

Call for Papers

Medien der Transformation – Transformation der Medien

Jahrestagung des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft

21. und 22. November 2019, Universität Leipzig

Wir stehen vor großen Herausforderungen: Die menschengemachte Erderwärmung scheint, trotz regelmäßiger Klimagipfel und ausgerufenen Klimaziele, bislang kaum aufhaltbar. Der Reichtum ist – global und innerhalb der westlichen Demokratien – immer ungleicher verteilt und provoziert nicht nur Migrationsbewegungen in den globalen Norden, sondern führt ebenfalls in den reicheren Staaten zu zum Teil erheblichen Protesten. Wir erleben auch in westlichen Demokratien einen rasanten Aufstieg des Rechtspopulismus, demokratische Grundprinzipien werden in Frage gestellt, das Vertrauen in etablierte gesellschaftliche Institutionen erodiert und die erreichten Erfolge emanzipativer Bewegungen, z. B. in den Geschlechterverhältnissen, öffentlichkeitswirksam grundsätzlich negiert – eine Entwicklung, die auch die Bereiche Medien und Journalismus berührt. Dabei zeigt sich deutlich: Mit den bisherigen Mitteln lassen sich die bestehenden Herausforderungen nicht bewältigen.

Eine denkbare, umfassende Antwort auf diese Herausforderung ist die Idee einer „Großen Transformation“, wie sie etwa der Wissenschaftliche Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) in Form einer sozial-ökologischen Wende fordert: „Die Gesellschaften müssen auf eine neue ‚Geschäftsgrundlage‘ gestellt werden. Es geht um einen neuen Weltgesellschaftsvertrag für eine klimaverträgliche und nachhaltige Weltwirtschaftsordnung“ (WBGU 2011, 1–2). Um dieses Ziel zu erreichen, sind bereits verschiedene Ansätze vorgedacht und in unterschiedlichem Detaillierungsgrad ausgearbeitet, wie etwa die Gemeinwohlökonomie (Felber 2014), die Postwachstumsgesellschaft (Paech 2012), die Ökonomie der Verbundenheit (Eisenstein 2012), der Konvivalismus (Les Convivalistes 2014), die reduktive Moderne (Welzer 2012) oder der demokratische Sozialismus (Wright 2017). Sie alle legen Zukunftsvisionen einer sozial gerechteren und ökologisch nachhaltigen Gesellschaft vor.

Bei der Katalyse gesellschaftlicher Transformationsprozesse – oder bei deren Verhinderung – spielen öffentliche Kommunikation und Medien eine wesentliche Rolle. Denn gesellschaftliche „Kernprinzipien“ wie Wissen, Normen, Werte und Ideologien werden zentral in öffentlichen Diskursen verbreitet und geprägt. Den Medien, aber auch Medientechnologien ist daher oftmals das Potenzial zugeschrieben worden, Transformationsprozesse auszulösen bzw. zu unterstützen. Genauso häufig allerdings wurden die in Medien(technologien) gesetzten Hoffnungen enttäuscht, denn die Art und Weise ihres Gebrauchs hat – nicht zuletzt aufgrund der bestehenden Besitz- und Machtverhältnisse – immer wieder dazu geführt, dass sie Herrschaftsstrukturen reproduzieren. Diese Diskrepanz zwischen Hoffnung und Realität lenkt die Aufmerksamkeit nicht zuletzt auf Medien- und Öffentlichkeitsstrukturen: Es scheint, auch sie müssten auf bestimmte Art transformiert werden, um im Sinne einer „Großen Transformation“ zu wirken.

Dabei gehen wir davon aus, dass auch ein Blick zurück lohnen kann. Vor genau 30 Jahren, im revolutionären Herbst 1989, hat sich in der damaligen Deutschen Demokratischen Republik schon einmal ein Mediensystem transformiert. Die Hoffnungen auf einen emanzipatorischen Medienwandel (z. B. durch die Gründung des basisdemokratischen Medienkontrollrates und des Ministeriums für Medienpolitik, eine Vielzahl neuer Publikationen, v. a. auch als Lokal- und Bürgerrechtspresse) wurden damals schnell enttäuscht. Für die

Beschäftigung mit Transformationen drängt sich die Frage auf, welche Lehren die deutsche Wiedervereinigung im Rückblick für heutige emanzipatorische Bewegungen bereithält.

