



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft
Fachgruppe Methoden

**Call for Papers für die 20. Tagung
der Fachgruppe „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“
der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
(DGPuK)**

12. bis 14. September 2018

Ausrichtendes Institut:
Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien
TU Ilmenau

Computational Methods in der Kommunikationswissenschaft

Digitale Medien haben das Kommunikationsverhalten grundlegend verändert und neue Formen von Interaktionsmöglichkeiten kreiert. Neue Forschungsfragen in diesem Kontext sind die nach sozialer Isolation, Privatsphäre, politischer Teilhabe und Polarisierung, „filter bubbles“ und Cyberbullying, um nur einige Themen zu nennen. Gleichzeitig lassen sich klassische wie neue Themen der Kommunikationswissenschaft angesichts der immensen Menge zur Verfügung stehender digitaler Datenspuren auf neue Weise angehen. Computational Communication Science (CCS) Methoden werden verwendet, um kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen mit Hilfe von neuartigen Datentypen und Technologien, oftmals aus der Informatik, zu erforschen. Obwohl sowohl Euphorie als auch Skepsis gegenüber der CCS Methoden besteht, sind die entsprechenden Verfahren längst in unserem Fach angekommen. Das liegt vor allem daran, dass sich durch die zunehmend digitale Kommunikation sowohl Medieninhalte als auch Kommunikationsprozesse automatisiert erfassen, verarbeiten und auswerten lassen. CCS Methoden ergänzen damit einerseits traditionelle Methoden, wie etwa im Falle der (teil)automatisierten Inhaltsanalyse. Andererseits ergeben sich auch neue methodische Möglichkeiten, wie etwa die detaillierte Rekonstruktion von digitalen Kommunikationsprozessen in sozialen Medien. Damit rücken die CCS Methoden als solche, ihre Evaluation, Anwendung und Weiterentwicklung in den Fokus der kommunikationswissenschaftlichen Forschung und Fragen nach Mehrwert, Reliabilität und Validität dieser Methoden – gerade auch im Vergleich mit traditionellen Methoden unseres Faches – müssen diskutiert werden.

Die 20. Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird daher „Computational Methods in der Kommunikationswissenschaft“ zum Gegenstand machen. Die Tagung bietet eine Plattform, um die entstehende Forschungspraxis zu reflektieren, Desiderate zu beschreiben und das

Zukunftspotenzial der CCS Methoden zu diskutieren. Einreichungen sollen Entwicklungen neuer Erhebungs- und Auswertungsverfahren von CCS Methoden vorstellen und diese theorie- und empiriebasiert diskutieren sowie innovative Lösungen bekannter und neuer methodischer Probleme thematisieren.

1. Methodeninnovationen und Weiterentwicklungen klassischer Methoden

Digitale Medieninhalte und Kommunikationsprozesse sind in bislang nicht gekannter Form zugänglich und für die Forschung nutzbar. Die inhaltliche Erforschung dieser digitalen Daten erfordert oftmals methodische Innovationen, um die neuen Untersuchungsgegenstände zu erschließen. Gleichzeitig muss angesichts dieser Methoden die Dichotomie von quantitativen und qualitativen Zugängen neu reflektiert werden: Im CSS Forschungsprozess werden qualitative und quantitative Elemente oftmals kombiniert und die mit der Unterscheidung von qualitativen und quantitativen traditionell einhergehende Trennung von deduktiven und induktiven Ansätzen wird bei der Anwendung von CSS Methoden oft aufgehoben.

Einerseits erlauben CCS Methoden, klassische, oft manuelle Methoden wie die qualitative und quantitative Inhaltsanalyse zu (teil)automatisieren. Damit können z. B. aufwendige Inhaltsanalysen von digitalen Medieninhalten und anderen digitalisierten Daten zeit- und kostensparend erstellt werden. Andere CCS Methoden wie die Netzwerkanalyse gehören zwar (noch) nicht zum klassischen Methodeninventar des Faches, haben aber bereits Eingang in die Forschung gefunden und können nun mit digitalen Daten deutlich erweitert werden. Gleichzeitig entwickeln sich ganz neue Ansätze im Bereich von CCS Methoden wie das Durchführen von massiven Online Experimenten oder das Einbinden von Nicht-WissenschaftlerInnen in den Forschungsprozess (z. B. Crowdsourcing). Diese Ansätze bringen ihre jeweils eigenen Chancen und Risiken mit. Hier ist oftmals die Zusammenarbeit mit der Informatik notwendig, um entsprechendes Wissen in die Kommunikationswissenschaft zu transferieren.

