

# Studieren Sie (keine) Ethik?

Kommunikations- und Medienethik an deutschsprachigen Hochschulen. *Von Larissa Krainer, Matthias Karmasin und Susanne Behrens*

**Abstract** Eine Analyse von insgesamt 163 medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen in Österreich, Deutschland und der Schweiz zeigt, dass in weniger als der Hälfte medien- und kommunikationsethische Inhalte auf der Ebene von Curricula verankert und in noch weniger Fällen als Pflichtfächer vorgesehen sind. Innerhalb der bestehenden Angebote zeigt sich eine inhaltliche Vielfalt, die allerdings eine Einheit in terminologischer, empirischer wie theoretischer Ausrichtung vermissen lässt. Der Artikel könnte als Ausgangspunkt für eine fachinterne Debatte und Reflexion dienen, in der nicht zuletzt auch der Bedarf an normativen Inhalten zu besprechen wäre.

Der Ruf nach einer breiteren, öffentlich sichtbaren Verankerung von Medien- und Kommunikationswissenschaft<sup>1</sup> wird derzeit an unterschiedlichen Stellen laut: Zum einen wurde mit der Gründung der Initiative „Öffentliche Kommunikationswissenschaft“ (vgl. Öffentliche Kommunikationswissenschaft 2020) verdeutlicht, dass eine breitere gesellschaftliche Beteiligung von Wissenschaftler\_innen aus dem Fach nicht zuletzt aus demokratiepolitischen Überlegungen angezeigt erscheint, wenn es etwa um die (evidenzbasierte) Beteiligung an Debatten rund um sogenannte „Fake News“ (besser: gezielte Desinformationen), „Lügenpresse“ oder andere Diskreditierungsversuche gesellschaftlicher Institutionen wie dem Journalismus geht. Gefordert wird zudem mit Blick auf die vielfältigen Aufgaben, vor die sowohl die voranschreitende Digi-

*Prof. Dr. Larissa Krainer lehrt und forscht am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt (AAU).*

*Prof. Dr. Matthias Karmasin ist Direktor des Institute for Comparative Media and Communication Studies der Österreichischen Akademie der Wissenschaften sowie Professor für Kommunikationswissenschaft der AAU.*

*Susanne Behrens, B.A., ist Masterstudentin und arbeitet als Studienassistentin am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der AAU.*

1 *Medien- und Kommunikationswissenschaft werden – wie aus verschiedenen Publikationen hervorgeht – als ein gemeinsames Fach verstanden (vgl. Karmasin/Krainer/Voci 2016).*

talisierung als technische Durchdringung aller Lebensbereiche als auch die Mediatisierung als langfristiger Prozess des kulturellen Wandels die Beteiligten im öffentlichen Diskurs stellen, eine gesteigerte Reflexion, gestärkte Medienkompetenz und kritische Urteilskraft. Regeln, die für ein verantwortliches Handeln mit und in den Medien unerlässlich sind, sollten formuliert und begründet werden können (vgl. Schicha 2014), sowie nach anglo-amerikanischem Vorbild in die Ausbildung und curriculare Gestaltung von facheinschlägigen Studiengängen einfließen.

Die Forderung, ethische (insbesondere kommunikations- und medienethische) Inhalte in medien- und kommunikationswissenschaftliche Curricula zu integrieren, ist knapp zwanzig Jahre alt. Schon 2001 formulierte Karmasin dafür erste curriculare Vorstellungen. Das Ziel bestehe nicht

*Debatin kritisierte 2002, dass Medienethik primär als „Randerscheinung“ in einschlägigen Lehrplänen aufscheine.*

darin, prospektive Medienschaffende zu (dilettierenden) Philosoph\_innen zu machen, sondern ihnen Orientierungen über die normativen Grundlagen ihres Handelns zu vermitteln und daraus mögliche Begründungen

