

Call for Papers für die 23. Tagung der Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

Mittwoch, 5. Oktober, bis Freitag, 7. Oktober 2022, in München

Ausrichtendes Institut:
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, LMU München

Die Inhaltsanalyse 2022: Innovation, Reflexion und Anwendung

Inhaltsanalysen bilden seit jeher ein zentrales methodisches Charakteristikum der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Analyse von Medieninhalten ist in vielen Kontexten zentral für unsere Forschung. Mit der Digitalisierung erreichte die Quantität verfügbarer Medieninhalte indes neue Dimensionen. Die Verfügbarkeit frei zugänglicher und bisweilen auch maschinenlesbarer Medieninhalte hat sich in den vergangenen Jahren vervielfacht. Parallel dazu erreichte auch die Qualität verfügbarer Medieninhalte neue Dimensionen: Neben textuellen ist gerade das Internet geprägt von visuellen, auditiven und nicht zuletzt audiovisuellen Inhalten.

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft begegnet insbesondere der Vielzahl textueller Inhalte zunehmend auf Augenhöhe. Neben qualitativen und quantitativen manuellen Analysen sind aktuelle Studien und Seminare dabei immer häufiger von Konzepten geprägt, die der Informatik entlehnt sind. Dazu zählen etwa Diktionäre, Themenmodelle oder Verfahren des überwachten maschinellen Lernens, zuletzt auch immer häufiger Verfahren des Taggings oder der Named Entity Recognition. Im Gegensatz zu dieser gelebten Innovation bei textuellen Inhalten steckt das methodische Repertoire der Analyse von visuellen, auditiven oder audiovisuellen Inhalten trotz zuletzt erschienener Themenhefte (Bucy & Joo, 2021; Theocharis & Jungherr, 2020) indes noch in den Kinderschuhen.

Themenblock Innovation

In diesem Themenblock sollen Aspekte aufgegriffen werden, die für die Inhaltsanalyse in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft Innovationspotenzial aufweisen. Dazu zählen etwa:

- Neue informatische Konzepte des Data Mining oder Natural Language Processing mit Fokus auf Fragestellungen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
- Neue Ansätze für die Analyse visueller, auditiver oder audiovisueller Inhalte
- Vielversprechende Kombinationen bestehender Ansätze für die tiefere Beforschung historischer oder moderner Medieninhalte
- Neue Konzepte der qualitativen Inhaltsanalyse oder vielversprechende Kombinationen aus quantitativer und qualitativer Inhaltsanalyse
- Vorschläge und Konzepte zur Vereinheitlichung oder Standardisierung gängiger Indices maschineller Verfahren sowie der Reliabilität von Codierungen

Neben technologischen sieht sich die Inhaltsanalyse regelmäßig mit ethischen und rechtlichen Herausforderungen konfrontiert. Über Innovation hinaus ist daher eine Reflexion,

insbesondere über Fragen der Datenhoheit und der Privatsphäre sowie der nach wie vor lückenhaften Rechtsprechung im Hinblick auf digitale Daten, dringend notwendig.

Themenblock Reflexion

In diesem Themenblock sollen Aspekte reflektiert werden, die sich mit technologischen, ethischen und/oder rechtlichen Herausforderungen beschäftigen. Dazu zählen etwa:

- Rechtliche Fragen der Erhebung und Veröffentlichung von Forschungsdaten
- Technologische Fragen zur Sicherstellung der Privatsphäre und zum Schutz personenbezogener Daten (z.B. in erhobenen Inhalten)
- Ethische und arbeitsrechtliche Bedingungen menschlicher Codierung
- Wissenschaftstheoretische und ethische Überlegungen zur Genese und Beschaffenheit großer Datensätze und ihrer (deskriptiven/explanativen) Analyse
- Vergleich von und Reflexion über Fachspezifika der Codierung für Inhaltsanalysen (Publizistik, KW), Goldstandards der Klassifizierung (Informatik) oder Dokumentenanalysen (Digital Humanities)

Zuletzt soll der im Fach immer wieder schwelende Diskurs über die Rolle deskriptiver (vs. explanativer) Befunde im Rahmen der Tagung Platz finden. Im dritten Themenblock geht es um wissenschaftliche wie praktische Anwendungen von methodisch spannenden Inhaltsanalysen, wobei nicht nur der erklärenden (explanativen), sondern explizit auch der beschreibenden (deskriptiven) Forschung Platz eingeräumt werden soll.

