DGPuK

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

Fachgruppe: Kommunikations- und Medienethik

Call for Papers

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

Thema: **Die Zukunft des Journalismus als Thema der Kommunikations- und Medienethik**

Termin: **12.-13. Februar 2015**
Ort: **Hochschule für Philosophie, München**
Vorbereitungsteam: **Bernhard Debatin, Alexander Filipović, Jessica Heesen, Marlis Prinzing, Ingrid Stapf**

Kurzbeschreibung

Kommerzialisierung der Medien, Zeitungssterben, Paywalls, Sensationsjournalismus, Entertainisierung, Entprofessionalisierung, Netzjournalismus, multimediales Storytelling, Newsgames und Comicreportagen sind Stichworte und Indikatoren für einen tiefgreifenden ökonomischen und technologischen Wandel im Journalismus und im Mediensystem. Das Internet hat dem Journalismus nicht nur neue Formen und Möglichkeiten eröffnet, als "disruptive Technologie" hat es auch, vor allem durch das Wegbrechen des Anzeigenmarkts, zu einer ökonomischen Krise im Printjournalismus und den sogenannten Qualitätsmedien geführt. Diese Veränderungen von Journalismus betreffen in besonderer Weise medienethische Diskussionen - nicht zuletzt, weil sich die Normen und Wertorientierungen der journalistischen Ethik in Hinsicht auf die gesellschaftliche Rolle von Medienkommunikation mit den generellen Ansprüchen an Medienqualität größtenteils decken.

Mit seiner allgemeinen Verbreitung ab Mitte der 1990er Jahre wurde das Internet als demokratisches Medium von besonderer Bedeutung begrüßt. Man versprach sich eine Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements, die Erschließung neuer Informationsquellen abseits des massenmedialen Mainstreams und mehr Transparenz in Politik und Verwaltungsabläufen. In Bezug auf die Aufgaben des Journalismus für den Bereich der Meinungsbildung und der demokratischen Selbstorganisation ergeben sich aus den Nutzungsformen des Internets jedoch auch kritische Punkte. Anders als in den traditionellen Massenmedien hängt die Pluralität des Angebots von der aktiven Beteiligung der Nutzerinnen und Nutzer ab. Einerseits wächst auf diese Weise die Menge an Inhalten, andererseits führt dieses Organisationsprinzip zu einer Individualisierung der Mediennutzung. Das heißt, Individualisierung läuft hier auf eine Spezialisierung, Partikularisierung und Privatisierung von Medienrezeption und -produktion hinaus. Auch wenn das Internet große Potenziale für eine unabhängige und demokratische politische Kommunikation eröffnet, hat es doch gleichzeitig eine Tendenz zur Fragmentierung von Öffentlichkeit und den damit verbundenen

Einschränkungen für ein allgemeines Orientierungswissen. Darüber hinaus ist in der Netzkommunikation zwar Meinungsäußerungsfreiheit technisch realisiert, doch zumeist finden die Meinungsäußerungen in Chats oder Blogs ohne einen nennenswerten Adressatenkreis statt. In diesem Zusammenhang kann man von einem inflationären Superpluralismus des Content im Internet sprechen. Andererseits wiederum ermöglichen die digitalen Techniken neben den neuen Beteiligungsformen und Informationsfreiheiten auch innovative Darstellungsweisen, die Chancen sein können: z. B. multimediales Erzählen oder neue Newsformen in Game-Manier oder als Comics können Publika auf neue Weise ansprechen – aber sie können auch dazu beitragen, dass die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion verschwimmen und Orientierung schwierig wird.

Obwohl inzwischen praktisch alle Medien eine starke Netzpräsenz haben, sind neue und tragfähige Strukturen und Finanzierungsmodelle für den Netzjournalismus noch nicht in Sicht, auch wenn einzelne Modellversuche durchaus erfolgversprechend scheinen.

Der Call richtet sich an Beiträge, die sich medienethisch mit der Zukunft des Journalismus in seinen Formaten, seinen Berufsbildern, seinen Aufgaben und Leistungen sowie strukturellen und ökonomischen Aspekten befassen.

Themenschwerpunkte und exemplarische Leitfragen

Ökonomischer Wandel im Journalismus

- Welche Facetten hat der ökonomische Wandel, wie sieht die ökonomische Krise im Journalismus aus und wie wirkt er sich spezifisch auf den Bereich der Medienethik und die gesellschaftliche Funktion des Journalismus aus?
- Welche Auswirkungen hat der Wandel auf verschiedene journalistische Formen, Konzepte und Formate?
- Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für kostenintensivere Bereiche des Journalismus (z. B. für investigative und sorgfältige Recherche)?
- Welche Finanzierungsmodelle könnten für einen über den Rundfunk erweiterten öffentlich-rechtlichen Mediensektor und für andere Förderstrukturen, insbesondere einem dem Public Service verpflichteten Journalismus entwickelt werden?