und Alternativen abzuleiten. Dies solle vor allem mit dem Fokus auf Verantwortung geschehen. *Verantwortungsfähigkeit* meint dabei, die Motive des eigenen Handelns zu reflektieren und dadurch die kritische Auseinandersetzung mit institutionellen, insbesondere unternehmerischen Anforderungen und funktionalen Bedingungen und Bedingtheiten vor dem Hintergrund ethischer Theorien zu ermöglichen. In dieser Zielvorstellung geht es vor allem darum, persönliche Ansätze einer ethisch reflektierten Rollengestaltung herauszuarbeiten. Eine weitere Zieldimension betrifft das berufsethische Handeln, konkret die Erhöhung von *Verantwortungsbereitschaft*. Karmasin begründet dies vor dem Hintergrund der Befürchtung, dass eine rein theoretische Fundierung immer auf der Ebene appellativer Gesinnungsethik verbleibe. Die Forderung nach dem Transfer von medienethischen Normen in den Berufsalltag sollte dazu dienen, die Bereitschaft zur aktiven und proaktiven Übernahme von Verantwortung zu stimulieren, was vor rund zwanzig Jahren noch als ein (wohlbegründetes) Desiderat erschien (vgl. Karmasin 2001). In weiterer Folge kritisierte Debatin (2002), dass Medienethik primär als „Randerscheinung“ in einschlägigen Lehrplänen aufscheine. Dem zugrunde lag eine Erhebung von Debatin und Geyer, die einen ersten Überblick über die Institutionalisierung von Medienethik an deutschsprachigen Hochschulen anbot. Exemplarisch untersucht wurden Studiengänge

aus siebzehn medien- und kommunikationswissenschaftlichen Instituten im deutschsprachigen Raum.<sup>2</sup>

Rund 20 Jahre danach erfolgte erneut eine Bestandsaufnahme der curricularen Praxis von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen im deutschsprachigen Raum. Untersuchungsleitend waren folgende Fragen: Inwieweit werden die normativen Herausforderungen in den Curricula aufgenommen? Was hat sich verändert? Wie werden medien- und kommunikationsethische Fragestellungen aktuell adressiert?

Im Zeitraum Oktober 2018 bis April 2020 wurden dafür facheinschlägige Studiengänge an deutschen, österreichischen und schweizerischen Hochschulen untersucht und in den Modulbeschreibungen bzw. Curricula nach den Begriffen Ethik, Reflexion und Verantwortung (bzw. deren sprachlichen Abwandlungen) gesucht, um festzustellen, ob diese Themen auf der Ebene der Curricula bzw. Studienordnungen sichtbar verankert sind.<sup>3</sup> Was dabei nicht erfasst werden kann, sind allerdings Lehrveranstaltungen, die nicht explizit als medienethisch ausgewiesen sind, aber dennoch medienethische Inhalte umfassen (z. B. im Bereich Media Governance, Medienpolitik, Journalistik oder in praxisnahen Reflexionen). Dies ließe sich nur mittels teilnehmender Beobachtung oder tiefergehender Analysen einzelner Lehrveranstaltungsbeschreibungen bzw. Unterrichtsmaterialien erheben, unterliegt allerdings auch persönlichen Präferenzen (je nach Lehrenden) und damit einer gewissen Volatilität. Auch wenn die Vermutung naheliegt, dass ethische Inhalte nicht nur und nicht exklusiv in eigens dafür in den Studienordnungen bzw. Modulbeschreibungen ausgewiesenen Lehrveranstaltungen adressiert werden, ist die Ebene der Curricula sowohl in Hinblick auf deren in der Regel längerfristigen Bestand als auch in Hinblick auf deren Verbindlichkeit als die geeignetere Untersuchungsebene zu betrachten.

*Nicht erfasst werden können Lehrveranstaltungen, die nicht explizit als medienethisch ausgewiesen sind, aber medienethische Inhalte umfassen.*

2 Die Untersuchung wurde im Sommersemester 2002 unter Studiengängen durchgeführt, die ihr Lehrangebot bereits online publiziert hatten.

3 Das Forschungsdesign wurde von Behrens/Karmasin/Krainer erarbeitet, die Erhebung weitgehend von Susanne Behrens durchgeführt und von Karmasin/Krainer begleitet.

## Untersuchungsdesign

Die Recherche der Studiengänge mit medien- und kommunikationswissenschaftlichen Schwerpunkten erfolgte für Österreich auf Basis einer Vorerhebung (vgl. Karmasin/Krainer/Voci 2016) wie einer einschlägigen Website, für Deutschland und die Schweiz ausschließlich auf Grundlage einschlägiger Websites.<sup>4</sup> Im ersten Schritt wurde daraus ein Sample generiert, in das Uni-

