dass die Medienethik als angewandte Ethik immer eine allgemeine Wertbasis und die konkrete Umsetzung ins Verhältnis setzt.

Mögliche Anknüpfungspunkte für den medienethischen Beitrag zur Debatte um den öffentlichen Rundfunk können aus deren Beschäftigung mit dem Nachrichtenjournalismus gewonnen werden. Offen bleibt dann allerdings, warum es bei einer geteilten Zielperspektive (Öffentlichkeit, Teilhabe, politische Meinungsbildung, etc.) im Bereich des Rundfunks die spezielle Organisationsform der öffentlich-rechtlichen Anbieter braucht.

Wie die aktuellen Diskussionen zeigen, verschärft sich diese Frage angesichts der technischen und sozialen Umwälzungen im Medien- und Kommunikationsbereich, die durch die digitalen Techniken ausgelöst werden. Es entstehen Kommunikationsverhältnisse, in denen der Rundfunkbegriff versagt.

Zentrales Element dieser neuen Kommunikationsverhältnisse ist, dass die Medieninhalte in den sozialen Netzwerken durch die Nutzer*innen hervorgebracht und verteilt werden. Von daher ist auch für die klassischen Medien die Beteiligung des Publikums bei der Produktion und Distribution der Angebote unumgänglich geworden.

In der Literatur werden dafür verschiedene Konzepte untersucht. Am weitesten fortgeschritten scheint die Theoriebildung bei der Public Value-Konzeption zu sein. Auch in Bezug auf die Internetpräsenz der öffentlich-rechtlichen Anbieter wird das Public Value-Konzept in Form des Drei-Stufen-Tests eingesetzt. Inwiefern es auch zu einer angemessenen Weiterentwicklung des Programmauftrags und der Kontrollstrukturen herangezogen werden kann, scheint noch weitgehend offen.

1 Selbstverständnis und Begründung der Medienethik

1.1 Medienethik als angewandte Ethik¹

Das Verständnis und die Begründung von Medienethik als angewandter Ethik sind weit verbreitet. Für die Kernfrage, wie im medienethischen Zusammenhang Anwendung zu verstehen ist, d. h. auf welche Weise sich ethische Prinzipien oder regulative Ideen auf den jeweiligen Bereich der Realität beziehen lassen, sind verschiedene Verfahren denkbar (vgl. Düwell 2002, 243–247; Knoepfler 2010, 50–57; Funiok 2015, 30; Filipović 2016, 43 f.).

Unterschieden werden allgemein deduktive und induktive Verfahren. Beim deduktiven Vorgehen werden die in der allgemeinen Ethik festgelegten Prinzipien und Grundsätze angewendet (Top-down). Beim induktiven Verfahren wird versucht, die Normen aus der konkreten Praxis zu gewinnen (Bottom-up). Hier wird auch von anwendungsorientierter Ethik gesprochen (vgl. Düwell 2002, 243).²

Auch Hubig (vgl. 2006; 2007a; 2007b) unterscheidet bei der angewandten Ethik das Modell einer strikten Anwendung allgemeiner Ethik von einer anwendungsbezogenen Ethik (vgl. 2007b, 29 f.). Darüber hinaus spricht Hubig von einem dritten Modell, bei dem maßgeblich vom Ermöglichungscharakter der neuen Technologien ausgegangen wird (vgl. 2007b, 30 f.). Angesichts der Ambivalenz, dass neue Möglichkeitsräume des Handelns entstehen, aber gleichzeitig auch klassische Handlungstypen erschwert werden, eröffnet sich hier eine Ethik, „die am Prinzip eines selbstbestimmten Handelns anhebt und als Pflicht formuliert, dass dieses selbstbestimmte Handeln sich nicht selbst aufheben [...]“

1 Als Überblickswerke, die den jeweiligen Stand der Diskussion wiedergeben, können für die Zeit der Einführung des privaten Rundfunks die von Wunden herausgegebenen Bände (vgl. Wunden 1994; Wunden 1996; Wunden 1998/2005), für die anschließende Selbstvergewisserung der Medienethik Debatin/Funiok (vgl. 2003) und für den aktuellen Stand Prinzing u. a. (vgl. 2015) herangezogen werden.

2 Ein weitestgehend induktives Herangehen findet sich bei Haller/Holzhey (vgl. 1994). Eine Medienethik, die hauptsächlich induktiv verfährt, liegt von Schicha vor (vgl. 2019). Gedacht als Einführung für Studierende und Lehrende der Medien- und Kommunikationswissenschaft werden medienethische Herausforderungen für Kommunikationsberufe vor allem anhand konkreter Verletzungen normativer Standards untersucht.

soll“ (2007b, 30). Daran sind dann die notwendigen Einschränkungen, die mit den neuen technischen Systemen verbunden sind, zu beurteilen.

Mittlerweile sind Mischformen anzutreffen, die dann holistisches oder hermeneutisches Modell genannt werden. Hier bestimmt die Praxis die Bezugnahme auf bestimmte Prinzipien und das Verstehen dieser Prinzipien mit (vgl. Filipović 2016, 44; Knoepffler 2010, 53–57). Dieses Verfahren wird auch Kohärentismus genannt (vgl. Filipović 2016, 46).³

In diesem Zusammenhang ist der Empiriebedarf der Medienethik zu klären. Dies findet sich v. a. bei Rath (vgl. 2000; 2010; 2013; 2014). Rath geht davon aus, dass Ethik als praktische Philosophie auf Empirie i. S. von empirisch erfahrbarer Realität menschlicher Praxis hin angelegt ist (vgl. 2014, 40). Für die Medienethik folgt daraus eine Verwiesenheit auf die Medien- und Kommunikationswissenschaft (vgl. 2013, 293). Rath geht deshalb von einem Wechselverhältnis zwischen (empirischer) Kommunikations- und Medienwissenschaft und normativer Medienethik aus (vgl. 2013, 297).⁴

1.2 Paradigmatische Positionen der Medienethik

Im Bereich der Medienethik besteht ein Theoriepluralismus. Die Pluralität von Begründungswegen ist unhintergebar (vgl. Debatin/Funiok 2003, 13). Eine überzeugende Medienethik wird deshalb aus einer systematischen Kombination von ethischen Ansätzen bestehen (vgl. Filipović 2016, 46). Wir können hier nur auf einige ausgewählte Positionen hinweisen.⁵

3 Vgl. zum komplexen Verhältnis von Grundlagenebene und Anwendungsebene die Unterscheidung von Praxishormen und Idealnormen Schicha (1998), Stapf (2006, 19–89), Brosda/Schicha (2010, 11 f.). Idealnormen (regulative Ideen) bleiben durchgehend als Zielperspektive gültig, während für die konkreten Imperative auf die speziellen Handlungsmöglichkeiten Rücksicht genommen wird und auf diese Weise spezielle Praxishormen entwickelt werden.

4 Vgl. zum Modell von angewandter Ethik ausgehend von Raths Konzeption Köberer (2015).

5 Schicha/Brosda (vgl. 2010, 13–15) und die entsprechenden Beiträge (vgl. 2010, 21–146) behandeln verschiedene Positionen. Stärker unter formalen Gesichtspunkten systematisieren Debatin und Funiok (vgl. 2003, 11–13). Eine detaillierte Darstellung und Kritik verschiedener Ansätze und Theorien findet sich bei Pohla (vgl. 2006, 186–281) und bei Stapf (vgl. 2006, 119–146). Knappe Skizzen und Systematisierungen verschiedener medienethischer Positionen liegen bei Greis (vgl. 2003a, 70–73; 2003b, 314–332) und Paganini (vgl. 2012, 145–149) vor.

Die einflussreichste Position der allgemeinen Ethik, die im Rahmen der Medienethik rezipiert wird, dürfte die Diskursethik sein. Da sie sich als eine Ethik der Kommunikation versteht, ist sie dafür besonders geeignet. Hinzu kommt ihre Flexibilität angesichts ihrer Zurückhaltung in Bezug auf materiale Normen.

Von daher erweisen sich die Möglichkeiten der Diskursethik, als Referenztheorie für medienethische Überlegungen zu dienen, als äußerst vielfältig (vgl. Lesch 1996; Arens 1996; Loretan 1999; ders. 2002; Krainer 2001; dies. 2002). Unterschiede ergeben sich in der Frage, ob sich der Rückgriff auf die Diskursethik auf rein prozedurale Prinzipien beschränkt (vgl. Krainer 2002) oder ob versucht wird, mit inhaltlichen Aussagen über die rein prozeduralen Vorgaben der Diskursethik hinauszugehen. So leitet Arens (vgl. 1996) aus den für die Diskursethik grundlegenden Geltungsansprüchen in der Kommunikation Prinzipien für die Medienethik ab.⁶

Eine in sich schlüssige medienethische Position, die vor allem den Journalismus im Blick hat, entwirft Debatin (vgl. 1999a). Sein Konzept unterläuft die lange die Diskussion prägende Polarität von Individualethik und Systemrationalität.⁷ Die Verlagerung der moralischen Erwartungen auf die Systemrationalität der Medienunternehmen bringt die Gefahr einer Entlastungsstrategie für Journalistinnen und Journalisten hervor.

Angesichts der schwachen Position der ethischen Argumente als Steuerungsmechanismus und der drohenden Verantwortungsdiffusion durch das Auseinandertreten von Entscheidungs-, Handlungs- und Verantwortungssubjekt gilt es nach Debatin gerade, die Wirksamkeit von Moral

Funiok skizziert die Entwicklungen und Positionen der Medienethik seit 1970 (vgl. 2015, 20–34).

- 6 Daneben liegen Anwendungen der Diskursethik auf konkrete medienethische Fragestellungen vor. Schicha untersucht (vgl. 2003) mit diskursethischen Kategorien politische Fernsehshows. Barbara Thomaß (vgl. 1998) führt den Vergleich der journalismusethischen Diskussionen in Großbritannien, Frankreich und Deutschland diskursanalytisch durch. Bei Krainer (vgl. 2012) findet sich auch eine Diskussion partizipativer Konfliktregelungsverfahren aus diskurs- und prozesstheoretischer Perspektive. Vgl. weiterhin die Diskurs- und Prozessethik bei Stapf (vgl. 2006, 210–221).
- 7 Diese Polarität liegt auch der Leitdifferenz zwischen einem normativ-ontologischen Ansatz und einem empirisch-analytischen Ansatz zugrunde (vgl. Weischenberg 1998, 198–209). Kasuistische Argumentationsformen (*case-based reasoning*), bei denen durch einen Vergleich mit einem typisierten Einzelfall eine Einschätzung vorgenommen wird, findet sich in der deutschsprachigen Literatur kaum (vgl. Filipović 2016, 47).

und Ethik zu stärken. Er spricht der Medienethik eine Steuerungs- und Reflexionsfunktion zu. Konkret schlägt Debatin ein korporatives Modell vor, um die Verantwortungsdiffusion zu vermeiden.

Eines der elaboriertesten Konzepte einer Medienethik findet sich bei Hausmanninger. Dreh- und Angelpunkt seiner Theorie ist das Personsein des Menschen und von daher der Anspruch des Menschen auf Selbstrealisation. Darauf laufen die Überlegungen zur christlichen Sozialethik (vgl. Hausmanninger 1993) und später die postsubstantzialistischen Überlegungen zu Vernunft und menschlicher Freiheit hinaus (vgl. Hausmanninger 2002b, 284). Ausgehend von diesem Personbegriff (vgl. Hausmanninger 2002a, 289 f.; ders. 2002b, 286 f.), der mit der theologisch-anthropologischen Bestimmung des Menschen verbunden wird, gewinnt Hausmanninger ein formales Moralprinzip (vgl. 2002a, 288), das ihm zunächst ermöglicht, medienethische Grundnormen (i. S. von Zielvorgaben und Maximen) zu entwickeln (vgl. 2002a, 296–314; 2002b, 287–294), auf deren Basis dann konkrete moralische Aussagen formuliert werden können.⁸

Nach wie vor hilfreich für einen Überblick über die medienethischen Fragen in konkreten Problemfeldern erweist sich das „Arbeitsbuch“ von Greis, Hunold und Koziol (vgl. Greis u. a. 2003). Gedacht als Möglichkeit, Medienethik in journalistischen, medienwissenschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Ausbildungsgängen zu verankern, werden in einem Grundkapitel die immanenten Strukturen medialer Kommunikation aufgewiesen (vgl. Greis 2003c, 3–18) sowie Öffentlichkeit als hermeneutisches Prinzip medienethischer Reflexion entwickelt (vgl. Koziol 2003, 19–36). In den unterschiedlichen medienethischen Problemfeldern (Fernsehen, Zeitung, Internet etc.) erfolgt dann eine strukturelle Betrachtung unter den Gesichtspunkten ihrer Produktion, Distribution und Rezeption sowie der Einflussgrößen Politik und Markt.⁹

Durch die Zulassung kommerzieller Rundfunkanbieter in den 1980er-Jahren gerät das Individuum im Rahmen der Publikums- und der Nutzer*innenethik in den Blick (vgl. Funiok 1996; Wunden 1996; Funiok 1999; Jansen 2003; Funiok 2010). So entwickelt bspw. Jansen eine Ethik

8 Bei Pohla findet sich eine ausführliche Diskussion der Theorie von Hausmanninger (vgl. 2006, 283–313).

9 Weitere in sich konsistent ausgearbeitete Positionen der Medienethik finden sich bei Filipović (vgl. 2007; 2016) und Rath (vgl. 1988; 2013).

der Medienrezeption als Tugendethik und betont dabei die aktive Rolle der Rezipient*innen (vgl. 2003, 311–315).

