

Call for Papers

Neuvermessung der Medienethik

Bilanz, Themen und Herausforderungen seit 2000

Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik und des Netzwerks Medienethik

Termin: Do 14. – Fr 15. Februar 2013

Veranstaltungsort: Hochschule für Philosophie, Kaulbachstr. 31, 80539 München

Vorbereitungsteam: Ingrid Stapf, Matthias Rath, Christian Schicha, Marlis Prinzing

Internet: <http://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/Tagung2013/>

Hintergrund

Die Entwicklungen in den und durch die Medien stellt auch die Kommunikations- und Medienethik immer wieder vor **neue Fragen und Herausforderungen**. Viele der theoretischen Zugänge, Fundierungen und deren Institutionalisierung und Umsetzung in der Praxis scheinen angesichts des ständigen Medienwandels und des damit verbundenen strukturellen, kulturellen und gesellschaftlichen Wandels nicht mehr zeitgemäß. Juristische Regelungsversuche greifen angesichts globaler Medienmärkte und globaler Medienpraktiken immer weniger. Es wächst ein (medienethischer) Orientierungsbedarf. Denn die Grenzen zwischen individueller und massenmedialer Kommunikation verschieben sich, die Grenzen traditioneller Rollen von Sender und Empfänger lösen sich auf, hinzu kommen die wachsende Mobilität der Produktion und Nutzung medialer Angebote, die zunehmende Globalität und Schnelligkeit medialer Kommunikation und ihres Einzugs in die private, schulische und Arbeitswelt.

In der Folge einer umfassenden Medienkonvergenz vermischen sich technisch Mediensparten (wie Fernsehen, Radio, Print, Online) zu neuen Formen der Multimedialität, es entstehen ökonomiegetriebene neue Formate und Produktionsbedingungen und es entwickeln sich zugleich neue Formen der Medienaneignung unter veränderten Nutzungsbedingungen. Dies hat nicht nur Folgen für Berufsbilder, etwa im Journalismus, sondern führt auch zu einer stärkeren Konvergenz und Interdependenz ehemals getrennter Sparten (beispielsweise journalistische, privat-individuelle und instrumentelle Kommunikation in PR, Öffentlichkeitsarbeit oder Werbung). All diese Entwicklungen konstituieren eine neue Medien- und Kommunikationswelt, in der nicht nur Begriffe (z.B. „das Publikum“), sondern auch Modelle der Medienethik (z.B. „Professionsethik“) neu ausgerichtet und die bestehenden Regulierungsformen in Frage gestellt werden sollten.

Thematisch nimmt die Jahrestagung 2013 kommunikations- und medienethische Themen und Zugänge mit dem Ziel einer „**Neuvermessung**“ der **Medienethik** in den Fokus: Welche neuen Forschungsfragen legt die Medienentwicklung der 2000er Jahre nahe? Welche Leistungen lassen sich nennen, wenn man eine Bilanz der Medienethik seit Ende der 1990er Jahre zieht? Wie müssten diese weiter entwickelt werden? Welche Begriffs- und Theoriebildungen werden in der Folge nötig und wie könnte

eine effiziente Medienregulierung aussehen? Welche internationalen und globalen Aspekte gilt es zu berücksichtigen? Welcher Methoden bedarf eine zeitgemäße Kommunikations- und Medienethik in theoretisch-normativer, meta-ethischer und in anwendungsorientierter Ausrichtung? Wie wirkt sich dies auf die Ausbildung und Professionalisierung von Medienschaffenden, aber auch auf die Vermittlung von Medienkompetenz und Medienbildung aus? Und was wäre unter einer **medienethischen Kompetenz** zu verstehen?

Mögliche Themen der Jahrestagung und ihre ethisch-normativen Aspekte

Fachgeschichte und Fachzukunft

- Wie lässt sich die Entwicklung der Kommunikations- und Medienethik im deutschsprachigen Raum sowie international rekonstruieren? Gab es zentrale Brüche und Ereignisse, die theorierelevant wurden? Was waren ihre Themen, Strömungen und Zielsetzungen?
- Vor welchen neuen Herausforderungen steht die Kommunikations- und Medienethik und was können wir von einer zukunftsorientierten und zukünftigen Kommunikations- und Medienethik erwarten?
- Inwiefern gibt es insbesondere spezielle Anforderungen an eine digitale Kommunikations- und Medienethik?

Facetten der Medienkonvergenz

- Welche medienethischen Herausforderungen folgen aus dem umfassenden Phänomen der Medienkonvergenz unter technischen, ökonomischen und Medienaneignungsaspekten?
- Wie wirken sich veränderte Rahmenbedingungen wie Veränderungen auf den Medienmärkten, die wachsende Rolle medienökonomischer Imperative im Zuge der Privatisierung und Deregulierung oder die Globalität der Inhalte, ihre Multimedialität und Mobilität auf die einzelnen Ebenen der Medienethik aus?
- Welche neuen Formate, Sparten, Produktions- und Nutzungsformen entstehen? Wie beeinflussen neue Medien und Techniken z.B. das Realitätserleben von spielerischen Formaten z.B. Computerspiele? Welches Medienverständnis folgt aus Optionen des personalisierten Medienmixes (Bsp. Apps)?

Entwicklungen der Institutionalisierung und Medienregulierung

- Gibt es eine Alternative zur derzeitigen Unübersichtlichkeit der Regulierungsinstanzen? Brauchen wir einen medienübergreifenden Medienrat? Wie kann die Kooperation der Selbstkontrollinstanzen optimiert werden?
- Ist die systematische Trennung von Verantwortungsebenen (z.B. „die Profession“, „das Unternehmen“, „das Individuum“) noch haltbar? Wird ein veränderter Begriff ethischer Verantwortung notwendig?
- Wie wirken sich neue Wirkungs- und Nutzungsfragen auf den Jugendmedienschutz aus? Welchen Beitrag kann die Medienethik hier leisten?
- Wie kann das künftige Zusammenspiel von Medienethik und Medienrecht aussehen? (Wie) können medienethische Prinzipien, Normen und Kodizes das Medienrecht ergänzen?
- Welche Normierungen und welche Institutionalisierung von Medienethik müssen konkret an aktuelle Bedingungen angepasst werden? Welche neuen Formen der Institutionalisierung sind wünschenswert (z.B. Stichwort Ombudsleute)?

Konsequenzen für die Begriffs-, Methoden und Theoriebildung

- Welche Begriffe der Kommunikations- und Medienethik können begründet werden? Welche Begriffe passen bzw. passen nicht mehr auf aktuelle Phänomene? (z.B. „Publikum“)
- Welche Theorien der Medienethik können weiter entwickelt und sollten angepasst werden? Stimmen die Ebenen der Medienethik noch (Individual-, System-/Unternehmensethik, Professionsethik, Publikumsethik)? Gibt es ein integratives Modell der Medienethik? Muss die Ethik sich auf noch andere Aspekte beziehen?
- Welche Methoden bzw. welchen Methodenmix nutzt eine aktuelle Medienethik? Was sind überhaupt die Methoden der Medienethik? Wie können sie gefasst und gelehrt werden?

- Wie kann ein gelingendes Zusammenspiel von medienethischen Ansätzen in empirisch-deskriptiver, meta-ethischer und angewandter Form erreicht werden? In welchem Verhältnis steht die Ethik zur Ästhetik in Bezug auf ihre Dimension eines „gelingenden Lebens“?

Interdisziplinarität des Faches, Kooperationen und Verortung

- Welche Relevanz kann Medienethik in Zusammenarbeit mit anderen Disziplinen (Interdisziplinarität) und innerhalb der Angewandten Ethik erlangen, z.B. in Bezug auf Sozialethik, Wirtschaftsethik, Unternehmensethik? Wo gibt es Überschneidungen bzw. wo sind medienethische Fragestellungen auch Problemstellungen anderer Bereichsethiken?
- Welche Fundierung findet die Medienethik in der Philosophie einerseits und in den Sozialwissenschaften wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft andererseits? Welche theologischen Grundlagen und Schwerpunkte der Medienethik lassen sich benennen?
- Welches Menschenbild bzw. welche Anthropologie sollte einer zeitgemäßen Medienethik zugrunde liegen?
- Wo ist die aktuelle Kommunikations- und Medienethik anschlussfähig: international und komparativ (z.B. mit außereuropäischen Fragestellungen und Lösungsansätzen)? Wo finden sich Foren für den Austausch?

Professionalisierungs- und (Aus-)Bildungsprozesse, Lehre des Fachs

- Welche Lehrinhalte, Lernziele, Lehrmodule, Anwendungsfelder, Professionen sowie Schwerpunkte, Bezüge und Anchlüsse in der Forschung lassen sich mit Blick auf eine zukünftige, akademische Institutionalisierung der Medienethik beschreiben?
- Welche Berufsbilder sind für Medienethiker denkbar oder existieren bereits?
- Wie lässt sich Medienethik in der Schule stärker verankern (Schnittstelle Medienethik und Medienpädagogik) und wie müsste sie dafür Teil der Lehramtsausbildung sein? Inwiefern gewinnen Medienkompetenzvermittlung und Medienbildung überhaupt an Bedeutung für die Medienethik?

Aussagekräftige Extended Abstracts (zwischen 4.000 und 6.000 Zeichen) mit konkretem Bezug zum Tagungsthema werden **bis zum 15. Oktober 2012** per E-Mail in elektronischer Form (PDF) erbeten an alexander.filipovic@uni-muenster.de. Akzeptiert werden nur Einreichungen, die noch nicht an anderer Stelle veröffentlicht wurden. Die Abstracts sind durch ein abtrennbares Titelblatt und Entfernung aller die Autoren identifizierenden Angaben aus Text und Dokumenten-Einstellungen zu anonymisieren. Die Ergebnisse des anonymen Reviews werden **bis zum 15. Dezember 2012** bekannt gegeben.

Kontakt FG Kommunikations- und Medienethik:

Dr. Alexander Filipović

Institut für Christliche Sozialwissenschaften
Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Hüfferstr. 27, 48149 Münster
Tel.: ++49 (0)179 3204902
E-Mail: alexander.filipovic@uni-muenster.de

Dr. Ingrid Stapf

Masterstudiengang Medien-Ethik-Religion
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen
Kochstraße 6, 91054 Erlangen
Tel.: ++49 (0)171 2619536
E-Mail: ingridstapf@web.de