



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Gesundheitskommunikation
Fachgruppe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik-
und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

Call for Papers

Virtuelle Konferenz

“Zu Risiken und Nebenwirkungen –

Nicht-intendierte Effekte in der Gesundheitskommunikation”

5. Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation

11. bis 13. November 2020

Ausgerichtet vom

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universität Leipzig

In Kooperation mit nutriCARD – Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit

“The understanding of the consequences of communication will neither be complete nor be objective if it is confined to intended effects“ (Cho & Salmon, 2007: S. 294).

Ob Aids-Kampagnen, die zur Stigmatisierung beitragen, oder Gesundheitshypes in Mediendarstellungen, die zu übermäßiger Selbstmedikation führen, unerwünschte oder gar gesundheitsschädigende Effekte im Gesundheitskommunikationskontext sind nicht unbekannt. Sie variieren entlang verschiedener Dimensionen: Nicht-intendierte Effekte zeigen sich kurz- und langfristig, bei Zielgruppen aber auch nicht-adressierten Personen, auf individueller und gesellschaftlicher Ebene, sowie botschaftsbezogen und -unabhängig (Cho & Salmon, 2007).

Trotz ihrer gesellschaftlichen und ethischen Relevanz wird nicht-intendierten Effekten in der Forschung vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit geschenkt (z.B. Guttman & Salmon, 2004; Reifegerste & Hastall, 2015). Die 5. Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe Gesundheitskommunikation verfolgt daher das Ziel, für nicht-intendierte Effekte gesundheitsbezogener und gesundheitsrelevanter Medieninhalte, Kampagnen/Interventionen und Forschung zu sensibilisieren und Möglichkeiten für einen angemessenen Umgang aufzuzeigen und zu diskutieren. Im Rahmen unserer Kooperation mit nutriCard möchten wir den Blick dabei insbesondere auch auf die Ernährungskommunikation richten.



nutriCARD

KOMPETENZCLUSTER für ERNÄHRUNG
und KARDIOVASKULÄRE GESUNDHEIT

Thematische Panels

Für unsere thematischen Panels heißen wir Beiträge herzlich willkommen, die sich mit der Identifikation, Beschreibung, Untersuchung, Erklärung oder Vermeidung nicht-intendierter Effekte gesundheitsbezogener und/oder gesundheitsrelevanter Kommunikation auf individueller und gesellschaftlicher Ebene auseinandersetzen. Diese können sich z.B. mit den folgenden Themenkomplexen beschäftigen:

- **Problematische bzw. pathologische Mediennutzung und deren Gesundheitsrisiken**
Ob Computerspielsucht oder Cybermobbing – pathologische bzw. problematische Mediennutzung ist in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung ein Dauerthema. Gegenwärtige Entwicklungen in einer Gesellschaft, die „permanently online, permanently connected“ (Vorderer, Hefner, Reinecke & Klimmt, 2017) ist, veranlassen dabei eine anhaltende wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gesundheitsrelevanten Risiken und Nebenwirkungen der Mediennutzung an sich.
- **Nichtintendierte Effekte von gesundheitsbezogenen und gesundheitsrelevanten Medieninhalten**
Sowohl explizit gesundheitsbezogene Medieninhalte, z.B. in Gesundheitsmagazinen oder Nutrition-Apps, als auch allgemeine Medieninhalte mit potenziell gesundheitsrelevanten Implikationen, z.B. Instagram-Profilen von Fashion-Influencern, können negative gesundheitsrelevante Wirkungen für ihre Rezipienten und die Gesellschaft haben. Diese zu identifizieren und Best-Practice- bzw. Qualitätsempfehlungen zu entwickeln, ist eine zentrale Aufgabe für die Gesundheitskommunikation. Prominente Beispiele sind hier etwa Fragen nach einer angemessenen Suizidberichterstattung (z.B. Scherr, Arendt & Schäfer, 2017), der problematischen Rolle von Laien-Kommunikatoren (Endres, 2018) oder der Quellvalidität im Ernährungskontext (Barlösius & Rehaag, 2006).
- **Nichtintendierte Effekte strategischer Gesundheitskommunikation**
Nicht-intendierte Effekte von Gesundheitskampagnen und -interventionen erhalten häufig vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit, obwohl gerade hier das Wissen um mögliche unerwünschte Wirkungen zentral für eine angemessene Evaluation ist (Hastall, 2017). Die genaue und korrekte Darstellung von Evidenz wird häufig zugunsten der Verständlichkeit, Reichweite oder positiven Wirkungen einer Kampagne vernachlässigt. Mit Blick auf nicht-intendierte Effekte lassen sich nicht nur negative Effekte von Gesundheitsbotschaften allgemein untersuchen, wie z.B. Reaktanz, Vermeidung oder Bumerangeffekte, sondern auch unerwünschte Wirkungen eigentlich effektiver Botschaftsstrategien. So können etwa narrative Botschaften zu fehlerhaften Generalisierungen führen oder Humor von der eigentlichen Botschaft ablenken.

