



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2022

---

## **Wandel der Kommunikation in der digitalen Gesellschaft: Einführung in das Special Issue zur DACH 21-Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft**

Zerback, Thomas ; Eisenegger, Mark ; Friemel, Thomas N ; Schäfer, Mike S

DOI: <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.01.002>

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-223173>

Journal Article

Published Version



The following work is licensed under a Creative Commons: Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License.

Originally published at:

Zerback, Thomas; Eisenegger, Mark; Friemel, Thomas N; Schäfer, Mike S (2022). Wandel der Kommunikation in der digitalen Gesellschaft: Einführung in das Special Issue zur DACH 21-Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft. *Studies in Communication Sciences*, 22(1):335-336.

DOI: <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2022.01.002>

## **Wandel der Kommunikation in der digitalen Gesellschaft: Einführung in das Special Issue zur DACH 21-Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft**

### **Changing communication in a digital society: Introduction to the Special Issue of the DACH 21 three-country conference on communication science**

Thomas Zerback\*, Mark Eisenegger, Thomas N. Friemel und Mike S. Schäfer  
University of Zurich, Department of Communication and Media Research IKMZ, Switzerland

\*Corresponding author: t.zerback@ikmz.uzh.ch

Dass die Kommunikationswissenschaft einem kontinuierlichen Wandel unterworfen ist, unterscheidet sie nicht von anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen. Das liegt nicht zuletzt daran, dass die großen Triebfedern hinter den Wandlungsprozessen überall die gleichen sind. Gesellschaftliche Megatrends wie Globalisierung, Individualisierung und Digitalisierung beeinflussen Politikwissenschaft oder Soziologie genauso wie die Kommunikationswissenschaft. Allerdings – und hier besteht nun doch ein Unterschied – hat insbesondere die Digitalisierung für die Kommunikationswissenschaft deutlich unmittelbarere Veränderungen mit sich gebracht als dies in den Nachbardisziplinen der Fall ist. Der Grund dafür ist, dass sie den Gegenstand des Fachs selbst betrifft: Die Digitalisierung der Kommunikation und der Medien führt zu einem Wandel der Art und Weise, wie Informationen in der Gesellschaft hergestellt, vermittelt und genutzt werden. Die daraus resultierenden Entwicklungen, wie z. B. die Möglichkeit der globalen Vernetzung in Sozialen Onlinenetzwerken, über Instant Messenger oder die enorme Ausweitung und Fragmentierung des Medienangebots und seiner Nutzung sind wiederum Phänomene, die aus dem Zusammenspiel der erwähnten Megatrends resultieren. Kommunikativer Wandel findet allerdings nicht nur langfristig statt, sondern kann sich ebenso kurzfristig, mitunter gar disruptiv vollziehen, wie gerade die Corona-Krise eindrücklich gezeigt hat. Auch solche Prozesse und die Auseinandersetzung

mit dem damit einhergehenden Wandel sind für die Kommunikationswissenschaft nicht neu. Im Gegenteil, die detaillierte Analyse von Rezeptionsprozessen, die Veränderung individueller Einstellungen oder kollektiven Verhaltens aufgrund medialer Einflussfaktoren, aber auch der Verlauf von medialen Aufmerksamkeitszyklen waren seit jeher Gegenstand des Fachs und zugleich Treiber seiner Theorie- und Methodenentwicklung.