4 Für österreichische Hochschulen wurde die folgende Website herangezogen: <https://www.studieren.at>, für deutsche Hochschulen wurden die folgenden Websites verwendet: [www.studieren-studium.com](http://www.studieren-studium.com); [www.medien-studieren.net](http://www.medien-studieren.net), für Schweizer Hochschulen die folgenden: [www.fachhochschulen.net](http://www.fachhochschulen.net); [www.medien-studieren.net](http://www.medien-studieren.net). Universitäten, an denen facheinschlägige Studiengänge gefunden werden konnten: Schweiz: Universität Luzern; Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften; Universität Freiburg; Universität Zürich; Universität Basel; SAL Schule für Angewandte Linguistik Österreich: Universität Wien; Universität Salzburg; Universität Klagenfurt; FH Oberösterreich; FHW-Fachhochschul-Studiengänge Betriebs- und Forschungseinrichtungen der Wiener Wirtschaft GmbH. Deutschland: Universität der Künste Berlin; Universität Passau; Westfälische Hochschule; Technische Hochschule Nürnberg; Technische Universität Dortmund; Hochschule Magdeburg-Stendal; Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt; Technische Hochschule Köln; Hochschule Mittweida; Jade Hochschul; Leipzig School of Media; Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt; HAW Hamburg; Hochschule Hannover; Bayerische Akademie für Fernsehen und Digitale Medien; Universität Mainz; Ostfalia Hochschule; Hochschule Darmstadt; Sigmund Freud Privat Universität Berlin; Hochschule Macromedia; HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft; SRH Hochschule der populären Künste; Hamburg Media School; Technische Akademie Wuppertal; University of Applied Sciences Europe; DEKRA Hochschule für Medien; Universität Regensburg; Universität Würzburg; Universität München; Universität Erlangen-Nürnberg; Universität Augsburg; Universität Bamberg; Universität Bayreuth; FH des Mittelstandes; Hochschule Ansbach; Universität Hohenheim; Universität Tübingen; Universität Mannheim; Karlsruhe Institut für Technologie; Universität Freiburg; Humboldt Universität zu Berlin; TU Berlin; Freie Universität Berlin; Fachhochschule Potsdam; Filmuniversität Babelsberg; KONRAD WOLF; Universität Potsdam; Universität Bremen; Hochschule Bremen; Universität Hamburg; Universität Marburg; Universität Frankfurt am Main; Universität Greifswald; Universität Rostock; TU Chemnitz; Universität Oldenburg; Hochschule für Bildende Künste Braunschweig; Technische Universität Braunschweig; Universität Siegen; Universität Münster; Universität Paderborn; Universität Bielefeld; Universität Bochum; Universität Duisburg-Essen; Universität Bonn; Hochschule Bonn-Rhein-Sieg; Universität Düsseldorf; RWTH Aachen University; Universität Köln; Universität Trier; Universität Koblenz-Landau; Universität Leipzig; Hochschule Merseburg; Universität Halle-Wittenberg; Universität Kiel; Fachhochschule Kiel; Universität Erfurt; Bauhaus-Universität Weimar; Technische Universität Ilmenau.

versitäten (ggf. auch Departments/Abteilungen) aufgenommen wurden, an denen fach einschlägige Studiengänge identifiziert werden konnten. Im weiteren Verlauf wurden sämtliche Curricula, Studieninformationen, Studien- und Prüfungsordnungen, Studienpläne und -flyer, Modulhandbücher und sonstige zugängliche Informationsmaterialien mittels einer Schlagwortsuche nach: Ethi\*, Refle\*, Verant\* analysiert. Zu den einzelnen Studiengängen wurde vermerkt, ob es Treffer für die gesuchten Schlagworte gibt und das Sample daraufhin ergänzt (z. B. um Module oder Lehrveranstaltungen, in denen einschlägige Inhalte vorgesehen sind, Angaben zu ECTS, Semesterwochenstunden, Lehrformen, Modulverantwortlichen, Turnus). Vermerkt wurde ferner, ob das einschlägige Modul bzw. die Lehrveranstaltung verpflichtend für alle Studierenden oder optional (z. B. als Wahlfach) angeboten wird. Daraus wurden schließlich Prozentzahlen für alle Studiengänge errechnet, zu denen einschlägige Informationen gefunden werden konnten. Die Zahlen bieten letztlich Aufschluss über das Vorhandensein von medien- und kommunikationsethischen Inhalten bzw. eindeutige Hinweise auf kritische Reflexionsleistungen aus ethischer Perspektive auf Ebene der Curricula und darüber, ob in Studienplänen Verantwortung der Studierenden gegenüber Medien und der Gesellschaft adressiert wird.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Suche nach Begriffen wie Verantwortung und Ethik meistens auch zu inhaltlichen Angeboten führt, die mit Medien- und Kommunikationsethik in Verbindung gebracht werden können, während der Begriff der Reflexion vielfältige Anwendung finden kann und nicht unmittelbar kommunikations- und medienethische Themen- und Fragestellungen adressieren muss. Er kann z. B. auch die Ebene einer generellen Reflexionskompetenz ansprechen und damit eine wissenschaftliche Analysefähigkeit meinen.