▪ **Risiken und Nebenwirkungen der Gesundheitskommunikationsforschung**

Nicht-intendierte, mitunter gar gesundheitsschädigende Effekte sind auch im Kontext der Forschungspraxis von Bedeutung. Neben allgemeinen forschungsethischen Aspekten wie informierter Einwilligung und Debriefing sind im Kontext der Gesundheitskommunikation auch spezifische Herausforderungen zu bewältigen. Die Entwicklung qualitätssichernder Maßnahmen und Empfehlungen bei der Planung, Durchführung, Auswertung und Interpretation empirischer Untersuchungen ist daher eine relevante Aufgabe (Reifegerste & Hastall, 2014).

Offene Panels

Die Jahrestagung 2020 will aktueller, besonders innovativer Forschung im Bereich der Gesundheitskommunikation in ihrer gesamten Breite ein Forum bieten. Daher sind neben Einreichungen zum Tagungsthema auch Beiträge willkommen, die sich theoretisch und/oder empirisch mit weiteren aktuellen Fragestellungen aus dem Bereich der Gesundheitskommunikation befassen. Diese werden zusätzlich zu den üblichen Bewertungskriterien auch im Hinblick auf ihren Innovationsgrad bewertet.

Innovative virtuelle Tagungsformate

Da die Tagung in diesem Jahr als virtuelle Konferenz stattfinden wird, möchten wir Sie zudem auch dazu einladen, Ideen und Vorschläge für innovative Tagungsformate oder -aktivitäten einzureichen, die sich in einer virtuellen Umgebung umsetzen lassen. Dabei kann es sich zum einen um innovative Formate für den **inhaltlichen Austausch** (als Ergänzung bzw. Alternativen zu virtuellen Vorträgen; gerne auch abseits des Tagungsthemas) handeln. Vorschläge sollten hier das geplante Thema, die beteiligten Personen (Einreichende, Expert*innen etc.) sowie das geplante Format (z.B. virtuelles Thesencafé, virtuelle Diskussionsrunde, etc.) beinhalten. Zum anderen können Vorschläge für innovative Formate eingereicht werden, die das **virtuelle Socializing und die Vernetzung der Teilnehmer*innen** zum Ziel haben. Hintergrund ist, dass weder Kaffeepausen noch Abendveranstaltungen, die traditionell zum persönlichen Austausch genutzt werden, als Präsenzveranstaltungen durchgeführt werden können. Auf Gespräche und Austausch, auch abseits der thematischen Panels, soll jedoch auch im virtuellen Raum nicht verzichtet werden. Wir ermuntern daher, kreative Ideen und Erfahrungen einzubringen, wie sich Austausch und Vernetzung auch im virtuellen Raum umsetzen lassen.

Die Vorschläge werden getrennt von den Extended Abstracts begutachtet. Über die Annahme entscheiden die Veranstalter*innen in Absprache mit den Sprecher*innen unter Berücksichtigung des gesamten Programms. Für Rückfragen stehen die Veranstalterinnen und/oder die Fachgruppensprecher*innen gerne zur Verfügung.

Einreichungsmodalitäten

Einreichungen für die Tagung können **vom 04. Mai 2020 bis spätestens 30. Juni 2020** in Form von **Extended Abstracts mit maximal 8.000 Zeichen** (inklusive Leerzeichen, exklusive Literatur, Tabellen und Abbildungen) als PDF über <https://easychair.org/conferences/?conf=geskom2020> eingereicht werden.

Bei der Einreichung ist anzugeben, ob der jeweilige Beitrag im Falle einer Annahme alternativ in Vortrags- oder Posterform oder ausschließlich als Poster bzw. Vortrag präsentiert werden kann. Dabei weisen wir darauf hin, dass die Präsentationsformen jeweils dem virtuellen Kontext angepasst werden. Darüber hinaus bitten wir um die Angabe, ob es sich um einen Beitrag zum Tagungsthema oder für ein offenes Panel handelt.

Empirische Einreichungen, die lediglich eine Vorausschau auf erwartete (aber noch nicht vorliegende) Befunde enthalten, werden nicht in den Reviewprozess einbezogen.

