

Call for Papers Affekte – Medien – Macht

Organisation

Teilprojekt B02 „Transkulturelle emotionale Repertoires im und durch Reality TV“ des SFB 1171 „Affective Societies“ der Freien Universität Berlin und Fachgruppe „Soziologie der Medienkommunikation“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) (in Kooperation mit der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ der DGPK).

Datum

29. Juni - 1. Juli 2017

Ort

Freie Universität Berlin

Die sozialwissenschaftliche Emotionsforschung und die kulturwissenschaftlichen ‚affect studies‘ haben in den letzten Jahren verstärkt den Fokus auf die soziale und kulturelle Formung von Emotionen und Affekten gerichtet. Wie Emotionen und Affekte durch Medien hergestellt werden, wie sie medial vermittelt werden und welche Gefühle Rezipierende bei der Mediennutzung entwickeln, ist Gegenstand der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ob als Kommunikationsphänomen beim *shitstorm* oder der *moral panic*, als Modus der Rezeption beim Fremdschämen oder als Auslöser für die Zirkulation von Informationen im *affective flow* (Wetherell 2012; Papacharissi 2015) – Kommunikationsprozesse können vielfältig affizieren. Insbesondere die „affect studies“ (Gregg/Seigworth 2010) beleuchten dabei das Verhältnis zwischen (Gefühls-)Erleben und gesellschaftlichen Differenz- und Machtverhältnissen. Im Unterschied zu Emotionen, die wir als sozial reguliert erfassen, bezieht sich der Affekt auf relationale, prozessorientierte Verhältnisse. So wird unter Affekt nicht der Ausdruck subjektiven Erlebens gefasst, sondern die dynamischen, intensiven und machtförmigen sozialen Beziehungen die sich zwischen Körpern sowie zwischen Körpern und Technologien/Medien/Artefakten vollziehen. Affekte sind damit immer auch geprägt durch soziale Strukturen und Ordnungen, durch Geschlechterverhältnisse und kulturelle Verortungen. Das komplexe Zusammenwirken von Affekten, gesellschaftspolitischen Diskursen der Ungleichheit und deren medialer Verhandlung ist relevant für die Kommunikations- und Medienwissenschaft im Allgemeinen und für die mediensoziologische Perspektive im Besonderen, da mit ihm nicht nur Fragen nach der stabilisierenden Funktion von Affekten verbunden sind, sondern auch nach deren transformativem Potential.

Die Tagung möchte daher an die Forschung der „affect studies“ als auch die bestehende medien- und kommunikationswissenschaftliche Emotionsforschung anschließen und die differenz- und machtpolitische Komponente des Affektbegriffs in den Blick nehmen. Die Beschäftigung mit dem Themenfeld „Affekt – Medien – Macht“ verspricht dabei nicht nur Anregungen für methodische Innovationen und eine theoretische Konzeptualisierung des Affektbegriffs, sondern richtet den analytischen Fokus auf unterschiedliche Formen des affektiven Erlebens und Interagierens. Damit verbunden sind inkludierende und exkludierende Dimensionen, die in Kommunikationsprozessen eine Rolle spielen. Aktuell rücken hier etwa die globalen Migrationsprozesse Fragen nach der Rolle, Funktion und Instrumentalisierung von Affekten und emotionalen Praktiken in den Blickpunkt.

Entgegen der aufklärerischen Sehnsucht nach einer Durchsetzung der Vernunft und unbesehen des traditionellen wissenschaftlichen Bias' für einen rationalen Diskurs, lassen sich in jüngster Zeit in verstärktem Maße Prozesse der Emotionalisierung und Affektgetriebenheit des öffentlichen Diskurses beobachten. Bieten Begriffe wie Sensationalisierung und Skandalisierung auch Hinweise zur Analyse medialer Produktion im Kontext von Aufmerksamkeitsökonomie, so sieht sich die Gesellschaft im Zuge des digitalen Wandels mit neuen medialen Phänomenen konfrontiert. Phänomene wie *hate speech* oder *shitstorm* beschreiben Tendenzen der netzbasierten Kommunikation, die hochgradig affektgetrieben sind. Traditionelle Routinen und Regeln der interpersonalen und (teil-)öffentlichen Kommunikation scheinen in diesen Prozessen außer Kraft gesetzt.

Was bedeutet dieser Wandel für die Qualität und Diversität (medien)öffentlicher Kommunikation? Welche Bedeutung gewinnen Affekte und Emotionen für ein Verständnis von Öffentlichkeiten sowie für die Analyse von Medienkommunikation als sozialer Praxis? Welche neuen Formen affektiver Kommunikation können wir in der Netzkommunikation ausmachen? Und welche Rolle spielt affektive Kommunikation für Machtkonstellationen in sozialen Ordnungen?

Im Rahmen der Tagung möchten wir die Relevanz von Affekten und Emotionen in Medien- und Kommunikationsprozessen genauer beleuchten. Insbesondere interessiert dabei die Auseinandersetzung mit der Herstellung von Macht und Ungleichheit mit und durch Affekte und Emotionen im Mediendiskurs. Willkommen sind besonders Vorträge und Diskussionsbeiträge, die sich mit folgenden Themenfeldern beschäftigen:

1. Konzepte und Theorien der Affekt- und Emotionsforschung

Annahmen der „affect studies“ bieten das Potential, bestehende Dichotomien zwischen Kognition und Affekt, zwischen Innen und Außen, dem Psychischen und dem Sozialen zu überwinden. Dabei stellt sich die Frage, wie diese theoretischen Konzepte für die Kommunikations- und Medienwissenschaft fruchtbar gemacht werden können und vor allem, wie sich die unterschiedlichen Zugänge, mit ihren teilweise disparaten theoretischen Vorannahmen integrieren lassen.