Themenblock Anwendung

In diesem Themenblock sollen Vorträge Platz finden, die angewandte Inhaltsanalysen, etwa aus der akademischen oder praktischen Forschung, präsentieren. Dazu zählen etwa:

- Inhaltsanalysen von Medienbeiträgen, Push-Nachrichten oder Kommentaren (beispielsweise Fokus auf Themen, Personen oder Sentiment)
- Inhaltsanalysen politischer Posts, Werbung, Wahlprogramme oder Veranstaltungen (beispielsweise Fokus auf Tagging, Parsing oder Named Entity Recognition)
- Inhaltsanalysen spezifischer Aspekte auditiver Assistenzsysteme
- Inhaltsanalysen spezifischer Aspekte von Videoplattformen
- Neue, getestete, erweiterte oder übersetzte Diktionäre

Zehn Jahre nach der letzten Jahrestagung zum Thema Inhaltsanalyse stellt die 23. Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft einen Rahmen für Innovation, Reflexion und Anwendung moderner Inhaltsanalysen. Darüber hinaus bietet die Tagung in einem oder mehreren offenen Panels Platz für die Diskussion von Beiträgen jenseits dieses Tagungsthemas.

Offenes Panel

Hier eingereichte Vorschläge sollen sich durch methodische Relevanz für das Fach auszeichnen. Dafür sind Kolleg:innen aus allen Fachbereichen, auch außerhalb der Fachgruppe, eingeladen, Beiträge aus sämtlichen Methodenbereichen (qualitativ und quantitativ) vorzustellen. Bitte vermerken Sie auf Ihrer Einreichung, dass es sich um einen Beitrag für ein offenes Panel handelt. Es gelten die gleichen formalen Kriterien für Einreichung und Bewertung wie für Vorträge innerhalb des Tagungsthemas.

Ferner sind für Formate abseits der klassischen Tagungsvorträge Einreichungen „im Paket“ möglich. Vorgesehen sind dafür einstündige Zeitslots, für die Vorschläge inklusive einer Beschreibung des genauen Themas, beteiligten Personen und grobem Format/Ablauf eingereicht werden können. Berücksichtigt werden sowohl diskursive (z.B. Thesencafé) als auch praktische (z.B. Workshop) Formate. Ein besonderer Fokus soll dabei auf dem neu gegründeten Mittelbaunetzwerk liegen. Ziel aller Formate abseits der klassischen Vorträge soll es sein, das *Tagungsthema* auf anderer Ebene zu erweitern oder zu vertiefen. Über die Annahme entscheiden die Veranstalter:innen in Absprache mit den Sprecher:innen unter Berücksichtigung des gesamten Programms.

Einreichung

Einreichungen für alle Formate sind als Extended Abstract (max. 1.200 Wörter plus Literatur sowie Abbildungen/Tabellen und Titelseite) via ConfTool einzureichen.

Einreichungsdeadline ist der 15.06.2022

Der Beitrag darf in dieser Form nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert worden sein. Allerdings sind Beiträge möglich, die einen methodischen Aspekt aus einer bereits publizierten oder präsentierten Studie herausgreifen, wenn dieser Aspekt nicht Hauptgegenstand der Publikation oder Präsentation war.

Bei der Einreichung muss jeder Beitrag sowohl einem Themenblock (Innovation, Reflexion, Anwendung, offenes Panel) als auch einer der folgenden Kategorien zugeordnet werden:

- 1. Vorstellung neuer Erhebungs- und Auswertungsverfahren:** Der Beitrag dient vorrangig der Information über (für die Kommunikationswissenschaft) neue Erhebungs- und Auswertungsverfahren und neu entwickelte Tools, die für empirisch Forschende hilfreich sein können (sog. „Es gibt/Es sollte geben“-Beiträge). Vorgestellte Verfahren werden nicht systematisch in ihrer Güte analysiert. Der Beitrag zielt außerdem nicht auf die Lösung eines konkreten Problems ab, sondern ihm kommt vorrangig ein Inspirations- und Weiterbildungscharakter zu.
- 2. Lösung eines konkreten Problems mit Hilfe neuer Erhebungs- oder Auswertungsverfahrens:** „Es gibt“-Beitrag mit kommunikationswissenschaftlichem Problem. Der Beitrag präsentiert also einen diskutierbaren Vorschlag sowie Felder und Problemstellungen der Kommunikationswissenschaft, für die das neue Erhebungs- oder Auswertungsverfahren geeignet ist, sodass nicht lediglich ein kleines Beispiel ohne weitere Abstraktion präsentiert wird.
- 3. Originäre Methodenforschung:** Der Beitrag präsentiert und untersucht ein Erhebungs- oder Auswertungsverfahren systematisch hinsichtlich methodischer Eigenheiten, Stärken und Schwächen. Insbesondere sind hier auch vergleichende Methodenstudien willkommen. Die kommunikationswissenschaftliche Bedeutung und Anwendungsfelder müssen explizit thematisiert werden.
- 4. State-of-the-Art-Vorträge:** Der Beitrag gibt einen Überblick über zentrale Bereiche der kommunikationswissenschaftlichen Methodenforschung. Aus einer meta-analytischen Perspektive beleuchtet er Ansätze, Forschungsdesiderate und Bedarfe.

