



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

Call for Papers für die erste gemeinsame Tagung der Fachgruppen „Digitale Kommunikation“
und „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ der
Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK)

Mittwoch, 18. September, bis Freitag, 20. September 2024, in Hamburg

Ausrichtende: Dr. Julia Niemann-Lenz & Tim Schatto-Eckrodt, Universität Hamburg

Datafizierte Kommunikation und Wissenschaft: Theorien, Methoden und Herausforderungen

Datafizierung beschreibt eine Entwicklung, bei der durch die Digitalisierung nicht nur erhebliche Mengen an Daten gesammelt und gespeichert werden, sondern auch neue Möglichkeiten der Wertschöpfung entstehen. Digitale Medien, insbesondere soziale Medien, sind prototypische Beispiele für datafizierte Produkte. Ihr Geschäftsmodell basiert auf der Sammlung, Analyse und Verwertung von Nutzungsdaten, um individuelle Medienmenüs für die Nutzenden zu erstellen und umgekehrt Werbetreibenden kleinteilige Ausspielungsmöglichkeiten für Anzeigen zu bieten. Durch diese vielschichtige Personalisierung können sich disruptive Veränderungen u. a. für die Informiertheit der Bevölkerung und die demokratischen Funktionen von Medien ergeben (vgl. bspw. die Diskussion um Filterblasen, z. B. Möller et al. 2018). Eine verstärkte Ausrichtung auf Nutzungsmetriken wirkt sich zudem auf die Herstellung von Medienprodukten aus und verändert das Berufsbild von Journalistinnen und Medienproduzierenden (z. B. Lamot et al. 2021; Lischka 2018). Daten bilden außerdem die Grundlage für Inhalte, die durch generative künstliche Intelligenz erzeugt werden. Die Auswirkungen dieser Entwicklung auf die Produktion von Medieninhalten ist bislang ungeklärt und wirft aus Rezeptions- und Wirkungsperspektive Anschlussfragen auf.

Die Datafizierung hat jedoch nicht nur Implikationen für Kommunikationsprozesse an sich, sondern verändert auch die Kommunikations- und Medienforschung. Mit der Computational Communication Science hat sich ein Forschungsstrang etabliert, der die digitalen Datenspuren zur Erforschung medien- und kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen einsetzt (Domahidi et al. 2018). Digitale Verhaltensspuren und Kommunikationsdesiderate eröffnen neue Zugänge zur Beantwortung alter und neuer Fragestellungen der digitalen Kommunikation. Generative Techniken bieten auch hier großes Potenzial, beispielsweise in der Erstellung von Stimulusmaterial für Medienwirkungsexperimente oder bei der automatisierten Codierung von Medieninhalten. Gleichzeitig entstehen bei der Einbeziehung solcher Technologien in die Forschung oder Medienproduktion neue rechtliche und ethische Fragestellungen (Spirling 2023).

Mit der gemeinsamen Tagung der Fachgruppen „Digitale Kommunikation“ und „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ der DGPK möchten wir Perspektiven auf die Datafizierung der Medien sowie ihrer Erforschung zusammenzubringen. Es sind sowohl theoretische, konzeptionelle Beiträge als auch empirische und methodologische Beiträge willkommen. Einreichungen zum Tagungsthema können sich mit Herausforderungen innerhalb folgender **Themenbereiche** auseinandersetzen, sind jedoch nicht auf diese beschränkt. Die Themenbereiche sind nicht überschneidungsfrei und dienen vor allem der Illustration.

- **Theoretische Perspektiven auf die Datafizierung der Medien**
- **Datenjournalismus und generative KI im Journalismus**
- **Transparenz von Datennutzung**
- **Auswirkungen der Datafizierung auf Nutzung und Wirkung von Medien**
- **Neue Kompetenzen und Data Literacy**
- **Neue Datenquellen: Datenspenden, Tracking-Verfahren**
- **Neue Forschungsmethoden und Auswertungstechniken**
- **Originäre Methodenforschung zu Datafizierung**
- **Forschungsdatenmanagement vor dem Hintergrund von Datafizierung**
- **Ethische Aspekte der Forschung mit digitalen Datenspuren**
- **Open Science**

Offenes Panel

Neben Beiträgen zur Datafizierung bietet die Tagung in einem oder mehreren offenen Panels Platz für die Diskussion von Beiträgen jenseits des Tagungsthemas. Hier eingereichte Vorschläge sollen sich durch Relevanz für mindestens eine der beiden ausrichtenden Fachgruppen auszeichnen. 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.