Die erwarteten Tagungsbeiträge können eine kritische Reflexion und Untersuchung der Vor- und Nachteile von CCS Methoden für traditionelle und neuartige Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft leisten. Sie evaluieren CCS Methoden und vergleichen diese mit traditionellen qualitativen und quantitativen Methoden der Kommunikationswissenschaft.

Fragestellungen in diesem Zusammenhang können unter anderem sein:

- Wie werden CCS Methoden verwendet, um traditionelle Fragestellungen auf neue Art und Weise anzugehen? Welche CCS Methoden entwickeln sich für welche neuen inhaltlichen Anwendungsbereiche?
- Welche inhaltlichen Konsequenzen kann die automatisierte Auswertung großer digitaler Datenmengen haben?
- Welche CCS Methoden können traditionelle qualitative und quantitative Methoden der empirischen Sozialwissenschaften ergänzen oder ersetzen? Wie können die Methoden verglichen werden? Und welche Vor- und Nachteile bieten die jeweiligen Methoden für quantitative und qualitative Forschung?
- Wie können CCS Verfahren mit den klassischen Methoden der Kommunikationswissenschaft – quantitativ wie qualitativ – kombiniert werden?
- Welche Konsequenzen ergeben sich für die Methodenausbildung im Fach?

2. Die Qualität von digitalen Daten und Erfordernisse der Datenerhebung

CCS Methoden können genutzt werden, um digitale Verhaltensspuren zu erheben und die Reaktivität von Erhebungen Laborsituationen oder in Befragungsstudien zu verringern bzw. vermeiden. Dies ist ein Vorteil gegenüber Untersuchungen von Mediennutzung in künstlichen Laborsituationen oder in Befragungsstudien und hält große Chancen für die Sozialwissenschaften bereit. Allerdings sind Daten, die bspw. von Social Media Plattformen mittels APIs oder Scraping gezogen werden, teilweise unvollständig (oder zumindest intransparent) und abhängig von dem Zeitpunkt der Erhebung. Die Daten können also die Gesamtheit der Rezipierenden oder anderer Untersuchungsobjekte ggf. nur schlecht abbilden. Das Erhebungsmaterial und die Forschungsergebnisse können schon nach kurzer Zeit nicht mehr reproduzierbar sein. Neben den bekannten systematischen Verzerrungen, die online generierte Daten mit sich bringen, sind die Algorithmen, die bestimmte Daten produzieren (z. B. Newsfeeds der Nutzenden), oftmals undurchsichtig für die Forschenden und können deshalb intransparentes Datenmaterial erbringen. Mögliche Tagungsbeiträge diskutieren im Allgemeinen oder mit Blick auf konkrete Anwendungsbeispiele Strategien, wie mit solchen Verzerrungen, der dynamischen Forschungsumgebung, den oftmals vorhandenen Restriktionen und der sich schnell wandelnden Datenbasis umgegangen werden kann. Beispielhafte Fragestellungen könnten sein:

- Welche Erhebungsstrategien für große Datenmengen aus digitalen Kommunikationsprozessen eignen sich für welche Forschungsinteressen?
- Welche Verzerrungen sind in Daten zu erwarten, die über Schnittstellen kommerzieller Anbieter (z. B. Social Media APIs) bezogen werden, und wie können diese korrigiert werden?
- Wie können Datenerhebungsstrategien verglichen werden, und welche Vor- und Nachteile haben welche Strategien?
- Welche Standards für verlässliche Datenerhebungsstrategien für digitale Verhaltensspuren sollten in der Kommunikationswissenschaft implementiert werden?