Die Betrachtung des Wandels in der Kommunikationswissenschaft kann folglich aus zwei Perspektiven erfolgen. Zum einen kann der Wandel des Gegenstands selbst zum Analysegegenstand werden und zum anderen können die Folgen, die der Wandel des Gegenstands für die Disziplin mit sich bringt, im Mittelpunkt stehen. Ausgehend von dieser Dichotomie lässt sich weiter fragen, über welche Theorien und Methoden das Fach zur Beschreibung von kurz-, mittel- und langfristigen Wandlungsprozessen verfügt und wie sich das bestehende Theorie- und Methodeninventar an die neuen Gegebenheiten angepasst hat. Gerade mit Blick auf den methodischen Wandel ergeben sich dabei grundlegende Herausforderungen für die Disziplin, von deren Bewältigung auch ihr zukünftiger Stellenwert innerhalb des wissenschaftlichen Fächerspektrums und ihre gesellschaftliche Relevanz abhängen werden. Sei es die Nutzung journalistischer Onlineangebote, die Vernetzung und Kommunikation auf Social Media, die Ergebnisse und Selektionskriterien von Suchmaschinen oder die Kommunikati-



on unserer Haushaltsgeräte – die Analyse digitaler kommunikativer Spuren bedarf komplexer Methoden, die bislang nicht im Kern des Fachs angesiedelt waren. Gleichzeitig stellt die Bewältigung der digitalen Datenflut kein rein methodisches Problem dar, sondern bedarf einer theoretisch-konzeptionellen Einordnung und Erklärung. Für die Kommunikationswissenschaft bedeutet dies einerseits eine methodische Neuorientierung bzw. eine Erweiterung ihres Instrumentariums (beispielsweise durch den Einsatz von Computational Methods im Bereich der automatisierten Inhaltsanalyse), die durch Aneignung entsprechender Kompetenzen und interdisziplinäre Zusammenarbeit erreicht werden muss (z. B. mit der Informatik, Computerlinguistik und Statistik). Andererseits müssen bestehende theoretische Ansätze zur Erklärung digitaler Phänomene und Prozesse gegebenenfalls erweitert bzw. neu entwickelt werden. Gerade darin besteht eine zentrale Herausforderung, die im Zuge der fortwährenden Diskussion um Fachidentität und Abgrenzung nicht aus dem Blick geraten sollte (siehe hierzu vor allem die Selbstverständnisdebatte im Forum der «Publizistik» im Anschluss an den Beitrag von Hepp, 2016).

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die damit verbundenen Fragen fand vom 7.–9. April 2021 die DACH 21-Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft in Zürich statt (Bachmann, 2021). Die Tagung kann dabei in zweierlei Hinsicht selbst als das Resultat von Wandlungsprozessen gelten – kurz- wie langfristigen, transformativen wie disruptiven. So spiegelt die erstmalige Austragung einer Dreiländertagung unter Beteiligung der nationalen Fachgesellschaften aus der Schweiz (SGKM), Österreich (ÖGK) und Deutschland (DGPK) eine länger anhaltende Entwicklung hin zu grenzüberschreitender Zusammenarbeit innerhalb der Forschung wider. Gleichzeitig führte die dynamische Entwicklung der Pandemie dazu, dass die DACH 21, die eigentlich als Präsenztagung geplant war, kurzfristig zur reinen Onlinetagung wurde. Als Folge kamen nicht nur neue digitale Kommunikationsformen zum Einsatz, sondern

auch innovative Interaktions- und Präsentationsformate, die den Teilnehmer:innen ein intensives und neues Tagungserlebnis ermöglichten. Das vorliegende Special Issue geht aus der DACH 21-Dreiländertagung hervor und bildet gleichzeitig ihren Schlussstein. In 16 Beiträgen setzen sich 42 Autor:innen einerseits mit verschiedenen Formen des Wandels sowie seinen theoretischen und methodischen Implikationen auseinander. Andererseits nehmen sie aktuelle Phänomene in den Blick, die Folgen der Digitalisierung als tiefgreifendem Wandlungsprozess sind. Innerhalb dieser beiden Kategorien finden sich methodische, theoretische und empirische Beiträge, entweder als Full Paper oder im Research-in-Brief-Format.

