

CALL FOR PAPERS ZUM WORKSHOP 2022

AGENCY AND ACCOUNTABILITY IN DER MEDIENKOMMUNIKATION

Veranstalter: Netzwerk Medienstrukturen & Otfried Jarren, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IKMZ) sowie Klaus Beck, Institut für Politik- und Kommunikationswissenschaften, Universität Greifswald

Zeit & Ort: 06.-07. Oktober 2022, IKMZ Zürich

Einsendeschluss Extended Abstracts: 31. Juli 2022 (Umfang etwa 500 bis max. 1000 Worte)

Das Netzwerk Medienstrukturen bietet eine länderübergreifende Plattform für Forschende, die sich mit Medienstrukturen aus politischer, historischer, ökonomischer, rechtlicher oder soziologischer Perspektive befassen. Vom **6.-7. Oktober 2022** findet der elfte Workshop des Netzwerks **in Zürich** statt.

ZIEL DES WORKSHOPS

Die Mediensystemforschung beruht (wie die Medienforschung insgesamt), weitestgehend auf system- bzw. organisations- oder handlungs- und akteurstheoretischen Vorstellungen. Das dominante Verständnis von Medien als Organisationen und Institutionen setzt damit handlungsfähige individuelle, kollektive oder korporative Akteure in den Medienbetrieben ebenso voraus wie aufseiten der Mediennutzung und der Medienregulierung. Handlungsmacht und Verantwortung wird dementsprechend auf der Mikroebene verortet. Und sie wird damit konkreten personalen menschlichen Akteuren zugeschrieben, also Rollenträgern (wie Medienmanager*innen oder publizistischen Akteuren aus Journalismus, PR, Werbung, Blogger*innen, Influencer*innen, Podcaster*innen etc.), individuellen Mediennutzer*innen (Rezipierende, User-, Produzent*innen) und steuernden Akteuren des Medienrechts und der Medienpolitik. Auf der Mesoebene gelten vor allem die Akteure der Medienbranche (Medienunternehmen und Medienverbände, also Berufsverbände, Gewerkschaften) sowie die organisierten kollektiven Interessen der Medienpolitik als ausschlaggebend. Auch diese Akteure des Mediensystems müssen sich entsprechend eindeutig identifizieren, adressieren und mit ihren unterschiedlichen Positionen in einem Netzwerk verorten lassen. Mediengestaltung und Medienpolitik erfolgen aufgrund dieser Akteurkonstellation im Schatten des Staates vor allem durch kollektive und korporative Akteure. An diese werden Aufgaben (so der Selbstkontrolle) adressiert und sie übernehmen ihrerseits Aufgaben und Leistungen. Mediengestaltung und Medienpolitik erfolgten bislang im hohen Maße durch korporative Branchenakteure und maßgebliche kollektive Akteure der Gesellschaft, insbesondere durch die sog. gesellschaftlich relevanten Gruppen. Im Feld der Medienkommunikation etablierten sich korporatistisch geprägte Diskussions-, Verhandlungs- und Verantwortungsstrukturen.

Fraglich erscheint vor dem Hintergrund der Plattformisierung und Algorithmisierung von Kommunikation allerdings, inwieweit neuartige Praktiken in diesen veränderten Medien- und Kommunikationsstrukturen noch mit diesen etablierten Konzepten verstanden, erklärt und gestaltet (reguliert) werden können.

Begriffe wie Akteur, Handlung(ssystem) oder Kommunikation(ssystem) setzen voraus, dass zwischen Menschen und Technik nicht nur kategoriale Unterschiede bestehen, sondern dass diese im sozialen Prozess eindeutig wissenschaftlich zu beobachten sind.

Um der veränderten Rolle von technischen Artefakten und Akteuren im sozialen Prozess Rechnung zu tragen, und dabei die Affordanzen und Restriktionen stärker in den Blick zu nehmen, die menschliches Handeln modellieren, und um gleichzeitig technologischen Determinismus zu vermeiden, bieten sich zur Beschreibung wie Analyse aus den STS stammende Ansätze wie die Akteurs-Netzwerk-Theorie (ANT) von Latour (2011), Callon (1999) Akrich (2006) oder Law (1996) an. Technische Medien werden dabei nicht länger als neutrale Werkzeuge betrachtet, die durch menschliche Akteure organisiert und institutionalisiert werden, vielmehr wird ihnen selbst der Status von Aktanten zugeschrieben. In der Interaktion zwischen an Kommunikationsprozessen beteiligten Akteuren, im Geflecht mit humanen Akteuren oder Kommunikateuren verlagert sich damit Handlungsmacht (Agency) im Mediensystem. Aktanten oder Agenturen, die – wie in der wirtschaftswissenschaftlichen Principal-Agent-Theory oder der kulturwissenschaftlichen Medium-Theorie (McLuhan)– eine Eigenlogik entfalten können, waren in der Medien- und Mediensystemforschung bislang unbekannt.

In der Medienwissenschaft haben insbesondere Schüttpelz (2007), Thielmann und Schröter (2014), Cuntz (2012) u.a. die Überlegungen aus der STS-Forschung aufgegriffen. In der Kommunikationswissenschaft haben aktuell Benjamin Krämer und Christian Katzenbach exemplarisch Fragen nach einer „Handlungstheorie online“ (Krämer 2020) bzw. den „Regeln digitaler Kommunikation ... zwischen Norm, Diskurs und Technik“ (Katzenbach 2018) gestellt. Und auch im Feld des „Mensch-Maschine-Kommunikation“ (Gunkel 2020; Guzman 2018; Guzman & Lewis 2020) spielt das Problem der Zuschreibung von Handlungsmacht und -verantwortung eine wichtige Rolle (vgl. Reeves & Nass 1996). Konzepte wie Values in Design und Algorithmic Bias werfen die Frage auf, wer eigentlich handlungsleitende Werte festlegt und implementiert, wenn es nicht mehr die klassischen Medieninstitutionen mit ihrem Journalismus sind, die im öffentlichen Auftrag agieren, auf die Ausbildung einer gesellschaftlichen (Gesamt-)Öffentlichkeit abzielen, und die einem gesellschaftlichen Konsens verpflichtet sind.

THEMATISCHE SCHWERPUNKTE

1. Akteurskonzepte

Wer oder was soll in den veränderten Strukturen sozialer Kommunikation überhaupt (noch) als Akteur gelten und wie ist der Akteursbegriff selbst angemessen zu fassen? Der Einzug von Algorithmen und Bots, Agenten, Sprachassistenten und sog. „intelligenten“ Techniken, die hybride Vernetzung und Amalgamierung von Mensch und Technik in der Kommunikation, werfen die Frage nach Grenzziehungen auf, die analytischen Zwecken genügt. Ist es überhaupt sinnvoll, weiter von Akteuren zu sprechen oder helfen hier systemtheoretische Konzepte im Sinne Luhmanns (1994, S. 31): „... nur die Kommunikation kann kommunizieren.“ Welchen Beitrag kann die ANT für die Mediensystemforschung leisten?

Welche tatsächliche Bedeutung und Reichweite haben ggf. neu zu konzipierende Akteurstypen im Hinblick auf gesellschaftliche Kommunikation?

2. Media Accountability

Wem oder was kann eine kausale Verursachung und die Gestaltung von Kommunikationsprozessen und -strukturen in Abhängigkeit von welchem Akteurskonzept (noch) zugeschrieben werden? Wer trägt Verantwortung für normativ problematische Folgen für Kommunikationsfreiheit (einschließlich Privacy und informationeller Selbstbestimmung), soziale Gleichheit bzw. Chancengerechtigkeit (Algorithmic Bias und Social Sorting) sowie individuelle und öffentliche Sicherheit (Cybermobbing, Hate Speech, Desinformation und Angriffe auf die „kritische“ Kommunikationsinfrastruktur)? Wer oder was kann Adressat normativer Forderungen werden? Benötigen wir neue medienpolitische Regulierungsansätze? Bedarf es einer trans- oder posthumanistischen Kommunikationsethik?

3. Medienorganisationen

Wie sind Medienorganisationen noch sinnvoll zu fassen, die nicht (ausschließlich) aus bestimmten professionellen Akteuren sowie deren strategischen Handlungen (oder Kommunikationen) bestehen? Lassen sich unter den veränderten Organisations- und Interaktionsbedingungen noch klare Zwecke, Ziele und Mittel unterscheiden? Lösen sich Medienorganisationen gerade in einem Netzwerk verteilter Akteure auf, die gar nicht auf Dauer konfiguriert werden können? Verflüssigen sich die Strukturen von Medien mit ihren professionellen Akteuren wie den Journalistinnen und Journalisten durch extrem erhöhte Selektivität und Interkonnektivität?

4. Medienregulierung

Die Fragen nach Akteurskonzepten und Accountability erscheinen folgenreich für alle Formen sowohl der Media Policy als auch der Media Governance: Wer kann und soll adressiert werden? Wer verfügt über welches Steuerungspotential? Wie kann unter den neuen Kommunikationsbedingungen Regulierung legitimiert werden? Findet noch eine diskursive Verständigung über Normen, Regulierungsziele und -wege statt oder ist dies nur noch eine implizite und „by default“ informatisch vorentschiedene „Frage der Technik“?

Wir freuen uns über Einreichungen, die einen oder mehrere dieser Aspekte thematisieren. Dabei sind sowohl explorierende, konzeptionelle als auch empirisch prüfende Beiträge erwünscht. Willkommen sind explizit auch thematische Beiträge, die sich noch in der Entwicklung befinden und (neue) Thesen für die gemeinsame Diskussion bereithalten (Entsprechend der Idee des Workshopcharakters).

Themenoffene Einreichungen

Sollten Sie einen Beitrag oder ein Diskurs-Format planen, das einen anderen thematischen Schwerpunkt setzt, der für Mitglieder des Netzwerks interessant sein könnte, sind wir gerne bereit auch dafür einen Raum/Zeit zu schaffen. Bitte reichen Sie Ihren Vorschlag ebenso in Einhaltung der Deadline und des Formats (extended Abstract) mit ein. Wir versuchen dann einen geeigneten Slot zu finden.

ANREICHUNGSMODALITÄTEN

Erwartet werden **Extended Abstracts im Umfang von etwa 500 bis 1000 Worten**. Einreichungen sind bis zum **31. Juli 2022** möglich und werden an kontakt@medienstrukturen.net erbeten.

Die Beiträge werden in einem anonymisierten Verfahren von Mitgliedern des Netzwerks geprüft. Wir bitten Sie daher, Ihr Abstract in anonymisierter Form einzureichen, es aber mit einem Deckblatt zu versehen, auf dem der Beitragstitel, Angaben zu Autorin/Autor sowie Kontaktdaten vermerkt sind. Achten Sie bitte auch darauf, dass in den Metadaten der übermittelten Datei keine Namen enthalten sind. Das Reviewverfahren wird von den Veranstaltern und Koordinatoren des Netzwerks organisiert.

KONTAKT & WEITERE AUSKÜNFTE

Veranstalter:

Otfried Jarren: o.jarren@ikmz.uzh.ch

Klaus Beck: klaus.beck@uni-greifswald.de

Netzwerkleitung

Leyla Dogruel: dogruel@uni-mainz.de

Dirk Arnold: dirk.arnold@uni-leipzig.de

Verwendete Literatur

- Akrich, M (2006) Die De-Skription technischer Objekte. In: Bellinger, A & Krieger, DJ (Hg.). ANThology. Ein einführendes Handbuch zur Akteur-Netzwerk-Theorie. Bielefeld 407-428.
- Callon, M (1999) Actor-network Theory – the Market Test. In: Law, J & Hassard, J (eds.) Actor Network Theory and after. Oxford, 181-195.
- Cuntz, M (2012) Agency. In: Bartz, C et al. (Hg.) Handbuch der Mediologie. München, 28-40.
- Gunkel, DJ (2020) An introduction to communication and artificial intelligence. Cambridge.
- Guzman, AL (2018) Human-machine communication: rethinking communication, technology, and ourselves. New York.
- Guzman, AL & Lewis, SC (2020) Artificial intelligence and communication: a human – machine communication research agenda. *New Media & Society*, 22, 70–86.
- Katzenbach, C (2018) Die Regeln digitaler Kommunikation. Governance zwischen Norm, Diskurs und Technik. Wiesbaden.
- Krämer, B (2020) How to Do Things with the Internet. Handlungstheorie online. Köln.
- Latour, B (2011) Networks, Societies, Spheres: Reflections of an Actor-Network Theorist. *International Journal of Communication*, 5, 796-810.
- Law, J (1996) Organizing accountabilities. Ontology and the mode of accounting. In Munro, R & Mouritsen, J (Hrsg.) *Accountability: Power, Ethics and the Technologies of Managing*. London, 283-306.
- Luhmann, N. (1994). *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. Frankfurt.
- Reeves, B & Nass, CI (1996) The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places. Cambridge.
- Schüttpelz, E (2007). Ein absoluter Begriff. Zur Genealogie und Karriere des Netzwerkkonzepts In: Kauffann, S. (Hg.) *Vernetzte Steuerung. Soziale Prozesse im Zeitalter technischer Netzwerke*. Zürich, 25-46.
- Thielmann, T & Schröter, J (2014) Akteur-Medien-Theorie. In Schröter, J (Hg.) *Handbuch Medienwissenschaft*. Stuttgart, 148-158.