Facetten des Struktur- und Funktionswandels

- Wie sieht der längerfristige Trend aus? Welche Erklärungsmodelle sind angemessen: sehen wir "Licht am Ende des Tunnels", stehen wir in einer Phase, die Schumpeter als "kreative Zerstörung" beschrieb?
- Ist die Krise des Journalismus nur vorübergehend und ohne langfristige Konsequenzen oder ändern sich Inhalt und Gestalt des Journalismus durch sie nachhaltig? Kann sich der Journalismus z. B. weiterhin sparten- und medienspezifisch ausrichten oder kommt es hier zunehmend zu Entdifferenzierung und Entprofessionalisierung?
- Kommt es, trotz aller Vielfalt im Netz, zunehmend zu Medienmonopolen oder -oligopolen?
- Welche neuen Medienformen treten auch international neuartig auf, welche Rolle spielen hierbei Dokumentationen, Bilder, (Hyper-)Text bzw. ihre Mischformen und welche Konsequenzen hat das für die journalistische Ethik? (z. B. Abgrenzung Fiktion und Berichterstattung, Autorität der Quelle)

Folgen für das journalistische Ethos und Reflexion in der Medienethik

- Kann der Netzjournalismus, der vom Laienjournalismus bis hin zum professionellen Journalismus etablierter Medien reicht, die traditionelle Funktion der Kritik und Kontrolle gegenüber Politik Wirtschaft, und Gesellschaft übernehmen?
- Inwiefern ist der Begriff der „Profession“ von den strukturellen Veränderungen betroffen und was macht die journalistische Profession in der Zukunft aus?
- Wie gestalten sich im Zuge der Veränderungen das Zusammenspiel und die Abgrenzbarkeit

von PR, Werbung und redaktionellen Anteilen des Journalismus? Wie gestaltet sich das Verhältnis von Journalismus und Lobbyismus?

- Welchen Einfluss nimmt die zunehmende Allgegenwart von Medien bzw. eine „Medialisierung“ durch Mobile Computing oder Ambient Intelligence auf den Journalismus?
- Welchen Einfluss hat die automatisierte Auswertung von Diskursen und Daten im Zusammenhang „Big Data“ auf den Journalismus? Inwiefern ersetzen maschinelle Verfahren einen kritischen Diskurs und inwiefern behält das Vertrauen in die Kraft des besseren Arguments hier überhaupt einen Stellenwert? Welche Rolle spielt der Datenjournalismus?
- Wie kann/soll die Medienethik auf die Veränderungen reagieren? Muss es andere Schwerpunktsetzungen und andere/zusätzliche Normen und Handlungsempfehlungen geben? Muss z. B. die "Internetnorm" Transparenz gleichberechtigt neben klassische Normen wie Wahrheit, Sorgfalt, Verantwortung und Respekt treten?
- Wie gestalten sich das Verhältnis und die Abgrenzung von Individual-, Unternehmens-, Institutionenethik bzw. einer User-/Rezipientenethik?
- Wie kann und muss sich die Medien(selbst)regulierung mit diesen tiefgreifenden Veränderungen auseinander setzen? Welche erfolgreichen Regulierungsmodelle sind in anderen Ländern bereits etabliert? Welche global greifenden Instrumentarien werden nötig und sind umsetzbar?
- Wie kann die journalistische Aus- und Weiterbildung auf diese Entwicklungen reagieren?

Abstracts

Aussagekräftige Extended Abstracts (zwischen 4.000 und 6.000 Zeichen – exklusive Literaturverzeichnis und ggf. Anhang) mit konkretem Bezug zum Tagungsthema werden bis zum **15. Oktober 2014** per E-Mail in elektronischer Form (PDF) an ingridstapf@web.de sowie jessica.heesen@izew.uni-tuebingen.de erbeten.

Akzeptiert werden nur Einreichungen, die noch nicht an anderer Stelle veröffentlicht wurden. Dieser Sachverhalt ist auf einem Deckblatt in einer separaten Datei ausdrücklich zu erklären. Die Abstracts sind durch ein abtrennbares Titelblatt und Entfernen aller die Autor/innen identifizierenden Angaben aus Text und Dokumenteneinstellungen zu anonymisieren. Das Review wird als qualitatives Feedbackverfahren von Mitgliedern der Fachgruppe durchgeführt. Die Ergebnisse des anonymen Reviews werden bis Anfang Dezember 2014 bekannt gegeben.

Es ist geplant, ausgewählte Beiträge der Jahrestagung in einem Tagungsband zu veröffentlichen. Wir freuen uns auf Ihre Einreichungen!

Organisatorische Hinweise

Die Jahrestagung 2015 findet in geänderter Form statt. Der erste Tag („Fokus Praxis“) konzentriert sich insbesondere auf den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis. Zu den Vorträgen und Diskussionsrunden werden die Referent/innen von der Tagungsorganisation eingeladen. Der zweite Tag („Fokus Wissenschaft“) ist dem wissenschaftlichen Diskurs vorbehalten. Bewerbungen auf den Call beziehen sich insofern auf den zweiten Tag der Veranstaltung, und die Auswahl wird sich auf zirka ein Dutzend Beiträge beschränken. Es sind separate Anmeldungen jeweils für den ersten und zweiten Tag möglich.

Anmeldung

Nähere Angaben zur Anmeldung, zum Programmablauf sowie zu Unterkunfts- und Anreisemöglichkeiten finden Sie ab ca. Mitte Dezember 2014 auf der Tagungswebsite: http://www.netzwerk-medienethik.de/jahrestagung/tagung2015/.

Kontakt

Dr. Ingrid Stapf (1. Sprecherin)
Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg
Kochstraße 6
91054 Erlangen
Email: ingridstapf@fau.de, ingridstapf@web.de
Tel. 09131-85-23009
Mobil. 0171-2619536

Dr. Jessica Heesen (2. Sprecherin)
Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften
Wilhelmstraße 19
72074 Tübingen
E-Mail: jessica.heesen@izew.uni-tuebingen.de
Tel: 07071 / 29 77516