Insgesamt brachte die Einführung des dualen Rundfunks einen gesteigerten Ethikbedarf mit sich und führte zu einer strukturierten wissenschaftlichen Bearbeitung konkreter medienethischer Fragestellungen.¹⁰

Wird im Rahmen der Medienethik als angewandte Ethik auf die Metaethik als Referenztheorie zurückgegriffen, entstehen Positionen, die auf die normative Perspektive verzichten (vgl. Leschke 2001). Leschke beschränkt sich darauf, Zustandekommen, Funktion und Begründung normativer Muster in medialen Zusammenhängen zu analysieren. Medienethik in seinem Sinne reduziert sich auf diese analytische Leistung. Es geht demnach mehr um Moralempirie als um Ethik.

1.3 Positionen der theologischen Medienethik

In der Phase des Aufschwungs medienethischer Theoriebildung in den 1980er-Jahren war vor allem die katholische Theologie an der wissenschaftlichen Diskussion beteiligt. Die Grundlage wurde von Alfons Auer gelegt. Auer (vgl. 1980; 1993) hat den Ansatz der „Autonomen Moral im christlichen Kontext“ unter anderem für die Medienethik konkretisiert. Die theologische Ethik ist darauf angewiesen, die Sachgesetzlichkeiten der jeweiligen Teilbereiche zu erheben und hat in der Normbegründung vom christlichen Glauben unabhängig zu argumentieren.

Auf diese Weise entsteht in der Medienethik eine immanente Ethik der Sachgesetzlichkeiten mit dem Sinnziel sozialer Kommunikation. Diese übergeordnete Aufgabe sozialer Kommunikation konkretisiert Auer als Ermöglichung von öffentlichen Diskursen durch Bereitstellung von Themen. Als inhaltliche Vorgabe für die mediale Berichterstattung ergeben sich dann, die Ganzheitlichkeit und den Selbstzweckcharakter des Menschen zu bejahen und die Ausbildung solcher Werte zu fördern, die die Solidarität der Menschen untereinander stärken, die für den Fortbestand freiheitlich-demokratischer Gesellschaften notwendig sind.

10 Zu den Themen, die dann auch in der folgenden Zeit präsent blieben, gehören Unterhaltung (vgl. Hausmanninger 1994) und Computerspiele. Intensiviert wurden auch Themen wie mediale Gewaltdarstellungen oder die Bedeutung strategischer Kommunikation wie *Public relations* (vgl. Avenarius/Bentele 2009; Rademacher 2003; ders. 2010).

Dieser Ansatz wird von mehreren Theologinnen und Theologen weiterverfolgt (vgl. Hunold 1994a; 1994b; 1994c; Kos 1997; Mieth 1999a; ders. 1999b; Rolfes 2002; Derenthal 2006).¹¹ Hunold entwickelt diesen Ansatz zu einer Ethik der Information weiter (vgl. 1994a; 1994b; 1994c). Er geht dabei vom Begriff „Öffentlichkeit“ als dem unhinterfragbaren medialen Referenzrahmen informierter Kommunikation aus und nimmt sie von daher als eine politisch-demokratische Kategorie in den Blick. Daraus lässt sich die Forums- und Integrationsfunktion der Medien schließen (vgl. Hunold 1984; 1986). Der Anspruch einer Unverfügbarkeit der Person äußert sich dann in der Sorge um die Wahrhaftigkeit der sachlichen Information. Insgesamt zeigt sich hier wie auch in anderen Positionen theologischer Medienethik, dass meist eine Offenheit für eine inhaltliche Steuerung der Medien und für die Übertragung konkreter Aufgaben an den Journalismus besteht.

Greis (vgl. 2001) bezieht theologische Überlegungen auf eine überaus originelle Weise mit ein. Virtualität als eines der Grundcharakteristika des Internet findet er auch in der Theologie. Angesichts der Verheißung kommenden Heils ist nach Greis Virtualität auch ein Grundmoment christlichen Glaubens und theologischer Rede (vgl. 2001, 207). Die Verkündigung der Heilsbotschaft interpretiert er als Ineinander von Realität und Virtualität und arbeitet dies vor allem am Reich-Gottes-Begriff heraus (vgl. ebd., 209).¹²

Für die Diskussion über die Medienethik sind einige kirchliche Dokumente einschlägig. Nach wie vor von maßgeblicher Bedeutung ist die Pastoralinstruktion *Communio et progressio* (CeP, 1971). Ausgehend vom Forumsmodell der Öffentlichkeit wird den Medien die Aufgabe zugesprochen, das Gespräch unter den Zeitgenoss*innen zu moderieren und auf diese Weise Mittel zur Förderung des Zusammenlebens der Menschen zu sein (CeP 161). Theologisch wird die mediale Kommunikation

11 Im Bereich der evangelischen Theologie finden sich immer wieder Einzelpublikationen zu den Fragen der Medienethik (vgl. König 2006; Zeilinger 2010; Haberer/Rosenstock 2010), die jedoch z. T. unmittelbarer theologische Aussagen auf medienethische Probleme anwenden.

12 Eine weitere Möglichkeit, in Bezug auf charakteristische Eigenschaften der Netzkommunikation spezifisch theologische Elemente zu beziehen, findet sich bei Zeilinger (vgl. 2012, 299–309). Angesichts der enormen Bildanteile an der Netzkommunikation sieht Zeilinger die Möglichkeit, Beiträge zur ethischen Bildung im Netz ergänzend zu den diskursiv-analytischen Beiträgen auf dem Weg der Anschauung zu vermitteln (vgl. 2012, 300).

von dem Gedanken her gedeutet, dass die Kommunikation in der trinitarischen Gemeinschaft (CeP 8) wurzelt und ihren Ausdruck in der Kommunikation Gottes mit den Menschen und von daher in Jesus Christus (CeP 11) findet.

Auch *Aetatis novae* (AN, 1992) geht von einer Übereinstimmung der Sachgesetzmäßigkeiten und spezifisch theologischen Inhalten aus. AN betont dabei, dass jede menschliche Kommunikation in der Selbstmitteilung Gottes in Jesus Christus wurzelt (vgl. AN 6). Daraus bezieht die Kommunikation ihre Würde und die theologische Charakteristik. Die Kirche muss auch in diesem Bereich die Option für die Armen und Schwachen verfolgen und darauf drängen, dass in den Medien auch diejenigen zu Wort kommen, die sonst keine Stimme haben und kein Gehör finden (vgl. AN 4).

Erwähnenswert ist auch die gemeinsame Erklärung „Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“ (1997). Ausgehend von demokratischen Werten und Zielen und mit Berufung auf das christliche Menschenbild werden Handlungsempfehlungen und ethische Orientierungspunkte formuliert, „die sich an der Frage nach der Bewahrung der Würde des Menschen im Prozess der medialen Kommunikation ausrichten“ (DBK/EKD 1997, 60). Die Medien als Instrumente der sozialen Kommunikation müssen der Zielvorgabe, die Verbundenheit unter den Menschen und damit Gemeinschaft zu fördern, gerecht werden.

2 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Nachrichtenjournalismus

Die historischen Hintergründe und die Grundentscheidungen des BVerfG zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind bekannt und vielfach beschrieben (vgl. Lucht 2006; ders. 2009; Beck 2012; Karidi 2018). Von zentraler Bedeutung ist dabei, dass das BVerfG dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen Grundversorgungsauftrag zuspricht. Dieser Auftrag besteht darin, die Meinungsvielfalt unverkürzt darzustellen und ein inhaltlich umfassendes Programm (Binnenpluralität) anzubieten (vgl. Lucht 2009, 26). Die Wahrnehmung dieser Aufgabe hat eine essentielle Funktion für die demokratische Ordnung und das kulturelle Leben, denn die über die Medien vermittelte Öffentlichkeit ist schlechthin konstitutiv für eine freiheitliche Demokratie (vgl. Koziol 2003, 26). Dabei sind sie nach der Bestimmung des BVerfG Medium und Faktor des politischen

Willensbildungsprozesses einer Demokratie. Sie tragen elementar zur individuellen und öffentlichen Meinungsbildung bei (vgl. ebd.).

Diese vom BVerfG formulierte normative Grundlage, sowie die eher pragmatische Begründung für die notwendige Sonderstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Frequenzknappheit, massive Einflussmöglichkeiten) werden von der Medienethik weitgehend übernommen und nicht eigens medienethisch fundiert. Oft wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur zur Abgrenzung der institutionellen Form zu den privaten Rundfunkanstalten genannt, um dann konkrete Fragen in Bezug auf den privaten Rundfunk zu diskutieren. Meist wird die spezielle Problematik einfach ignoriert, wenn dann der öffentlich-rechtliche Rundfunk und die privaten Rundfunksender unter synonym verwendeten Begriffen wie Unternehmen, Organisationen etc. subsumiert werden (vgl. Derenthal 2006, 177).

Eine intensive Diskussion des öffentlichen Rundfunks findet sich vor allem Mitte der 1980er- und Anfang der 1990er-Jahre als die Einführung des dualen Rundfunks eine Klärung notwendig machte, und um 2009, als durch die zunehmende Bedeutung der internetbasierten Kommunikation eine Neubestimmung des Verhältnisses von öffentlich-rechtlichem Rundfunk und privaten Sendern erforderlich wurde.

In Reaktion auf die Einführung des dualen Rundfunks macht sich beispielsweise Martin Stock (vgl. 1998/2005) für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk stark. Er weist auf die bewusste Zweigleisigkeit des Medienrechts hin, Pressefreiheit nach dem Marktmodell und Rundfunkfreiheit nach dem Integrationsmodell zu verstehen. Würde der Rundfunk ausschließlich nach dem Marktmodell und damit nach dem außenpluralistischen Wettbewerbsmodell organisiert, bestünde die Gefahr, dass anspruchsvolle Gesichtspunkte, wie innere Offenheit, Diskursivität, Vielfalt etc. vernachlässigt würden (vgl. ebd., 23).

Funiok teilt diese Einschätzung angesichts des Grundauftrages der Medien, Öffentlichkeit herzustellen (vgl. 2007, 13). Diese politische Funktion der Medien entspricht dem klassisch-liberalen Verständnis von Öffentlichkeit. Nach Funiok (vgl. ebd., 93) kann die Medienethik auf diesen normativen Öffentlichkeitsbegriff nicht verzichten. In diesem Sinne lassen sich Regulierung und Steuerung angesichts der strukturellen Defizite des Medienmarktes begründen (vgl. ebd., 90). Wegen der politischen Funktion der Medien handelt es sich bei Medienangeboten um „meritorische Güter“. Sie haben sowohl einen privatisierbaren Nutzen als auch einen öffentlichen Nutzen, d. h. einen Nutzen für die

Allgemeinheit (vgl. ebd., 105; Prinzing 2016, 107). Deshalb müsse das Gemeinwesen eine Grundversorgung mit Information allen zur Verfügung stellen, um die Teilhabe am Leben der Demokratie zu ermöglichen (vgl. Funiok 2007, 106).

Auch Thomaß (vgl. 2007) spricht sich klar für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk aus.¹³ Sie macht sich den für den internationalen Vergleich passenderen Begriff „Public Service Broadcasting“ zu Eigen und ersetzt ihn gelegentlich mit „öffentlicher Rundfunk“. Sie nennt als charakteristische Merkmale des öffentlichen Rundfunks die Sicherung von Privilegien (Finanzierung), Verpflichtungen (Grundversorgung) und die Absicherung durch Kontrollstrukturen (vgl. Thomaß 2007, 77 f.).

