

DGPuK Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik
Call for Papers für die Jahrestagung 22./23. Februar 2024 in München

**Nachhaltige Entwicklung als Maßgabe für die Theorie und Praxis der
Medienkommunikation.
Ethische Anforderungen und praktische Lösungen**

Einreichfrist: 15.10.2023

Kurzbeschreibung:

Ursprünglich in der Forstwirtschaft entstanden, sind der Begriff und das Konzept der Nachhaltigkeit – besser: der Nachhaltigen Entwicklung – mittlerweile allgegenwärtig. Vertreter:innen verschiedener Fachdisziplinen fragen sich, wie sich die Forderung nach Nachhaltigkeit im eigenen Kontext konsequenter anwenden lässt. Auch innerhalb der deutschen Kommunikationswissenschaft wird über die Umsetzung von nachhaltiger Entwicklung im Medienhandeln diskutiert (vgl. Kannengießer 2020; 2022; Themenheft der *Communicatio Socialis* 2/2022; Kümpel u.a. 2022). Für unsere Fachgruppe ist speziell nach der Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Medienethik zu fragen. Folgende Fragestellungen und Wirkungsbereiche scheinen geeignet, um die Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Theorie und Praxis der Medienkommunikation zu beleuchten:

Wodurch wird eine gute journalistische Praxis nachhaltig? Als Gegenstand der journalistischen Berichterstattung werden Debatten und Diskurse im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit eingeordnet. Neben der inhaltlichen Ebene wirkt Nachhaltigkeit auch auf normative Ziele hin. Ob und inwiefern verändert sich das journalistische Rollenverständnis und die eigene Haltung in Bezug auf Umweltschutz? Welche ökologische Verantwortung geht mit einer konstruktiv-kritischen Berichterstattung einher? Auch wäre zu untersuchen, ob und mit welchen Methoden der Wissenschaftsjournalismus das ökologische Bewusstsein und die Relevanz der Dimension Nachhaltigkeit fördert. Welcher Strukturwandel ist dazu auf der Ebene der Organisation erforderlich? Welche Einzelkompetenzen sind nötig (Dernbach 2022)? Ob und inwiefern sollten in der Berichterstattung über Nachhaltigkeit und Klimawandel andere Qualitätskriterien bzw. redaktionelle Prioritäten gelten? Ergeben sich daraus Widersprüche zu anderen journalistischen Normen und Werten (Rank 2022)?

Auch das Aufdecken von „green washing“ (Bohrmann 2022) gehört dazu. Denkt man an *PR-Strategien* von Institutionen, die verlorenes Vertrauen wiederzugewinnen suchen – kann sich das Prinzip der Nachhaltigkeit positiv auf die Glaubwürdigkeit auswirken? Welche Gesellschafts- und Menschenbilder sind impliziert? Mit Nachhaltigkeit eng verbunden ist die

Fachgruppe: Kommunikations- und Medienethik

Corporate Social Responsibility und ihre Bedeutung für die Unternehmensethik, die kritisch diskutiert werden kann. Ebenfalls sollte die Rolle der Wissenschaft, insbesondere der Wissenschaftskommunikation, reflektiert werden. Wie wird Nachhaltigkeit aus der Wissenschaft heraus an die Öffentlichkeit getragen und popularisiert?

Abseits dessen wird vor dem Hintergrund steigender Energiekosten aus individuellethischer Perspektive ein bescheidener und bewusster Lebensstil gefordert, der dennoch ein „gutes Leben“ ermöglicht (Kannengießer 2020, Funiok 2020). Welche politischen Entscheidungsebenen und ihre kommunikativen Verpflichtungen sind mitverantwortlich, um solche Narrative zu fördern? Ist solch ein Eingriff auf den persönlichen Lebens- und Konsumstil in demokratiethoretischer Hinsicht überhaupt erstrebenswert? Wie argumentiert die Politik für mehr Umweltgerechtigkeit zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden? Welche Form internationaler und nationaler Governance ist dazu geeignet und wünschenswert?

Ziele der Tagung

- Gründe für die Übernahme des Prinzips Nachhaltigkeit in die Kommunikationswissenschaft analysieren
- Medienethische Implikationen herausarbeiten und diskutieren

Schwerpunkte und Themenfelder:

- Analyse des Konzepts der Nachhaltigkeit (bzw. der nachhaltigen Entwicklung) und seiner normativen Bedeutung
- Nachhaltigkeit im tagesaktuellen Journalismus sowie im Wissenschaftsjournalismus
- Nachhaltigkeitskommunikation im Kontext der Unternehmenskommunikation
- Konstruktiver Journalismus oder Solution Journalism
- Strategische Kommunikation für nachhaltige Entwicklung
- Rolle der Wissenschaft in Debatten rund um Nachhaltigkeit