3. Erfordernisse von Datenmanagement und Datenauswertung mittels CCS Methoden

Weiterhin sollen Aspekte der Anwendung von CCS Methoden beim Management und bei der Auswertung von digitalen Medieninhalten und Kommunikationsprozessen reflektiert werden. Methodische Herausforderungen entstehen bei der Archivierung und dem Management von einmal erhobenen großen Datensätzen, weil die bekannten technischen Infrastrukturen teilweise weder für die Erhebung noch die Auswertung der riesigen Datensätze ausreichen. Die Diskussion um Open Data Access und Verfügbarmachen von Daten für andere Forschende, auch in Hinblick auf Replizierbarkeit und Überprüfbarkeit, gewinnt angesichts dessen erneut an Relevanz. Die erwarteten Beiträge sollten diskutieren, wie solchen Datensätze effektiv und effizient aufbewahrt, bereinigt und zur Verfügung gestellt werden können. Sie stellen Vergleiche zwischen CCS Methoden und traditionellen Zugängen her.

Beispielhafte Fragestellungen könnten sein:

- Welche Datenstrukturen können in der CCS entstehen und welche Auswertungsstrategien sind dafür geeignet?
- Welche Standards gibt es für die Auswertung von Big Data?
- Welche Strategien der Datenbereinigung sind empfehlenswert und welche Herausforderungen gibt es dabei?

- Wie können große Datensätze für die Kommunikationswissenschaft effizient und effektiv archiviert werden?
- Wie kann Wissen der Computerwissenschaften in die Kommunikationswissenschaft transferiert werden?

4. Ethische Herausforderungen an die Computational Communication Science

Nicht zuletzt spielen ethische Aspekte im Rahmen von CCS Methoden eine zentrale Rolle, die allerdings bislang unzureichend thematisiert wurden. Die Tagung soll sich deshalb auch den Herausforderungen widmen, die sich durch die Möglichkeiten der CCS Methoden für die Forschungsethik ergeben. Darf man die Verhaltensspuren von Nutzer einfach aufzeichnen und auswerten? Wie können Teilnehmende an massiven Online-Experimenten gewissenhaft informiert und vor allem debrieft werden? Inwiefern ist eine Zusammenarbeit mit Unternehmen, die proprietäre digitale Daten zur Verfügung stellen, für die wissenschaftliche Forschung notwendig? Wie kann die Kommunikationswissenschaft mit den daraus entstehenden Herausforderungen umgehen?

Unter anderem können folgende Aspekte dabei eine Rolle spielen:

- Wie können ethisch unbedenkliche CCS Studien im Kontext von digitalen Medien realisiert werden, die eine freiwillige Teilnahme und Anonymität der originären DatenproduzentInnen sicherstellen?
- Welche Rolle können Aufklärung und Debriefing von Untersuchungspersonen spielen?
- Wie können entsprechende Verfahren und Vorgaben in der Kommunikationswissenschaft implementiert werden?

Dieser Themenkatalog soll als Orientierung dienen und die Themenbreite möglicher Einreichungen keinesfalls einschränken.

Offene(s) Panel(s)

In einem oder mehreren offenen Panels ist Platz für Beiträge jenseits des Tagungsthemas. Die eingereichten Vorschläge sollen sich durch ihre methodische Relevanz für die Kommunikations- und Medienforschung auszeichnen. Wir möchten alle Kolleginnen und Kollegen, insbesondere auch Nicht-Mitglieder der Fachgruppe, einladen, Beiträge aus sämtlichen Methodenbereichen (qualitativ und quantitativ, empirisch und theoretisch) hier 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.

Beiträge für offene Panels werden zusammen mit den thematischen Beiträgen begutachtet und daraus ein Gesamtranking erstellt. Die Anzahl an nicht-themenbezogenen Beiträgen auf der Tagung ist damit nicht von vornherein limitiert, sondern von der Begutachtung abhängig.

Paul Lazarsfeld-Stipendien

Im Rahmen der 20. Jahrestagung werden erneut Paul Lazarsfeld-Stipendien für herausragende Studien- und Abschlussarbeiten im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Methoden vergeben. Informationen zur Ausschreibung finden sich im Anhang.

Formalia

Für die Tagung können Vorträge in verschiedenen Präsentationsformaten eingereicht werden. Die Autorinnen und Autoren müssen ihren Vortrag bei der Einreichung einer der folgenden Kategorien zuordnen (Die angegebenen Vortragsdauern verstehen sich als Orientierungspunkte. Je nach Gestaltung des Tagungsprogramms können die lokalen Veranstalter davon etwas abweichen).