Faktisch dürften die Rundfunk- und Verwaltungsräte als Kontrollstrukturen derzeit die größte Schwachstelle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sein. Funiok sieht in dieser Hinsicht die Notwendigkeit, die Medienordnung fortzuschreiben (vgl. 2007, 103). Angesichts der tiefgreifenden Veränderungen im Verhältnis der Medien zu den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und der zunehmenden Ökonomisierung der Medienproduktion verschärft sich die Frage, wie die Regulierung gesellschaftlich rückgebunden werden kann. Die Kontrollkommissionen müssen in der Lage sein, für die Gesellschaft sprechen zu können.¹⁴ Aber angesichts der aktuellen Entwicklungen, durch die unsere Gesellschaft multikultureller, wertpluraler und fragmentierter wird, stellt sich die Frage, ob das alte binnenplurale Regulierungskonzept für den Rundfunk noch angemessen ist (vgl. ebd., 106). Offensichtlich bedarf es einer Fortschreibung, der vom BVerfG grundgelegten Medienordnung. Hier hat nach Funiok (vgl. ebd., 106) die Medienethik die Aufgabe, den dafür notwendigen Diskurs über gesellschaftliche Ziele

13 Allerdings begründet sie die eigenen Regelungen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zunächst auch mit den knappen Übertragungsfrequenzen und der Wirkmächtigkeit des Rundfunks im Unterschied zu Printprodukten (vgl. Thomaß 2007, 76). Demgegenüber lässt sich die eigene Regelung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch inhaltlich als Ausgleich für die Defizite des Marktmodells, das als Gegenmodell das Integrationsmodell notwendig macht, begründen.

14 Während sich für die Kontrollgremien der öffentlich-rechtlichen Anstalten die Frage stellt, ob das binnenplurale Regulierungskonzept noch angemessen ist, gilt für den privat organisierten Rundfunk, dass die internationalen Multimedia-Unternehmen inzwischen dominieren und sich an Marktanteilen und nicht an gesellschaftlichen Gruppierungen orientieren. Hier verliert die Gesellschaft an einem entscheidenden Punkt ihrer Belange an Einfluss.

und Leitideen, die über das rein Ökonomische hinausgehen, anzuregen und zu begleiten.

Auch in Bezug auf die europäische Medienpolitik stellen sich u. a. für Funiok (vgl. ebd., 109–110) und für Thomaß (vgl. 2007, 86–87) zu klärende Fragen. Gegen die verkürzende Sichtweise auf Medienprodukte als grenzüberschreitende Dienstleistungen und die restriktive Medienpolitik der europäischen Kommission, käme es darauf an, an der Schaffung einer europäischen Öffentlichkeit zu arbeiten, die eine wichtige Integrationsleistung erbringen könnte (vgl. Funiok 2007; Thomaß 2007, 86; 110; Ruiz-Soler 2017).¹⁵

Obleich bei der Umsetzung in den jeweiligen Ländern große Unterschiede bestehen können, findet sie bei allen die Begründung in dem Ideal einer politischen Öffentlichkeit (vgl. Thomaß 2007, 80; Gransow 2018, 17). Allerdings gerät der öffentliche Rundfunk durch die Konkurrenz zu kommerziellen Sendern in die Defensive. Hinzu kommt, dass sich die Konkurrenzbedingungen für den öffentlichen Rundfunk noch durch die veränderten Rezeptionsbedingungen (Fragmentierung der Zuschauer*innen) verschlechtert haben (vgl. Thomaß 2007, 82). Die Legitimationsgrundlage für die Privilegien des öffentlichen Rundfunks werden zunehmend in Frage gestellt (vgl. Thomaß 2007, 85f.).

In der Frage, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinem Grundauftrag gerade in der Konkurrenz zu den privaten Anbietern gerecht wird, gehen die Einschätzungen auseinander. Die Kritik an der faktischen Programmgestaltung ist z. T. massiv (vgl. Derenthal 2006, 57). Den öffentlich-rechtlichen Anstalten wird vorgeworfen, sich zu stark an die privaten Sender anzulehnen, um publikumsattraktive Programme zu entwickeln. Diese Konvergenzhypothese ist allerdings umstritten. Derenthal stimmt ihr teilweise zu (vgl. ebd., 60), Lucht sieht sie als widerlegt an (vgl. 2009, 29), während Wilke (vgl. 2009, 19) sich aufgeschlossener zeigt, aber auf widersprüchliche Studien und Untersuchungen hinweist. Lilienthal nennt problematische Programmentwicklungen Normabweichung vom Programmauftrag (vgl. 2009, 11).

Faktisch dürften die öffentlich-rechtlichen Sender aber tatsächlich zu wenig als publizistische Institutionen wahrgenommen werden, die am Demokratiebezug orientiert sind. Davon aber hänge das Überleben dieses

15 Darüber hinaus gehört in dieser Hinsicht auf internationaler und globaler Ebene nach wie vor das Bemühen um eine effektive und gerechte Weltinformationsordnung zu den Aufgaben einer Medienethik (vgl. Funiok 2007, 110).

Modells ab (vgl. Niggemeier 2009, 6). Von daher wird auch an den Aufsichtsgremien der öffentlich-rechtlichen Sender Kritik geübt, da sie eigentlich über diese Entwicklung wachen müssten (vgl. Derenthal 2006, 58).

An dieser Stelle lassen sich die medienethischen Überlegungen zum Nachrichtenjournalismus heranziehen. Wird in normativer Hinsicht nach Berufsethik im Sinne von Steuerung oder Orientierung gefragt, dann ist unabhängig von den professionsethischen Überlegungen im Detail auch hier das deliberative Konzept von Öffentlichkeit grundlegend. Speziell wenn es um die Frage nach der Qualität des Journalismus geht, spielt dieser Bezugspunkt eine wesentliche Rolle (vgl. Prinzing 2016, 107).¹⁶

Die Grundaufgabe und Qualitätsdimension des Informationsjournalismus besteht dann darin, Öffentlichkeit für Themen herzustellen, die eine Orientierung aller ermöglicht (vgl. Funiok 2007, 128).¹⁷ Diese Grundaufgabe mag Listen der entscheidenden Qualitätsmerkmale ermöglichen, die im Detail voneinander abweichen (vgl. Funiok 2007, 130–132; Prinzing 2016, 109). Sie beziehen sich allerdings alle darauf, dass es um einen Demokratieauftrag geht, den es zu erfüllen gilt (vgl. Prinzing 2016, 110).¹⁸ Eine der wichtigsten Instanzen der Selbstkontrolle ist in diesem Zusammenhang der Deutsche Presserat (vgl. Baum 2010).¹⁹

Dennoch ist auch viel Vertrauen in den Journalismus verloren gegangen. So kommt es immer wieder zu unfassbaren journalistischen Fehlleistungen und bewussten Täuschungen, wie jüngst bei Claas Relotius.

16 Stapf bezieht Medienethik maßgeblich auf die Frage nach der Medienqualität (vgl. 2006, 171–182).

17 Der erste Qualitätsmaßstab für das Mediensystem besteht dann in der Grundpflicht des*der Journalisten*Journalistin: das Veröffentlichende-Wollen. Da dies in vielen Fällen mit den allgemeinen moralischen Intuitionen kollidiert, geht Funiok (vgl. 2007, 129) (mit Pöttker) davon aus, dass es für Journalist*innen eine Sondermoral geben muss.

18 Dies deckt sich weitgehend mit den Überlegungen im theologischen Bereich. Ausgehend vom Begriff der „sozialen Kommunikation“ ergibt sich für die Kommunikatoren, dass sie – wie CeP es formuliert – ehrliche Makler zu sein haben, die das Gespräch am runden Tisch der Meinungsbildung in Gang halten. Hier greift Auer auf den Begriff „Verantwortete Vermittlung“ (1980) zurück.

19 Bei allen Schwächen des Deutschen Presserates und anderen Formen der Selbstkontrolle, den Gremien der öffentlich-rechtlichen Anbietern ist es nie gelungen vergleichbar transparent und zugänglich für die Gesellschaft zu sein. Die Vertretung der Gesellschaft in Form der Rundfunk- und Verwaltungsräte war letztlich eine Fiktion. Sie wurden nie wirklich als Vertretung der Gesellschaft in ihrer Breite wahrgenommen. Vgl. zur Diskussion über die Selbstkontrolle Stapf (2006; 2010), Baum u. a. (2005).

Dieser Vertrauensverlust wird unverantwortlicher Weise noch verstärkt durch strategisch eingesetzte diskriminierende Schlagwörter wie Fake-News oder Lügenpresse.²⁰ Es scheint einen Abwärtstrend zu geben, der durch zunehmende Kommerzialisierung, steigende Personalisierung, sinkende Sachkompetenz etc. gefördert wird (vgl. Prinzing 2016, 108). Aber auch das Versäumnis, das Publikum anhaltend weder ernst zu nehmen noch am Qualitätsdiskurs zu beteiligen, trägt zu dieser Situation bei (vgl. ebd.).²¹

Diese Probleme verschärfen sich noch unter den Bedingungen der Digitalisierung. Dazu gehört sicherlich auch, dass der Qualitätsjournalismus noch stärker unter Druck gerät.²²

3 Nachrichtenjournalismus und öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Zeiten der Digitalisierung

Digitale Kommunikationsmöglichkeiten und Automatisierungsprozesse schaffen für die klassischen Massenmedien völlig neue Bedingungen. In diesem Zusammenhang wurde die Diskussion über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zunächst konkret im Hinblick auf die Internetpräsenz geführt. Die Diskussion macht aber deutlich, dass die veränderte Situation auch eine Neubestimmung der Grundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erforderlich macht.

Die neuen Kommunikationsmöglichkeiten, die durch die Vernetzung mittels digitaler Technik möglich wurden, waren schon sehr früh Gegenstand medienethischer Untersuchungen (vgl. Debatin 1999b).

20 Vgl. zu Fake-News Jaster/Lanius (2019) und Sachs-Hombach/Zywietz (2018). Vgl. zu Reaktionen von Journalist*innen auf den Begriff „Lügenpresse“ Steinbrecher/Rager (2017).

21 Prinzing (vgl. 2016, 111) schlägt den Aufbau einer Qualitätskultur vor, durch die Qualität zielorientiert gemanagt, kommuniziert und diskutiert wird. Dies beinhaltet eine institutionalisierte Kooperation mit dem Publikum. Auf diese Weise könne Qualität wieder zum Rückgrat für Glaubwürdigkeit, Verantwortung und Werten im Journalismus werden.

22 Lucht (vgl. 2009, 32) folgert aus der Krise des Qualitätsjournalismus und der unüberschaubaren Flut von online-Angeboten, bei denen Herkunft, Authentizität und Professionalität unklar sind, die enorme Bedeutung der Möglichkeit, über die öffentlich-rechtlichen Angebote im Netz Medienprodukte zu haben, wo Herkunft, Authentizität, Verlässlichkeit und Professionalität gesichert sind.

Andreas Greis (vgl. 2001) nimmt nach grundlegenden Überlegungen zu Kommunikation und Identität das Internet als neuen Kommunikations- und Handlungsraum und als virtuellen Raum in den Blick, um die Effekte für ethische Fragestellungen auf die Identität als Strukturmoment authentischer und verantwortlicher Handlungssubjekte zu fokussieren. In dieser Anfangszeit sind auch die Bände von Capurro (vgl. 2003) bzw. von Capurro/Hausmanninger (vgl. 2002) anzusiedeln. Doch in dieser Zeit kamen die neuen Technologien und ihre Effekte hauptsächlich als Erweiterungen der klassischen Kommunikationsmöglichkeiten in den Blick. Mittlerweile greifen massive disruptive Effekte.

Die Digitalisierung wird zu Recht eine „disruptive Technologie“ genannt. Es handelt sich nicht einfach um eine technische Innovation, die bestehende Technologien verbessert oder weiterentwickelt. Vielmehr werden dadurch bestehende Technologien und die daran geknüpfte Industrie stark beeinträchtigt bzw. komplett verdrängt (vgl. Debatin 2015, 56).

3.1 Die technische Grundlage: Algorithmen und Web 2.0

Die beiden technischen Aspekte, die in diesem Zusammenhang immer wieder behandelt werden, sind einmal die algorithmischen Filter- und Personalisierungsprozesse sowie die technische Entwicklung, die hinter der Formel Web 2.0 steht.

Für die durch die Digitalisierung ausgelöste bzw. geförderte Fragmentarisierung der Publika sind u. a. Prozesse verantwortlich, die durch Algorithmen gesteuert werden (vgl. Filipović 2015; vgl. Heise 2016). Doch dabei handelt es sich nicht um einen neutralen technischen Prozess. Algorithmen transportieren immer soziale, kulturelle und politische Implikationen (vgl. Heise 2016, 202; Lischka/Stöcker 2017; Filipović 2013). Die dadurch möglichen Verzerrungen (*biasis*) können unbeabsichtigte Folgen haben, die bis zur systematischen Diskriminierung von Individuen oder Gruppen durch ein algorithmisches System führen (vgl. Heise 2016, 205). Die bekannteste Ausprägung solcher Filter- und Personalisierungsprozesse wurde unter dem Begriff „Filterblase“ diskutiert.²³

23 Der Begriff stammt von Pariser (vgl. 2011). Er befürchtet, dass die Ausrichtung der algorithmischen Prozesse an individuellen statt an gesellschaftlichen Relevanzstrukturen zu einem Verfall der Öffentlichkeit führen wird. Schon 2007 spricht Sunstein (vgl. 2007) von Echokammern. Er meint damit die Verhärtung der

Die Informationsgewinnung folgt damit bestimmten algorithmischen Regeln, wobei sich die angewendeten Kriterien, nach denen die Relevanz bemessen wird, nicht mit den Qualitätskriterien des Journalismus decken (vgl. Lischka/Stöcker 2017).²⁴

Eine weitere technische Entwicklung, die die disruptive Wirkung der Digitalisierung fördert, wird als Web 2.0 bezeichnet. Nach Münker (vgl. 2009, 14–19) steht die Formel Web 2.0 für die spezifische Eigenschaft der digitalen sozialen Medien: Sie entstehen erst im Gebrauch. Dafür ist entscheidend, dass das Web beschreibbar wird. Beschreibbarkeit meint, dass das Internet von einem Medium der Vernetzung von Informationen zu einem Medium spontaner Interaktion mit vernetzten Informationen wird (vgl. Münker 2009, 16 f.; 80).