Die ersten beiden Beiträge des Hefts fokussieren *Theorien im Wandel* und widmen sich insbesondere der veränderten Rolle interpersonaler Kommunikation in modernen Medienumgebungen. Dabei setzt sich der Beitrag von Anna Wagner mit der Frage auseinander, wie sich zwischenmenschliche Kommunikation in Zeiten mobiler und parallel verlaufender Kommunikationsprozesse adäquat beschreiben lässt. Dazu wird das Konzept der «Alltagskommunikation» vorgeschlagen. Im zweiten Beitrag unterziehen Christiane Eilders, Marius Gerads, Helmut Scherer und Jule Scheper die Theorie der Schweigespirale einer kritischen Revision und entwickeln eine differenzierte Vorstellung von der Rolle des unmittelbaren persönlichen Umfelds innerhalb der Theorie. Letztere trägt insbesondere der gewachsenen Bedeutung von Social Media im Prozess der Entstehung öffentlicher Meinung Rechnung.

Drei Beiträge geben Einblick in den *Wandel und Neuerungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Methoden*. Jasmin Troeger und Annkatrin Bock stellen mit dem «sociotechnical walk-through» einen Ansatz vor, mit dem u. a. die Nutzung von Onlineplattformen im Spannungsfeld zwischen technischen und soziokulturellen Rahmenbedingungen analysiert werden kann. Anna Wagner, Christian Schwarzenegger und Peter Gentzel beschreiben, wie mit Medien-

tagebüchern die Komplexität der täglichen Medienhandlungen erfasst werden kann. Sie identifizieren dafür zentrale Charakteristiken von «echten Tagebüchern» und diskutieren, wie diese für die Optimierung der Erhebungsmethode genutzt werden können. Wolfgang Reißmann, Miriam Siemon, Margreth Lünenborg und Christoph Raetzsch stellen schließlich einen Mixed-Methods Ansatz vor, mit dem – basierend auf quantitativen und qualitativen Methoden – die Herstellung von Öffentlichkeit in digitalen Medienumgebungen als Zusammenspiel journalistischer und anderer Akteure beschrieben werden kann.

Zwei weitere Beiträge konzentrieren sich auf *kurzfristige Wandlungsprozesse und deren Dynamik* im Zuge der Corona-Pandemie. So untersuchen Benjamin Fretwurst und Elisabeth Günther in ihrer Studie mediale Themenkonkurrenzen und prüfen, inwiefern die COVID-19-Pandemie andere Themen im Zeitverlauf verdrängt hat. Irene Broer und Louisa Pröschel hingegen betrachten kommunikativen Wandel aus organisationaler Sicht und zeigen am Beispiel des Science Media Center Germany (SMC), wie sich die Wissenschaftskommunikation des SMC im Zusammenspiel von redaktioneller Arbeit, organisatorischer Rahmenbedingungen und dem Selbstverständnis der beteiligten Journalist:innen während der Pandemie verändert hat.

Insgesamt sechs Beiträge befassen sich zudem mit aktuellen *Veränderungen der medienvermittelten Kommunikation im Kontext der Digitalisierung*. Rosanna Planer, Alexander Godulla und Cornelia Wolf untersuchen z. B. die Prozesse des Multimedia Storytellings bei Online-Ausgaben von Zeitungen. Sie diskutieren dies vor dem Hintergrund, dass solche Produktionen früher sehr teuer waren und nur von großen Redaktionen geleistet werden konnten, nun aber auch mit bescheideneren Mitteln realisierbar sind. Diese Pluralisierung der an der öffentlichen Kommunikation teilnehmenden Akteure kommt nicht zuletzt auch in der Verfügbarkeit von deutlich mehr Bildmaterial von politischen Ereignissen zum Ausdruck. Dieses Phänomen wird von Ricarda Drüeke,