Interaktive Formate

Ferner sind Einreichungen für interaktive Formate abseits der klassischen Tagungsvorträge möglich. Vorgesehen sind dafür einstündige Zeitslots, für die Vorschläge inklusive einer Beschreibung des genauen Themas, der beteiligten Personen und des grobes Formats/Ablaufs eingereicht werden können. Berücksichtigt werden sowohl diskursive (z.B. Thesencafé) als auch praktische Formate (z. B. Workshop). Ziel der interaktiven Formate 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 (800 bis max. 1.200 Wörter inkl. Literatur sowie Abbildungen/Tabellen und Titelseite) via ConfTool einzureichen. Einreichungen und Präsentationen sind in Deutsch oder Englisch möglich, die generelle Tagungssprache ist Deutsch.

Deadline für Einreichungen ist der 17.05.2024

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.

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. 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.

Die Kriterien für die konstruktive Begutachtung eingereicherter Beiträge sind:

- 1. Relevanz für die Fachgruppen:** Stellt die Einreichung einen eigenständigen substantiellen Beitrag zur Digitalen Kommunikation und/oder zu Methoden der 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 sie 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? Wird der Bezug plausibel hergestellt?

Paul-Lazarsfeld-Stipendien

Über die Paul-Lazarsfeld-Stipendien der Fachgruppe Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird in einer separaten Ausschreibung informiert.

Buchpräsentationen

Auf der Tagung besteht die Möglichkeit, aktuell neu erschienene Bücher aus den Themenfeldern der Fachgruppen vorzustellen und zu feiern. Sollten Sie als Autor:in oder Herausgeber:in Interesse an einer Buchvorstellung während der Tagung haben, setzen Sie sich bitte frühzeitig mit den Ausrichter:innen in Verbindung.

Workshops im Vorfeld der Tagung

Über den Dok-Workshop für Promovierende der Fachgruppe Digitale Kommunikation sowie den Mittelbau-Workshop der Fachgruppe Methoden wird in einer separaten Ausschreibung informiert.

Rahmen

Die Tagung beginnt am Mittwoch, den 18. September 2024, abends mit einem Get-Together und endet am Freitag, den 20. September 2024.

Angebot für Tagungsbesucher*innen mit Kindern

Die Fachgruppen setzen sich für eine familienfreundliche Organisation der Tagung ein. Tagungsbesucher:innen mit Bedarf nach Kinderbetreuung sind gebeten, sich im Vorfeld direkt mit den Ausrichtenden in Verbindung zu setzen.

Für die ausrichtende Universität:

Julia Niemann-Lenz, Hamburg
Tim Schatto-Eckrodt, Hamburg

Für die Fachgruppen:

Emese Domahidi, Ilmenau
Ulrike Klinger, Frankfurt Oder
Merja Mahrt, Berlin
Julia Niemann-Lenz, Hamburg

Literatur

- Domahidi, E., Yang, J., Niemann-Lenz, J., & Reinecke, L. (2019). Outlining the Way Ahead in Computational Communication Science: An Introduction to the IJoC Special Section on "Computational Methods for Communication Science: Toward a Strategic Roadmap". *International Journal of Communication*, 13. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/10533/2761>
- Lamot, K., Paulussen, S., & Van Aelst, P. (2021). Do metrics drive news decisions? Political news Journalists' exposure and attitudes toward Web analytics. *Electronic News*, 15(1-2), 3-20. <https://doi.org/10.1177/19312431211018141>
- Lischka, J. A. (2018). Logics in social media news making: how social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards. *Journalism* 22(2), 430-447. <https://doi.org/10.1177/1464884918788472>
- Möller, J., Trilling, D., Hellberger, N. & van Es, B. (2018). Do not blame it on the algorithm: an empirical assessment of multiple recommender systems and their impact on content diversity. *Information, Communication & Society*, 21(7), 959-977. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1444076>
- Spirling, A. (2023). Why open-source generative AI models are an ethical way forward for science. *Nature*, 616(7957), 413-413. <https://doi.org/10.1038/d41586-023-01295-4>