Rath (vgl. 2014, 48) betont, dass für das Web 2.0 von daher nicht einfach Interaktivität maßgeblich ist, sondern vielmehr die Partizipationsmöglichkeiten. Web 2.0 meine das partizipative Netz. Die Nutzer*innen können sich mit selbst produzierten Inhalten beteiligen und ausdrücken (*User-created-content*). Diese Verschmelzung von Produktion und Konsum, diese Vermischung von Produktion und Nutzung wird durch verschiedene begriffliche Neuschöpfungen zum Ausdruck gebracht. Häufig wird in diesem Zusammenhang von der neuen Gestalt des „Prosumenten“ gesprochen als eine Zusammenführung der Begriffe Produzent und Konsument.²⁵

Dies revolutioniert die Informationsvermittlungs- und Kommunikationsstrukturen (vgl. Ahn 2007, 192). Die dadurch eröffnete dezentrale Organisationsform ermöglicht Veröffentlichungen ohne straffe Hierarchisierungs- und Redaktionsinstanzen. Durch den neuen Typ des Prosumenten ist eine Art Laienjournalismus allgegenwärtig (vgl. Altmeppen 2015, 28). Der Journalismus verfügt nicht mehr über ein Informationsmonopol.

Außergrenzen von gesellschaftlichen Splittergruppen und deren Sympathisanten gegenüber der Umwelt. Das ermögliche die Radikalisierung durch Propagandamaterial. Daneben ist auch der Begriff „Resonanzräume“ möglich (Russ-Mohl 2018, 102).

24 So plausibel die Filterblase als Folge der algorithmischen Prozesse klingt, empirische Belege liegen bislang kaum vor (vgl. Heise 2016, 206; Russ-Mohl 2018, 107 f.).

25 Daneben ist auch der Begriff *Prosumer* zu finden (vgl. Prinzing 2017a, 35). Gelegentlich wird dafür der Begriff *Producer* verwendet (vgl. Debatin 2017, 55). Rath spricht vom „Produzter“ (2014, 48; 53; 56 u. ö.).

3.2 Veränderungen der Kommunikationsverhältnisse durch die Digitalisierung

Die sich unmittelbar aus dieser technologischen Entwicklung ergebenden disruptiven Effekte bestehen nach Russ-Mohl (vgl. 2018, 54–59) zunächst in der Verschlechterung der ökonomischen Bedingungen, da das Anzeigengeschäft wegbricht, die Medienunternehmen aber auf ihren Kostenblöcken (Druckmaschinen, Sendetechnik etc.) sitzen bleiben. Sparzwänge führten und führen dazu, dass Recherchekapazitäten schrumpfen und die journalistische Arbeit durch immer mehr nicht angemessen ausgebildete Kräfte entstandardisiert wurde (vgl. Debatin 2015, 56–60; ders. 2017, 54 f.).

Eine weitere Veränderung besteht darin, dass die Plattformen (Facebook, Google, Twitter) als aktive Teilnehmer am Nachrichtensystem wahrgenommen werden (vgl. Altmeppen 2015, 23; Russ-Mohl 2018, 98). Im digitalen Mediensystem greifen Technologiekonzerne in das Geschäftsfeld der Medien ein und sind jetzt diejenigen, die Nachrichtenselektion, -präsentation und -distribution betreiben. Auf diese Weise übernehmen Akteure Medienfunktionen, die aber nicht als Medien mit dem ausdrücklichen gesellschaftlichen Funktionsauftrag ausgestattet sind und den entsprechenden Anforderungen nicht unterstehen. In der Nutzung werden ihnen journalistische und mediale Leistungen zuerkannt (vgl. Russ-Mohl 2018, 95).²⁶

Gleichzeitig zeigen sich hier die Grenzen der klassischen Medienpolitik, deren Rundfunkbegriff diese Phänomene nicht fassen kann. Deshalb wird jetzt in der rundfunkrechtlichen Debatte der Begriff „Intermediäre“ eingesetzt, um den Anspruch erheben zu können auch andere Formen der Medien- und Kommunikationstätigkeit regulieren zu können (vgl. Jarren 2018, 13 f.).

Der Begriff „Intermediäre“²⁷ soll die verschiedenen *Social Media*-Plattformen (Kommunikationsdienstleister, Verkaufsplattformen, Suchmaschinen etc.) umfassen. Charakteristisch für die Online-Öffentlichkeit ist, dass nicht die Veröffentlichung entscheidend ist, sondern die Verteilung von Aufmerksamkeit auf Veröffentlichtes (vgl. Lischka/Stöcker 2017, 7). Dies geschieht aber über Intermediäre. Meinungsbildungsprozesse

26 Nach Russ-Mohl (vgl. 2018, 96) begünstigt die Struktur und die ökonomische Funktionsweise der Plattformen die Verbreitung von Inhalten geringer Qualität.

27 Vgl. zum Begriff „Intermediäre“ Lischka/Stöcker (2017, 12–17).

sind ohne Intermediäre nicht mehr denkbar (vgl. Schmidt u. a. 2017, 98). Diese nutzen dafür Prozesse algorithmischer Entscheidungsfindung. „Die Mehrheit der in Deutschland für die Meinungsbildung besonders relevanten Intermediäre nutzt algorithmische Entscheidungsfindung zur personalisierten Auswahl und Strukturierung.“ (Lischka/Stöcker 2017, 18) Algorithmische Prozesse funktionieren dann als Relevanzdeuter (vgl. ebd., 25).

Selbst wenn dabei auf spezielle Nachrichtenmedien zugegriffen wird, ist diese Nutzung „lateral und fragmentiert“ (Debatin 2017, 59 f.), da das Nachrichtenmedium nicht direkt aufgerufen wird, sondern nur aus Links in den sozialen Medien. Journalistische Produkte werden von daher heute zunehmend nicht mehr im Kontext ihres Mediums rezipiert, sondern in fragmentierter und dekontextualisierter Form (vgl. ebd., 60). Dieses Nutzungsverhalten trägt zusätzlich zum Relevanzverlust seriöser Nachrichtenmedien bei (vgl. Russ-Mohl 2018, 95).

Es gibt allerdings auch seriöse Einsatzmöglichkeiten der Automatisierung für die Nachrichtenproduktion. Beim sog. algorithmischen Journalismus (*Robot-Journalismus*, *automated-Journalism*) geht es neben Datenauswertung auch um automatisierte Textproduktion. Hier liegen computergestützte Prozesse vor, die zur Recherche, Datenanalyse, Distribution, aber auch zur Inhaltsproduktion eingesetzt werden (vgl. Dörr u. a. 2017, 123). Sie übernehmen journalistische Einzelleistungen im faktenbasierten Nachrichtenjournalismus auf der Grundlage verfügbarer Daten (vgl. ebd.).

3.3 Medienethische Herausforderungen und Lösungsvorschläge

Wenn die Journalist*innen auf diese Weise ihre klassische Funktion als Gatekeeper (Schleusenwärter) verlieren, dann verbreiten sich unter diesen Umständen Meldungen und Nachrichten nach ganz anderen Regeln und diese Produktion von Inhalten untersteht nicht den ethischen Kriterien des Berufsethos des klassischen Journalismus (Ausgewogenheit, Quellenvielfalt, Relevanz etc.). Das führt zum zunehmenden Verschwinden dessen, was als Medien mit gesellschaftlicher Funktion bislang erkennbar war (vgl. Altmeppen 2015, 29).

Damit entstehen aber auch für die Nutzer*innen neue Risiken. Die Glaubwürdigkeit von Quellen und Angeboten ist nicht mehr institutionell abgesichert (vgl. Rath 2014, 56). Die Nutzer*innen des Web 2.0

müssen sich jeweils selbst von der Authentizität der Informationen und Nachrichten überzeugen. Medienethik umfasst dann auch private non-professionelle Formen von Öffentlichkeit und ist nicht mehr beschränkt auf massenmediale Angebote (vgl. ebd.).

Dahinter steht die grundsätzliche medienethische Herausforderung, die durch die Intermediäre geschaffen wird. Wenn aufgrund der Algorithmen Personen nur noch mit den eigenen Sichtweisen und Präferenzen konfrontiert werden, dann kann dies zu einer Gefahr für den Gemeinschaftsbezug und für die Bedeutung von Öffentlichkeit als Raum reflexiver Kooperation, Verständigung und Problemlösung werden (vgl. Heise 2016, 206). Auf diese Weise wird die nutzer*innenfreundliche Arbeits-erleichterung zu einem demokratietheoretischen Problem.

Die dadurch entstehenden Kommunikationsverhältnisse führen zu einer Fragmentarisierung der Öffentlichkeit, zu einer Vielzahl von Teilöffentlichkeiten. Öffentlichkeit ist dann nicht mehr nur der Raum diskursiver und deliberativer Praktiken, sondern Medien insgesamt haben sich zu Lebensräumen von Menschen entwickelt, die auch dort an Öffentlichkeit und Demokratie partizipieren (vgl. Krotz 2012, 62).²⁸

Angesichts der Rolle der Algorithmen für die Herstellung von Öffentlichkeit müssen Bedingungen geschaffen werden, die es erlauben, Intermediäre als publizistische Akteure zu behandeln (vgl. Schmidt 2016, 289). Hier hat der Staat nach Jarren (vgl. 2018, 25) eine Gestaltungspflicht, da es um die gesellschaftliche Information und Kommunikation geht. Deshalb stellen sich normativ grundlegende Regulierungsanforderungen, die allein nationalstaatlich nicht zu bewältigen sind (vgl. ebd., 26).

Während die Verantwortungsdimension den klassischen journalistischen Produkten als meritorischen Gütern inhärent ist, fehlen in digitalen Mediensystemen die Zurechnungskonstrukte bzw. sie scheitern an der Verweigerung der Konzerne (vgl. Altmeppen 2015, 26 f.). Die strukturellen Folgen bestehen darin, dass die neuen Akteure des Mediensystems zwar faktisch die Aufgabe der Meinungsführerschaft und der Agenda-Setter ausüben, aber gleichzeitig jede Verbindlichkeit gegenüber der

28 Demokratie und Öffentlichkeit können sich deshalb nicht mehr nur auf Offline-Lebensverhältnisse beziehen, sondern auch diese mediatisierten Lebensräume erschließen. Das ist für Krotz ein Argument für einen werbefreien, kindersicheren, datenschutzmäßig sicheren Internetteil, der „von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstaltern oder entsprechenden Einrichtungen betrieben werden sollte“ (2012, 62).

journalistischen Verantwortung fehle (vgl. ebd., 28).²⁹ Diese Deinstitutionalisierung der Nachrichtenproduktion ruft eine neue Verantwortungsdiffusion hervor. Sie macht die Zurechnung von journalistischer Verantwortung nahezu unmöglich (vgl. ebd., 24).

Zwischenzeitlich wurde in der medienethischen Diskussion die moralische Verantwortung des Individuums angesichts der Verantwortungsdiffusion in arbeitsteilig organisierten Unternehmen und der Organisationszwänge relativiert (vgl. die Diskussion um Individualethik und Systemrationalität). Das Individuum war nicht mehr unmittelbar verantwortlich. Heute zeigt sich, dass die Deinstitutionalisierung der Nachrichtenproduktion durch die Digitalisierung eine neue Verantwortungsdiffusion hervorruft, wenn das Geschehen der Medienöffentlichkeit direkt von Einzelpersonen bzw. Gruppen mitgestaltet wird. Diese Form der Verantwortungsdiffusion bedeutet allerdings wieder eine Stärkung der Individualethik.

In der Literatur wird der Frage nachgegangen, ob dieser Wandel im Journalismus eine notwendige Veränderung der Journalisumethik bedeutet. Nach Debatin (vgl. 2017, 55) folgt für die Journalisumethik daraus, dass zunächst grundlegende Normen und Werte journalistischer Arbeit (Verpflichtung auf Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Sorgfalt, Faktentreue etc.) weiterhin gültig bleiben. Die neuen Anforderungen aber machen im Sinne der Stärkung der Individualethik neue Formen ethischer Selbstkontrolle erforderlich (vgl. ebd., 56). Dies zieht die Notwendigkeit nach sich, individuelle journalistische Verantwortung stärker in der Ausbildung zu berücksichtigen (vgl. Haller 2017).

