

Call for Papers

Januar 2015

Medienkommunikation zwischen Komplexität und Vereinfachung: Konzepte, Methoden, Praxis

Gemeinsame Jahrestagung der Fachgruppen Computervermittelte Kommunikation und Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V., 5. bis 7. November 2015 am Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, Berlin.

Thema

Medien und Kommunikation befinden sich offenkundig im andauernden Umbruch. Damit einher gehen Wechselbewegungen zwischen Komplexität und Vereinfachung in den Gegenstandsfeldern sowie in den Theorien und Methoden aktueller Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. Informationsangebote beispielsweise vielfältigen sich in ihrer Zahl, vereinheitlichen sich aber inhaltlich; Medienhandeln nimmt einerseits sehr unterschiedliche Formen an, bewegt sich andererseits aber innerhalb einer überschaubaren Zahl von Kommunikationsmodi und Plattformen; Medienorganisationen differenzieren sich zum einen aus und fusionieren zum anderen miteinander. Ebenso gehört der Umgang mit zunehmenden Handlungsoptionen in algorithmisch sortierten Angeboten, mit wachsenden Kreisen potentieller Interaktionspartner als auch mit vorstrukturierten Kommunikationsmustern zur alltäglichen Erfahrung. Der Wunsch, die Bedingungen, Prozesse und Konsequenzen solcher kommunikativen Vorgänge und medialen Strukturveränderungen *in ihrer Komplexität* erfassen zu wollen, um ihre Varianz und Variabilität adäquat abzubilden und zu verstehen, führt indessen zu Komplikationen in theoretischer, methodischer und forschungspraktischer Hinsicht. Sie verlangen, so scheint es, häufig eine *Beschränkung* der zu betrachtenden Aspekte und zu untersuchenden Sachverhalte.

Inhaltliche Schwerpunkte der Tagung

Die Tagung hat das Ziel, mediale Prozesse und kommunikatives Handeln zwischen Komplexitätszunahme und Komplexitätsreduktion zu diskutieren. Dazu soll die Vielfalt entsprechender theoretischer, methodischer und praktischer Zugänge in der Kommunikationswissenschaft und Medienanalyse zusammengebracht werden.

(1) Theorien, Konzepte und Begriffe für Medienkommunikation zwischen Komplexität und Vereinfachung

Theoretische Ansätze für mediale Komplexität haben Konjunktur. In den letzten Jahren hat sich eine breite Palette an Konzepten etabliert, um die Vervielfältigung und Verknüpfung von Medientechnologien, Medienorganisationen, Medienpraxis und Mediennutzung zu reflektieren und auf einen Begriff zu bringen. Ein Anliegen der Tagung ist es, die Vielzahl an konzeptuellen Entwürfen und deren Theoriebezüge für die Kommunikationswissenschaft und Medienanalyse zu sichten. Besonders sind Beiträge angefragt, die sich u.a. mit folgenden Fragen beschäftigen:

- Was bedeutet Komplexität der Medienkommunikation in der Theoriebildung von Kommunikationsforschung und Medienanalyse? Welche Gründe und Folgen hat die Steigerung von Komplexität im Gegenstandsbereich und in der Reflexion von Kommunikationsforschung und Medienanalyse? Was sind die wissenschaftstheoretischen Bezüge und erkenntnistheoretischen Grundlagen für eine Auseinandersetzung mit Medienkommunikation zwischen Komplexität und Vereinfachung?
- Welche Theorien, Konzepte und Begriffe erfassen mediale Komplexität? Inwiefern erfordern mediale Innovationen neue Begrifflichkeiten? Was sind ihre Leistungen und Herausforderungen für Kommunikationsforschung und Medienanalyse?
- Welche Standards können an Theorien medialer Komplexität angelegt werden? Wie ist ihre Konsistenz, Robustheit, Relevanz, Nützlichkeit oder ihr prognostischer Wert zu bewerten?

(2) Methoden und Praxis der Kommunikationsforschung und Medienanalyse zwischen Komplexität und Vereinfachung

Kommunikationsforschung und Medienanalyse stehen vor der Aufgabe, Methoden und Verfahrensweisen zu entwickeln, um die multidimensionalen und dynamischen Verknüpfungen von Medienentwicklung und kommunikativem Handeln zu erfassen. Konsequenterweise ist die Tagung besonders an Beiträgen interessiert, die diese methodologischen und methodischen Herausforderungen diskutieren und sich dabei u.a. folgenden Fragen zuwenden:

