

# Medienethik als Aufgabe und Verpflichtung

Zur Neuausrichtung von *Communicatio Socialis*.

Von Klaus-Dieter Altmeyen, Andreas Büsch und Alexander Filipović

Über den Strukturwandel der Öffentlichkeit gibt es Konferenzen und Tagungsbände, die Digitalisierung der öffentlichen Kommunikation und ihre ökonomischen Folgen werden bis in die letzten Winkel ausgeleuchtet, der Journalismus und alle anderen Kommunikationsberufe sowie ihr Wandel stehen unter permanenter Beobachtung der Medienforschung, mit den Stichworten von Medialisierung/Mediatisierung werden die politischen und kulturellen Veränderungen der Mediengesellschaft ausgelotet, die Social Media sind längst in die Medienrepertoires der Nutzungs- und Wirkungsforschung aufgenommen: Und was ist mit Medienethik?

Es gibt keinen Mangel an medienethischen Problemen, auch mangelt es nicht an der Erforschung dieser Probleme (allenfalls an empirischen Untersuchungen). Zu bemängeln ist eher die Diskontinuität und Beliebigkeit dieses Themas. Es sorgt – anders als viele andere Medienthemen – in allen Seminaren und Konferenzpanels für lebhaft und anhaltende Diskussionen und es erregt die Gemüter immer dann, wenn besonders schwerwiegende Verstöße gegen medienethische Regeln vorliegen. Die Diskussionsbereitschaft, durchaus ein Ausdruck des Bedarfes an medienethischer Reflektion, korreliert leider nicht immer mit grundlegender Kenntnis medienethischer Forschungsergebnisse. Hier haben die Kommunikations- und Medienwissenschaften, die sich aus einer zu engen normativen *Zeitungswissenschaft* erst hatten freikämpfen müssen und in den vergangenen Jahrzehnten einen vornehmlich empiristischen Weg eingeschlagen hatten, ganz sicher noch Barrieren aus dem Weg zu räumen, bevor sie ein *normales* Verständnis zu normativen Methoden entwickeln konnten.

Dennoch scheint Hoffnung angebracht zu sein: Die medienethische Fachgruppe der Deutschen Gesellschaft für Publizis-

*Prof. Dr. Klaus-Dieter Altmeyen ist Inhaber des Lehrstuhls für Journalistik II an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.*

*Prof. Andreas Büsch lehrt Kommunikationswissenschaft an der Katholischen Hochschule Mainz und ist Leiter der Clearingstelle Medienkompetenz der Deutschen Bischofskonferenz.*

*Prof. Dr. Alexander Filipović ist Inhaber des Stiftungslehrstuhls für Medienethik an der Hochschule für Philosophie in München.*

tik- und Kommunikationswissenschaft wächst stetig und wissenschaftliche Einrichtungen mit medienethischem Fokus sind schon gegründet oder befinden sich kurz davor. In der erstmaligen Einrichtung von explizit medienethischen Professuren in München (seit Herbst 2013 an der Hochschule für Philosophie) und in Erlangen (momentan noch in der Phase der Besetzung) kann der Beginn einer Institutionalisierung gesehen werden. Diesen Rückenwind wollen wir, die Herausgeber und die Redaktion von *Communicatio Socialis*, aufnehmen und zugleich der Disziplin mit diesem Wirken einen entsprechenden Schub geben: *Communicatio Socialis* soll ein wichtiger und entscheidender Ort medienethischer Diskussion und Forschung werden.

Vor allem mit der Mediatisierung und Digitalisierung gesellschaftlicher Kommunikation, den Möglichkeiten von *Big Data* und mit der Rolle des Internet wächst die Bedeutung einer kritischen und ethischen Reflexion dieser Felder. Viele Beiträge in diesem Heft zeigen dies eindringlich. Die grundlegende Motivation für eine Ausrichtung von *Communicatio Socialis* auf medienethische Fragestellungen liegt daher in der wachsenden gesellschaftlichen Bedeutung von Kommunikations- und Medienethik begründet.

Medienkritik und Medienethik stehen dabei in einem geschwisterlichen Verhältnis: Gesellschaftlich ist eine Zunahme von Medien- und Internetkritik zu beobachten. Diese Kritik an unserer Medienwelt ist vielfältig hinsichtlich der Argumente, der ideologischen Hintergründe, der Tiefenschärfe und der Qualität. Trotz ihrer Heterogenität hat die Medienkritik die wichtige Funktion, die Prozesse medialer Selbstreflexion in Gang zu halten.