Aber auch die Arbeitsweise des Journalismus muss sich ändern. Paradigmatisch findet sich ein innovativer Journalismus, der entsprechend reagieren könnte, bei Prinzing skizziert (vgl. 2017b, 273–286). Dabei nennt sie u. a. die finanzielle Förderung des Journalismus als Kulturgut (vgl. ebd., 274) und die Idee eines gemeinnützigen Non-Profit-Journalismus (vgl. ebd., 280 f.). Zu diesen ethischen Gestaltungsanforderungen für einen aufklärenden, verantwortungs- und wertorientierten Informationsjournalismus gehört auch ein differenzierter Blick auf das Publikum. Die Interaktion mit dem Publikum wird nach Prinzing zu

29 Die tradierten Regeln der klassischen Massenmedien zivilisieren und pflegen die öffentliche Kommunikationskultur. Deshalb plädiert Jarren dafür, dass die bewährten publizistischen Regeln (Trennungsgebot etc.) auch für die Intermediäre gelten sollten (vgl. 2018, 24; 28 Anm. 15).

den Kernfunktionen im Journalismus gehören (vgl. ebd., 279). Auch in Bezug auf die Nutzer*innen als Prosument*innen stellt sich die Frage nach der entsprechenden individuellen Medienkompetenz.

Dabei spricht sich Prinzing (vgl. 2017a, 42 f.) gegen einseitige Reaktionen aus. Trotz vieler unsachlicher, zum Teil nicht hinnehmbarer Äußerungen in den sozialen Medien, in Kommentarspalten, in Chats usw. ergeben sich Chancen. Wenn aufgrund der strukturellen Gegebenheiten die Rezipient*innen nicht mehr als Gegenüber von professionellen Medienschaffenden auftreten, sondern als Bestandteil des Teilsystems Journalismus begegnen, dann lässt sich die neue Situation auch bewusst gestalten (vgl. ebd., 42 f.). User-Reaktionen greifen in die öffentliche Diskussion ein und sind von daher für Demokratie wesentlich und unverzichtbar.³⁰ Hier sind qualitätsfördernde Maßnahmen und Reaktionen konstruktiver als die undifferenzierte Ablehnung dieser Form der Beteiligung am gesellschaftlichen Diskurs (vgl. ebd., 40 f.).³¹

Die neuen Gegebenheiten machen für die Medienethik unentbehrlich, einen differenzierten Blick auf die untrennbare Beziehung zwischen Publikum und Journalismus zu werfen. Die digitale Mediengesellschaft macht eine systematische Gestaltung der Publikumsbeziehung notwendig (vgl. ebd., 45).³²

Daneben sind in der Literatur immer wieder die neuen Möglichkeiten absichtlicher Desinformation und Täuschung Thema. Bei den sog. Trollen handelt es sich um menschliche Akteure, die beauftragt sind, bestimmte Falschmeldungen zu verteilen. Über Blogs, Attacken auf

30 Untersuchungen zur Motivation der Nutzer*innen zur Teilhabe und Teilnahme zeigen gegenüber dem Vorurteil des schimpfenden und unzufriedenen Wutbürgers ein differenziertes Bild (vgl. Prinzing 2017a, 39 f.).

31 Prinzing nennt unterschiedliche qualitätsfördernde Einflussnahmen. Verschiedentlich wird auf das Beispiel „Correktiv“ hingewiesen (vgl. Prinzing 2017a, 42; Zintl 2017, 153). Hier werden konkret Bildungsprogramme im Sinne des aufklärenden Journalismus umgesetzt, um die Bürger*innen vor Ort in die Lage zu versetzen, qualifiziert am digitalen gesellschaftlichen Diskurs teilzunehmen. Auch der deutsche Presserat weist auf die Notwendigkeit hin, die Kommentarspalten zu moderieren, die eine Prüfung der Online-Kommentare vorsieht, aber auch eine systematische inhaltliche Moderation (vgl. Prinzing 2017a, 40).

32 Die Autorin schlägt dafür ein mehrstufiges Modell vor. Andere Möglichkeiten stammen aus Skandinavien. Hier erfolgt die Beteiligung von Leser-Reportern bei einigen Zeitungen (vgl. Tillmanns 2006, 5). Weber ist skeptisch, ob solche Kooperationen als Beteiligung der Zivilgesellschaft verstanden werden kann (vgl. 2012).

Webseiten des politischen Gegners, über Kommentare bei Facebook und Twitter, kann durch regelrechte Trollfabriken die politische Urteilsbildung massiv manipuliert werden. Dabei wird meist mit gefälschten Accounts gearbeitet.

Um gefälschte Profile geht es auch bei sog. Bots. Bot wird ein Computerprogramm genannt, das unabhängig von einem*iner menschlichen Benutzer*in wiederholende Aufgaben abarbeitet, z. B. für Werbezwecke. In digitalen sozialen Medien sind sie als Social-Bots eigenständig in den sozialen Netzwerken unterwegs und formulieren als Pseudoprofile Anfragen an menschliche Profile, um mit diesen kommunizieren zu können und dabei Themen setzen und Meinungen vorgeben zu können (vgl. Zintl 2017, 151). Solche Bots sind in ihrem Kommunikationsverhalten mittlerweile von echten Usern kaum noch zu unterscheiden, verhalten sich aber hochgradig manipulativ.³³

3.4 Medienethische Herausforderungen und Lösungswege für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Der öffentliche Rundfunk ist von dieser technischen Entwicklung in mehrfacher Hinsicht betroffen. Konkrete Probleme wirft die Online-Präsenz auf. Hier bricht wieder die Konkurrenz zu den privaten Anbietern auf, denen jetzt die Privilegien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesichts der Online-Präsenz ein Dorn im Auge sind.

Allerdings fehlt nach Niggemeier in dieser Debatte der Gedanke, dass unter diesen Bedingungen keine Institution so zuverlässig wie die öffentlich-rechtlichen Einrichtungen solche Formen des Journalismus ermöglichen können, die für die Demokratie elementar sind. Nach Niggemeier (vgl. 2009, 5) brauchen wir die öffentlich-rechtlichen Anstalten im Internet, um auch unter diesen Bedingungen eine Publizität zu garantieren, die nicht von reinem Quotendenken bestimmt ist. Nach Lilienthal (vgl. 2009, 8) sollte die Gebührenfinanzierung durch kluge Selbstbeschränkung der Rundfunkanstalten nicht zum Nachteil für die privatwirtschaftlichen Medien führen.

33 Wie groß jeweils die tatsächliche manipulative Wirkung ist, lässt sich allerdings kaum ermitteln. Grundsätzlich jedoch bedrohen diese technischen Möglichkeiten die freie Meinungsbildung und sind von daher eine Gefahr für die Demokratie (vgl. Lobe 2016).

Hinter dieser Auseinandersetzung um die Internetpräsenz steht allerdings die grundsätzliche Herausforderung, der sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk stellen muss. Die neuen Bedingungen zeigen die Grenzen der klassischen Rundfunkpolitik auf. Sie geht immer noch von Ordnungsvorstellungen aus, die sich auf Einzelmedien beziehen (vgl. Hachmeister u. a. 2009, 21). Das gilt auch noch für den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Demgegenüber war schon 2009 absehbar, dass der Rundfunk zunehmend zum Unterfall des Internets werde (vgl. Hachmeister u. a. 2009, 21). Die Vorstellung des Internets als reinen Distributionsweg und des Rundfunks als linearen Informations- und Kommunikationsdienstes übersehe die disruptiven Effekte, von denen bereits die Rede war (vgl. ebd.).³⁴

Die verfassungsrechtliche Dominante für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk war bislang in Bezug auf den Kernauftrag die „Grundversorgung“. Angesichts der entgrenzten audiovisuellen Anbieterstruktur muss neu bestimmt werden, was die traditionelle „Grundversorgung“ im publizistischen Leistungsspektrum bedeutet (vgl. Hachmeister u. a. 2018, 9).

Dann stellt sich die Frage, wie Funktionsaufträge aussehen können, die sich nicht mehr auf Programme und ihre Veranstalter beziehen, sondern auf einzelne Beiträge (Provider, Plattformen) (vgl. Donges 2016, 94). Donges geht dabei davon aus, dass es in der konvergen-ten Medienwelt, in der Medien, Rundfunk und Telekommunikation (Internetkommunikation) nicht mehr zu unterscheiden sind (hybrides Mediensystem), zu Wechselwirkungen kommt und die Funktionsaufträge, die an den Rundfunk adressiert sind, auf andere Medien ausstrahlen, indem sie Standards schaffen, die von den Medienanbietern und von den Nutzer*innen wahrgenommen und vorausgesetzt werden (vgl. ebd., 95).

34 Mittlerweile wirken sich die veränderten Nutzungsmuster der jüngeren Generation (*digital natives*) aus. So entstammen angesichts der Blogger- und Influencerszene die publizistisch relevanten und wirkungsvollen Inhalte des Internets nicht mehr ausschließlich den Angeboten der Presseverlage oder der öffentlich-rechtlichen Sender.

Das Video des Bloggers Rezo kurz vor der jüngsten Europawahl hat dies auch der etablierten Politik demonstriert und gleichzeitig die Ahnungs- und Planlosigkeit der Politik angesichts dieser Entwicklungen offenkundig gemacht. 2009 konnten Hachmeister u. a. noch davon reden, dass „Politiker in Deutschland [...] noch von Glück sagen [können], dass sich eine eigenständige ‚Blogosphäre‘ wie in den USA noch nicht herausgebildet hat“ (Hachmeister u. a. 2009, 25).

Deshalb sollten auch unter den neuen Bedingungen die normativen ethischen Anforderungen an den Rundfunk und die Ausgestaltung der an ihn adressierten Funktionsaufträge von der Gesellschaft insgesamt formuliert werden. Ein solches Vorgehen wird mit dem Public Value-Konzept verbunden.³⁵ Der Kerngedanke besteht in der Idee der Kooperation von Anbietenden und Nutzenden, wobei die Nutzer*innen nicht einfach als Konsument*innen, sondern auf Augenhöhe einbezogen werden und die öffentliche Einrichtung jeweils daraufhin befragt wird, „inwieweit die jeweiligen öffentlichen Zielsetzungen erreicht wurden“ (Hasebrink 2007, 39).

Die Umsetzung des Public Value-Konzepts durch die BBC umfasst von daher drei Aspekte: die Produktion von Angeboten, die sich an gesellschaftlichen Zielsetzungen orientieren (demokratische Meinungs- und Willensbildung, Ziele gesellschaftlicher Integration etc.); transparente Evaluation und konsequente Einbeziehung der Öffentlichkeit (vgl. ebd., 40).³⁶ In Deutschland wurde durch den genannten Drei-Stufen-Test das Public-Value-Konzept umgesetzt. Public Value wird mittels eines Verfahrens ermittelt und kann von daher als Ergebnis eines Verständigungsprozesses gesehen werden (vgl. ebd., 41 f.).

Über diese konkrete Umsetzung speziell in Bezug auf die Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter hinaus geht es in der aktuellen Literatur um das Potential des Public Value-Gedankens für eine grundsätzliche Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angesichts der neuen Herausforderungen (vgl. Karmasin u. a. 2011; Gransow 2018).

Das Public Value-Konzept kann der durch die medientechnische Konvergenz gestiegenen Bedeutung der Publikumperspektive gerecht werden. Dem Publikum kommt eine tragende Rolle im Produktionsprozess von Public Value im Internet zu (vgl. Serong 2012, 286). Es geht dabei um eine Orientierung an gesellschaftlichen Bedürfnissen.

35 Vgl. zur Herkunft des Begriffs aus der Wirtschaftswissenschaft und zur durch den Begriff erfolgenden Kombination der beiden Grundprinzipien Kooperation und Wettbewerb Hasebrink (2007, 39), Karmasin (2011), Wenzel (2012), Serong (2012, 289).

36 Vgl. grundsätzlich zur Umsetzung des Public-Value-Konzepts bei der BBC Hasebrink (2007, 39 f.), Collins (2009, 34–36), Neumüller (2011), Maggiore (2011), Gransow (2018).

Eine Steigerung der Medienqualität ist dann durch das Zusammenwirken von Publikum und Journalismus möglich. In Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bedeutet dies, dass nicht nur die öffentlich-rechtlichen Anbieter „Medium und Faktor“ im Herstellungs- und Verarbeitungsprozess von journalistischen Medienangeboten wären, sondern auch das Publikum (vgl. ebd., 293). Serong nennt als Form einer solchen Teilhabe am Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks den kollaborativen Journalismus (vgl. ebd., 294).³⁷ Ein solches Zusammenwirken ist sowohl im investigativen Journalismus als auch im Nachrichtenjournalismus möglich (vgl. ebd., 294).