Es mag einleuchten, dass eine „Große Transformation“ dringlich ist. Die Ursachen und Bewegungen, die zur heutigen Situation geführt haben, und die Tendenzen, die eine Transformation hemmen, müssen allerdings analysiert werden. So kann von hier aus fundiert eine Richtungsbestimmung des transformatorischen Prozesses vorgenommen und Varianten der Transformation bewertet werden. Ziele einer solchen Analyse sollten z. B. sein, Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen unterschiedlichen Diagnosen, die eine Transformation empfehlen, zu identifizieren; den Einfluss unterschiedlicher Makroentwicklungen wie Ökonomisierung, Vermarktlichung, Kapitalisierung oder Elitisierung des Mediensystems und der Kommunikationsverhältnisse auf Transformationen zu bestimmen; sowie die Konsequenzen aufzuzeigen, die sich aus unterschiedlichen kritischen Perspektiven für die Transformation gegenwärtiger (digitaler) Medien und Mediensysteme und/oder ihrer Akteur*innen ergeben.

Aus unserer Sicht kommt der Kommunikations- und Medienwissenschaft eine wesentliche Rolle bei der Erforschung der Großen Transformation und ihren (Ermöglichungs-) Bedingungen zu. Eine Verantwortung, der sich bislang noch kaum angenommen wurde. Als Öffentliche Kommunikationswissenschaft will sie diese Transformation nicht nur erforschen, sondern darüber hinaus Fragestellungen emanzipatorischer Bewegungen aufnehmen, ihr Expertenwissen für den öffentlichen Diskurs bereitstellen, und an gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen mitwirken.

Wir laden zu Beiträgen zu u. a. folgenden Fragestellungen ein:

Perspektiven: Medien und Kommunikationswissenschaft in der sozial-ökologischen Transformation

- Wie könnte ein künftiges, transformiertes und die Große Transformation unterstützendes Mediensystem aussehen? Welche Inhalte, Organisationsformen, Strukturen etc. sollten angestrebt werden? Unter welchen Bedingungen kann ein solches Mediensystem geschaffen werden?
- Welche Medientechnologien und -organisationen können aus welchen Gründen als emanzipatorisch-transformative Medien bezeichnet werden? Welche Öffentlichkeiten sind für eine emanzipatorische Transformation bedeutsam?
- Welche Rolle kommt Plattformen in einem transformierten Mediensystem zu? Welche alternativen Möglichkeiten bestehen, um Plattformen zu betreiben (Verstaatlichung, öffentlich-rechtliche Lösungen, Platform Cooperativism u. a.)? Worin bestehen ihre Vor- und Nachteile? Unter welchen Bedingungen lassen sie sich durchsetzen?
- Welche Kompetenzen benötigen Mediennutzer*innen in einem transformierten Mediensystem? Können sie die Große Transformation „von unten“ vorantreiben? Wie können sie dazu befähigt werden?
- Welche Rolle spielen die Kategorien Geschlecht, Macht und Herrschaft bei der Gestaltung aktueller und zukünftiger Transformationsprozesse der Gesellschaft und des Mediensystems?
- Wie kann eine ökologische bzw. sozial-ökologische Medienethik aussehen, die Nachhaltigkeit i. S. v. Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen und/oder soziale Gerechtigkeit als Grundwert für Medienschaffende formuliert (ähnlich dem Schutz der freiheitlich-demokratischen Grundordnung), ohne dass Meinungsvielfalt und Debatte einge-

schränkt wird? Wie kann ein „konstruktiver“ (lösungsorientierter, perspektivischer, zukunftsgerichteter) Journalismus konzeptualisiert werden, der eine sozial-ökologische Transformation befördert, aber nicht ideologisch verhärtet und andersdenkende Teile der Bevölkerung vor den Kopf stößt? Welche neuen Formen journalistischen Handelns (wie z. B. Konstruktiver Journalismus, Grüner Journalismus, Transformativer Journalismus) können wie zu Transformationsprozessen beitragen?

- Was kennzeichnet eine öffentliche und transformative Medien- und Kommunikationswissenschaft? Welche theoretischen, methodologischen und empirischen Ansätze verfolgt sie? Was kann aus der Debatte um „Transformationswissenschaft“ bzw. „transformative Wissenschaft“ für Medien und Journalismus abgeleitet und gelernt werden?
- Welche Relevanz bzw. welche Potenziale besitzen alternative Ansätze für die Organisation von Wirtschaftsprozessen – wie etwa die Gemeinwohlökonomie (Felber 2014), die Postwachstumsgesellschaft (Paech 2012), die Ökonomie der Verbundenheit (Eisenstein 2012), der Konvivalismus (Les Convivalistes 2014), die reduktive Moderne (Welzer 2012) oder der demokratische Sozialismus (Wright 2017) – für die Kommunikationswissenschaft? Welche Anknüpfungspunkte gibt es?