Review

Im Rahmen der Fachgruppentagung wird ein konstruktives Feedback-Verfahren das traditionelle Review-Verfahren ersetzen. Dabei werden eingereichte Beiträge zwar anonymisiert nach den üblichen Kriterien begutachtet; Gutachtende sind aber angehalten, primär konstruktive Vorschläge für die Verbesserung der Beiträge zu unterbreiten. Die Reviews dienen vorrangig den Einreichenden als Feedback sowie der Tagungsleitung zur Orientierung, ob ein Beitrag besser als Poster oder als Vortrag geeignet ist. Die Tagungsleitung behält sich vor, auch die Gesamtkonzeption der Tagung bei der Auswahl der Beiträge zu berücksichtigen.

Bei Einhalten aller formalen Vorgaben und unter Berücksichtigung räumlicher und zeitlicher Kapazitäten ist das Ziel, möglichst viele der eingereichten Beiträge anzunehmen. Nach zahlreichen ausgefallenen Konferenzen soll die Fachgruppentagung so auch dem gewachsenen Bedarf nach sozialem Austausch angemessen gerecht werden.

Kriterien für die konstruktive Begutachtung eingereicherter Beiträge:

- 1. Relevanz für die Fachgruppe:** Stellt die Einreichung einen eigenständigen substanziellen *methodischen* oder *methodologischen* Beitrag zur Kommunikations- und Medienforschung dar?
- 2. Prägnanz der Darstellung:** Ist die Einreichung gut strukturiert und verständlich formuliert? Enthält die Einreichung alle zur Begutachtung notwendigen Informationen, z.B. zur Stichprobe, Reliabilität und Validität? Werden bei empirischen Studien konkrete Ergebnisse präsentiert?
- 3. Inhaltliche Stringenz:** Bei empirischen Beiträgen: Sind Konzeption und Durchführung der vorgestellten Studie theoretisch und methodisch angemessen und entsprechen dem aktuellen State-of-the-Art? Bei nicht-empirischen Beiträgen: Ist die relevante Literatur auf dem Gebiet adäquat berücksichtigt? Werden explizit Anwendungsbezüge zur Kommunikations- und Medienforschung hergestellt?
- 4. Bezug zum Tagungsthema** (nicht im offenen Panel): Nimmt die Einreichung explizit Bezug auf das Tagungsthema, ggf. konkret auf einen Punkt im Call for Papers? Wird der Bezug plausibel hergestellt?

Paul-Lazarsfeld-Stipendien

Über die Paul-Lazarsfeld-Stipendien wird in einer separaten Ausschreibung informiert.

Mittelbau-Workshop

Über den Mittelbau-Workshop im Vorfeld der Tagung wird in einer separaten Ausschreibung informiert.

Rahmen

Die Tagung beginnt am Mittwoch, dem 5. Oktober 2022, abends mit einem Get-Together und endet am Freitag, dem 7. Oktober 2022. Das Ziel ist – unter Berücksichtigung der epidemiologischen Situation und Einhaltung dann gültiger Hygieneverordnungen – eine

Präsenzveranstaltung mit zumindest teilweiser Möglichkeit einer hybriden Teilnahme. Genauere Angaben werden rechtzeitig in einer Tagungseinladung bekannt gegeben.

Angebot für Tagungsbesucher:innen mit Kindern

Die Fachgruppe setzt sich für eine familienfreundliche Organisation der Tagung ein. Tagungsbesucher:innen mit Bedarf nach Kinderbetreuung sind gebeten, sich im Vorfeld mit der Tagungsorganisation in Verbindung zu setzen.

Für das ausrichtende Institut:

Mario Haim, Leipzig/München

tbd

Für die Fachgruppe:

Marko Bachl, Hohenheim

Emese Domahidi, Ilmenau