

Call for Papers

Jahrestagung der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM)

an der Hochschule Luzern, 20. und 21. April 2023

What Do We Pay Attention To? Digitale Innovationen im Wettbewerb um Aufmerksamkeit

Aufmerksamkeit ist nicht alles, aber ohne Aufmerksamkeit ist alles nichts – zumindest in der sozialen Welt. Zumeist gilt Aufmerksamkeit als knapp und wertvoll, doch manchmal kann sie auch unerwünscht, lästig oder gar gefährlich sein. Medien lenkten bereits in vordigitaler Zeit die Ströme der Aufmerksamkeit, doch mit der Digitalisierung verändern sich laufend und rasend schnell die Spielregeln und Strategien im Wettbewerb um Aufmerksamkeit. Die Gewinner:innen von gestern können die Verlierer:innen von morgen sein. Die SGKM-Jahrestagung 2023 widmet sich der Frage: «What do we pay attention to?»

Drei Anmerkungen zu dieser Frage. Erstens: Die Frage ist bewusst auf Englisch gestellt, denn anders als der deutsche Ausdruck «Aufmerksamkeit schenken» verweist der englische Ausdruck «to pay attention» auf den ökonomischen Charakter von Aufmerksamkeit. Aufmerksamkeit ist eine knappe Ressource, die überlegt investiert sein will. Zweitens: Mit der Frage nach dem «what» (statt «whom») wird hervorgehoben, dass mehr und mehr Kommunikation rein computergeneriert bzw. KI-generiert ist – mitunter ohne, dass wir es merken. Diese Entwicklung verschafft der Aufmerksamkeitsforschung neue Relevanz. Drittens: Das «we» verweist nicht nur auf die Rezipienten, sondern auch auf uns Kommunikationswissenschaftler:innen. Widmen wir den richtigen Dingen unsere Aufmerksamkeit?

Vor diesem Hintergrund soll mit dem Begriff der digitalen Innovation ein breites Spektrum an Fragestellungen einfangen werden. Zunächst mag man bei digitalen Innovationen an die derzeitigen IT-Trends denken, die nicht nur selbst viel öffentliche Aufmerksamkeit erfahren, sondern auch die Ströme an Aufmerksamkeit umlenken. Die zugehörigen Schlagwörter sind: Künstliche Intelligenz, maschinelles Lernen, Natural Language Processing, IoT-Software, Distributed-Ledger-Technologie, Augmented Reality, Virtual Reality (Metaverse) und Blockchain. Doch auch viele mediale Praktiken, von TikTok-Videos bis Slow Journalism, können als digitale Innovationen gelten. Allen digitalen Innovationen bleibt gemeinsam, dass sie neue Gewinner:innen und Verlierer:innen im Wettbewerb um Aufmerksamkeit hervorbringen.

Auch wenn für Tagungseinreichungen eine Anbindung an den Call for Papers nicht zwingend ist, so kann die zentrale Frage «What do we pay attention to?» als Klammer dienen, um Dialoge innerhalb der vielfältigen Kommunikations- und Medienwissenschaft zu schaffen. Mit Blick auf die Fragegruppen lassen sich viele Anschlussfragen formulieren, darunter beispielsweise:

- *Journalismusforschung*: Wie kann der Journalismus auch in Zukunft genug Aufmerksamkeit bekommen? Wie verändern die digitalen Innovationen den Beruf? Wie wird über digitale Innovationen berichtet?
- *Medienpädagogik und Mediensozialisation*: Welchen Dingen widmen Menschen, insbesondere Heranwachsende, ihre Aufmerksamkeit? Wie gehen sie mit den Innovationen um (z.B. Deepfakes, intelligente Bots, KI-generierte Inhalte)?

- *Methoden:* Wie können die digitalen Innovationen untersucht werden? Lässt sich digitale Innovation inhaltsanalytisch nutzen? Wie lässt sich IoT-Software methodisch nutzen?
- *Organisationskommunikation:* Wie werden digitale Innovationen in der Organisationskommunikation eingesetzt? Wie verändert sich die Medienarbeit durch digitale Innovationen, wie beispielweise KI-generierte Texte und Dialoge?
- *Publikums-, Rezeptions-, und Wirkungsforschung:* Wie reagieren die Rezipienten auf die digitalen Innovationen? Welchen Dingen widmen sie ihre Aufmerksamkeit? Und mit welchen Effekten?
- *Theoriebildung und theoretische Zugänge:* Wie kann der veränderte Aufmerksamkeitswettbewerb sozialtheoretisch fundiert werden? Wie verändert sich der Gegenstand der Kommunikationswissenschaft? Wie verändern KI-generierte Inhalte und andere Innovationen unser Verständnis von Handlungs-, Akteurs- oder Systemtheorie? Welche Ansätze der Kommunikationswissenschaft müssen überdacht werden?
- *Offenes Panel:* Beiträge über aktuelle Forschung ohne thematischen Bezug zum oben genannten Thema.

Neben individuellen Einreichungen sind Panels und Fachgruppensessions willkommen. Zudem können «Science meets Practice» Workshops eingereicht werden. Die Tagung richtet sich an die nationale wie auch internationale Fachöffentlichkeit. Einreichungen und Präsentationen sind in Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch möglich. Die Visualisierung an der Tagung (PowerPoint oder Ähnliches) muss in einer anderen Sprache als die mündlichen Ausführungen gestaltet sein, damit anderssprachige Personen anschlussfähig bleiben. Für eine Einreichung und einen Beitrag ist eine SGKM-Mitgliedschaft nicht Voraussetzung.

Es gibt drei Formate für das Einreichen von Beiträgen:

Individuelle Einreichung	Panel, Fachgruppensessions	Workshops «Science meets Practice»
Extended Abstract (2'000-4'000 Zeichen inkl. Leerzeichen, exklusive Literaturverzeichnis). Kurzzusammenfassung (500-1'000 Zeichen). Nennung passender Themengebiete im Call oder des offenen Panels (aktuelle Forschung)	Panel-Beschreibung (1'000 Zeichen) 4-5 Einzelbeiträge (je 2'000-4'000 Zeichen) zu einem gemeinsamen Thema. Separates Deckblatt pro Panel mit Autor:inneninformationen.	Abstract zum Workshop-Thema (1'000-2'000 Zeichen). Kurzzusammenfassung zu den Einzelbeiträgen (je 500-1'000 Zeichen). Angaben zu den Referierenden aus Wissenschaft und Medien- bzw. Designpraxis. Angabe eines Moderators/einer Moderatorin für die Diskussion während des Workshops.
15-minütiger Vortrag (falls angenommen)	90-minütiges Panel (falls angenommen)	45- bis 90-minütiger Workshop (falls angenommen)
Einreichen des Beitrags: www.hslu.ch/sqkm2023		

Abgabefrist für Einreichungen: 20. November 2022

Information über Review-Ergebnisse: 31. Januar 2023

Individuelle Einreichung

Für eine individuelle Einreichung verfassen Sie bitte ein Extended Abstract (Umfang: 2'000-4'000 Zeichen inkl. Leerzeichen) zu einem 15-minütigen Vortrag. Geben Sie an, auf welches Themengebiet der Beitrag besonders stark Bezug nehmen will. Bitte reichen Sie zusätzlich eine Kurzzusammenfassung Ihres Beitrags (Umfang: 500-1'000 Zeichen) für das Tagungsprogramm ein.

Panel, Fachgruppensession

Das Vorgehen bei der Eingabe eines Panels oder einer Fachgruppensession ist identisch: Bitte verfassen Sie einen Panel-Vorschlag mit 4 bis 5 Einzelbeiträgen für ein 90-minütiges Panel. Die Einzelbeiträge sollen sich auf ein gemeinsames Panel-Thema beziehen. Die Beschreibung des Panels sollte 1'000 Zeichen nicht überschreiten, für jeden Einzelbeitrag werden nochmals Beschreibungen mit einem Umfang von 2'000-4'000 Zeichen benötigt. Bitte füllen Sie pro Panel ein separates Deckblatt mit allen Autoreninformationen aus, um die Anonymität im Begutachtungsprozess zu gewährleisten.

Beurteilungskriterien für das Review-Verfahren

Die Einreichungen für individuelle Beiträge, Panels und Fachgruppensessions werden von mindestens zwei Gutachterinnen oder Gutachtern anonym evaluiert (Peer Review). Alle Kontaktdaten müssen daher zwingend separat auf einem Deckblatt angegeben werden. Ebenso ist zu vermeiden, dass im Kurzpapier Hinweise zu finden sind, welche Rückschlüsse auf die Autorenschaft zulassen.

Es gelten folgende Beurteilungskriterien: 1) Relevanz des Themas, 2) Nähe zum Tagungsthema, 3) Theoretische Fundierung, 4) Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise, 5) Klarheit der Argumentation und 6) Originalität.

Für Panels: 7) Bezug der Einzelbeiträge auf ein gemeinsames Thema.

Workshops «Science meets Practice»

Dieses Format soll einen Raum schaffen, in dessen Rahmen der direkte Austausch zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen und Medienpraktiker:innen (z. B. Journalist:innen, PR-Schaffende, Sprecher:innen, Blogger:innen, Medienmanager:innen) realisiert werden soll.