Theoretische Grundlagen

- Sozialphilosophische Zielvorstellungen wie „gutes Leben“, „Konsumverzicht“, „Gerechte Verteilung begrenzter Ressourcen“
- Governance-Modelle und Demokratietheorie
- Technikphilosophie und -ethik
- Konzept und Modelle der Nachhaltigkeit
- Konzepte und Modelle der Transformationsforschung und ihrer Auswirkungen auf Kommunikations- und Medienethik

Fachgruppe: Kommunikations- und Medienethik

- Konzeptionen von Wissenschaft und Modelle der Wissenschaftskommunikation (Defizitmodell, Informational-Utility Modell, Wissenskluft-Hypothese)
- Agenda-Setting-Ansatz und Framing

Anwendungsfelder und Fallanalysen

- Best-Practices-Modelle für nachhaltigen Journalismus, PR und Wissenschaftskommunikation

Formate der Beiträge

Erwünscht sind theoretische, empirische und interdisziplinäre Beiträge aus dem gesamten, oben skizzierten Themenfeld.

Hinweis zum Prozedere, Review und Einreichungsschluss

Aussagekräftige Extended Abstracts (zwischen 4.000 und 6.000 Zeichen – exklusive eines Literaturverzeichnisses) mit konkretem Bezug zum Thema der Tagung 2024 werden bis zum 15. Oktober 2023 erbeten über Upload auf der Plattform <https://www.conftool.net/medienethik2024/> Bitte registrieren Sie sich zunächst als User und laden Sie anschließend Ihre Beiträge hoch.

Die Abstracts sind durch das Entfernen aller die Autor*innen identifizierenden Angaben aus Text und Dokumenteneinstellungen zu anonymisieren. Das Reviewverfahren wird als qualitatives Feedbackverfahren von Mitgliedern der Fachgruppe und dem Organisationsteam durchgeführt.

Es ist auch die Einreichung eines Panels möglich. Erbeten wird ein Extended Abstract (zwischen 4.000 und 6.000 Zeichen), der Titel sowie die Namen der Verantwortlichen und der Referent*innen.

Die Ergebnisse des Begutachtungsverfahrens werden voraussichtlich im November 2023 bekannt gegeben.

Es ist geplant, ausgewählte Beiträge der Jahrestagung zu veröffentlichen; ein Beitrag auf der Tagung führt nicht automatisch zu einer Veröffentlichung im geplanten Band.

Literatur

- Bohrmann, Thomas (2022): Unternehmen geben sich „grünes“ Image. Nachhaltigkeit als Thema in der Wirtschaftswerbung. In: *Communicatio Socialis* 55 (2), S. 206-217.
- Dernbach, Beatrice (2022): Kompetenzen für Nachhaltigkeitsjournalismus. Berichterstattung über die gesellschaftliche Transformation erfordert Wissen, Kenntnisse und Fertigkeiten. In *Communicatio Socialis* 55 (2), S. 196-205.
- Einsiedel, Stefan (2020): Partizipation als Antwort auf Armut und Klimawandel? Armuts- und Teilhabeforschung auf den Spuren von Amartya Sen und Papst Franziskus. München: Oekom.
- Funiok, Rüdiger (2020): Verantwortliche Mediennutzung. Wünschenswerte Selbstverpflichtungen von Rezipienten und Nutzerinnen. In: *Communicatio Socialis* 53 (2020), S. 136-147.
- Kannengießer, Sigrid (2020): Nachhaltigkeit und das „gute Leben“. Zur Verantwortung der Kommunikations- und Medienwissenschaft in digitalen Gesellschaften. In: *Publizistik* 65 (1), S. 7-20.
- Kannengießer, Sigrid (2022): *Digitale Medien und Nachhaltigkeit. Medienpraktiken für ein gutes Leben (Medien – Kultur – Kommunikation)*. Wiesbaden: Springer VS (Open Access).
- Korff, Wilhelm (Hrsg. im Auftrag der Goerresgesellschaft) (1998): *Lexikon der Bioethik*. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- Kümpel, Anna Sophie/Peter, Christina/Schnauber-Stockmann, Anna/Mangold, Frank (Hrsg.) (2022): *Nachhaltigkeit als Gegenstand und Zielgröße der Rezeptions- und Wirkungsforschung. Aktuelle Studien und Befunde*. Baden-Baden Nomos (Reihe Rezeptionsforschung; 44).
- Rank, Alexandra (2022): Ökologisch nachhaltiger Journalismus. Kollision mit journalistischen Qualitätsansprüchen? In: *Communicatio Socialis* 55 (2022), S. 184-195.
- Ropohl, Günter (1996): *Ethik und Technikbewertung*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Vereinte Nationen (2015): *Transformation unserer Welt. Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung*. Resolution der Generalversammlung, verabschiedet am 25.09.2015.

(Rüdiger Funiok, Alexander Filipovic, Stefan Einsiedel, 11.07.2023)