Kategorie 1: Vorstellung von neuen Erhebungs- und Auswertungsverfahren

Die Vorträge dieser Kategorie dienen 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“-Vorträge). Die vorgestellten Verfahren werden nicht systematisch in ihrer Güte analysiert. Die Vorträge präsentieren also keine Methodenforschung im engeren Sinne. Sie zielen außerdem nicht auf die Lösung eines konkreten kommunikationswissenschaftlichen Problems mit Hilfe des Verfahrens ab. Damit kommt ihnen vorrangig ein Inspirations- und Weiterbildungscharakter zu.

Die geplante Vortragsdauer für Beiträge in dieser Kategorie ist 10 min + 10 min Diskussion.

Kategorie 2: Vorträge zur Lösung eines konkreten Problems mit Hilfe eines neuen Erhebungs- oder Auswertungsverfahrens

Im Wesentlichen handelt es sich auch hier um „Es gibt“-Vorträge wie in der ersten Kategorie, allerdings wird ein konkretes kommunikationswissenschaftliches Problem geschildert und gezeigt, wie es durch neue oder die innovative Anwendung bekannter Erhebungs- oder Auswertungsverfahren gelöst wurde. Die Vorträge präsentieren also einen diskutierbaren Vorschlag. Neben der Darstellung und Lösung eines konkreten Problems soll der Vortrag aufzeigen, für welche Felder und Problemstellungen der Kommunikationswissenschaft das neue Erhebungs- oder Auswertungsverfahren geeignet ist, so dass nicht lediglich ein kleines Beispiel ohne weitere Abstraktion präsentiert wird.

Die geplante Vortragsdauer für Beiträge in dieser Kategorie ist 20 min + 10 min Diskussion.

Kategorie 3: Originäre Methodenforschung

Die Vorträge präsentieren nicht lediglich ein Erhebungs- oder Auswertungsverfahren, sondern untersuchen dies systematisch hinsichtlich methodischer Eigenheiten, Stärken und Schwächen. Insbesondere sind hier auch vergleichende Methodenstudien willkommen. Die kommunikationswissenschaftliche Bedeutung und Anwendungsfelder müssen explizit thematisiert werden.

Die geplante Vortragsdauer für Beiträge in dieser Kategorie ist 20 min + 10 min Diskussion.

Kategorie 4: State of the Art-Vorträge

State of the art-Vorträge geben einen Überblick über zentrale Bereiche der kommunikationswissenschaftlichen Methodenforschung. Aus einer meta-analytischen Perspektive beleuchten sie bestehende Ansätze, Forschungsdesiderate und zukünftige Bedarfe.

Die geplante Vortragsdauer für Beiträge in dieser Kategorie ist 20 min + 10 min Diskussion.

Einreichungen für alle Präsentationsformate sind als Extended Abstract (max. 1200 Wörter plus Literatur sowie Abbildungen/Tabellen und Titelseite) über ConfTool

(<https://www.conftool.pro/dgpuk-methodentagung2018/>) einzureichen (Rückfragen gerne an peter@ifkw.lmu.de).

Deadline ist der 15.06.2018!

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.

Die Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren nach folgenden Kriterien begutachtet:

Relevanz für die Fachgruppe: Stellt die Einreichung einen eigenständigen substanziellen *methodischen* oder *methodologischen* Beitrag zur Kommunikations- und Medienforschung dar?

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?

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?

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?

Die Tagungsleitung behält sich vor, auch die Gesamtkonzeption der Tagung bei der Auswahl der Beiträge zu berücksichtigen sowie einzelne Kolleginnen und Kollegen mit der Bitte um Beiträge anzusprechen.

Die Einreichungsformalitäten für die Paul Lazarsfeld-Stipendien sowie den Workshop im Vorfeld der Tagung weichen ab. Bitte beachten Sie dafür den Anhang.

Rahmen

Die Tagung wird am Mittwoch, dem 12. September 2018, abends mit einem Get-Together beginnen und am Freitag, dem 14. September 2018, enden. Genauere Angaben zum Veranstaltungsort, zu den möglichen Unterkünften etc. werden rechtzeitig in einer Einladung zur Tagung bekannt gegeben.

Preconference Workshop

„Computational Methods für Kommunikationshistoriker/innen“

Im Vorfeld der Tagung wird es einen Preconference Workshop „Computational Methods für Kommunikationshistoriker/innen“ geben. Die Veranstaltung wird in Kooperation mit der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte organisiert und findet am 12. September 2018 statt.