Wenn Sie einen Workshop einreichen möchten, verfassen Sie bitte einen Vorschlag, der Einzelbeiträge von 3 bis 5 Personen für ein Panel (45-90 Minuten) umfasst. Das Workshop-Thema soll in einem Abstract (1'000 -2'000 Zeichen) skizziert werden, in dem auch diejenigen Fragen festgehalten sind, welche im Rahmen des Workshops von allen Beteiligten angesprochen werden sollen. Für jeden Einzelbeitrag werden eine Kurzzusammenfassung im Umfang von 500-1'000 Zeichen und Angaben zu den Partizipierenden aus Wissenschaft und der Medienpraxis benötigt. Die Auswahl der eingereichten Workshops erfolgt nach einem leicht angepassten Verfahren. Die eingereichten Vorschläge werden mit Hilfe einer modifizierten Kriterienliste beurteilt:

1) Relevanz des Themas, 2) Nähe zum Tagungsthema, 3) Klare thematische Verbindung zwischen den Beiträgen aus der Praxis und der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

Die Workshop-Vorschläge werden keinem anonymisierten Peer-Review-Verfahren unterzogen, sondern durch das Organisationskomitee beurteilt. Im Workshop-Vorschlag sollen die Namen aller Beitragenden aus Wissenschaft und Medienpraxis mit einigen Stichworten zu ihrem beruflichen Hintergrund aufgeführt werden. Zudem soll ein Moderator/eine Moderatorin für die Diskussion während des Workshops angegeben werden.

Das Organisationskomitee der Tagung wird bei Bedarf auch eigene Workshops initiieren und zu diesem Zweck gezielt geeignete Personen kontaktieren. Die Einreichung aller Beiträge erfolgt über den Einreichungslink: www.hslu.ch/sgkm2023

Förderpreis der Ulrich Saxer-Stiftung an der SGKM-Jahrestagung 2023

Ziel des Preises ist die Förderung des akademischen Mittelbaus in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Der Preis zeichnet einen Beitrag von herausragender Qualität aus («Best Paper Award»), der an der SGKM-Jahrestagung einreicht und präsentiert wird. Voraussetzung für die Teilnahme am Verfahren ist, dass der Tagungsbeitrag von einem Vertreter oder einer Vertreterin des akademischen Mittelbaus in Erstautorenschaft eingereicht wird. Professoren oder Professorinnen können in Co-Autorenschaft am Beitrag beteiligt sein (für weitere Informationen siehe Reglement).

Die formalen Kriterien zur Teilnahme sind (Auszug aus dem Reglement):

- Kandidierende müssen einen Beitrag von herausragender Qualität an der SGKM-Jahrestagung präsentieren.
- Kandidierende müssen zum akademischen Mittelbau gehören. Personen, die nur eine befristete Professur innehaben, gehören auch zum Mittelbau.
- Der Preis kann sowohl an eine Einzelperson als auch an ein Kollektiv von Forschenden vergeben werden.
- Alle Einzel- und Kollektivbeiträge an der SGKM-Jahrestagung, bei denen eine Vertreterin oder ein Vertreter des akademischen Mittelbaus Erstautorin oder Erstautor ist, kandidieren automatisch für das Auswahlverfahren.
- Der Preis inkl. Preisgeld wird an die Vertreter und Vertreterinnen des Mittelbaus verliehen. Professorinnen und Professoren, die an der Einreichung eines ausgezeichneten Beitrags beteiligt sind, sind vom Preisgeld ausgeschlossen und dürfen den Preis in ihrem CV nicht ausweisen.

Das vollständige Reglement kann auf der Website der SGKM unter dem Menüpunkt «Förderungen» eingesehen werden.

Wichtige Daten

Aktivität	Datum
Abgabefrist für Einreichungen:	20. November 2022
Information über Review-Ergebnisse:	31. Januar 2022
Publikation des Tagungsprogramms:	17. Februar 2023
Anmeldeschlussonline:	6. April 2023
Get-together:	Am Abend des 19. Aprils 2023 mit Apéro
Tagung:	20. und 21. April 2023

Kontakt

Organisationskomitee:	Philipp Bachmann, Richard Moist, Olivia Rutishauser, Sonja Wüest
E-Mail:	sgkm2023@hslu.ch
Website:	www.hslu.ch/sgkm2023
Twitter:	@SACM2023: Unter diesem Account werden aktuelle Informationen zur Tagung kommuniziert. #SACM2023: Der Hashtag für die Tagung.