

Call for Papers

für ein Themenheft der *Publizistik*

„Herausforderungen der Digitalisierung – Theoretische und methodische Antworten der Kommunikationswissenschaft“

Gast-Herausgeberinnen und Herausgeber: Christian Strippel, Annekatriin Bock, Christian Katzenbach, Merja Mahrt, Lisa Merten, Christian Nuernbergk, Christian Pentzold & Annie Waldherr

Schlagworte wie Digitalisierung, Datafizierung und permanente Vernetzung bezeichnen gesellschaftliche und mediale Wandlungsprozesse, die die Kommunikationswissenschaft vor zunehmende Herausforderungen stellen. Hierzu sind im Forum der *Publizistik* zuletzt einige Beiträge erschienen, die gemeinsam mit dem Zeitschriftenpreis der DGPK ausgezeichnet worden sind. Diese Debatte um die Zukunft des Fachs „in datengetriebenen Zeiten“ (Hepp 2016) umfasst grundsätzliche Fragen zum Gegenstand der Kommunikationswissenschaft. Sie beschäftigt sich daran anschließend aber auch mit der Frage, welche Theorien und Methoden (noch) geeignet sind, um diesen Gegenstand zu erforschen (siehe dazu auch Brosius 2016; Jarren 2016; Theis-Berglmair 2016).

Mit einem optimistischen Blick auf diese Debatte argumentieren wir – als Gast-Herausgeberinnen und Herausgeber des geplanten Themenhefts – in einer weiteren Replik, dass die Zukunft der Kommunikationswissenschaft in datengetriebenen Zeiten bereits da sei; sie werde nur nicht ausreichend im Fach wahrgenommen und gewürdigt (Strippel et al. 2018). Sowohl in theoretischer als auch methodischer Hinsicht liegen in unseren Augen eine Reihe jüngerer Arbeiten vor, die sich den Herausforderungen der Digitalisierung für die Kommunikationswissenschaft bereits innovativ und umfangreich widmen.

Für solche Arbeiten soll das geplante Themenheft der *Publizistik* nun ein Forum bieten, um die Diskussion um die Zukunft des Fachs anhand konkreter Beispiele fortzuführen und zu vertiefen. Zur Einreichung erbeten werden konkrete theoretisch und/oder methodisch innovative Antworten auf die in der Debatte thematisierten Herausforderungen der Digitalisierung. Insbesondere werden Beiträge begrüßt, die interdisziplinär angelegt sind.

Theorien

Die vermeintliche Evidenz großer Datenmengen und Innovationen digitaler Methoden bedeuten nicht das Ende kommunikationswissenschaftlicher Theoriebildung. Vielmehr werden die Weiterentwicklung vorhandener und die Erarbeitung neuer Theorien gerade unverzichtbar, um kommunikative Veränderungen reflektieren, einordnen und bewerten zu können. In diesem Sinn lädt das Themenheft zu Beiträgen ein, die etwa auf folgende Fragen eingehen:

- Welche theoretischen Probleme und Fragen sind angesichts der Debatte über die Zukunft des Fachs vordringlich zu adressieren?
- Welche Begriffe des Fachs müssen neu überdacht, definiert bzw. reformuliert werden?
- Welche Theorien, Modelle und Konzepte eignen sich, um gegenwärtige Kommunikationspraxis und mediale Verhältnisse angemessen zu erfassen?
- Welche Überlegungen und Theoriestränge können mit welchem Ertrag aus anderen Fächern entliehen werden?

Methoden

Ohne digitale Methoden lässt sich die Komplexität digitaler Daten in der Kommunikationswissenschaft kaum noch erfassen. Darunter verstehen wir computergestützte Verfahren für die Erhebung und Analyse digitaler Da-

ten, die zur Zeit unter Bezeichnungen wie „computational social science“ oder „digital methods“ diskutiert werden. Gerade die Wechselwirkungen zwischen technischen Strukturen und Nutzerschaft, also die Aneignung, Nutzung und Prägung digitaler Daten durch eine digitalisierte Gesellschaft, lassen sich vielversprechender fokussieren, wenn etablierte empirische Verfahren mit digitalen Methoden kombiniert werden. Begrüßt werden daher insbesondere forschungsorientierte Beiträge, die

- innovative Anwendungen digitaler Methoden aufzeigen und/oder dabei auch auf Kombinationen digitaler und etablierter methodischer Verfahren (qualitative oder quantitative Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung) zurückgreifen;
- für die Datenauswertung mit Verfahren der computergestützten Textanalyse arbeiten (z.B. automatisierte Inhaltsanalyse, Topic Modelling);
- für die Datenerhebung und -auswertung auch Verfahren der Netzwerkanalyse digitaler Daten- und Beziehungsspuren berücksichtigen;
- Verfahren der Computermodellierung und -simulation auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen anwenden;
- Nutzungsdaten digital erheben (z.B. Tracking, Experience Sampling) und mit ergänzenden Befragungen oder Beobachtungen einordnen.

Format der Einreichungen

Kolleginnen und Kollegen, die einen Beitrag zu diesem Themenheft beisteuern möchten, werden gebeten, bis spätestens zum **30. April 2018** ihre vollständigen Manuskripte im Originalformat sowie im PDF-Format an die Redaktion der *Publizistik* zu senden: gunter.reus@hmtm-hannover.de. Darüber hinaus schicken Sie bitte sieben Ausdrucke Ihres Manuskriptes bis spätestens 15. Mai 2018 an: Prof. Dr. Gunter Reus, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Expo Plaza 12, 30539 Hannover, Deutschland. Das Themenheft wird voraussichtlich im November 2018 erscheinen.

Eingereicht werden können Beiträge in deutscher und englischer Sprache. Sie sollten den Umfang von 52.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen und Quellenverzeichnis) nicht überschreiten. Über die Annahme der Manuskripte wird nach dem üblichen Begutachtungsverfahren der *Publizistik* (double-blind peer review) entschieden. Es gelten die Autorenhinweise und üblichen Manuskriptrichtlinien der *Publizistik*: <http://www.springer.com/social+sciences/journal/11616>

Quellen

- Brosius, H.-B. (2016). Warum Kommunikation im Internet öffentlich ist. Zu Andreas Hepps Beitrag „Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten“. *Publizistik*, 61(4), 363–372. doi: 10.1007/s11616-016-0304-6.
- Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61(3), 225–246. doi: 10.1007/s11616-016-0263-y.
- Jarren, O. (2016). Nicht Daten, sondern Institutionen fordern die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft heraus. Zu Andreas Hepps Beitrag „Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten“. *Publizistik*, 61(4), 373–383. doi: 10.1007/s11616-016-0301-9.
- Strippel, C., Bock, A., Katzenbach, C., Mahrt, M., Merten, L., Nuernbergk, C., Pentzold, C., Puschmann, C., & Waldherr, A. (2018). Die Zukunft der Kommunikationswissenschaft ist schon da, sie ist nur ungleich verteilt. Eine Kollektivreplik. *Publizistik* (online first). doi: 10.1007/s11616-017-0398-5.
- Theis-Berglmair, A. M. (2016). Auf dem Weg zu einer Kommunikationswissenschaft. Zu Andreas Hepps Beitrag „Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten“. *Publizistik*, 61(4), 385–391. doi: 10.1007/s11616-016-0302-8.