Eine Medienethik, die sich als Ethik im Sinne einer wissenschaftlich-philosophischen Disziplin versteht, versucht moralische Probleme methodisch geleitet zu entdecken, begrifflich zu analysieren und zu klären und zielt auf eine Veränderung im Handeln. Medienethik ist Wissenschaft und nimmt mit ihren spezifischen Kompetenzen am allgemeinen medienkritischen Diskurs der Gesellschaft teil. Sie ist kritische Wissenschaft, die auf der Grundlage methodischer und begrifflicher Analyse die notwendigen gesellschaftlichen Diskurse voran treibt und auf diesem Wege vor allem auch nach der Verantwortung als einer zentralen Kategorie medienethischen Handelns fragt.

*Medienethik ist Wissenschaft und nimmt mit ihren spezifischen Kompetenzen am allgemeinen medienkritischen Diskurs der Gesellschaft teil.*

## Medienethik als zeitgenossenschaftliche Aufgabe von Christinnen und Christen

Diese medienethische Fundierung von *Communicatio Socialis* hat ihren Anker in einer vom christlichen Glauben geprägten Weltsicht. Der Gründungsherausgeber Franz-Josef Eilers von den Steyler Missionaren betont in seinem programmatischen Aufsatz im ersten Heft 1968, dass der Titel der Zeitschrift sich von dem *Decretum de instrumentis Communicationis socialis* ableitet – einem Text des II. Vatikanischen Konzils (*Inter mirifica*) über die sozialen Kommunikationsmittel. Das Katholische ist also ein Gründungsmerkmal der Zeitschrift. Im Laufe der Zeit ist die Deutsche Bischofskonferenz als Finanzier eingesprungen, was die katholische Verankerung stabilisiert und der Zeitschrift viele weitere Bände ermöglicht hat.

Der Verweis auf das II. Vatikanum betont zugleich die spezielle Ausrichtung: Die Zeitschrift steht von Anfang an im Geist des Konzils, sie hat ihren Ursprung im II. Vatikanum, das eine grundsätzliche Neuinterpretation des Verhältnisses von Kirche und Welt erreicht hat. In diesem Verhältnis spielen die Medien vor allem in ihrer Sozialität eine hervorstechende Rolle. In diesem Sinne hat Bischof Dr. Gebhard Fürst im Vorwort zum Impulspapier „Virtualität und Inszenierung – Unterwegs in der digitalen Medienwelt“ formuliert: „Christliche Zeitgenossenschaft spricht aus der Mitte der Gegenwart kritisch über diese, um sich widerständig und weiterführend auf den Lauf der Dinge im Hier und Jetzt einlassen zu können.“ Wir begreifen die Medienethik heute als eine solche dringende Aufgabe zum Dienst an den Menschen, daher „Medienethik als Aufgabe“.

Die Pastoralkonstitution *Gaudium et Spes* verpflichtet die Kirche „allzeit [...] nach den Zeichen der Zeit zu forschen und sie im Licht des Evangeliums zu deuten“ (GS 4). Die Position einer kritischen Zeitzeugenschaft verpflichtet Kirche also auch, sich zur Notwendigkeit von Medienkompetenz zu äußern, die angesichts der fortschreitenden Mediatisierung der Gesellschaft unverzichtbare Voraussetzung für die gesellschaftliche Partizipation ist. Medienethik ist dabei eine zentrale Facette kritischer Medienkompetenz und für uns eine Verpflichtung.

Das Themengebiet „Religion, Kirche und Kommunikation“ verbleibt um der wichtigen ursprünglichen Gründungsabsicht von *Communicatio Socialis* willen auch nach der Neuausrichtung im Heft, auch wenn der Medienethik mehr Platz eingeräumt

*Wir begreifen die Medienethik als eine solche dringende Aufgabe zum Dienst an den Menschen, daher „Medienethik als Aufgabe“.*

wird. Der Geist des II. Vatikanischen Konzils vor 50 Jahren ist ebenso bedeutsam für die weltoffene, freie und ökumenische Grundausrichtung unserer Zeitschrift. Wir verstehen uns als Akteure einer ethischen Zeitschrift, der kein Verständnis einer exklusiven christlichen (oder gar katholischen) Ethik zu Grunde liegt, sondern ein inklusives: Die Perspektive der Förderung des Humanen teilen christliche wie „säkulare“ Ethiken und das ist unser „ideologischer Standpunkt“.

Ein christlicher Horizont hat dabei eine zusätzlich produktive, auch kritische Funktion. Medienethik können und wollen wir nicht in einem Innenraum katholischer oder auch nur christlicher Lebenswelt alleine machen, sondern sind in Sachen Medienethik auf viele Köpfe und Hände angewiesen. Konfession oder Religion spielt daher selbstredend bei der Auswahl der Autorinnen und Autoren keine Rolle. Das äußert sich in der inhaltlich breiten Konzeption, wie sie dieses erste neu gestaltete Heft aufweist.

