

Call for Papers für die IMEC Jahrestagung 2018 an der FH St. Pölten

Jahrestagung des *Interdisciplinary Media Ethics Center* IMEC vom 14-16. März 2018 an der Fachhochschule St. Pölten, Österreich

Der Mensch im digitalen Zeitalter: Ethische Fragen zum Einfluss von Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung auf die *conditio humana*

Einleitung:

Unter „*conditio humana*“ verstand man in der vor allem philosophisch-anthropologischen Tradition eine grundlegende Bedingung des Menschseins. Fraglich war dabei von jeher, vor allem aber seit der Kritik an einer essentialistischen Deutung des Menschen nach 1945, ob sich demnach vorkulturelle Bedingungen menschlicher Existenz finden lassen, die unabhängig von kulturspezifischen und damit historischen Gegebenheiten eine dem Menschen spezifische „Wesensnatur“ beschreiben. Jenseits einer solchen letztlich metaphysischen Unterscheidung von Natur und Kultur setzen Konzeptionen an, die quasi funktionale Aspekte menschlicher Existenz wie Kommunikation, Sozialität und Technizität als historisch verschiedenen Metaprozessen ausgesetzt annehmen. Dazu gehört auch und besonders der Metaprozess der Mediatisierung, der sich aktuell in der digitalen Transformation realisiert. Solche Transformationsprozesse werfen eine Vielzahl ethischer Fragen auf, die im Rahmen der Tagungen des IMEC jeweils mit spezifischem Fokus aufgegriffen werden. 2018 widmen wir uns dem Zusammenhang von Prozessen der Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung und deren ethischen Implikationen unter einer (medien-)anthropologischen Perspektive.

Thematische Schwerpunkte:

1. Mediatisierung der *conditio humana*

Wie lässt sich der Gedanke einer (wenn auch nachmetaphysisch gedachten) *conditio humana* in Abhängigkeit von Metaprozessen wie Mediatisierung entfalten? Gibt es eine in diesem Sinne mediale Anthropologie – und welche sind ihre Grundbestimmungen des Menschseins? Inwiefern beeinflussen die neuen technologischen Möglichkeiten (Ubiquität und Mobilität der Information, Algorithmen-gesteuerte Governance der Information, Social Media Kommunikation und Organisation, etc.) der mediatisierten Gesellschaft (Hepp et al. 2015; Krotz/Hepp 2011) unser Denken und Entscheiden? Welche Wertvorstellungen legen sie nahe,

setzen sie voraus und welche normativen Konflikte bringen sie mit sich (Rath 2014)? Wie autonom leben wir noch in einer digitalisierten Welt? Wie lassen sich mögliche Handlungsformen definieren und welche Abgrenzungs-, Gestaltungs- oder auch Widerstandsformen sind überhaupt möglich? Ökonomische Grundprinzipien scheinen über die Zeit fast gleich zu bleiben und sich eher aufgrund der zugrundeliegenden Denkschulen (Neoklassik, Institutionenökonomik, politische Ökonomik, Verhaltensökonomik...) zu unterscheiden (s. für die Medienökonomie Cunningham et al. 2015; Goldfarb et al. 2015, für die Normativität innerhalb der Medienökonomie Karmasin/Litschka 2013) – gilt dies auch für ethische Denkmodelle? Oder braucht eine „digitale“ Ethik andere anthropologische Grundannahmen und normative Prinzipien, z.B. weil Autonomie nicht mehr ausschließlich im Individuum verankert werden kann? Wie lassen sich ethische Diskurs- und Entscheidungsprozesse konfigurieren (Krainer/Heintel 2010), die der entstandenen Komplexität gerecht werden? Lassen sich digitale Medien dafür nutzen?

2. Ökonomisierung und Digitalisierung der Medien

Welche ethischen Fragestellungen ergeben sich aus der Ökonomisierung (etwa Kiefer/Steiniger 2014) der Medienlandschaft, also einer Überlagerung der publizistischen durch die ökonomische Systemrationalität, erkennbar bspw. anhand zunehmender Kommodifizierung der Information (Mosco 2009), der Prozesse der Konzentration und Oligopolisierung, der zunehmenden Marktmacht von Plattformunternehmen, der Entwicklungen wie Digital Commerce, Grenzgewinnjournalismus, u.v.a.m.? Welche Herausforderungen ergeben sich für die autonome Entscheidungsmöglichkeit der ProduzentInnen wie RezipientInnen in politischen und ethischen Fragen? Und wie ist dies für das Phänomen zu denken, dass die klassische Rollenverteilung nach Produktion und Rezeption immer mehr aufgeweicht wird („Produusage“, Axel Bruns)? Verändern sich die ökonomischen Zwänge – oder verlagern sie sich auf die „Hinterbühne“ (Rath 2016) einer entprofessionalisierten Medienarbeit? Welche Rolle hätte die Medienpolitik, die Medienpädagogik und die Medienethik in einem deskriptiv-analytischen, einem normativ-aufklärerischen sowie einem diskurs- und prozessethischen Rahmen? Wie ist ein „Social Choice“ bei normativen Fragen denkbar, der einerseits „unmöglich“ ist (Arrow 1952), andererseits ein funktionierendes massenmediales System voraussetzt (Sen 2010), und der nicht unterminiert wird von partikularisierten Teilgemeinschaften (in einem Habermas'schen Sinn), die immer wiederkehrenden „Fake News“ und Echokammern aufliegen?