Corinna Peil und Maria Schreiber adressiert, welche mittels einer Bildtypenanalyse die Berichterstattung deutschsprachiger Tageszeitungen zu Demonstrationen mit den Instagram-Posts der Teilnehmenden vergleichen. Ein anderes Phänomen, das mit diesem Trend der Visualisierung zusammenhängt, sind politische Memes, die in einem weiteren Beitrag untersucht werden. Michael Johann legt eine empirische Beschreibung der Personen vor, welche sich mit Hilfe von Memes am politischen Diskurs auf Social Media-Plattformen beteiligen. Auch Anna-Katharina Wurst, Vicente Fenoll, Jörg Haßler, Simon Kruschinski, Melanie Magin, Uta Russmann und Katharina Schlosser beschäftigen sich mit politischer Kommunikation und vergleichen inhaltsanalytisch die Facebook-Auftritte von nationalen und länderübergreifenden Parteien (Europarties) im Kontext der EU-Wahlen. Einen besonders interessanten Bezug zum Thema Wandel weist der Beitrag von Viorela Dan auf. Sie zeigt, dass im Zuge der COVID-19-Pandemie verbreitete Falschinformationen keineswegs neu sind, sondern teils auf Gesundheitsmythen basieren, die bereits länger existieren. Neben diesen kommunikator- und inhaltsorientierten Beiträgen beschäftigen sich Johannes Beckert und Thomas Koch mit der Wirkung neuer Kommunikationsformen auf die Rezipierenden. Konkret untersuchen sie die Wirkung von Sponsored Content auf Social Media-Plattformen und wie deren Wirkung durch verschiedene Arten der Kennzeichnung beeinflusst wird.

Dieses facettenreiche Bild des Wandels von Medien und Kommunikation wird durch drei Studien abgerundet, welche im *Kontext gesellschaftlicher Veränderungen* verortet sind, die unabhängig von der oben thematisierten Digitalisierung stattfinden. Dies ist zunächst die disruptive Wirkung der COVID-19-Pandemie auf die Gesellschaft. Doreen Reifegerste, Claudia Wilhelm und Claudia Riesmeyer untersuchen diesbezüglich, wie Eltern ihren Kindern das Krisengeschehen vermitteln und mit den mannigfaltigen Medieneinflüssen umgehen, welchen diese ausgesetzt sind. Tim Wulf und Brigitte Na-

derer greifen einen längerfristigen Trend auf und untersuchen die Wirkung von Unternehmenskommunikation zu sozialen Themen, die darauf abzielt ein verantwortungsvolles Bild des Unternehmens zu zeichnen. Auch Olaf Jandura, Ricard Parrilla Guix und Merja Mahrt verorten ihren Beitrag in einem veränderten gesellschaftlichen Umfeld, das sich durch eine Pluralisierung und Polarisierung der politischen Landschaft auszeichnet. Mittels Inhaltsanalyse untersuchen sie, wie sich die Parteien in den DACH-Ländern in den Parlamenten darstellen und ob diese Positionierung auch der Darstellung in den nationalen Medien entspricht.

Zusammengenommen zeichnen die elf Full Paper und fünf Research-in-Brief Beiträge ein facettenreiches Bild des aktuellen Diskurses zum Wandel der Kommunikation in der digitalen Gesellschaft. Sowohl die theoretischen Überlegungen als auch die empirischen Befunde machen deutlich, dass unser Fach ein breites Spek-

trum an Gegenständen und Wandlungsformen im Blick behalten muss. Dies mit einem Methodeninventar, welches sensibel genug ist, um subtile evolutionäre Entwicklungen zu erfassen aber auch flexibel genug ist, um revolutionären Disruptionen standzuhalten.

## Literatur

- Bachmann, P. (2021). Conference report “#Communication #(R)Evolution Changing Communication in a Digital Society”: DACH 21 – Three-Country Conference on Communication Science (DGpuK, ÖGK, and SGK). *Studies in Communication Sciences (SComS)*, 21(1), 197–198. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2021.01.033>
- Hepp, A. (2016). Kommunikations- und Medienwissenschaft in datengetriebenen Zeiten. *Publizistik*, 61(3), 225–246. <https://doi.org/10.1007/s11616-016-0263-y>