## Ziele und Anspruch

Damit wären wir bei den Zielen und dem Anspruch der neuen *Communicatio Socialis*. Es ist nach 45 Jahren das dritte Mal, dass die Zeitschrift ihren Untertitel ändert. Nach „Zeitschrift für Publizistik in der Kirche und Welt“ (bis 1993) und „Internationale

Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft“ (bis 2013) wird sie nun zur „Zeitschrift für Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft“. Medienethische Themen haben schon immer eine Rolle gespielt – nun aber wird die

Medienethik das charakteristische Thema für *Communicatio Socialis*.

Wir sind der Überzeugung, dass es einen wissenschaftlich begleiteten gesellschaftlichen Diskurs über medienethische Fragestellung geben sollte. Wir haben es uns daher vorgenommen, *Communicatio Socialis* als zentralen – gedruckten wie onlinebasierten – Publikationsort für den medienethischen Bereich zu entwickeln und zusätzlich die Zeitschrift ebenso wie die Webseite in komplementärer Funktion als Publikationsorgane für den Bereich „Kommunikation in Kirche und Gesellschaft“ weiter zu halten und auszubauen.

Gewiss ist dies ein Reflex auf die wissenschaftlichen Arbeiten in diesem Bereich, die seit einigen Jahren kontinuierlich ansteigen, u. a. durch Tagungen, Gründungen von Netzwerken und

*Wir sind der Überzeugung, dass es einen wissenschaftlich begleiteten gesellschaftlichen Diskurs über medienethische Fragestellung geben sollte.*

Fachgruppen. Herausgeber und Redaktion erkennen darin einen Bedarf. Und wir sehen darin eine Herausforderung und eine Verantwortung, zeitgenossenschaftlich und gesellschaftlich tätig zu werden. Herausgeber und Redaktion sehen die derzeitigen medienethischen Initiativen der beiden großen christlichen Konfessionen von den gleichen Motiven getrieben und mit ähnlichen Zielen versehen.

Die Neuausrichtung von *Communicatio Socialis* ist notwendig, da derzeit keine medienethische Zeitschrift im deutschen Sprachraum (mehr) vorliegt. Medienethische Beiträge sind auf viele Publikationen verstreut. Der großen Menge an Autorinnen und Autoren sowie Rezipienten im Feld der Kommunikations- und Medienethik fehlt im deutschen Sprachraum ein zentrales Kommunikationsmittel. *Communicatio Socialis* wird diese Nische ausfüllen und sich als zentrales Kommunikationsmittel für kommunikations- und medienethische Themen etablieren.

Zugleich sind Herausgeber und Redaktion überzeugt von der Wichtigkeit der bisherigen Ausrichtung auf die kirchliche und religiöse Kommunikation, die neben dem medienethischen Fokus beibehalten werden soll. Beides kommt im neuen Untertitel von *Communicatio Socialis* zum Ausdruck: „Zeitschrift für Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft“.

Herausgeber und Redaktion möchten auch weiterhin die bestehende Zielgruppe von *Communicatio Socialis* ansprechen, wir möchten aber zugleich den Kreis bedeutsam erweitern auf alle Leserinnen und Leser sowie Autorinnen und Autoren, die ein genuin medienethisches Interesse auszeichnet. Dies sind Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unterschiedlicher Fä-

## Die Herausgeber



Klaus-Dieter Altmeyen



Andreas Büsch



Alexander Filipović

## Die Redaktion



*Annika Franzetti*



*Renate Hackel-de Latour*

cher, die für die Medienethik einschlägig sind (Kommunikations- und Medienwissenschaft, Theologie, Philosophie, Literaturwissenschaften, (Medien-) Pädagogik, Didaktik, Rechtswissenschaft, Informatik, Wirtschaftswissenschaften) und dies sind Praktikerinnen und Praktiker, die über ein berufliches Interesse hinaus auch interessiert sind an der Medienethik (Journalisten, weitere Beschäftigte in Rundfunk, Presse, PR und Werbung), Lehrer, Lehrende, wissenschaftliche Referenten in Bundes- und Landesbehörden bzw. Landtagen und Bundestag, Akademie-referenten.

