

Call for Papers

für ein Themenheft „Medien & Kommunikationswissenschaft“

„Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft“

Gastherausgeber(in): Uwe Hasebrink, Andreas Hepp, Wiebke Loosen & Jo Reichertz

Das Jahr 2016 gibt gleich mit zwei Jubiläen Anlass, sich mit konstruktivistischen Perspektiven in der Kommunikationswissenschaft auseinanderzusetzen: 50 Jahre zuvor erschien der wohl wichtigste Schlüsseltext des Sozialkonstruktivismus, „Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit“ von Peter L. Berger und Thomas Luckmann. 25 Jahre später verankerte das „Funkkolleg Medien und Kommunikation“ konstruktivistische Grundgedanken fest in der Fachdebatte. Das Themenheft der Zeitschrift „Medien & Kommunikationswissenschaft“ greift dieses doppelte Jubiläum auf, um den Konstruktivismus und sein Potenzial für die Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf die Analyse des gegenwärtigen Medienwandels zu überdenken.

Konstruktivistische Ansätze haben in der Kommunikationswissenschaft eine lange Tradition. So lässt sich bereits Max Webers Entwurf einer Soziologie des Zeitungswesens auch als ein Vorläufer konstruktivistischer Zugänge verstehen, indem es ihm darum ging, die Rolle der Presse für die „Kulturbedeutung“ der Moderne zu untersuchen. Auch sind zahlreiche Forschungsfelder wie z. B. die Journalismus-, Rezeptions-, Nutzungs- und Aneignungsforschung durch konstruktivistisches Denken beeinflusst. Und in den 1990er Jahren fand die mit dem genannten Funkkolleg angestoßene Diskussion um den radikalen Konstruktivismus Anschluss sowohl an Gesellschafts-, Sozial- und Kulturtheorien als auch an übergreifende Theorien des Gesellschafts- und Kulturwandels.

Der Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft ist breit aufgestellt: Er reicht von systemtheoretischen Ansätzen, die Kommunikation als „Letztelement“ des Sozialen begreifen, über medienkulturelle Ansätze, die den Zusammenhang von Medien und Kultur für die Entstehung sozialer Wirklichkeit untersuchen, bis hin zu aktuellen Diskussionen um einen kommunikativen Konstruktivismus, der Kommunikation als soziale Praxis versteht, die zunehmend im Zusammenhang mit Medien realisiert wird. Als konstruktivistisch verstehen sich daneben auch strukturationstheoretische, mediatisierungstheoretische und institutionstheoretische Ansätze sowie die Akteur-Netzwerk-Theorie, die gerade für die Erforschung des Objektcharakters (digitaler) Medien an Bedeutung gewinnt und hierbei auch nach dem Stellenwert von Algorithmen fragt.

Für die heutige Kommunikationswissenschaft können vor allem konstruktivistische Ansätze weiter an Bedeutung gewinnen, die nach dem Stellenwert medienvermittelter Kommunikation für die Konstruktion sozialer Wirklichkeiten fragen und damit für deren Transformation in einer sich wandelnden Medienumgebung. Dabei liegt ein besonderes Potenzial konstruktivistischer Ansätze darin, dass sie Kommunikations- und Medienforschung anschlussfähig machen an Gesellschafts-, Sozial- und Kulturtheorien, und es damit möglich machen, Medien- und Kommunikationswandel im Wechselverhältnis von Gesellschafts- und Kulturwandel zu erfassen.

Mit dem Themenheft sollen vor diesem Hintergrund drei Zielsetzungen verfolgt werden: erstens eine kritische Bestandsaufnahme von konstruktivistischen Ansätzen in der Kommunikationswissenschaft; zweitens eine theoretische sowie empirisch fundierte Weiterentwicklung konstruktivistischer Ansätze für kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen; und drittens ein Ausloten des Potenzials konstruktivistischer Perspektiven zur Beschreibung und Erklärung des Zusammenhangs von Medienwandel und sozialem Wandel. Ausgehend von diesen Zielsetzungen werden folgende Beitragsarten erbeten:

- Rückblicke und kritische Diskussionen zu der Frage, wie konstruktivistische Perspektiven in der Kommunikationswissenschaft aufgegriffen und weiterentwickelt wurden;
- empirische Beiträge, die aus einer dezidiert konstruktivistischen Perspektive kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen bearbeiten;
- Beiträge, die sich konzeptionell und/oder empirisch mit Beschreibung und Erklärung des Zusammenhangs von Medienwandel und der Konstruktion sozialer Wirklichkeiten auseinandersetzen.

Kolleginnen und Kollegen, die einen Beitrag zu diesem Themenheft beisteuern möchten, werden gebeten, **bis zum 1. Oktober 2015** ein Extended Abstract ihres Manuskriptangebots an die Redaktion zu senden (max. 6.000 Buchstaben inkl. Leerzeichen). Auf Basis der Abstracts wird die Redaktion zusammen mit den Gastherausgeber(inn)en ein Konzept erstellen und die Autorinnen und Autoren entsprechend einladen, bis zum 28. Februar 2016 ein Manuskript anzubieten. Über die Annahme der Manuskripte wird nach dem üblichen Begutachtungsverfahren von M&K entschieden. Das Themenheft soll im 3. Quartal 2016 erscheinen.

Adresse: Redaktion Medien & Kommunikationswissenschaft, Christiane Matzen,
c.matzen@hans-bredow-institut.de