Der Journalismus greift vor allem die Beteiligung der Nutzer*innen an der kollektiven Informationssuche auf. Journalistische Qualität bezieht sich dann vor allem auf die nachträgliche Selektion, Prüfung und Vernetzung des im Internet Publizierten. Der Journalismus moderiert den öffentlichen Kommunikationsprozess. Das Publikum ist dabei partizipativ und nicht rezeptiv (vgl. ebd., 293).

Im Rahmen solcher Kooperationsmodelle kann auch Wikileaks als legitimer Akteur der Zivilgesellschaft verstanden werden. Wikileaks ist selbst kein Journalismus, sondern Quelle für den Journalismus (vgl. Stalder 2011, 105).³⁸

Die Frage ist allerdings, ob sich durch dieses Verständnis von Public Value nicht doch wieder die Sonderstellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks infrage stellen lässt. Die Rückführung von Public Value auf solche Kooperationen zwischen Publikum und Journalismus (die im Falle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks eine Teilhabe am Funktionsauftrag bedeutet) eröffnet auch anderen Anbietern die Möglichkeit, Public Value hervorzubringen. Dann ist das Produkt Public Value nicht den öffentlich-rechtlichen Sendern vorbehalten und er wäre nicht der einzige Garant für die Qualität der Öffentlichkeit (vgl. Karmasin 2011, 24). Serong greift hier auf den nicht weiter problematisierten Begriff der Grundversorgung mit dem Kollektivgut „informierte Öffentlichkeit“ zurück, um dennoch eine tragende Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei der Herstellung von Public Value zu begründen (vgl. Serong 2012, 293).

37 Hier werden je nach Partizipationsgrad des Publikums unterschiedliche Begriffe verwendet (partizipativer Journalismus, Bürgerjournalismus etc.) (vgl. Serong 2012, 294).

38 Vgl. zur kontroversen Diskussion um Wikileaks Geisenberger (2011), Schicha (2012), Krotz (2012), Rath (2012), Thimm (2012).

Das grundsätzliche Potenzial des Public Value-Gedankens in Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk erschöpft sich nicht im Hinblick auf diese Kooperationsformen bei der Produktion der Angebote. Die Teilnahme des Publikums am Funktionsauftrag lässt sich auch auf die Infrastrukturen der Qualitätssicherung übertragen. Auch hier kann eine Anpassung an die veränderten Bedingungen der Netzöffentlichkeiten erfolgen.

Hier spielt das Konzept „media governance“ in der Literatur eine große Rolle (vgl. Donges 2007).³⁹ 2009 forderten Hachmeister u. a. angesichts der offensichtlich gewordenen Grenzen klassischer Rundfunkpolitik eine Anpassung in Bezug auf die traditionellen Kontrollgremien. Sie plädierten dafür, die medienpolitische Koordinierungsleistung von Bund, Ländern und Kommunen zu stärken und schlugen die „Etablierung eines bundesweit agierenden Single Regulator für publizistische Medien und Telekommunikation“ (Hachmeister u. a. 2009, 26) vor. Von einer strukturellen Beteiligung des Publikums war hier nicht die Rede.

Demgegenüber werden jetzt verstärkt Formen der zivilgesellschaftlichen Medienregulierung durch das *Social Web* diskutiert. Dazu gehört auch das Konzept der media governance. Bislang mangelt es sowohl im Medienjournalismus als auch bei der traditionellen Medienselbstregulierung an unmittelbaren Rezipient*innenbezügen. Die Möglichkeiten journalistischer Qualitätssicherung durch das Social Web wurden bislang nur vereinzelt und nicht systematisch genutzt (vgl. Eberwein u. a. 2012, 245).⁴⁰ Demgegenüber ist von media governance die Rede, wenn neben der staatlichen Medienpolitik ein Netzwerk miteinander verbundener staatlicher, politischer, medialer und gesellschaftlicher Akteure eingebunden ist (vgl. Donges 2016, 93).⁴¹

Dann muss es darum gehen, institutionelle Regelungsstrukturen zu entwickeln, die bspw. das Verhältnis von staatlich-hoheitlicher Regulierung und Selbstregulierung klären. Es geht nicht mehr um einen Steuerungsakteur und seine Möglichkeiten (vgl. ebd., 93). Vielmehr sollen gesellschaftliche Akteure und ihre Beziehungen untereinander für die Regulierung öffentlicher Interessen sorgen (vgl. ebd., 93).

39 Jarren setzt den Begriff der „Kommunikationspolitik“ mit dem Konzept *media governance* weitgehend gleich (vgl. 2018, 27).

40 Eberwein u. a. greifen in ihrem Anliegen, über die klassische Medienregulierung hinaus zu gehen, auf das Konzept der media accountability zurück (vgl. 2012). Auch Russ-Mohl arbeitet mit diesem Begriff (vgl. 2015).

41 Donges bezieht sich auf Renate Mayntz (vgl. Donges 2016, 93).

Aus medienethischer und demokratietheoretischer Perspektive bedeutet eine solche Beteiligung der Zivilgesellschaft an der media governance eine Stärkung der demokratischen Verantwortung öffentlich-rechtlicher Medien (vgl. Herzog/Zetti 2017, 267). Gleichzeitig kann eine solche demokratische und partizipative media governance nicht nur die Kontrollfunktion unter Beteiligung des Publikums organisieren, sondern auch Journalismus jenseits von Staat und kapitalistischem Markt ermöglichen und im Sinne einer progressiven Medien- und Journalismusförderung tätig sein (vgl. Meier/Zwicky 2012, 282).

4 Desiderata

Die Diskussion über die Internetpräsenz der öffentlich-rechtlichen Anbieter und die dahinter stehende grundsätzliche Frage, ob der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Kulturgut oder als Dienstleistung (Wirtschaftsgut) zu sehen ist, zeigt, dass Begründung und Rechtfertigung des Bestandes des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach wie vor nicht hinreichend theoretisch fundiert sind.

Hier stellt sich die Aufgabe, für das öffentlich-rechtliche System (über den Rundfunk hinaus) auch eine medienethische Begründung zu entwickeln. Grundsätzlich ist eine Begründung notwendig, die über die bisherige Herleitung mit den Argumenten der Frequenzknappheit und der nötigen Binnenvielfalt angesichts der besonderen Einflussmöglichkeiten audiovisueller Technik hinausgeht und die in den ethischen Impulsen angesprochene Gesamtleistung für die Gesellschaft und die Demokratie stärker herausstellt (vgl. Hachmeister u. a. 2009, 26).

Über die entscheidende ethische Begrifflichkeit hinaus, bildet sich die Struktur der angewandten Ethik in der Grundkonstellation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks analog ab, da die durch das BVerfG formulierten Funktionsaufträge des Rundfunks ethische Leitwerte (Mitwirkung an Meinungsbildung, etc.) eher allgemein formulieren und der öffentlich-rechtliche Rundfunk diese allgemeinen Werte konkret ausgestaltet.

Trotz dieser möglichen Anknüpfungspunkte steht eine systematische und medienethische Bestimmung der Grundlagen und der Wertebasis (über die Formulierungen des BVerfG hinaus) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks noch aus.

Auf solche in sich konsistenten und fundierten Konzeptionen, die konkrete medienethische Aussagen zu verschiedenen Themen mit einem

reflektierten Verständnis von Medienethik als angewandter Ethik verbinden, haben wir hingewiesen (vgl. Kap. 1). Für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist eine solche fundierte medienethische Konzeption ein Forschungsdesiderat. Hier müsste es v. a. um die Frage gehen, wie das Integrationsmodell der öffentlich-rechtlichen Anbieter und demgegenüber die Untauglichkeit einer ausschließlichen Orientierung am Marktmodell auch medienethisch fundiert begründet werden kann.

Weitere Forschungsfragen werfen die Digitalisierung und die dadurch veränderten Kommunikationsverhältnisse auf. Die eine, von allen geteilte Öffentlichkeit als Arena des politischen Diskurses und als Gegengewicht zum Staat verliert massiv an Bedeutung. Der dadurch vollzogene Strukturwandel der Öffentlichkeit erschüttert das Mediensystem und hat Konsequenzen für die genannten ethischen Aspekte.

Auf die Notwendigkeit, angesichts des dadurch ermöglichten Einflusses der Intermediäre jenseits des klassischen Rundfunkbegriffs die publizistische Verantwortung der entsprechenden Internetunternehmen bestimmbar und regulierbar zu machen, haben wir hingewiesen.

Von diesem Strukturwandel sind zunächst ganz allgemein die medialen Möglichkeiten betroffen, zur politischen Teilhabe und Meinungsbildung beizutragen. Angesichts der Probleme, die sich hier ergeben, ist aus medienethischer Perspektive von zentraler Bedeutung, normative Leitlinien und Kriterien zu entwickeln, die ethische Standards festlegen, und die die Möglichkeiten von Medienselbstkontrollinstanzen ausloten und Qualitätsaspekte formulieren (vgl. Filipović u. a. 2012, 10). Ob dies allein auf der Grundlage des privat-kommerziellen Marktmodells gelingen kann, erscheint fraglich. Hier bleiben wohl öffentlich-rechtliche Anbieter mit ihren Möglichkeiten, Standards zu setzen und als Orientierung dienen zu können, unersetzbar.

Doch sind die öffentlich-rechtlichen Anbieter von den disruptiven Effekten der Digitalisierung auch unmittelbar betroffen und sind gezwungen, sich unter diesen Bedingungen zu positionieren. Wie unter diesen Bedingungen die Funktionsaufträge und ihre ethischen Implikationen sowie die Berücksichtigung der Gesellschaft in der Verwaltung und der Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Anbieter aussehen sollen, scheint noch weitgehend offen.

Hier muss das binnenplurale Regulierungskonzept als Fortschreibung der Medienordnung weiterentwickelt werden.

Im Hinblick auf die neuen Kommunikationsverhältnisse aber ist die Berücksichtigung der Gesellschaft bei dieser Neubestimmung unumgänglich

im Unterschied zu den traditionellen Gremien als fortlaufende Einbindung des Publikums und der einzelnen Nutzer*innen umzusetzen. Dabei sind die möglichen Kooperationsmodelle auch als weitere Chance der öffentlich-rechtlichen Anbieter zu verstehen, ihre demokratische Funktion wahrzunehmen.

Doch auch für diese Kooperationsmodelle liegen bislang nur erste Ansätze vor. Am weitesten scheint das Public Value-Konzept entwickelt zu sein. Es ist offen für Prozeduralisierungen und damit für verschiedene Formen der Kooperation von Anbieterseite und Publikum. Allerdings gibt es bislang nur vereinzelt Ansätze, den Public Value-Begriff in bestehende Journalismus- und Öffentlichkeitstheorien der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft einzuordnen. Eine Einschätzung auf der Grundlage der angewandten Ethik fehlt zudem. Hinzukommt, dass alle in diesem Zusammenhang derzeit diskutierten Begriffe, die gerade in Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk interessant sind (Public Value, *media government*, *media accountability* etc.) noch nicht trennscharf und präzise bestimmt sind. Hier sind noch weitere Untersuchungen notwendig, die auch das Verhältnis dieser Begriffe zueinander klären. Derzeit wird Public Value zunehmend zum „Schlüsselbegriff“ (Gransow 2018, 26) für die Frage, was einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk wertvoll macht für die Gesellschaft. Hier ist die Medienethik gefragt, die gesellschaftlich relevanten Werte mit zu entwickeln.

Noch völlig am Anfang steht die wissenschaftliche Beschäftigung mit der Frage, welche Konsequenzen für die Wertorientierung öffentlicher Kommunikation entstehen, wenn an der Öffentlichkeit nicht mehr nur der Mensch beteiligt ist, sondern mittlerweile auch Algorithmen und sog. künstliche Intelligenzen (vgl. Bieber 2016, 70).

Schließlich ergibt sich für die theologische Medienethik die Aufgabe, die spezifisch theologischen Implikationen für den Person- und Kommunikationsbegriff im Hinblick auf die neuen digitalen Kommunikationsverhältnisse weiterzuentwickeln. In Bezug auf die klassischen Medien konnten damit das Konzept der sozialen Kommunikation entwickelt werden und von daher die normativen Forderungen nach einer Forums- und Integrationsfunktion der Medien, die sich an der Würde des Menschen orientieren sollen, begründet werden. Hier liegt ein großes Potential angesichts der zunehmenden Dominanz und Eigendynamik der digitalen technischen Gegebenheiten, die dem Menschen dienende Funktion auch der digitalen Techniken einzuklagen.