Die Struktur für diese interdisziplinäre Ausrichtung in Inhalt und Zielgruppe legen wir schon im Herausgebergremium: Wir Herausgeber repräsentieren über unsere speziellen Professionen die drei unseres Erachtens entscheidenden wissenschaftlichen Orientierungen des Feldes Medienethik. Die Kommunikations- und Medienethik erforscht erstens vorwiegend mit sozialwissenschaftlichen Methoden theoretisch und empirisch unsere Medienwelt in allen ihren Facetten, auch im Hinblick auf die Frage, wie sie besser aussehen kann. Auch ihre nicht-normativen Forschungen stehen nicht quer zu medienethischen Fragen, sondern sind wichtigste Informations- und Impulsgeber für die Medienethik. Die philosophische Ethik klärt zweitens in der allgemeinen Ethik die Möglichkeiten und Grenzen normativer Argumentation und versucht, in der Medienethik als anwendungsbezogene Ethik praxisrelevante Vorschläge zu machen. Und drittens wird in der Medienbildung die Frage gestellt, wie Menschen in einer immer stärker von (digitalen) Medien geprägten Welt handlungsfähig und -mächtig werden bzw. bleiben.



## Neues Heft und neue Webseite

Zeitgleich mit der Neuausrichtung der Zeitschrift *Communicatio Socialis* erfolgt eine Anpassung an Erfordernisse moderner Publikationsformen: Neben der Zeitschrift wird die Webseite [www.communicatio-socialis.de](http://www.communicatio-socialis.de) zu einer attraktiven und aktuellen Kommunikationsplattform ausgebaut. Inhaltlich und in der Zielgruppenorientierung werden Webseite und Zeitschrift auf dem gleichen Gleis fahren.

Die Zielgruppen können zwischen der Zeitschrift und der Webseite wählen. Das inhaltliche Konzept folgt den Motiven der Neuausrichtung und den Bedürfnissen der Zielgruppen. Es entspricht dem Charakter von *Communicatio Socialis* als einer themengebundenen Fachzeitschrift mit wissenschaftlicher Ausrichtung. In der Zeitschrift werden die beiden inhaltlichen Abschnitte (Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft) im Erscheinungsbild des Heftes durch Zuordnung der Beiträge im Inhaltsverzeichnis getrennt. Jedes Heft enthält in der Regel einen thematischen Schwerpunkt sowie Rubriken, die unterschiedliche Inhalte und verschiedene Darstellungsformen vereinen. Sie können dies im vorliegenden Heft gleich prüfen.

Dazu gibt es das Internetportal [www.communicatio-socialis.de](http://www.communicatio-socialis.de) mit den vollständig dort herunterladbaren Beiträgen (E-Journal), das den Funktionalitätsansprüchen moderner Publikationsplattformen genügt. Dies betrifft interaktive Funktionen und die Aktualität der Website ebenso wie Informationen und Serviceangebote für Interessierte und Leser (u.a. Registrationsfunktion für Leser, E-Mail-Alerts, Recherchemöglichkeiten in den Inhalten der Zeitschrift). Herausgeber und Redaktion unterstützen zudem die Idee des

## Die Redaktion



Petra Hemmelmann



Christian Klenk



Christoph Sachs

Open Access: Nach einer Frist von einem Jahr sollen alle Informationen frei auf der Website einsehbar sein.

Im personellen Bereich wird Kontinuität vorherrschen. Kompetente Verstärkungen für die Redaktion wie jetzt durch Petra Hemmelmann (Zeitschrift) und Christoph Sachs (Webseite) haben wir bereits gefunden. Und die *altgedienten* Redakteurinnen und Redakteur (Renate Hackel-de Latour, Annika Franzetti und Christian Klenk) werden wie die Herausgeber weiterhin immer wieder praktisch an dem Grundsatz arbeiten, dass die Redaktion autonom ist. Einmischungen der Herausgeber oder gar von externen Personen und Institutionen werden wie gewohnt wahrgenommen und diskutiert. Entschieden wird in der Redaktion. Auch das ist einer unserer Beiträge zur Medienethik.

Bei den Leserinnen und Lesern hoffen wir auf viele Veränderungen, sprich viele Interessierte, die bereit sind, die neuen Angebote zu rezipieren – und zu abonnieren. Die Bezugsbedingungen können Sie im Impressum lesen. Wir freuen uns, wenn *Communicatio Socialis* Sie interessiert, Sie herausfordert, Sie beschäftigt. Schreiben Sie uns gern Ihre Meinung! Dann wissen wir genauer, wie wir mit dem Strukturwandel der Öffentlichkeit nicht nur als inhaltliches Thema umgehen müssen, sondern auch im Hinblick auf die künftige Gestaltung von *Communicatio Socialis*.

Die Herausgeber  
Eichstätt, Mainz, München  
Dezember 2013