## Ein Blick in medien- und kommunikationswissenschaftliche Studienpläne

Für den gesamten deutschen Sprachraum (D/A/CH-Region) wird ersichtlich, dass weniger als die Hälfte der Studiengänge kommunikations- und medienethische Veranstaltungen vorsieht. Für Österreich zeigt sich, dass von 13 Studiengängen acht medien- und/oder kommunikationsethische Grundlagen enthalten bzw. im Lehrplan Ethik vorgesehen ist – das sind 61,5 Prozent

*Es wird ersichtlich, dass weniger als die Hälfte der Studiengänge medien- oder kommunikationsethische Veranstaltungen vorsieht.*

der angebotenen Studiengänge, zu denen Detailinformationen gefunden werden konnten. Für Deutschland wurden 141 Studiengänge als facheinschlägig in die Untersuchung aufgenommen. Davon enthalten 63 medien- und/oder kommunikationsethische Grundlagen bzw. beschäftigen sich im Lehrplan mit Ethik, das sind rund 44,6 Prozent. Für die Schweiz wurden neun Studiengänge analysiert, zwei Curricula weisen kommunikations- und/oder medienethische Inhalte aus, also 22,2 Prozent.

Die Verankerung von Kommunikations- und/oder Medienethik erfolgt sowohl auf der Ebene von Bachelor- wie auch von Masterstudien. In die Erhebung eingeflossen sind insgesamt 85 Bachelor- sowie 78 Masterstudien. In den untersuchten Bachelor-Studiengängen kommen kommunikations- und/oder medienethische Inhalte in Österreich viermal vor (66,6 Prozent), in Deutschland fünfunddreißigmal (47,2 Prozent) und in der Schweiz zweimal (40 Prozent).

Unter Berücksichtigung der Möglichkeit, dass Studierende die Hochschule nach Abschluss eines Bachelorstudiums bereits verlassen können, bedeutet das, dass die Zahl der Absolvent\_innen von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studien, die verlässlich Kommunikations- und/oder Medienethik im Curriculum des Studiums vorgefunden haben, noch weiter sinkt (vgl. Tabelle 1). Die strukturelle Verankerung von Medienethik kann zudem selbst dort, wo sie vorkommt, nur als optionales (also alternativ zu wählendes) Angebot vorhanden sein – sie garantiert insofern noch nicht, dass Studierende die Inhalte auch verpflichtend rezipieren müssen.

*Tabelle 1: Medien- und kommunikationsethische Lehrveranstaltungen (LV) an deutschsprachigen medien- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen.*

Land	Studiengänge	BA	Medienethische LV	Als Pflichtfach	MA	Medienethische LV	Als Pflichtfach	Medienethische Inhalte insgesamt
Österreich	13	6	4	3	7	4	3	8
Deutschland	141*	74	35	28	67	28	24	63
Schweiz	9*	5	2	1	4	0	0	2
Summe	<b>163</b> <b>100%</b>	<b>85</b> <b>52,15%</b>	<b>41</b> <b>48,23%</b>	<b>32</b> <b>37,64%</b>	<b>78</b> <b>47,85%</b>	<b>32</b> <b>41,03%</b>	<b>27</b> <b>34,61%</b>	<b>73</b> <b>44,78%</b>

\* = Diplom als MA gerechnet

Gesamt betrachtet sind in 90 von 163 analysierten Studienplänen (55,2 Prozent) keine kommunikations- und medienethischen Inhalte vorgesehen. Nur in 59 analysierten Curricula (36,1 Prozent) sind sie als Pflichtfach oder Pflichtmodul verankert, in 14 Studienplänen (8,58 Prozent) nur als Wahlfächer, die als optional gelten und demnach nicht belegt werden müssen (vgl. Abbildung 1).