Im Workshop soll der praktische Einsatz computergestützter Verfahren im Forschungsalltag von Kommunikationshistoriker/innen veranschaulicht werden. Konkret geht es darum, das Einsatzpotenzial der Software-Umgebung R für die mediengeschichtliche Forschungspraxis zu illustrieren. Etwaige Parallelen zur Funktionalität von Software-Paketen wie ATLAS.ti oder MAXQDA werden aufgezeigt. Der Workshop wird von Prof. Dr. Jens Vogelgesang (j.vogelgesang@uni-hohenheim.de) geleitet.

Kolleginnen und Kollegen anderer Fachgruppen sind selbstverständlich auch eingeladen, am Workshop teilzunehmen.

Weitere Informationen zum Workshop folgen Anfang 2018.

Angebot für Tagungsbesucherinnen und -besucher mit Kindern

Die Fachgruppe möchte sich für eine familienfreundliche Organisation der Tagung einsetzen. Tagungsbesucherinnen und -besucher, die besondere Bedarfe an Angeboten für Kinderbetreuung oder kinderfreundliche Ausstattung haben, können sich deshalb im Vorfeld mit den TagungsorganisatorInnen in Verbindung setzen. Die Veranstalter werden sich dann im Rahmen des Möglichen um Lösungen bemühen.

Für das ausrichtende Institut:

Jun.-Prof. Dr. Emese Domahidi (emese.domahidi@tu-ilmenau.de)

Für die Fachgruppenleitung:

Dr. Teresa K. Naab, Augsburg

Dr. Christina Peter, München

Ausschreibung der Paul Lazarsfeld-Stipendien 2018

Die Paul Lazarsfeld-Gesellschaft e.V. unterstützt die DGPuK-Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bei der Nachwuchsförderung. Schirmherr des Paul Lazarsfeld-Stipendienprogramms ist Prof. Dr. Lutz Erbring.

Die Paul Lazarsfeld-Gesellschaft e.V. vergibt im Jahr 2018 maximal drei Stipendien, um herausragende StudentInnen bzw. AbsolventInnen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft für besonders anspruchsvolle oder innovative Studien- und Abschlussarbeiten im Bereich der Methoden auszuzeichnen. Durch das Paul-Lazarsfeld-Stipendium sollen die ausgezeichneten Personen an das wissenschaftliche Berufsfeld herangeführt werden. Die StipendiatInnen präsentieren ihre Studien- bzw. Abschlussarbeit im Rahmen eines Paul Lazarsfeld-Panels auf der Jahrestagung der Fachgruppe Methoden der DGPuK. Diese findet vom 12. bis 14. September 2018 an der Technischen Universität Ilmenau statt.

Die Fördersumme pro Stipendium beträgt 1.000 EUR. Das Stipendium ist eine Auszeichnung für wissenschaftlich hervorragende Arbeiten. Darüber hinaus sollen mithilfe des Stipendiums anfallende Tagungsgebühren, Reise- und Unterkunftskosten sowie Spesen gedeckt werden.

Vorschlagsberechtigung

Die Vergabe der Paul Lazarsfeld-Stipendien erfolgt über ein Vorschlagsverfahren. Vorschlagsberechtigt sind alle DGPuK-Mitglieder; Studierende und AbsolventInnen können sich nicht selbst vorschlagen. Vorschläge sind bitte bis zum

15.06.2018

per E-Mail an Jens Vogelgesang (j.vogelgesang@uni-hohenheim.de) zu richten. Die Vorschläge sollen in Form von pdf-Dateien jeweils enthalten: (1) das Erstgutachten (bei Studienarbeiten: ein Empfehlungsschreiben), (2) ein Abstract der Arbeit sowie (3) die Studien- oder Abschlussarbeit. Über die Vergabe der Paul-Lazarsfeld-Stipendien entscheiden Reviewer bestehend aus Mitgliedern der Fachgruppe nach Ablauf der Vorschlagsfrist.

Weitere Informationen

Informationen zu den Stipendien erteilen gerne:

Prof. Dr. Jens Vogelgesang (j.vogelgesang@uni-hohenheim.de)

Dr. Teresa K. Naab (teresa.naab@phil.uni-augsburg.de)

Dr. Christina Peter (christina.peter@ifkw.lmu.de)