- Was bedeutet Komplexität der Medienkommunikation für die Methoden und Praxis der Kommunikationsforschung und Medienanalyse? Auf welchen methodologischen Grundlagen stehen Kommunikationsforschung und Medienanalyse, die sich komplexen Formen und Prozessen der Medienkommunikation zuwenden wollen?
- Mit welchen methodischen Innovationen und Kombinationen reagieren Kommunikationsforschung und Medienanalyse auf die Komplexität ihrer Gegenstandsbereiche? Welche Methoden und Verfahrensstrategien machen es möglich, die medialen Verhältnisse und kommunikativen Vorgänge adäquat zu erfassen und erklärende Beschreibungen zu entwickeln?
- Welche forschungspraktischen Kompetenzen werden dazu benötigt? Welche Chancen und Herausforderungen stellen sich mit digitalen Technologien und digitaler vernetzter Kommunikation?
- Wie werden aus unübersichtlichen Zusammenhängen und Daten (“Big Data”) handlungsrelevante Analysen und strategische Initiativen?

(3) Kommunikations- und Rezeptionspraxis zwischen Komplexität und Vereinfachung

Die Kommunikationspraxis steht vor der Aufgabe, die unübersichtlichen medialen Optionen zu gebrauchen. Dazu müssen einerseits Kommunikatoren und Medienpraktiker, z.B. in Journalismus, PR und Organisationskommunikation sowie Medienwirtschaft und -produktion, andererseits aber auch die Rezipienten bzw. Prosumenten mit medialer Komplexität zweckbezogen umgehen und diese managen. Darüber hinaus besteht die Herausforderung, Medienkommunikation in ihrer Vielschichtigkeit zu regulieren und zielorientiert zu gestalten. Deshalb ruft die Tagung besonders zu Beiträgen auf, welche die Kommunikations- und Rezeptionspraxis sowie Medienregulierung zwischen Komplexität und Vereinfachung behandeln und dazu u.a. folgende Fragen im Blick haben:

- Wie verändert Medienkomplexität das Medienhandeln der Rezipienten bzw. Prosumenten? Mit welchen Strategien und Rezeptionsmustern begegnen diese einem zunehmend komplexer werdenden Medienumfeld?
- Welche Strategien werden in der professionellen Kommunikationspraxis angewandt, um die vielfältigen Relationen und Interaktionen von Bezugsgruppen und Publika abzubilden und zu beobachten?
- Wie lässt sich die Regulierung und Regelung von vernetzter Medienkommunikation bewerkstelligen angesichts einer Vielzahl von Regelungsimpulsen und Regelungsoptionen? Welche (neuen) Akteure bzw. Akteurskonstellationen tragen zur Erhöhung oder auch zur Abnahme von Komplexität bei?
- Wie kann medienpädagogisch die Vielfalt und Dynamik medialer Kommunikationsformen und ihrer Anforderungen bzw. Folgen reflektiert werden? Welche Kompetenzen sind dazu mit welchen Vorhaben vermittelbar?
- Wie gehen die Medienwirtschaft und die kreativen Industrien mit den Chancen und Herausforderungen ihrer divergierenden und konvergierenden Handlungsfelder um?

Einreichungen

„Extended Abstracts“ (4.000–5.000 Zeichen) mit Bezug zum Tagungsthema werden bis zum 7. Juni 2015 über das Einreichungssystem unter <http://www.hiig.de/dgpuk15/> erbeten.

Akzeptiert werden nur Einreichungen, die noch nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert wurden. Dieser Sachverhalt ist auf dem Deckblatt zu erklären. Die Abstracts sind durch ein abtrennbares Deckblatt und Entfernung aller die Autorinnen und Autoren identifizierenden Angaben aus Text und Dokumenten-Einstellungen zu anonymisieren. Die Einreichungen werden anonym von Mitgliedern der beiden Fachgruppen begutachtet. Die Ergebnisse des Reviews werden bis zum 15. Juli 2015 bekannt gegeben. Die Organisatoren der Tagung behalten sich die Möglichkeit vor, in Absprache mit den Fachgruppensprecherinnen und Fachgruppensprechern Einreichungen ohne deutlichen Bezug zum Tagungsthema auch ohne vorheriges Review abzulehnen. Eine Buchpublikation ist geplant.

Organisation

Die Tagung findet vom 5.-7. November 2015 in Berlin statt. Veranstalter ist das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft, Berlin. Aktuelle Informationen finden Sie ab Frühjahr 2015 auf der Tagungswebsite: <http://www.hiig.de/dgpuk15/>

Für die Fachgruppe Computervermittelte Kommunikation

Christina Schumann

christina.schumann@tu-ilmenau.de

Für die Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation

Jeffrey Wimmer

jeffrey.wimmer@tu-ilmenau.de

Für das ausrichtende Institut

Christian Katzenbach

katzenbach@hiig.de

Monika Taddicken

m.taddicken@tu-braunschweig.de

Marian Adolf

marian.adolf@zu.de

Christian Pentzold

christian.pentzold@hiig.de