3. Interdisziplinäre Erkenntnisse im digitalen Zeitalter

Welche interdisziplinären Theoriebausteine müssen für die Formulierung einer medialen *conditio humana* berücksichtigt werden? Wie lassen sich im Lichte dieser interdisziplinären Theoriezugänge, aber auch darauf zu beziehender empirischer Ergebnisse, die oben angesprochenen (sowie weitere) Fragen der Ökonomisierung, Digitalisierung und Mediatisierung und deren Einfluss auf die *conditio humana* formulieren? Hier sind insbesondere Kooperationen zwischen Philosophie, Psychologie, Wirtschaftswissenschaft, Rechtswissenschaft, Soziologie und Technikforschung interessant, die die Kooperationsfähigkeit und -möglichkeit der Menschen im digitalen Zeitalter, Konfliktlösungspotenziale, Entscheidungsstrukturen und Dilemmata oder auch politische, ökonomische und ethische Diskurse untersuchen und dabei eine oder mehrere der drei relevanten Ebenen der Ethik

(Mikroebene/Individuethik, Mesoebene/Organisationsethik und Makroebene/Rahmenordnungsethik) analysieren.

Andere und weitere themenadäquate Fragestellungen sind willkommen.

Einreichungen für die Tagung senden Sie bitte bis zum 30. Oktober 2017 an die Organisatoren (medienethik@fhstp.ac.at). Der Abstract sollte einen Umfang von nicht mehr als 8000 Zeichen (inkl. Leerzeichen) haben. Bitte fügen Sie eine Titelseite an mit dem Titel des Abstracts sowie der Anschrift/Institution und einer Kurzbiographie der einreichenden Person(en).

Das Review wird als qualitatives Feedbackverfahren durchgeführt. Die Ergebnisse der anonymen Begutachtung werden Mitte Dezember 2017 mitgeteilt. Ein Tagungsband ist geplant.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichungen!

Organisation vor Ort:

Prof. Dr. Michael Litschka (2. Sprecher des IMEC)
Michaela Mandl
FH St. Pölten, Department Medien & Wirtschaft
Matthias Corvinus-Str. 15
3100 St. Pölten
Österreich
Tel.: +43/2742/313 228 - 424
Email: medienethik@fhstp.ac.at

Referenzen:

Arrow, K. (1951): *Social Choice and Individual Values*. New York: Wiley.
Cunningham, S./Flew, T./Swift, A. (2015): *Media Economics*. London/New York: Palgrave.
Goldfarb, A./Greenstein, S.M., Tucker, C.E. (Hg., 2015): *Economic Analysis of the Digital Economy*. Chicago/London: The Univ. of Chicago Press.
Hepp, A./Hjarvard, S./Lundby, K. (2015): "Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society", in: *Media, Culture & Society*, Vol. 37 (2), S. 314-324.
Karmasin, M./Litschka, M. (2013): „Normativität in der Medienökonomie“, in: Karmasin, M./Rath, M./Thomaß, B. (Hg.), *Normativität in der Kommunikationswissenschaft*. Berlin: Springer-VS, S. 191-207.
Kiefer, M.L./Steininger, C. (2014): *Medienökonomik*. 3. Aufl., München: Oldenbourg.
Krainer, L./Heintel, P. (2010): *Prozessethik. Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse*. Wiesbaden: VS-Verlag.
Krotz, F./Hepp, A. (2011): "A concretization of mediatization: How mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research", in: *Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication*, Vol. 3, No. 2, pp. 137-152.
Mosco, V. (2009): *The political economy of communication*. 2. Aufl., Los Angeles: Sage.
Rath, M. (2014): *Ethik der mediatisierten Welt. Grundlagen und Perspektiven*. Wiesbaden: VS 2014
Rath, M. (2016): „Vom Ende der Profession. Medienethische Anmerkungen zur ‚Produsage‘“, in: *MedienJournal*, 2/2016, S. 20-33
Sen, A. (2010): *Die Idee der Gerechtigkeit*. München: C.H. Beck.