Bestandsaufnahmen: Medieninhalte, Medienakteur*innen und Medienstrukturen zwischen Vermarktlichung, Schutz und Emanzipation

- Wie und warum wird über die sozial-ökologische Krise berichtet? Werden soziale und ökologische Themen überhaupt zusammen artikuliert? Geht diese Thematisierung auf Kosten anderer Emanzipationsbewegungen (wie z. B. Care-Revolution)?
- Welche Massenmedien verbreiten in welcher Form welches Wissen, welche Normen, welche Werte und welche Ideologien, die relevant für eine sozial-ökologische Transformation sind (d. h. die letztere entweder begünstigen oder behindern)?
- Wie positionieren sich welche journalistischen Medien in Deutschland, im deutschsprachigen Raum oder international bei Themen, die relevant für eine sozial-ökologische Transformation sind? Wie gewichten, framen, kommentieren sie Themen wie Agrarwende (hin zu einer nachhaltig-ökologischen Landwirtschaft), Energiewende (hin zu erneuerbaren Energien und Energieträgern ohne CO₂-Emissionen), Verkehrswende (hin zu nachhaltiger und umweltverträglicher Mobilität), Transition Towns, Artenschutz, Klimagerechtigkeit, globale Gerechtigkeit, Finanztransaktionssteuer u. a.?
- Wie und mit welchem Erfolg werden von der UNO oder anderen Organisationen und Akteuren die UN Sustainable Development Goals (SDGs) und ihre Umsetzungsstrategien kommuniziert?
- Welche Leerstellen weist die Diagnose einer Ökonomisierung, Vermarktlichung und Kapitalisierung des Mediensystems und der Kommunikationsverhältnisse auf? Ist sie z. B. geeignet, eine Orientierung der Medien an Elitendiskursen zu problematisieren? Wie verhalten sich medien- und kommunikationswissenschaftliche Eliten- und Kapitalismuskritik zueinander?
- Welche schützenden und/oder emanzipativen Gegentendenzen zur Vermarktlichung der Medienstrukturen und der Kommunikationsverhältnisse lassen sich ausmachen? Was ist an ihnen zu kritisieren, was kann von ihnen gelernt werden? Wie sinnvoll ist es, Markt und Autonomie der Medien zu kontrastieren? Welches Transformationspotenzial haben öffentlich-rechtliche Medien oder andere nicht über den Markt bereitgestellte Medien?
- Welche Rolle spielen welche Medien und Journalismus bei der Verbreitung wirtschaftspolitischer Ideologien wie der des Neoliberalismus, der mit seiner Umvertei-

lungslogik von unten nach oben Medieneigentümern und Werbekunden ebenso nützt wie die Ideologie des „romantischen Konsumismus“, die uns Glück und Selbstverwirklichung durch den Konsum von Waren und Dienstleistungen verheißt?

- Wie werden schützende und/oder emanzipative Gegentendenzen zur Vermarktlichung der Medien und der Kommunikation in medialen Diskursen, Narrativen, Frames thematisiert und verhandelt? Welche mediale Aufmerksamkeit erlangen alternative Gesellschafts- und Ökonomieentwürfe (z. B. demokratischer Sozialismus, Gemeinwohlökonomie, Postwachstum)?

Reflexionen: Historische Transformationen und die Rolle der Medien

- Welche historischen Transformationen sind aus kritisch-medien- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive interessant? Was kann aus diesen Fällen für die Gestaltung und Analyse gegenwärtiger und zukünftiger Mediensysteme gelernt werden?
- Welche Gründe für aktuelle Distanz und Skepsis gegenüber „den“ Medien (Stichwort „Lügenpresse“) lassen sich auf geschichtliche Transformationsprozesse zurückführen?
- Welche methodisch-theoretischen, wissenschaftsstrukturellen und auch biografischen Veränderungen erfasste die Kommunikationswissenschaft in einem wiedervereinigten Deutschland? Welche ungenutzten Möglichkeiten eines kritischen Aufbruchs können benannt werden? Bestand überhaupt ein „Geist der Erneuerung“ und falls ja, in West und Ost gleichermaßen? Bestand überhaupt ein „Geist der Erneuerung“ und falls ja, in West und Ost gleichermaßen? Welche strukturellen Gewinner und Verlierer der Transformation existier(t)en?
- War die Kommunikationswissenschaft in der DDR bzw. die staatssozialistische Anwendung der materialistischen Kommunikationswissenschaft ein „Irrweg der Geschichte“? Sind ihre Vertreter*innen, ihre Forschungsergebnisse und -institutionen heute zu Recht vergessen oder lohnt sich zumindest ein kritischer Blick im Kontext einer Großen Transformation?

Die Tagung ist zudem offen für weitere, hier nicht exemplarisch aufgeführte theoretische, empirische oder konzeptionelle Beiträge aus dem Interessensgebiet des Calls.