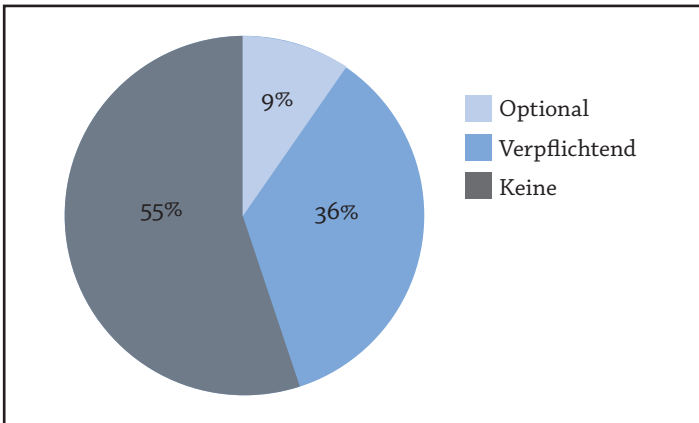


Abbildung 1:  
Medienethische Lehrveranstaltungen in den analysierten Curricula/ Modulhandbüchern n= 163 Studiengänge (100%)

In einigen der untersuchten Studienpläne sind Kommunikations- und/oder Medienethik (bzw. verwandte Themen) als mehr oder minder eigenständige und gelegentlich auch verpflichtende Module verankert, was darauf hindeutet, dass über einzelne Lehrveranstaltungen hinaus eine breitere strukturelle Verankerung gegeben ist. Sehr häufig wird Medienethik in Kombination mit anderen Themen angeboten, wie etwa „Medienethik & Medienrecht“ oder „Medienethik und Media Governance“. In Summe zeigt sich allerdings, dass Zuordnungen wie Modulbezeichnungen sehr stark divergieren und auch der Fokus zwischen Mikroebene (Individualethik), der Mesoebene (Organisationsethik) und der Makroebene (Institutionenethik, Ebene der Gesellschaft) sowie zwischen Theorien/Ansätzen und berufspraktischen Kompetenzen aufgespannt wird.

Ein Alleinstellungsmerkmal weist ein Masterstudium „Medien, Ethik, Religion“ an der Universität Erlangen-Nürnberg auf: Es ist das einzige identifizierte Studium, in dessen Titel bereits Ethik verankert ist. Ein deutsches Spezifikum stellt zudem die häufige Verbindung von Medien- und Kommunikationsethik mit theologisch geprägten Lehrinhalten dar (z. B. christliche Sozialethik) – eine Verbindung, die weder für Österreich noch für die Schweiz gefunden werden konnte.

## Begriffliche, inhaltliche und didaktische Breite von Kommunikations- und Medienethik

Auf der Ebene der Inhalte deutet sich mit Blick auf die gewählten Titel und zugehörigen Kurzbeschreibungen eine Vielfalt ethischer Dimensionen an, die in Studienplänen vorgesehen werden. Das zeigt zum einen, dass ethische Themen viele Aspekte umfassen, zugleich verdeutlicht es aber, dass keine einheitliche Terminologie verwendet wird (die Rede ist etwa entweder von „Kommunikationsethik“, „Medienethik“ oder „Ethik der Kommunikation“, nur in zwei Fällen von „Kommunikations- und Medienethik“) und zudem auch (sehr) unterschiedliche (Teil) Perspektiven angelegt werden.

Zum Fokus bzw. zu den *Zielsetzungen der Lehrveranstaltungen* sind den Curricula unterschiedliche Anliegen zu entnehmen. Dazu zählen etwa:

- ▶ die Vermittlung theoretischer wie angewandter ethischer Grundlagen der Philosophie;
- ▶ die Vertiefung spezifischer Einblicke in das Fachgebiet der Medien- bzw. der Kommunikationsethik;
- ▶ das Aufgreifen spezifischer Ethikkonzepte (z. B. „prozessuale Ethik“) oder spezifisch ethischer Argumentationsformen (z. B. „informationsethische Argumentationsformen“, „Ethik der Textkulturen“);
- ▶ die Thematisierung von Spezialgebieten der Kommunikations- und Medienethik (wie z. B. „Corporate Social Responsibility“, „Informationsethik“, „ethisches Marketing“, „Transparenz“, „Formen der ethischen Selbstregulierung“, „Regulierung von Mediensystemen“);
- ▶ den Blick über die Grenzen hinaus auf eine internationale oder interkulturell vergleichende Medienethik zu lenken;
- ▶ die Verbindung von „Medienrecht und Medienethik“ oder auch von „Qualität und Ethik“;
- ▶ für Verantwortung generell zu sensibilisieren (z. B. „gesellschaftliche Verantwortung“) sowie speziell auf einzelne Verantwortungsgruppen der Medienethik aufmerksam zu machen (z. B. die „Verantwortung der Kommunikationsberufe“, „Recht und Ethik der Kommunikationsberufe“ sowie sonstige „Institutionen, Akteure“) – insbesondere in Studiengängen für Journalistik und Publizistik steht demgemäß journalistische bzw. publizistische Verantwortung im Sinne einer Berufsethik im Fokus der Aufmerksamkeit;

- ▶ das Anliegen, unterschiedliche Kommunikationsebenen und -prozesse zu reflektieren (z.B.: „kritische Reflexion gesellschaftlicher, organisationaler und individueller Kommunikationsprozesse“, „Folgen von Kommunikation für die Gesellschaft sowie ihre politische, ethische und rechtliche Bearbeitung“).

Im Sinne der bei Studierenden zu erzielenden *Fähigkeiten und Kompetenzen* werden die folgenden Anliegen formuliert:

- ▶ Generell geht es häufig darum, die Fähigkeit zu kritischer, auch explizit ethischer Reflexion zu stärken oder noch allgemeiner darum, ein Nachdenken über Medien, Gesellschaft und Kultur, „Analysefähigkeit“ oder auch „einen kritischen Umgang mit Medien“ zu evozieren.<sup>5</sup> Solche Qualifikationsziele werden allerdings nicht nur in Bezug auf kommunikations- und medienethische Inhalte und Schwerpunkte (Module etc.) formuliert, oftmals gelten sie auch als allgemeines Studien- oder Qualifikationsziel.
- ▶ Auf (sehr) abstrakter Ebene soll z.B. eine „systemische Kompetenz“ erzielt werden, in der es darum geht, „auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen, die sich aus der Anwendung ihres Wissens und aus ihren Entscheidungen ergeben“.
- ▶ Auf einer konkreteren Ebene sollen Studierende berufspraktische Fertigkeiten entwickeln, wozu etwa die Fähigkeit zählt, „Arbeitsabläufe auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse kritisch sowie in geschlechtersensibler, diversitätsorientierter und ethischer Hinsicht zu reflektieren“;
- ▶ In einem Fall geht es um „Moralisches Handeln“.

<sup>5</sup> Weitere Formulierungen dazu lauten z.B.: „Kenntnis und Reflexionsfähigkeit der Zusammenhänge von Medien, Kultur und Gesellschaft unter besonderer Berücksichtigung der medienrechtlichen Rahmenbedingungen“, „die Studierenden besitzen Reflexionskompetenz in Bezug auf medienrechtliche, medienethische oder medienökonomische Forschungen“, „Studierende können eigene Kommunikationserfahrungen und -erwartungen gesellschaftlich kontextualisieren und kritisch reflektieren“.

Auch im Hinblick auf *Lehrveranstaltungsformate* und die gewählte *Didaktik* lässt sich eine große Breite konstatieren: Angebote zu Kommunikations- und Medienethik werden im Rahmen von Vorlesungen, Seminaren, Übungen vorgetragen, unterrichtet bzw. vermittelt. Das deutet darauf hin, dass z.B. auf der Ebene von Vorlesungen Theorien und Modelle ebenso Platz finden wie praktische Reflexionsleistungen von Studierenden gefordert und gefördert werden z. B. in Übungen. Daher liegt die Vermutung nahe, dass Ethik sowohl als eine Frage der theoretischen Reflexion als auch des Einübens praktischen Handelns betrachtet wird.

Zusammenfassend lässt sich aus der Analyse der begrifflichen, inhaltlichen und didaktischen Breite von Kommunikations- und Medienethik festhalten, dass das Fach der Kommunikations- und Medienethik von einer kanonisierten curricularen Gestaltung weit entfernt ist. Offen ist aus unserer Sicht, ob hier eine stärkere inhaltliche Debatte in den einschlägigen Fachgesellschaften erwünscht ist, die bei aller Breite und bei allem Bekennt-

*Die Kritik von Debatin ist nach wie vor berechtigt, dass Medienethik nur vereinzelt in Lehrplänen und Curricula vorkommt.*

nis zu einem pluralistischen Werteverständnis doch zentrale Inhalte und Vermittlungsformen vorschlägt, wie z. B. Mindeststandards medienethischer Studienangebote. Klar ist aber, dass dies derzeit weder Gegenstand fachgruppeninterner Debatten noch wissenschaftlicher Publikationen ist.

## Schlussfolgerungen

Für den Gesamtschnitt im deutschsprachigen Raum ist festzuhalten, dass medienethische Inhalte in Curricula und Studienplänen nur in geringem Maße vorhanden sind und dort, wo Angebote implemetiert sind, von einem gemeinsamen Kanon keine Rede sein kann.

Die Kritik von Debatin ist nach wie vor berechtigt, dass Medienethik nur vereinzelt in Lehrplänen vorkommt, konkret wurden 2002 lediglich an vier von 17 Instituten medienethische Inhalte systematisch-konzeptuell in die Lehre eingebunden (vgl. Debatin 2002). Verbesserungen sind festzustellen, umfassende Veränderungen eher nicht. Trotz ihrer theoretischen und praktischen Relevanz ist die Verbindung von Medien, Kommunikation und Ethik auch heute weder selbstverständlicher Bestandteil der Curricula von facheinschlägigen Studiengängen, noch in der methodologischen und epistemologischen Ausrichtung der Forschung (vgl. Karmasin/Krainer/Voci 2016).

Mögliche Gründe dafür sind vielfältig und könnten Anlass zu weiteren Forschungen sein. Zu fragen wäre etwa, welche Motive Modulverantwortliche bzw. Gestalter\_innen der Studiengänge bewegen, Kommunikations- und Medienethik (nicht) vorzusehen. Oder, ob das Bologna System und die Modularisierung von Studiengängen eine inhärente Tendenz zeigen, bei der Vergabe von ECTS-Punkten auf (vermeintlich) fachlich einschlägige Inhalte zu fokussieren und reflexive und fachübergreifende Kompetenzen – etwa auch im Sinne eines Studium Generale oder normativer Kritik – auszublenden. Oder welche Rolle ein (falsch verstandenes) Werturteilsfreiheitspostulat bzw. eine Variante des kritischen Rationalismus spielt, der alle normativen Überlegungen aus dem Wissenschaftsbetrieb und damit auch aus der Lehre verbannen will. Freilich mit Ausnahme jener Sollens-Sätze, die begründen, dass man sich normativer Aussagen enthalten soll (vgl. u. a. Karmasin/Rath/Thomaß 2013; Rath 2014; Zurstiege 2018, S. 130). In diversen sozialwissenschaftlichen Studiengängen wird diese Skepsis normativen Fragestellungen gegenüber jedenfalls auch innerhalb der Curricula deutlich sichtbar.

*Überlegenswert ist, ob der Fokus auf empirische Forschung in sozialwissenschaftlichen Studiengängen noch zeitgemäß ist.*

Neben diesen Forschungsdesideraten ist hier nicht der Platz auf den Unterschied von Subjektivismen und begründeten normativen Sätzen einzugehen, aber doch abschließend darauf hinzuweisen, dass auch diese wissenschaftstheoretisch und lebenspraktisch bedeutsame Differenz in einschlägige Studiengänge einfließen könnte und sollte. Überlegenswert ist jedoch, ob der Fokus auf empirische Forschung und Methodenausbildung in sozialwissenschaftlichen Studiengängen in Zeiten der Digitalisierung und Konvergenz noch zeitgemäß ist, in der sich zunehmend neue und komplexere ethische Fragen stellen (vgl. Krainer/Pretis 2019, S. 213). Denn nicht nur die Praxis der Medienproduktion liefert beständig Anlass, nach der Differenz von Sein und Sollen und nach Möglichkeiten diese zu überwinden zu fragen, auch die akademische Lehre ist gefordert, Normen für das praktische Handeln von und in Medien aufzuzeigen. Dies galt vor fast zwanzig Jahren und dies gilt angesichts der Relevanz medialer Kommunikation nach wie vor. Sofern sich die Medien- und Kommunikationswissenschaft als Schlüsseldisziplin der mediatisierten sozialen Welt etablieren will, wird sie Fragen nach Freiheit und Verantwortung, nach Sein und Sollen, nach Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit auch in ihre Curricula integrieren müssen.