Literatur

- Ahn, Gregor** (2007): Kommunikation von Religion im Internet. In: Malik, Jamal; Rüpke, Jörg; Wobbe, Theresa (Hg.): Religion und Medien. Vom Kultbild zum Internetritual. Münster: Aschendorff, 191–247.
- Altmeppen, Klaus-Dieter** (2015): Automaten kennen keine Moral. Metamorphosen des Journalismus und die Folgen für die Verantwortung. In: *Communicatio Socialis* 48(1), 16–33.
- Arens, Edmund** (1996): Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik. In: Funiok, Rüdiger (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK, 73–96.
- Auer, Alfons** (1980): Verantwortete Vermittlung. Bausteine einer medialen Ethik. In: Ethik und Kommunikation. Vom Ethos des Journalisten. Hohenheimer Medientage 25. bis 27. Juni 1980. Herausgegeben von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und der Katholischen Akademie Stuttgart, 64–86.
- Auer, Alfons** (1993): Anthropologische Grundlegung einer Medienethik. In: Hertz, Anselm, u. a. (Hg.): Handbuch der christlichen Ethik, Bd 3. Freiburg i. Br.: Herder, 535–546.
- Avenarius, Horst; Bentele, Günter** (Hg.) (2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations. Wiesbaden: Springer.
- Baum, Achim** (2010): Art. Deutscher Presserat. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Springer VS, 186–216.
- Baum, Achim; Langenbacher, Wolfgang R.; Pöttker, Horst; Schicha, Christian** (Hg.) (2005): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden: Springer VS.
- Beck, Klaus** (2012): Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bieber, Christoph** (2016): Art. Öffentlichkeit. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J. B. Metzler, 67–73.
- Brosda, Carsten; Schicha, Christian** (Hg.) (2010): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Springer VS.
- Capurro, Rafael** (2003): Ethik im Netz. Stuttgart: Franz Steiner Verlag.
- Capurro, Rafael; Hausmanninger, Thomas** (Hg.) (2002): Netzethik. Grundlegungsfragen der Internetethik. München: Wilhelm Fink.
- Collins, Richard** (2009): Das BBC, das Internet und „Public Value“. In: *APuZ*(9–10), 32–38.
- Debatin, Bernhard** (1999a): Medienethik als Steuerungsinstrument? Zum Verhältnis von individueller und korporativer Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Holderegger, Adrian (Hg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg i. Ue.; Freiburg i. Br.: Herder, 39–53.
- Debatin, Bernhard** (1999b): Ethik und Internet. Zur normativen Problematik von Online-Kommunikation. In: Funiok, Rüdiger; Schmäzle, Udo F.; Werth, Christoph H. (Hg.): Medienethik – eine Frage der Verantwortung. Bonn, 274–293.
- Debatin, Bernhard** (2015): Das Ende der journalistischen Ethik? Gedanken zur Verortung des Journalismus im 21. Jahrhundert am Beispiel der USA und zur Neubestimmung seiner ethischen Aufgabe. In: Prinzing, Marlis; Rath, Matthias;

- Schicha, Christian; Stapf, Ingrid (Hg.): Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 56–73.
- Debatin, Bernhard** (2017): Wandel des Journalismus, Erweiterung der Journalismus- und Medienethik? In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. Baden-Baden: Nomos, 53–67.
- Debatin, Bernhard; Funiok, Rüdiger** (Hg.) (2003): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Derenthal, Birgitta** (2006): Medienverantwortung in christlicher Perspektive. Münster (u. a.): Lit Verlag.
- Donges, Patrick** (2007) (Hg.): Von der Medienpolitik zur Media Governance. Köln: Herbert von Halem.
- Donges, Patrick** (2016): Art. Funktionsaufträge des Rundfunks. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J. B. Metzler, 89–95.
- Dörr, Konstantin; Köberer, Nina; Haim, Mario** (2017): Normative Qualitätsansprüche an algorithmischen Journalismus. In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. Baden-Baden: Nomos, 121–134.
- Düwell, Marcus** (2002): III. Angewandte oder Bereichsspezifische Ethik. Einleitung. In: Düwell, Marcus; Hübenthal, Christoph; Werner, Micha H. (Hg.): Handbuch Ethik. Stuttgart: J. B. Metzler, 243–247.
- Eberwein, Tobias; Brinkmann, Janis; Sträter, Andreas** (2012): Zivilgesellschaftliche Medienregulierung. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 245–258.
- Fenner, Dagmar** (2009): Angewandte Ethik zwischen Theorie und Praxis. Systematische Reflexionen zum Theorie-Praxis-Verhältnis der jungen Disziplin. In: Zeitschrift für philosophische Forschung 63(2), 99–121.
- Filipović, Alexander** (2007): Öffentliche Kommunikation in der Wissensgesellschaft Sozialethische Analysen. Bielefeld: W. Bertelsmann.
- Filipović, Alexander** (2013): Die Enge der weiten Medienwelt. Bedrohen Algorithmen die Freiheit öffentlicher Kommunikation? In: *Communicatio Socialis* 46(2), 192–208.
- Filipović, Alexander** (2016): Art. Angewandte Ethik. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J. B. Metzler, 41–49.
- Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian** (2012): Einleitung: Medien- und Zivilgesellschaft. In: Dies. (Hrsg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 9–19.
- Funiok, Rüdiger** (1996): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK.
- Funiok, Rüdiger** (1999): Grundfragen einer Publikumsethik. In: Holderegger, Adrian (Hg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg i. Ue.; Freiburg i. Br.: Academic Press Fribourg, 234–252.
- Funiok, Rüdiger** (2007): Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart: Kohlhammer.
- Funiok, Rüdiger** (2010): Art. Publikum. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Springer VS, 232–243.

- Funiok, Rüdiger** (2015): Hauptthemen und Autoren in der Entwicklung der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienethik. In: Prinzing, Marlis; Rath, Mathias; Schicha, Christian; Stapf, Ingrid (Hg.): Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 20–34.
- Geisenberger, Heinrich** (Red.) (2011): Wikileaks und die Folgen. Netz – Medien – Politik. Edition Suhrkamp Sonderdruck. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Gransow, Christiana** (2018): Public Value-Konzepte im öffentlichen Rundfunk. Eine vergleichende Analyse europäischer Rundfunksysteme. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Greis, Andreas** (2001): Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen der Kommunikation im Internet. München: Koped-Verlag.
- Greis, Andreas** (2003a): Medienethik als Dialog. In: forum medienethik, 70–76.
- Greis, Andreas** (2003b): Medienethik. In: Laubach, Thomas (Hg.): Angewandte Ethik und Religion. Tübingen; Basel: A. Franke Verlag, 309–336.
- Greis, Andreas** (2003c): Die immanenten Strukturen medialer Kommunikation als Fokus medienethischer Anstrengungen. In: Greis, Andreas; Hunold, Gerfried W.; Koziol, Klaus (Hrsg.): (2003): Medienethik. Ein Arbeitsbuch. Tübingen; Basel: A. Franke Verlag, 3–18.
- Greis, Andreas; Hunold, Gerfried W.; Koziol, Klaus** (Hrsg.) (2003): Medienethik. Ein Arbeitsbuch. Tübingen; Basel: A. Franke Verlag.
- Haberer, Johanna; Rosenstock, Roland** (2010): Art. Theologische Perspektiven. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Springer, 107–123.
- Hachmeister, Lutz; Burkhard, Kai; Huber, Claudia** (2009): Das Ende der Rundfunkpolitik. In: APuZ(9–10), 20–26.
- Hachmeister, Lutz; Kenzler, Justine; Granzauer, Fabian** (2018): Zum Zustand der deutschen und europäischen Medienpolitik. In: APuZ (40–41), 4–10.
- Haller, Michael** (2017): Die digitalen Medien: Rückkehr zur Individualmoral? Über die Lehrbarkeit ethisch gerechtfertigten Handelns im Web. In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. Baden-Baden: Nomos, 17–33.
- Haller, Michael; Holzhey, Helmut** (Hg.) (1994): Medien-Ethik: Beschreibungen, Analyse, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hasebrink, Uwe** (2007): „Public Value“: Leitbegriff oder Nebelkerze in der Diskussion um den öffentlich-rechtlichen Rundfunk? In: Rundfunk und Geschichte, 38–42.
- Hausmanninger, Thomas** (1993): Christliche Sozialethik in der späten Moderne. In: Ders. (Hg.): Christliche Sozialethik zwischen Moderne und Postmoderne. Paderborn: Schönigh, 45–90.
- Hausmanninger, Thomas** (1994): Grundlinien einer Ethik medialer Unterhaltung. In: Wolbert, Werner (Hg.): Moral in einer Kultur der Massenmedien. Freiburg i. Br.: Herder, 77–96.

- Hausmanninger, Thomas** (2002a): Ansatz, Struktur und Grundnorm der Medienethik. In: Hausmanninger, Thomas; Bohrmann, Thomas (Hg.): *Mediale Gewalt. Interdisziplinäre und ethische Perspektiven*. München: W. Fink (UTB).
- Hausmanninger, Thomas** (2002b): Grundlegungsfragen der Medienethik: für die Rückgewinnung der Ethik durch die Kommunikationswissenschaft. In: *Publizistik* 46(3), 280–294.
- Heise, Nele** (2016): Art. Algorithmen. In: Heesen, Jessica (Hg.): *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Stuttgart: J. B. Metzler, 202–209.
- Herzog, Christian; Zetti, Daniela** (2017): Öffentlich-rechtliche Medien, zivilgesellschaftliche Interessengruppen und die Mitverantwortung des Publikums. In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos.
- Hubig, Christoph** (2006): *Die Kunst des Möglichen*, Bd. I: Technikphilosophie als Reflexion der Medialität. Bielefeld: transcript.
- Hubig, Christoph** (2007a): *Die Kunst des Möglichen*, Bd. II: Ethik der Technik als provisorische Moral. Bielefeld: transcript.
- Hubig, Christoph** (2007b): Ubiquitous computing – eine neue Herausforderung für die Medienethik. In: *International review of information ethics* 8(12), 28–35.
- Hunold, Gerfried** (1984): Integrationsfunktion der Medien: ein ethisches Problem. In: *Zentralstelle Medien der DBK; Katholische Akademie Stuttgart* (Hg.): *Ethik und Kommunikation. Hohenheimer Medientage*. Stuttgart: Akad., 65–87.
- Hunold, Gerfried** (1986): Gelenkte Kommunikation? Die Integrationsfunktion der Medien als ethisches Problem. In: Hunold, Gerfried; Korff, Wilhelm (Hg.): *Die Welt für morgen*. München, 291–305.
- Hunold, Gerfried** (1994a): Öffentlichkeit um jeden Preis? Überlegungen zu einer Ethik der Information. In: *forum medienethik* 1, 9–18.
- Hunold, Gerfried** (1994b): Ethik der Information. Prolegomena zu einer Kultur medialer Öffentlichkeit. In: Wolbert, Werner (Hg.): *Moral in einer Kultur der Massenmedien*. Freiburg i. Br.: Herder, 34–45.
- Hunold, Gerfried** (1994c): „Die Einsamkeit außen“. Öffentlichkeit als Thema ethischer Reflexion. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. Frankfurt/Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, 139–150.
- Jansen, Gregor M.** (2003): *Mensch und Medien. Entwurf einer Ethik der Medienrezeption*. Frankfurt/Main: Peter Lang Verlag.
- Jarren, Otfried** (2018): Kommunikationspolitik für die Kommunikationsgesellschaft. In: *APuZ*(40–41), 23–28.
- Jaster, Romy; Lanius, David** (2019): Die Wahrheit schafft sich ab. Wie Fake News Politik machen. [Was bedeutet das alles?]. Stuttgart: Reclam.
- Karidi, Maria** (2018): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Schusslinie: Eine Differenzierung. In: *APuZ*(40–41), 17–22.
- Karmasin, Matthias** (2011): Public Value: Zur Genese eines medienstrategischen Imperativs. In: Karmasin, Matthias; Süßenbacher, Daniela; Gonser, Nicole (Hrsg.) (2011): *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich*. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 11–26.