Literatur

Eisenstein, Charles. 2011. *Sacred economics: Money, gift, & society in the age of transition*. Berkeley, CA. Evolver Editions.

Felber, Christian. 2014. *Die Gemeinwohl-Ökonomie: Eine demokratische Alternative wächst*. Aktualisierte und erweiterte Neuauflage. Wien: Deuticke.

Les Convivialistes. 2014. *Das konvivialistische Manifest: Für eine neue Kunst des Zusammenlebens*. Herausgegeben von Claus Leggewie und Frank Adloff. Bielefeld: transcript.

Paech, Niko. 2012. *Befreiung vom Überfluss: Auf dem Weg in die Postwachstumsökonomie*. München: Oekom.

Welzer, Harald. 2014. *Selbst denken: Eine Anleitung zum Widerstand*. Frankfurt am Main: Fischer.

Wright, Erik Olin. 2017. *Reale Utopien: Wege aus dem Kapitalismus*. Übersetzt von Max Henninger. Deutsche Erstausgabe. Berlin: Suhrkamp.

Hinweise zur Einreichung

Willkommen sind Vorschläge für verschiedene Formate:

- Tagungsvortrag (20 Minuten): Vorschlag einzureichen als Extended Abstract (4000-6000 Zeichen plus ggf. Anhang (Abbildungen, Tabellen))
- Panel (90 Minuten mit 3 Vorträgen/Impulsreferaten zum gleichen Oberthema, das aus unterschiedlichen Perspektiven diskutiert wird): Vorschlag einzureichen als Panelbeschreibung (2000-4000 Zeichen) plus zu jedem vorgesehenen Vortrag ein Extended Abstract (4000-6000 Zeichen plus ggf. Anhang (Abbildungen, Tabellen))
- Workshop (Dialog zu Work in Progress mit etwa 10 Minuten Input und 20-30 Minuten Diskussion): Vorschlag einzureichen als Workshopbeschreibung inkl. Begründung der Formatwahl (6000-8000 Zeichen)

Wir bitten Sie, Ihren Vorschlag per Mail **bis zum 11. August 2019** einzureichen. Bitte senden Sie Ihren Beitrag in elektronischer Form (*.doc, *.docx, *.rtf, kein PDF!) an info@krikowi.net. Annahmen bzw. Ablehnungen erfolgen Ende September.

Der eingereichte Beitrag darf in dieser Form nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert worden sein. Allerdings sind durchaus Beiträge möglich, die einen methodischen Aspekt aus einer bereits publizierten oder präsentierten Studie herausgreifen, wenn dieser Aspekt nicht Hauptgegenstand der Publikation oder Präsentation war. Soll eine empirische Studie vorgestellt werden, so muss aus dem Abstract klar hervorgehen, ob es sich a) um eigene Daten handelt und b) in welchem Stadium sich die Studie gegenwärtig befindet (Planung, in der Durchführung, in der Auswertung, abgeschlossen).

Die Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir, die Abstracts mit einem abnehmbaren Deckblatt, auf welchem der Beitragstitel sowie Name und Adresse der Einreichenden verzeichnet sind, zu versehen. Die Abstracts sollen neben einer Inhaltsangabe des Vortrags den Bezug zum Tagungsthema sowie die Relevanz und Originalität der Fragestellung verdeutlichen. An diesen Aspekten werden sich auch die Reviewer*innen orientieren.

Fair Use Policy: Jede*r Einreichende*r wird automatisch in unseren Reviewer*innen-Pool aufgenommen und übernimmt mit der Einreichung die Verpflichtung, ggf. andere Einreichungen zu dieser Tagung zu begutachten.

Die Tagungsleitung behält sich vor, auch die Gesamtkonzeption der Tagung bei der Auswahl der Beiträge zu berücksichtigen.

Die Publikation von Tagungsbeiträgen in einem Tagungsband ist geplant.

Informationen zur Tagung

Die Tagung wird mittags am Donnerstag, dem 21. November 2019 Uhr beginnen. Für den Donnerstag ist eine öffentliche Abendveranstaltung geplant. Der wissenschaftliche Teil der Tagung endet am frühen Freitagabend, dem 22. November 2019. Im Anschluss sind alle Tagungsteilnehmer*innen herzlich zu einer Abschiedsparty am Freitagabend eingeladen.

Angaben zum Veranstaltungsort, Unterkünften, etc. werden rechtzeitig in der Einladung und auf der Website des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft bekannt gegeben.

Sevda C. Arslan, Nils S. Borchers, Uwe Krüger & Sebastian Sevignani
im Namen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft