

Call for Papers

zur 64. Jahrestagung der DGPuK, 9. bis 11. Mai 2019, Münster

Integration durch Kommunikation in digitalisierten Öffentlichkeiten

Klüfte überwinden, gemeinsame Themen finden, Zusammenhalt fördern – Integration ist eine Kernaufgabe demokratischer Gesellschaften. Bei der 64. Jahrestagung der DGPuK in Münster soll erörtert werden, welche Beiträge und Antworten die Kommunikationswissenschaft zu Fragen der Integration in digitalisierten Öffentlichkeiten bereithält, die durch das Zusammenspiel klassischer und neuer digitaler Medien gekennzeichnet sind. Integration als gesellschaftliches Ziel steht vor vielfältigen Herausforderungen: Infolge zunehmender sozialer Ungleichheit verschärfen sich gesellschaftliche Segmentierungsprozesse. Weltweit fordern Migrationsbewegungen die Integrationsbereitschaft von Gemeinschaften ebenso heraus wie interne Differenzierungsprozesse. In globalisierten Wirtschaftskreisläufen entkoppeln sich ökonomische Prozesse von nationalen Märkten und entziehen sich damit gesellschaftlicher Steuerung. Schließlich stellen sich angesichts der Fortschritte in Data Science und künstlicher Intelligenz neue Fragen der Integration z. B. zwischen menschlichen und technischen Akteuren.

Massenmedien und digitalisierte Öffentlichkeiten spielen bei diesen Prozessen eine ambivalente Rolle: Galten Medien lange als „Kitt der Gesellschaft“, wird diese Leistung heute zunehmend in Frage gestellt. Neuartige Formen der Vergemeinschaftung in sozialen Medien und personalisierte Algorithmen können sowohl abgrenzend als auch integrativ wirken. So schaffen digitale Medien Risiken, aber auch neue Möglichkeiten, bestehende Ungleichheiten offenzulegen, Partizipation zu fördern und soziale, politische und ökonomische Prozesse kollaborativ zu gestalten. Die Frage nach der Bedeutung, den Potenzialen und Gefahren öffentlicher Kommunikation für den sozialen Zusammenhalt in digitalisierten Öffentlichkeiten steht im Zentrum der DGPuK-Jahrestagung 2019. Wie gelingt Integration durch öffentliche Kommunikation heute? Welche Wege und Formen der Kommunikation fördern Integration und welche tragen zur sozialen Ausgrenzung und Spaltung der Gesellschaft bei? Wer trägt welche Verantwortung für die kommunikative Integration in der digitalisierten Gesellschaft?

Dem Tagungsthema zugrunde liegt ein breites Verständnis von Integration als ein Prozess, der auf Kommunikation beruht und eine Vielzahl von Akteuren zu einer sozialen Gemein-

schaft verbindet. Integration umfasst verschiedene Bezugspunkte und Ebenen: Miteinander verbunden, inkludiert und integriert werden Individuen, Gruppen, Organisationen oder die Gesellschaft als Ganzes, und zwischen diesen Einheiten bestehen vielschichtige Integrationsbeziehungen. Wie integrieren sich Individuen durch Kommunikation in Gruppen, Organisationen oder die Gesellschaft? Wie werden Gruppen kommunikativ in Organisationen integriert, und wie tragen Organisationen zur Integration der Gesellschaft bei? Wie verändert die Präsenz technischer Akteure mit künstlicher Intelligenz Kommunikation in Integrationsprozessen? Dabei ist Integration für alle gesellschaftlichen Teilbereiche – wie z. B. Bildung, Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Gesundheit, Sport, Kultur – relevant und wird zugleich über diese hergestellt.

Das Themenfeld lässt sich in zwei große Schwerpunkte untergliedern: Integration umfasst zunächst Fragen der individuellen Identifikation und der Bildung von Gemeinschaften, und betrifft darauf aufbauend spezielle Formen der Interaktion durch Vermittlung, Partizipation und Kollaboration. In beiden Feldern begegnet Integration Herausforderungen wie Exklusion, Fragmentierung und Polarisierung.