Alle Einreichungen werden in einem anonymen Begutachtungsverfahren von jeweils drei Gutachterinnen bzw. Gutachtern anhand folgender Kriterien beurteilt:

- Bezug zum Tagungsthema bzw. Innovationspotenzial (Offene Panels)
- Relevanz der Fragestellung
- Theoretische Fundierung
- Angemessenheit der Methode bzw. der Vorgehensweise
- Klarheit der Darstellung

Über die Annahme der Einreichungen informieren wir bis zum 17. August 2020.

Organisatorischer Rahmen

Die Tagung wird vom Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig in Kooperation mit dem Kompetenzcluster für Ernährung und kardiovaskuläre Gesundheit (nutriCARD) ausgerichtet. Die Veranstaltung beginnt am 11. November 2020 mit dem Nachwuchsworkshop und endet am 13. November 2020. Weitere organisatorische Details zur virtuellen Tagung geben wir in Kürze auf der Tagungswebsite <http://www.tiny.cc/gesundheitskomm2020> bekannt.

Nachwuchsworkshop

Im Vorfeld der Tagung findet am 11. November 2020 der Nachwuchsworkshop der Fachgruppe Gesundheitskommunikation statt. Der Call for Papers ist online auf der Tagungswebsite verfügbar. Einreichungen sind bis zum 24. August 2020 möglich.

Wichtige Daten

- Zeitraum für Einreichungen: 04. Mai 2020 bis 30. Juni 2020
- Rückmeldung an die Einreichenden: 17. August 2020
- Registrierung/Anmeldung: ab 17. August 2020
- Veröffentlichung des Programms: Anfang September 2020
- Nachwuchsworkshop: 11. November 2020
- Tagung: 11. bis 13. November 2020

Aktuelle Informationen zu Organisation und Ablauf der Tagung können der Tagungswebsite <http://www.tiny.cc/gesundheitskomm2020> entnommen werden. Bei Fragen steht Ihnen das Organisationsteam gern unter der E-Mail-Adresse geskom2020@uni-leipzig.de zur Verfügung.

Wir freuen uns auf zahlreiche Einreichungen!

Im Namen des ausrichtenden Instituts

Dr. Freya Sukalla

Charmaine Voigt, M.A.

Im Namen der Fachgruppe

Dr. Doreen Reifegerste

Dr. Markus Schäfer

Literatur

- Barlösius, E.; Rehaag, R. (Hrsg.) (2006): Skandal oder Kontinuität. Anforderungen an eine öffentliche Ernährungskommunikation. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.
- Cho, H., & Salmon, C. T. (2007). Unintended Effects of Health Communication Campaigns. *Journal of Communication*, 57(2), 293–317. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00344.x>
- Endres, E. M. (2018): Ernährung in Sozialen Medien. Inszenierung, Demokratisierung, Trivialisierung. Wiesbaden: Springer VS.
- Guttman, N., & Salmon, C. T. (2004). Guilt, Fear, Stigma and Knowledge Gaps: Ethical Issues in Public Health Communication Interventions. *Bioethics*, 18(6), 531–552. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8519.2004.00415.x>
- Hastall, M. R. (2017). Abwehrreaktionen und negative Effekte von Gesundheitsinformationen. *Public Health Forum*, 25(1), 63–65. <https://doi.org/10.1515/pubhef-2016-2127>
- Reifegerste, D., & Hastall, M. R. (2015). Ethische Dimensionen und Dilemmata in der Gesundheitskommunikation. In M. Schäfer, O. Quiring, C. Rossmann, M. R. Hastall, & E. Baumann (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation im gesellschaftlichen Wandel* (S. 25–35). Baden-Baden: Nomos.
- Reifegerste, D., & Hastall, M. R. (2014). Qualitätssicherung in der Gesundheitskommunikation: Anregungen aus Debatten in Nachbarfächern. In E. Baumann, M. R. Hastall, C. Rossmann, & A. Sowka (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft* (S. 36–47). Baden-Baden: Nomos.
- Scherr, S., Arendt, F., & Schäfer, M. (2017). Supporting Reporting: On the Positive Effects of Text- and Video-Based Awareness Material on Responsible Journalistic Suicide News Writing. *Archives of Suicide Research: Official Journal of the International Academy for Suicide Research*, 21(4), 646–658. <https://doi.org/10.1080/13811118.2016.1222975>
- Vorderer, P., Hefner, D., Reinecke, L., & Klimmt, C. (Hrsg.). (2017). *Permanently Online, Permanently Connected: Living and Communicating in a POPC World*. New York: Routledge.