- Karmasin, Matthias; Süßenbacher, Daniela; Gonser, Nicole** (Hg.) (2011): Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Knoepffler, Nikolaus** (2010): Angewandte Ethik. Ein systematischer Leitfaden. Stuttgart: UTB.
- Köberer, Nina** (2015): Medienethik als angewandte Ethik – eine wissenschaftstheoretische Verortung. In: Prinzing, Marlis; Rath, Matthias; Schicha, Christian; Stapf, Ingrid (Hg.) (2015): Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 99–113.
- König, Andrea** (2006): Medienethik aus theologischer Perspektive: Medien und Protestantismus – Chancen, Risiken, Herausforderungen und Handlungskonzepte. München: tectum.
- Kos, Elmar** (1997): Verständigung oder Vermittlung? Die kommunikative Ambivalenz als Zugangsweg einer theologischen Medienethik (Forum Interdisziplinäre Ethik 17). Frankfurt/Main: Lang.
- Koziol, Klaus** (2003): Öffentlichkeit als hermeneutisches Prinzip medienethischer Reflexion. In: Greis, Andreas; Hunold, Gerfried W.; Koziol, Klaus (Hrsg.) (2003): Medienethik. Ein Arbeitsbuch. Tübingen; Basel: A. Franke Verlag, 19–38.
- Krainer, Larissa** (2001): Medien und Ethik: zur Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse. München: KoPäd.
- Krainer, Larissa** (2002): Medienethik als angewandte Ethik: zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. In: Karmasin, Matthias (Hg.): Medien und Ethik. Stuttgart: Philipp Reclam jun., 156–174.
- Krainer, Larissa** (2012): Vom Konflikt zum Dialog. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 95–105.
- Krotz, Friedrich** (2012): Wikileaks, Flashmobs & Co. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 57–68.
- Lesch, Walter** (1996): Diskursethik als Basistheorie der Medienkommunikation? In: Funiok, Rüdiger (Hg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK, 97–105.
- Leschke, Rainer** (2001): Einführung in die Medienethik Stuttgart: UTB.
- Lilienthal, Volker** (2009): Integration als Programmauftrag. In: APuZ(9–10), 6–12.
- Lischka, Konrad; Stöcker, Christian** (2017): Digitale Öffentlichkeit: wie algorithmische Prozesse den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung.
- Lobe, Adrian** (2016): Gefährden Meinungsroboter die Demokratie? Online unter <http://www.spektrum.de/news/gefuehrden-meinungsroboter-die-demokratie/1426157>, erstellt 14. 10. 2016/abgerufen 26. 02. 2018.
- Loretan, Matthias** (1999): Ethik des Öffentlichen. Grundrisse einer Medienethik als Theorie kommunikativen Handelns. In: Holderegger, Adrian (Hg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg i. Ue.; Freiburg i. Br.: Academic Press Fribourg, 153–183.
- Loretan, Matthias** (2002): Diskursethisches Programm zur kognitiven Begründung der Medienethik: von der zeitdiagnostischen Qualität der Medienethik

- und ihrem Beitrag zur Sensibilisierung kommunikativer Kompetenz in mediatisierten modernen Gesellschaften. In: *Communicatio Socialis* 35(3), 265–297.
- Lucht, Jens** (2006): Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: Ein Auslaufmodell? Grundlagen – Analysen – Perspektiven. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lucht, Jens** (2009): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Demokratie. In: *APuZ*(9–10), 26–32.
- Maggiore, Matteo** (2011): The BBC, Public Value and Europe. In: Karmasin, Matthias; Süssenbacher, Daniela; Gonser, Nicole (Hg.) (2011): *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich*. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 229–244.
- Mieth, Dietmar** (1999a): Medien und Alltagskultur. In: Holderegger, Adrian (Hg.): *Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven*. Freiburg i. Ue.; Freiburg i. Br.: Academic Press Fribourg, 135–150.
- Mieth, Dietmar** (1999b): Der Beitrag der Kirchen zur öffentlichen Kommunikation. Theologische Begründungsversuche. In: Holderegger, Adrian (Hg.): *Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven*. Freiburg i. Ue.; Freiburg i. Br.: Academic Press Fribourg, 328–342.
- Münker, Stefan** (2009): *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten: die sozialen Medien im Web 2.0*. Berlin: Suhrkamp.
- Neumüller, Marlies** (2011): Von der Bürokratie zur BBC – Zur Entwicklung des Begriffs Public Value. In: Karmasin, Matthias; Süssenbacher, Daniela; Gonser, Nicole (Hg.): *Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich*. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften, 27–44.
- Niggemeier, Stefan** (2009): Selbstbewusst anders sein. In: *APuZ*(9–10), 3–6.
- Paganini, Claudia** (2012): Medienethik als Prinzipienethik. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): *Medien- und Zivilgesellschaft*. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 144–158.
- Pariser, Eli** (2011): *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. New York: Penguin.
- Pohla, Annika** (2006): *Medienethik. Eine kritische Orientierung*. Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Prinzing, Marlis** (2016): Art. Qualität im Journalismus. In: Heesen, Jessica (Hg.): *Handbuch Medien- und Informationsethik*. Stuttgart: J. B. Metzler, 106–113.
- Prinzing, Marlis** (2017a): Digitaler Stammtisch versus Diskursethik? Medienethische Überlegungen zur Beziehung zwischen Publikum und Journalismus. In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos, 35–67.
- Prinzing, Marlis** (2017b): Journalismus und seine Zukunft: Wie kommt das Neue in die Welt? Ein Plädoyer für eine Innovationskultur im Journalismus und ein Appell. In: Stapf, Ingrid; Prinzing, Marlis; Filipović, Alexander (Hg.): *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos, 273–286.
- Prinzing, Marlis; Rath, Matthias; Schicha, Christian; Stapf, Ingrid** (Hg.) (2015): *Neuvermessung der Medienethik. Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000*. Weinheim; Basel: Beltz Juventa.

- Rademacher, Lars** (2003): Zwischen Wahrhaftigkeit, Legitimation und Loyalität. Thesen zur Ethik der Öffentlichkeitsarbeit. In: *Communicatio Socialis* 36(1), 43–50.
- Rademacher, Lars** (2010): Art. Public Relations. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden: Springer VS, 278–292.
- Rath, Matthias** (1988): Intuition und Modell. Hans Jonas' „Prinzip Verantwortung“ und die Frage nach einer Ethik für das wissenschaftliche Zeitalter. Frankfurt/Main: Lang.
- Rath, Matthias** (2000): Kann denn empirische Forschung Sünde sein? Zum Empiriebedarf der normativen Ethik. In: Rath, Matthias (Hg.): *Medienethik und Medienwirkungsforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 63–87.
- Rath, Matthias** (2010): Art. Empirische Perspektiven. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden: Springer VS, 136–146.
- Rath, Matthias** (2012): Wider den Naturzustand. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): *Medien- und Zivilgesellschaft*. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 260–272.
- Rath, Matthias** (2013): Medienethik – zur Normativität in der Kommunikationswissenschaft, In: Karmasin, Matthias; Rath, Matthias; Thomaß, Barbara (Hg.): *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS, 289–299.
- Rath, Matthias** (2014): *Ethik der mediatisierten Welt. Grundlagen und Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS.
- Rolfes, Helmuth** (2002): Katholische Kirche und Medienethik. Überlegungen zu einer Standortbestimmung. In: *Communicatio Socialis* 35(4), 381–393.
- RStV** (2009): Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag) vom 31. August 1991, zuletzt geändert durch den Zwölften Rundfunkänderungsstaatsvertrag vom 18. Dezember 2008, online unter <http://www.urheberrecht.org/law/normen/rstv/RStV-12/text/>, abgerufen 08. 07. 2019.
- Ruiz-Soler, Javier** (2017): Gibt es eine europäische Öffentlichkeit? Forschungsstand, Befunde, Ausblicke. In: *APuZ*(37), 35–40.
- Russ-Mohl, Stephan** (2018): *Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde: warum die Digitalisierung unsere Demokratie gefährdet*. Köln: Herbert von Halem.
- Sachs-Hombach, Klaus; Zywietz, Bernd** (Hg.) (2018): *Fake News, Hashtags & Social Bots. Neue Methoden populistischer Propaganda*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schicha, Christian** (1998): *Medien, Moral und Kommunikation. Handlungsoptionen zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Umsetzungsmöglichkeiten*. Duisburg.
- Schicha, Christian** (2003): Medienethik und politische Talkshows. Zur Diskrepanz zwischen Diskurspostulaten und medialen Handlungspraktiken. In: Debatin, Bernhard; Funiok, Rüdiger (Hg.): *Kommunikations- und Medienethik*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 183–202.
- Schicha, Christian** (2012): *Öffentlichkeit, Transparenz und Informantenschutz*. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): *Medien- und Zivilgesellschaft*. Weinheim u. Basel: Beltz Juventa, 118–131.
- Schicha, Christian** (2019): *Medienethik. Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen*. München UVK Verlag.

- Schmidt, Jan-Hinrik** (2016): Art. Ethik des Internets. In: Heesen, Jessica (Hg.): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart: J. B. Metzler, 284–292.
- Schmidt, Jan.-Hinrik; Petric, Isabelle; Rolfs, Amelie; Hasebrink, Uwe; Merten, Lisa** (2017): Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 40. Hamburg, online unter http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/1172, abgerufen 28.08.2019.
- Serong, Julia** (2012): Public Value im Internet. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 286–298.
- Stalder, Felix** (2011): Wikileaks und die neue Ökologie der Nachrichtenmedien. In: Geisenberger, Heinrich (Red.): Wikileaks und die Folgen. Netz – Medien – Politik. Edition Suhrkamp Sonderdruck. Berlin: Suhrkamp Verlag, 96–108.
- Stapf, Ingrid** (2006): Medien-Selbstkontrolle: Ethik und Institutionalisierung. Konstanz: UVK.
- Stapf, Ingrid** (2010): Art. Selbstkontrolle. In: Brosda, Carsten; Schicha, Christian (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: Springer VS, 164–185.
- Steinbrecher, Michael; Rager, Günter** (Hg.) (2017): Meinung – Macht – Manipulation: Journalismus auf dem Prüfstand. Lizenzausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: bpb.
- Stock, Martin** (1998/2005): Medienfreiheit nach dem Grundgesetz. Die Sicht der Verfassungsrechtsprechung, neoliberale Einwände, Zukunftsfragen. In: Wunden, Wolfgang (Hg.): Freiheit und Medien. Hamburg: Steinkopf, 21–32. [Wiederveröffentlicht in: Wunden, Wolfgang (Hg.) (2005): Freiheit und Medien. Münster: LIT-Verlag.]
- Sunstein, Cass** (2007): Republic.com 2.0. Princeton: Princeton University Press.
- Thimm, Caja** (2012): Wikileaks und die digitale Bürgerschaft. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim; Basel: Beltz Juventa, 132–142.
- Thomaß, Barbara** (1998): Journalistische Ethik: ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Thomaß, Barbara** (2007): Public Service Broadcasting. In: Dies (Hg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK, 76–90.
- Tillmanns, Lutz** (2006): Aktuelle Herausforderungen für die Medienethik. In: APuZ(38), 3–5.
- Weber, Karsten** (2012): Zivilgesellschaft und Medienethik: Eine unbegründete Hoffnung. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim u. Basel: Beltz Juventa, 179–189.
- Weischenberg, Siegfried** (1998): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation, Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Zweite überarbeitete und aktualisierte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wenzel, Corinna** (2012): Selbstorganisation und Public Value. Externe Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wiesbaden: VS-Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wilke, Jürgen** (2009): Die zweite Säule des „dualen Systems“: privater Rundfunk. In: APuZ(9–10), 12–19.

- Wunden, Wolfgang** (Hg.) (1994): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Hamburg: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.
- Wunden, Wolfgang** (Hg.) (1996): Wahrheit als Medienqualität. Frankfurt/Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik.
- Wunden, Wolfgang** (Hg.) (1998/2005): Freiheit und Medien. Frankfurt/Main: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. [Wiederveröffentlicht als: Wunden, Wolfgang (Hg.) (2005): Freiheit und Medien. Münster: LIT-Verlag.]
- Zeilinger, Thomas** (2010): *netz.macht.kirche*. Habilitationsschrift Universität Erlangen-Nürnberg.
- Zeilinger, Thomas** (2012): Der Weg der Anschauung. In: Filipović, Alexander; Jäckel, Michael; Schicha, Christian (Hg.): *Medien- und Zivilgesellschaft*. Weinheim u. Basel: Beltz Juventa, 299–309.
- Zintl, Florian** (2017): Clickbait oder seriöse Information, Algorithmen oder Journalismus? In: Steinbrecher, Michael; Rager, Günter (Hg.): *Meinung – Macht – Manipulation: Journalismus auf dem Prüfstand*. Lizenzausgabe für die Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: bpb, 141–155.

Kirchliche Dokumente

- CeP – Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel** (1971): Pastoralinstruktion *Communio et progressio* über die Instrumente der sozialen Kommunikation, veröffentlicht im Auftrag des II. Vatikanischen ökumenischen Konzils, online unter http://www.vatican.va/roman_curial/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_23051971_communio_ge.html, abgerufen 28. 06. 2019.
- AN – Päpstlicher Rat für die sozialen Kommunikationsmittel** (1992): Pastoralinstruktion *Aetatis novae* zur sozialen Kommunikation, zwanzig Jahre nach *Communio et Progressio*. Herausgegeben von der Deutschen Bischofskonferenz. Bonn: DBK (Arbeitshilfen 98).
- DBK/EKD** (1997): Chancen und Risiken der Mediengesellschaft. Gemeinsame Erklärung der Deutschen Bischofskonferenz und des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland. Hrsg. vom Kirchenamt der Evangelischen Kirche in Deutschland (Hannover) und vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Bonn). Hannover.

Über den Autor

Elmar Kos, Dr. theol., Professor für Moraltheologie am Institut für Katholische Theologie der Universität Vechta sowie an der Universität Osnabrück. Email: elmarkos@web.de