Themenbereich 1: Identifikation und Gemeinschaft

Ausgehend von einer individuellen Perspektive richtet sich das Forschungsinteresse in diesem Bereich darauf, wie sich Menschen durch Kommunikation in Gruppen, Organisationen und die Gesellschaft integrieren bzw. wie sie integriert werden. Die folgenden Fragen konkretisieren beispielhaft den Gegenstand und sollen zugleich Impulse für weiterführende theoretische, analytische und empirische Einreichungen geben.

Akteure und Prozesse:

- Überschneiden sich die Medienrepertoires von Nutzerinnen und Nutzern, so dass gemeinsame Themen und gesellschaftsübergreifende öffentliche Meinungen entstehen können? Inwieweit sind Anliegen wie Gemeinschaft und Integration handlungsleitend für Mediennutzerinnen und Mediennutzer? Welche Medienangebote werden als gemeinschaftsstiftend wahrgenommen? Welche Bedeutung haben dabei z. B. Medienergebnisse in Sport, Kultur und anderen gesellschaftlichen Bereichen? Wie fördern kommunikative Gemeinschaften in Form von Nutzer- und Fangruppen gesellschaftlichen Zusammenhalt?
- Wie kann in Organisationen durch interne Kommunikation die Identifikation mit der Organisation und der interne Zusammenhalt gestärkt werden? Durch welche Formen strategischer Kommunikation wird die Identifikation von externen Stakeholdern mit Organisationen erzielt?

Konsequenzen:

- Wann tragen Mediennutzung und Kommunikation zur Stiftung einer gemeinsamen Identität bei? Und unter welchen Bedingungen zerfallen öffentliche Diskurse in Filterblasen, die gegenseitige Ignoranz und Polarisierung befördern?
- Welche Klüfte zwischen sozialen Milieus behindern kommunikative Integration mit welchen Folgen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt? Wie können Hindernisse aufgrund von fehlender Medienkompetenz bzw. fehlendem Zugang zu Medien überwunden werden? Welche Rolle spielen z. B. barrierefreie Kommunikationsangebote, einfache Sprache oder künstliche Intelligenz, um Teilhabe zu ermöglichen?

Rahmenbedingungen und Voraussetzungen:

- Welche medienpolitischen und -ökonomischen Ansatzpunkte gibt es, um öffentliche Kommunikation integrationsfördernd zu gestalten? Wie verlaufen kommunikative Integrationsprozesse in unterschiedlichen geografischen Kontexten und auf unterschiedlichen gesellschaftlichen Ebenen (z. B. lokal, national, transnational), und wie haben sie sich im historischen Vergleich entwickelt?
- Wie stark sind Integrationsprozesse heute durch Technik geprägt? Und welche ethischen Herausforderungen stellen sich mit der Nutzung von Big Data in Werbung und Unternehmenskommunikation wie etwa im Rahmen des Micro-Targeting?
- Welche Rolle spielt Vertrauen in diesen komplexen Zusammenhängen, in denen die Entscheidung sich selbst oder andere zu integrieren unter hoher Unsicherheit getroffen werden muss?

Themenbereich 2: Vermittlung, Partizipation und Kollaboration

In diesem Themenbereich steht das integrative Potenzial neuer Formen der Organisation, Vermittlung und Zusammenarbeit in digitalisierten Öffentlichkeiten im Vordergrund. Auch hier dienen die gesammelten Fragen als Beispiele und Anregungen für mögliche Einreichungen.

Akteure und Prozesse:

- Inwiefern ist die integrierende Funktion des Journalismus als Vermittler in der digitalisierten Gesellschaft bedroht, und welchen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration leisten alternative Vermittlungsformen – wie Crowd Reporting, Networked Gatekeeping und Social Bots?
- Welche Rolle übernehmen neue Formen der (Selbst-)Organisation, z. B. sozialer Bewegungen oder vernetzter Gemeinschaften, im Vergleich zu klassischen Intermediären wie Parteien, Gewerkschaften und anderen Interessengruppen?
- Wie funktionieren neue Formen der Partizipation, z. B. auf Petitionsplattformen oder in Online-Kommentarspalten? In welchem Verhältnis stehen sie zu klassischen Partizipationsformen an der Wahlurne, im Ortsverein oder auf der Straße?