Ausgehend von Arbeiten Sara Ahmeds (2004, 2010) rückt auch die Frage nach dem Verhältnis von Geschlecht und Affekt/Emotion in Kommunikationsprozessen in den Fokus. Welche Beiträge können hier feministische, queere, geschlechtertheoretische und intersektionale Arbeiten zum gesellschaftlichen Verständnis von Affekten leisten? Welche Rolle spielen Geschlecht, Sexualität und Diversität für eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Affektforschung? Dabei soll es um die performative Herstellung, Markierung, Verhandlung und Bewertung von Geschlechternormen an und in Körpern gehen, anhand derer affektive Erfahrungen der Zugehörigkeit her- und ausgestellt werden.

2. Methoden der Affekt- und Emotionsforschung

Die Auseinandersetzung mit Emotionen, Affekten und Medien stellt die Kommunikations- und Medienwissenschaft vor besondere methodische Herausforderungen. Insbesondere die konzeptuelle Offenheit und Dynamik des Affektiven markiert einen scheinbaren Widerspruch zu theorieprüfenden, empirischen Verfahren der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Begriffsarbeit, Theoriebildung und Methoden müssen daher eng miteinander verschränkt und bestehende mit der Entwicklung neuer empirischer Verfahren zusammengeführt werden. Wie dies geschehen kann, soll Inhalt der unter diesem Thema gebündelten Diskussionsbeiträge und Vorträge sein. Eine Neukonturierung der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Emotions- und Affektforschung bietet neben den genannten Herausforderungen das Potenzial bestehende Dualismen (z.B. Subjekt-Objekt) zu unterlaufen.

3. Empirische Analysen: Formen, Formate und ihre Publika

Affekte sind allgegenwärtig und lassen sich in unterschiedlichen medialen und sozialen Formen analysieren. Dieses Themenfeld beschäftigt sich mit Fragen zur Verbreitung und affizierenden Wirkung medialer Formate, unterschiedlichen Darstellungsformen und Techniken des Affektiven. Dabei geht es beispielsweise um Fragen nach der Beziehung zwischen Affekten und technischen Artefakten, nach der Zirkulation, Transformation und Neuverhandlung affektiver Praktiken oder den Erfordernissen der ‚Aufführung‘ affektiven Erlebens, jeweils gebunden an unterschiedliche kulturelle und mediale Räume und Szenarien.

In den Blick geraten hier auch Fragen nach der Affektivität von Aneignungsprozessen. Empirische Arbeiten, die sich der Aneignung medialer Formate oder (Medien)Technologien widmen und dabei ihre Aufmerksamkeit auf affektive Praktiken richten, sind besonders willkommen.

Einreichung von Abstracts

Willkommen sind Vorschläge für *Vorträge* (Dauer: 20 Minuten), *Panels* (3-4 Einzelvorträge) oder *Poster*. Geben Sie bitte auf dem Deckblatt des Abstracts die Präsentationsform an. Einreichungen für *Vorträge* erfolgen in Form eines „Extended Abstracts“ (max. 1000 Wörter inkl. Literaturangaben); *Panels* sollten mit einer Kurzbeschreibung der gemeinsamen Thematik sowie Kurzabstracts der Einzelbeiträge (jeweils max. 500 Wörter) eingereicht werden); *Poster* können mit einem Abstract von max. 500 Wörtern vorgeschlagen werden. Bitte ordnen Sie Ihre Einreichung möglichst einem der oben genannten Themenbereiche zu.

Alle Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir Sie, die Einreichungen (Vortrag, Panel oder Poster) um ein gesondertes Deckblatt zu ergänzen, das die Informationen (1) Beitragstitel sowie (2) Name und Kontaktdaten der Einreichenden enthält. Bitte denken Sie auch daran, die Datei zu anonymisieren.

Im Review-Prozess werden die Einreichungen nach folgenden fünf Kriterien beurteilt: (1) Beitrag zum Tagungsthema, (2) Plausibilität der theoretischen Fundierung, (3) Angemessenheit der Vorgehensweise (ggf. auch der Methodik), (4) Klarheit und Prägnanz der Darstellung sowie (5) Beitrag zum Forschungsfeld (Relevanz & Originalität).

Mailen Sie bitte Ihr anonymisiertes Abstract sowie ein gesondertes Deckblatt im PDF-Format bis zum **1. Februar 2017** an tanja.maier@fu-berlin.de und margreth.luenenborg@fu-berlin.de. Bis Mitte März 2017 werden wir Sie über die Annahme der Beiträge informieren.

Für das Organisationsteam in Berlin

Prof. Dr. Margreth Lünenborg (margreth.luenenborg@fu-berlin.de)

Dr. Tanja Maier (tanja.maier@fu-berlin.de)

Claudia Töpfer (c.toepper@fu-berlin.de)

Für die Fachgruppen

Prof. Dr. Marian Adolf (marian.adolf@zu.de)

Dr. Sigrid Kannengiesser (sigrid.kannengiesser@uni-bremen.de)

Literatur:

Ahmed, S. (2004): The Cultural Politics of Emotion. New York.

Ahmed, S. (2010): Creating disturbance: Feminism, happiness and affective differences. In: Liljeström, M./Paasonen, S. (Eds.): Working with Affect in Feminist Readings: Disturbing Difference. Abingdon, S. 31-44

Gregg, M./Seigworth, G. J. (2010) (Eds.): The Affect Theory Reader. Durham, NC.

Wetherell, M. (2012): Affect and Emotion. A New Social Science Understanding. London: Sage

Papacharissi, Z. (2015): Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics. Oxford.