## Literatur

- Debatin, Bernhard (2002): Zwischen theoretischer Begründung und praktischer Anwendung: Medienethik auf dem Weg zur kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin. In: *Publizistik*, 47. Jg., H. 3, S. 259-264.
- Funiok, Rüdiger (2019): Verantwortung für einen (zunehmend) aufgeklärten und selbstbestimmten Mediengebrauch von Heranwachsenden. *Moralisch-ethische Anfragen zur Medienbildung in digitalen Gesellschaften*. In: Stapf, Ingrid/Prinzing, Marlis/Köberer, Nina (Hg.): *Aufwachsen mit Medien. Zur Ethik mediatisierter Kindheit und Jugend*. Baden-Baden, S. 25-38.
- Karmasin, Matthias (1993): *Das Oligopol der Wahrheit. Medienunternehmen zwischen Ökonomie und Ethik*. Wien/Köln/Weimar.
- Karmasin, Matthias (2000): Ein Naturalismus ohne Fehlschluß? In: Rath, Matthias (Hg.): *Medienethik und Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden, S. 127-148.
- Karmasin, Matthias (2001): Kann man Ethik lernen, kann man Ethik lehren. Die Differenz von Sein und Sollen im Medienalltag. In: Kaltenbrunner, Andy (Hg.): *Beruf ohne (Aus-) Bildung. Anleitungen zum Journalismus*. Wien, S. 66-78.
- Karmasin, Matthias (Hg.) (2002): *Medien und Ethik*. Stuttgart.
- Karmasin, Matthias (2006): *Medienethik — Normen, Werte und Verantwortung*. In: Scholz, Christian (Hg.): *Handbuch Medienmanagement*. Berlin/Heidelberg, S. 279-297.
- Karmasin, Matthias/Krainer, Larissa/ Voci, Denise (2016): Einheitliche Differenzierung oder differenzierte Einheit? Zur Entwicklung der Medien- und Kommunikationswissenschaften in Österreich. In: *MedienJournal*, 40. Jg., H. 3, S. 4-14. <https://doi.org/10.24989/medienjournal.v40i3.42>
- Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (2013): *Abschlussbetrachtung und Ausblick: Kommunikationswissenschaft – Von der Notwendigkeit normativer Fragestellungen*. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden, S. 467-494.
- Krainer, Larissa (2001): *Medien und Ethik. Zur Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse*. München.
- Krainer, Larissa (2002): *Medienethik als angewandte Ethik. Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse*. In: Karmasin, Matthias (Hg.): *Medien und Ethik*. Stuttgart, S. 156-174.
- Krainer, Larissa/Pretis, Sandra (2019): *Der Mensch im Digitalen Zeitalter*. In: Litschka, Michael/Krainer, Larissa (Hg.): *Der Mensch im digitalen Zeitalter. Zum Zusammenhang von Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung*. Wiesbaden, S. 199-218.
- Marci-Boehncke, Gudrun/Rath, Matthias (2014): *Medienpädagogik und Medienbildung – zur Konvergenz der Wissenschaft von der Medienkompetenz*. In: Karmasin, Matthias/ Rath, Matthias/ Thomaß, Barbara (Hg.): *Kommu-*

- nikationswissenschaft als Integrationsdisziplin. Wiesbaden, S. 117-133.
- Nickel, Sigrun (Hg.) (2011): *Der Bologna-Prozess aus Sicht der Hochschulforschung. Analysen und Impulse für die Praxis*. CHE gemeinnütziges Centrum für Hochschulentwicklung. Arbeitspapier Nr. 148. Gütersloh. [https://www.che.de/wp-content/uploads/upload/CHE\\_AP\\_148\\_Bologna\\_Prozess\\_aus\\_Sicht\\_der\\_Hochschulforschung.pdf](https://www.che.de/wp-content/uploads/upload/CHE_AP_148_Bologna_Prozess_aus_Sicht_der_Hochschulforschung.pdf) (zuletzt aufgerufen am 19. 3. 2022).
- Öffentliche Kommunikationswissenschaft (2020): <https://oeffentliche-kowi.org> (zuletzt aufgerufen am 25. 2. 2020).
- Rath, Matthias (2013): *Normativ-ethische Begründungsleistungen für die Kommunikations- und Medienwissenschaft – Beispiel „Medienkompetenz“*. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden, S. 443-466.
- Rath, Matthias (2014a): *Medienethik und Kommunikationswissenschaft – Aspekte einer gegenseitigen Integration*. In: Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomaß, Barbara (Hg.): *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin*. Wiesbaden, S. 95-116.
- Rath, Matthias (2014b): *Ethik der mediatisierten Welt. Grundlagen und Perspektiven*. Wiesbaden.
- Schicha, Christian (2014): *Ethik und Medien*. In: Yousefi, Hamid R./Seubert, Harald (Hg.): *Ethik im Weltkontext. Geschichten – Erscheinungsformen – Neuere Konzepte*. Wiesbaden, S. 269-278.
- Stapf, Ingrid (2010): *Selbstkontrolle*. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): *Handbuch Medienethik*. Wiesbaden, S. 164-185.
- Wegener, Claudia (2016): *Aufwachsen mit Medien*. Wiesbaden.
- Zurstiege, Guido (2018): *Werbeethik als angewandte Ethik. Ein Plädoyer für eine Ethik, die sich einmisch*t. In: Liesem, Kerstin/Rademacher, Lars (Hg.): *Die Macht der Strategischen Kommunikation. Medienethische Perspektiven der Digitalisierung*. Baden-Baden, S. 127-140.