- Welche Dynamiken entfalten kollaborative Prozesse über digitale Medien, wenn etwa Parteien, Unternehmen oder Regierungen Nutzerinnen und Nutzer an Kampagnen, Innovationen oder an der Bewältigung humanitärer Katastrophen mitwirken lassen?

Konsequenzen:

- Erfüllen diese neuen Formen der Vermittlung, Partizipation und Kollaboration integrative Funktionen für Organisationen und/oder die Gesellschaft – etwa in Bezug auf politische Meinungsbildung, Deliberation und Entscheidungsfindung?
- Welche Potenziale bieten digitalisierte Öffentlichkeiten für marginalisierte Gruppen sich auszutauschen und zu organisieren? Wie werden gesellschaftliche Bewegungen andererseits bekämpft, etwa in Form von Hasskommunikation oder wie im Fall des aufflammenden Antifeminismus?
- Wie wirken sich neue Einflussmöglichkeiten von Partikularinteressen, z. B. durch politische Außenseiter oder Lobbyorganisationen, auf die öffentliche Meinungsbildung aus? Wie begründet sind zudem Sorgen vor dem manipulativen Einsatz von Algorithmen und künstlicher Intelligenz und vor möglichen Folgen der Polarisierung und Radikalisierung; und wo liegen hingegen Chancen künstlicher Intelligenz für Integrationsprozesse?

Rahmenbedingungen:

- Gibt es einen Zusammenhang zwischen Vertrauen bzw. Misstrauen gegenüber klassischen und neuen Vermittlungsformen und deren integrativen Leistungen? Wie kann das notwendige Vertrauen für partizipative und kollaborative Prozesse zwischen Online-Nutzerinnen und -Nutzern und in den zugrunde liegenden Technologien trotz Datenschutzbedenken und der Gefahr von Manipulation hergestellt werden?
- Welche rechtlichen und normativen Umgangsregeln in digitalisierten Öffentlichkeiten fördern Integration, welche stehen ihr im Wege? Welche Möglichkeiten der medienpolitischen Regulierung und der Finanzierung gibt es, wenn Inhalte partizipativ oder kollaborativ erstellt werden? Wie können journalistische Redaktionen und andere Vermittlungsangebote, die einen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration leisten, finanziert werden?

Einreichungsmodalitäten

Für alle Einreichungen gilt: Bitte achten Sie darauf, dass das Abstract keine Hinweise auf die Autorenschaft enthält. Alle Einreichungen werden anonym nach den Kriterien theoretische Fundierung, Relevanz der Fragestellung, Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise, Neuigkeitswert/Originalität sowie Klarheit und Prägnanz der Darstellung begutachtet. Bei Einreichungen zum Tagungsthema wird zusätzlich die Passung zum Tagungsthema bewertet.

Einreichung von Extended Abstracts zum Tagungsthema

Bis zum **15. Oktober 2018** können Extended Abstracts (4.000 – 6.000 Zeichen inklusive Leerzeichen, Literatur, Tabellen und Abbildungen) für Vorträge zum Tagungsthema eingereicht werden. Die Einreichung erfolgt ausschließlich über das unter <https://www.conftool.org/dgpuk2019/> eingerichtete Online Abstract Management System (OAMS), das am **1. September 2018** freigeschaltet wird. Sie werden bis Mitte Dezember 2018 über eine Zu- oder Absage informiert.

Einreichung von Panelvorschlägen zum Tagungsthema

Es besteht außerdem die Möglichkeit, komplette Panels (Vorträge plus Moderation) einzureichen. Auf diese Weise können größere Projekte oder Forschungszusammenhänge vorgestellt werden, die einen expliziten Bezug zum Tagungsthema haben. Die einzelnen Vorträge sollen dabei aufeinander bezogen sein. Panelvorschläge müssen enthalten: Paneltitel, Beschreibung des Panels in 3.000 – 4.000 Zeichen (inklusive Leerzeichen, Literatur, Tabellen und Abbildungen) sowie Titel und Abstract für jeden Vortrag (jeweils 1.000 – 1.500 Zeichen inklusive Leerzeichen, Literatur, Tabellen und Abbildungen). Ein Panel kann bis zu vier Vorträge enthalten. Die parallele Einreichung einzelner Beiträge aus einem Panelvorschlag im Normalverfahren ist nicht zulässig. Auch bei Panelvorschlägen erfolgt die Einreichung bis zum **15. Oktober 2018** ausschließlich über das Online Abstract Management System (<https://www.conftool.org/dgpuk2019/>). Bis Mitte Dezember 2018 werden Sie über eine Zu- oder Absage informiert.

Einreichungen von Panelvorschlägen für Thesen-Cafés

Bei der DGPK-Jahrestagung in Münster soll ein neues, diskursives Tagungsformat zum Einsatz kommen. Das Thesen-Café umfasst drei je 20-minütige, parallel durchgeführte Diskussionsrunden an Stehtischen zu einem gemeinsamen Dachthema. An jedem Stehtisch steht ein Inputgeber/eine Inputgeberin, der/die die Diskussionsrunde mit maximal vier Thesen zum Thema eröffnet; die Thesen können zusätzlich auf einem Poster visualisiert werden – aber kein Vortrag, kein PowerPoint! Nach 20 Minuten lösen sich die Diskussionsrunden auf und die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wechseln an einen anderen Stehtisch. Das Thesen-Café umfasst drei Diskussionsdurchgänge und eine kurze Schlussrunde der Inputgeberinnen und Inputgeber, die ihre Eindrücke aus den Diskussionsrunden zusammenfassen. Bewerbungen erfolgen als Panelvorschlag (d. h. ein Vorschlag für drei Thesentische unter einem gemeinsamen Dachthema). Das Thesen-Café eignet sich besonders, um Rückmeldungen zu neuen Forschungsideen zu bekommen, bislang wenig beachtete Themen zu erschließen oder um innovative Theorieansätze, methodische Zugänge etc. zu diskutieren. Thesen-Café-Bewerbungen, für die ein eigenes Reviewverfahren durchgeführt werden, müssen enthalten: Dachthema, Themen der drei Thesen-Tische, Namen der beteiligten Wissen-

schaftlerinnen und Wissenschaftler, eine kurze inhaltliche Beschreibung des Thesen-Cafés in 3.000 – 4.000 Zeichen (inklusive Leerzeichen, Literatur, Tabellen und Abbildungen). Bitte notieren Sie alle Angaben zu den beteiligten Personen in einem separaten Dokument und reichen Sie eine anonymisierte Beschreibung des Vorhabens ein. Bewerbungen für das Thesen-Café bitte bis zum **15. Dezember 2018** in PDF-Form an ulrike.roettger@uni-muenster.de senden. Sie werden bis Ende Januar 2019 über eine Zu- oder Absage informiert. Für weitere Informationen zum Format können Sie sich gerne an Ulrike Röttger wenden.

Einreichungen von Papieren für die offenen Panels

Auch bei der DGPK-Jahrestagung in Münster 2019 wird es offene Panels geben. Diese bieten die Möglichkeit für Einreichungen, die nicht zwingend in direktem Zusammenhang mit dem Tagungsthema stehen. Damit wird sichergestellt, dass auch aktuelle Forschungsarbeiten zu anderen Themenschwerpunkten unter Fachkolleginnen und Fachkollegen diskutiert werden können. Extended Abstracts für die offenen Panels haben eine Länge von 10.000 – 12.000 Zeichen (inkl. Leerzeichen, Literatur, Tabellen und Abbildungen). Einreichungsschluss ist hier der **15. Dezember 2018**. Die Einreichung erfolgt ebenfalls über das unter <https://www.conftool.org/dgpuk2019/> eingerichtete Online Abstract Management System, das ab 1. September 2018 freigeschaltet wird. Sie werden bis Ende Januar 2019 über eine Zu- oder Absage für die offenen Panels informiert.

Kontakt

Tagungsorganisation:

Prof. Dr. Volker Gehrau
Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Institut für Kommunikationswissenschaft
Bispinghof 9-14
D-48143 Münster
Tel.: +49 251 83-24276
E-Mail.: volker.gehrau@uni-muenster.de

Tagungskoordination:

Ia Bestavashvili M.A.
Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Institut für Kommunikationswissenschaft
Bispinghof 9-14
D-48143 Münster
Tel.: +49 251 83-24263
E-Mail.: dgpuk19@uni-muenster.de