Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V.

UNIVERSITÄT GREIFSWALD
Wissen lockt. Seit 1456

Call for Papers

Brücken bauen mit Kommunikation in polarisierten Diskurskulturen

Tagung der Fachgruppe Mediensprache – Mediendiskurse der DGPuK
3. bis 5. März 2027 im Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald

04.03.2027, 18.00 Uhr: Öffentlicher Tagungsauftakt im Alfried Krupp Wissenschaftskolleg Greifswald

Keynote von PD Dr. Nina Kalwa (Eberhard-Karls-Universität Tübingen):

Wissenskulturen und Wissenskommunikation in KI-geprägten Gesellschaften

Gesellschaftliche Debatten sind in bestimmten Themenfeldern konflikthafter und sichtbarer geworden. Diskurse zum menschengemachten Klimawandel, zum Umgang mit der Energiewende, zur Meinungsfreiheit vs. Hate Speech oder zur Trans- und Intergeschlechtlichkeit zeigen beispielhaft die steigende Sichtbarkeit und Polarisierungstendenzen gesellschaftlicher Debatten auf. Bernhard Pörksen spricht mit Blick auf die aktuellen Polarisierungstendenzen öffentlicher Debatten vom „kommunikativen Klimawandel“ (Pörksen 2020, S. 9). Sowohl die wissenschaftlichen als auch die medialen Debatten über Polarisierung befördern das Nachdenken, wie mit dieser Situation umzugehen ist. Dazu gehört auch die Reflexion über neue Formen der Vermittlung im Sinne gegenseitiger Verständigung. Der Begriff *Vermittlung* soll hier in zwei Bedeutungen für die Tagung fruchtbar gemacht werden: in seiner Bedeutung als „Schlichtung von Streit“ (dwds.de) und so mit einem Fokus auf einladende, depolarisierend ausgerichtete Kommunikation sowie mit der Perspektive auf Vermittlung im Sinne der „Figur des Vermittlers oder Intermediärs“ (Beck/Donges 2020, S. 46), womit der Blick auf Formen und Akteur:innen der Vermittlung eröffnet werden soll.

Mit Konzepten wie *Argumentationsintegrität* (Groeben 2009), *einladender Rhetorik* (Foss/Griffin 1995) und *Common Ground* (Hanauska/Leßmöllmann 2021) lässt sich theoretisch erfassen, was mögliche Formen, Wege, Strategien und Ziele vermittelnder Kommunikation sind. Es sollen Verständigungsräume eröffnet werden, in denen Differenzen produktiv bearbeitet werden können (vgl. Foss/Griffin 1995, S. 10). Es geht um „Bollwerk[e] gegen Hass-Sprache“ (Groeben 2009, S. 129) und um die Aushandlung eines Common Grounds, insbesondere auch in kontroversen Debatten (vgl. Hanauska/Leßmöllmann 2021, S. 351).

Um die skizzierten Polarisierungstendenzen und deren gesellschaftliche Bearbeitung empirisch zu veranschaulichen, seien hier zwei Beispiele aus der digitalen Kommunikation genannt: Soziale Plattformen und Large Language Models (LLMs). Soziale Plattformen verändern den

Zugang zu Informationen und schaffen Formen der Informationsverbreitung, die nicht per se auf Faktizität, Korrektheit und Verständigung, sondern vor allem auf Emotionalität, Unterhaltung und Schaffung von Resonanz aufbauen (Beck 2022; Seemann 2022). Large Language Models wiederum arbeiten mit Daten, die in der Regel auf einer androzentrischen, westlich geprägten Weltsicht aufbauen und gesellschaftliche Verzerrungen (re-)produzieren, die Frauen, People of Color oder Menschen mit Beeinträchtigungen benachteiligen (Gross 2023; Weizenbauminstitut 2024). Die Kritik an den Auswirkungen sozialer Plattformen und LLMs ist nicht neu, und es existieren Bestrebungen, sie so zu gestalten, dass sie inklusiver und weniger spaltend sind. Dazu gehören Überlegungen, soziale Plattformen um prosoziale Komponenten zu ergänzen (vgl. Weyl et al. 2025) oder Künstliche-Intelligenz-Systeme als „corrective of culture" (Locke/Hodgdon 2025, S. 2233) zu programmieren. Letzteres zielt auf eine bias-sensible Entwicklung von KI-Systemen ab, um gesellschaftlichen Verzerrungen entgegenzuwirken und eine stärkere Repräsentation marginalisierter und bislang unterrepräsentierter Gruppen zu fördern. Wird dieser bias-sensible KI-Output weiter genutzt, würde ein diverses Weltbild gefördert (vgl. Locke /Hodgdon 2025). Auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen und kommunikativen Settings existieren unterschiedliche Formate und Bestrebungen, um den zwischenmenschlichen Austausch bewusst konstruktiv und vermittelnd zu gestalten. Beispielhaft genannt seien (neue) Formen der Bürger:innenbeteiligung (Schumacher 2015; Schweisfurth Stiftung et al. 2023) oder die Demokratisierung von Wissenschaftskommunikation (Schrögel et al. 2021). Anschlussfähige Fragestellungen im Bereich der Journalismusforschung umfassen zum Beispiel die Rolle und den möglichen Beitrag von konstruktivem Journalismus als Promoter für demokratierelevante Medienstrukturen und depolarisierende Kommunikation (vgl. Fürst/Udris 2025, S. 214) oder die Stärkung von Bürger:innenjournalismus (vgl. Kretzschmar et al. 2025, S. 279) sowie im Bereich der Organisationskommunikation die Entwicklung von Konfliktmanagementsystemen mit mediativ vermittelnden Ansätzen (vgl. Faller et al. 2014; Faller/Kerntke 2014, 16 f.).

Die Tagung adressiert die Beobachtungen zu Polarisierungstendenzen gesellschaftlicher Debatten sowie Ansätze zur Bearbeitung dieser. Dafür sind Beiträge eingeladen, die sowohl polarisierende Kommunikation als auch Depolarisierung und damit Formen der Vermittlung fokussieren. Mit den Beiträgen soll zudem eine Breite an Kommunikationsformen adressiert werden. Sowohl Beiträge zu öffentlicher als auch organisationaler und interpersonaler Kommunikation sind willkommen und ebenso analoge wie digitale und verbale wie visuelle und multimodale Kommunikation stehen im Fokus der Tagung.

Mit der Tagung der Fachgruppe Mediensprache – Mediendiskurse möchten wir also einen interdisziplinären und breiten Dialog zu den genannten Themen fördern und laden daher Beiträge aus unterschiedlichen Disziplinen ein, beispielhaft genannt seien Beiträge aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft, Linguistik, Wissenschaftskommunikation, Rhetorik, Kommunikations- und ‚KI'-Ethik, Journalismusforschung und Politikwissenschaft. Gemeinsamer Fixpunkt der Beiträge sollen Analysen, Einordnungen, mögliche (praktische) Bearbeitungen oder Gegenentwürfe der skizzierten Polarisierungstendenzen sein. Willkommen sind Beiträge, die verschiedene gesellschaftliche Bereiche (Journalismus, öffentliche Kommunikation,

Wissenschaft, Politik etc.) und unterschiedliche Formen von Kommunikation in den Blick nehmen. In diesem Themenbereich können *beispielsweise*

- aus kommunikationstheoretischer Sicht prosoziale Formate in und von sozialen Medien thematisiert werden;
- aus der Perspektive der Journalismusforschung Motive, Kontexte und Formen von konstruktivem oder lösungsorientiertem Journalismus und ähnlichen journalistischen Formaten diskutiert werden;
- aus Sicht der Rezeptions- oder Wirkungsforschung Aneignungsformen, Rezeptionsprozesse und Wirkungen von beispielsweise prosozialen Formaten auf Social Media oder in der Wissenschaftskommunikation oder von konstruktivem Journalismus analysiert werden;
- aus Sicht der Vertrauensforschung untersucht werden, ob und inwiefern konstruktiver Journalismus, prosoziale Social-Media-Komponenten und ähnliche Formate das Vertrauen in Medien beeinflussen;
- aus linguistischer Sicht sprachliche Merkmale und kommunikative Muster von depolarisierender und integrativ ausgerichteter Kommunikation in den Blick genommen werden;
- aus inhaltsanalytischer Perspektive die Social-Media-Kommunikation zu Hate Speech und Counter Speech systematisiert werden;
- aus medienethischer Sicht die Rolle von KI und LLMs als sowohl Treiber von Polarisierung wie auch mögliche kommunikative Brückenbauer diskutiert werden;
- aus organisationskommunikationswissenschaftlicher Sicht die Fragen bearbeitet werden, welche innerorganisationalen Formen von depolarisierend ausgerichteter Kommunikation in welchen Settings wie umgesetzt werden und wie sich dies auf die Organisation und ihre Mitglieder auswirkt;
- aus Sicht der Wissenschaftskommunikation (neue) Formate der Bürger:innenbeteiligung erforscht werden, die auf Transfer und Depolarisierung ausgerichtet sind.

Zudem laden wir ausdrücklich Vertreter:innen aus der Praxis ein, ihre Projekte in einem Schaufenster-Panel/Marktplatz vorzustellen: Das Schaufenster-Panel soll den Charakter eines offenen Marktplatzes haben, in dem sich Praxisprojekte mit Einblicken in ihre Arbeit vorstellen und es Zeit für den Austausch zwischen Praxis und Wissenschaft gibt. Projekte aus verschiedenen Bereichen sind herzlich willkommen, ihre Aktivitäten im Schaufenster-Panel vorzustellen. Angedacht sind zum Beispiel Projekte zum konstruktiven Journalismus, im Bereich partizipativer Wissenschaftskommunikation oder Schüler:innenprojekte zum Thema Umgang mit Hate Speech/Cyber Mobbing.

Literatur

Beck, K. (2022). Kommunikation im neuen Kontext: Vom Medienkontext zum Datenkontext. In: Kostiučenko, A./ Kuhnhenn, M. (Hrsg.). *Die Macht des Kontextes. Sprache(n) und Kommunikation*. Berlin u.a.: Peter Lang, 193–213.

Beck, K./Donges, P. (2020). Vermittlung: Begriffe und Modelle für die Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, O./Neuberger, Ch. (Hrsg.). *Gesellschaftliche Vermittlung in der Krise: Medien und Plattformen als Intermediäre*. Baden-Baden: Nomos 2020, 21–50.

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (dwds.de, o. J.). „Vermittlung" https://www.dwds.de/wb/Vermittlung (Zugriff: 11.05.2026).

Faller, K./Fechler, B./Kerntke, W. (Hrsg.) (2014). *Systemisches Konfliktmanagement. Modelle und Methoden für Berater, Mediatoren und Führungskräfte*. 1. Auflage 2014. Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH. Online verfügbar unter https://www.wiso-net.de/document/SPEB,ASPE,VSPE__9783799267373297 (Zugriff 11.05.2026).

Faller, K./Kerntke, W. (2014). Vom „Entweder-oder" zum „Sowohl-als-auch". In: Faller, K./Fechler B./Kerntke, W. (Hrsg.). *Systemisches Konfliktmanagement. Modelle und Methoden für Berater, Mediatoren und Führungskräfte*. 1. Auflage 2014. Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH, 7–18.

Foss, S. K./Griffin, C. L. (1995). Beyond persuasion: A proposal for an invitational rhetoric. *Communication Monographs*, 62(1), 2–18. https://doi.org/10.1080/03637759509376345.

Fürst, S./Udris, L. (2025). Impulsgeber in der Medienkrise? Konstruktiver Journalismus als Mittel zur Stärkung demokratierelevanter Medienstrukturen. *Medien & Kommunikationswissenschaft (M&K),* 73(2), 214–234. https://doi.org/10.5771/1615-634X-2025-2-214.

Groeben, N. (2009). Argumentationsintegrität als Bollwerk gegen Hass-Sprache. In: Liebert, W.-A./Schwinn, H. (Hrsg.). *Mit Bezug auf Sprache. Festschrift für Rainer Wimmer*. Studien zur deutschen Sprache. Tübingen: Narr, 115–132.

Gross, N. (2023). What ChatGPT Tells Us about Gender: A Cautionary Tale about Performativity and Gender Biases in AI. *Social Sciences*, 12(8), 435, 1–15. https://doi.org/10.3390/socsci12080435

Hanauska, M./Leßmöllmann. A. (2021). Persuasion in science communication. Empirical findings on scientific weblogs. *Interaction Studies*, 22(3), 343–372. https://doi.org/10.1075/is.00008.han

Kohler, M./Fischer, L./Höfer, R./Fecher, B. (2026). *Wissenschaftskommunikation in polarisierten gesellschaftlichen Debatten: Rollen, Erwartungen und Handlungsperspektiven*. https://wissenschaft-im-dialog.de/documents/534/WiD-Perspektiven_Wissenschaftskommunikation_in_polarisierten_gesellschaftliche_LPxCcJU.pdf (Zugriff 11.05.2026).

Kretzschmar, J./Beiler, M./Krüger, U./Döring, F. (2025). *Von Lügenpresse und abgehobenen Eliten. Journalismus- und Demokratievertrauen in Sachsen*. Bielefeld: Transcript.

Locke, L. G./Hodgdon, G. (2025). Gender bias in visual generative artificial intelligence systems and the socialization of AI. *AI & Society*, 40(4), 2229–2236. https://doi.org/10.1007/s00146-024-02129-1

Pörksen, B. (2020). Gesellschaft der Gleichzeitigkeiten. Über den kommunikativen Klimawandel – ein Vorwort von Bernhard Pörksen. In: Pörksen, B./Schulz von Thun, F. *Die Kunst des Miteinander Redens*. München: Carl Hanser, 9–42.

Schrögel, P./Hecker, S./Mayer, M./Unterleitner, K./König, T./Brandt, S. (2021). *Partizipative Wissenschaftskommunikation – Ergänzung zur AG Partizipation der #FactoryWisskomm*. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.4726110.

Schumacher, U. (2015). Starke Menschen – starke Orte. *Futur2 – Zeitschrift für Strategie und Entwicklung in Gesellschaft und Kirche*. https://www.futur2.org/article/starke-menschen-starke-orte/ (Zugriff: 11.05.2026).

Schweisfurth Stiftung, wirundjetzt e. V., Be the Change Stiftung, Pioneers of Change (2023). *Mitmach Region. Mitmach-Konferenz für eine nachhaltige Region.* München: Schweisfurth Stiftung.

Seemann, M. (2022). *Die Macht der Plattformen. Politik in Zeiten der Internetgiganten*. Bonn: bpb.

Weizenbauminstitut (2024). *Künstliche Intelligenz zwischen Mythos und Kritik.* Weizenbaum Institut & Berliner Landeszentrale für politische Bildung. https://www.weizenbaum-institut.de/media/Publikationen/Einzelpublikationen/Broschuere_ki-mythos-kritik.pdf (Zugriff: 11.05.2026).

Weyl, E. G/Thorburn, L./Keulenaar, E. de/Mchangama, J./Siddarth, D./Tang, A. (2025). *Community by Design.* Verfügbar unter: SSRN: https://ssrn.com/abstract=5141171 oder http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5141171 oder https://arxiv.org/pdf/2502.10834.

Hinweise zur Einreichung

Willkommen sind Vorschläge für verschiedene Formate:

1. Tagungsvortrag (ca. 20 Minuten plus Diskussionszeit)
2. Thematisches Panel (60 bis 90 Minuten mit 3 bis 4 Vorträgen bzw. Impulsreferaten zu einem gemeinsamen Oberthema inkl. Diskussionszeit)
3. Poster-Einreichungen (inkl. 3 Minuten Posterpitch)
4. Praxisbeiträge – wir planen auf der Tagung ein offenes Panel in Form eines ‚Marktplatzes', bei dem sich v. a. Projekte aus der Praxis zu einladender Kommunikation vorstellen (z. B. konstruktiver Journalismus; einladende Wissenschaftskommunikation). **Einreichungen hierfür unterliegen nicht dem Peer-Review-Verfahren**. Einreichungen für das Praxis-Panel sollen per E-Mail an mediendiskurse2027@uni-greifswald.de gesendet werden. Bitte stellen Sie in der E-Mail Ihr Projekt kurz dar und geben Sie an, ob Sie eine Stellwand und/oder Stehtisch für die Präsentation Ihres Projektes benötigen (das offene Panel wird wie ein Marktplatz gestaltet werden).

Bitte reichen Sie Ihren Beitragsvorschlag über ConfTool (https://www.conftool.net/mediendiskurse2027/) in Form eines anonymisierten Extended Abstracts bis spätestens 30. September 2026 ein. Bitte machen Sie bei Ihrer Einreichung deutlich, für welches der drei Formate Sie sich gerne bewerben möchten. Beachten Sie bitte außerdem folgende Hinweise hinsichtlich der formalen Gestaltung Ihrer Einreichung:

- Für eine Einreichung als Tagungsvortrag wird ein Umfang von 4.000 bis max. 5.000 Zeichen erbeten.
- Paneleinreichungen sollen Paneltitel, Beschreibung der Panelidee und -thematik sowie der inhaltlichen Struktur in 3.000 bis max. 4.000 Zeichen sowie Titel und Abstract für jeden Vortrag mit jeweils ca. 2.000 Zeichen enthalten.
- Das Poster-Format eignet sich insbesondere für ‚Work in Progress'-Einblicke in laufende Projekte. Das Abstract soll max. 4.000 Zeichen umfassen und auf die Forschungsfrage, Methode, den Stand des Projektes sowie auf Diskussionsfragen und Herausforderungen eingehen, die im Rahmen der Tagung diskutiert werden können.

Für alle Formate gilt die Angabe der Zeichenzahl inkl. Leerzeichen, exkl. Bibliographie, Abbildungen und Tabellen. Bitte achten Sie unbedingt darauf, Ihren Beitrag in anonymisierter Form einzureichen, d. h., bitte entfernen Sie alle Zitationen oder Metadaten, die Rückschlüsse auf Ihre Person und/oder Institution ermöglichen. Laden Sie in ConfTool außerdem ein gesondertes Deckblatt hoch, aus dem (1) Beitragstitel sowie (2) Name/n und Kontaktdaten der Einreichenden hervorgehen.

Der eingereichte Beitrag darf in dieser Form nicht bereits in einer Verlagspublikation veröffentlicht oder auf einer wissenschaftlichen deutschsprachigen Tagung präsentiert worden sein. Allerdings sind durchaus Beiträge möglich, die einen methodischen Aspekt aus einer bereits publizierten oder präsentierten Studie herausgreifen, wenn dieser Aspekt nicht Hauptgegenstand der Publikation oder Präsentation war. Soll eine empirische Studie vorgestellt werden, so muss aus dem Abstract klar hervorgehen, ob es sich a) um eigene Daten handelt und b) in welchem Stadium sich die Studie gegenwärtig befindet (Planung, in der Durchführung, in der Auswertung, abgeschlossen).

Mit der Einreichung willigen alle Autor:innen ein, dass im Fall einer Annahme ihr Abstract in einem *Book of Abstracts* veröffentlicht wird.

Dem Organisationsteam und der Fachgruppe ist die Förderung von Early Career Researchern ein besonderes Anliegen. Ausdrücklich möchten wir daher auch Early Career Researcher zur Einreichung ihrer Beiträge im Themenfeld motivieren.

Zeitplan:

Einreichung der Abstracts bis ~~30.09.2026,~~ verlängert bis 14.10.2026

Review-Rückmeldungen bis 30.11.2026

Tagungsprogramm ab 15.12.2026

Reviewprozess

Vorschläge für Tagungsvorträge, Panels und Posterpräsentationen werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir Sie, die Abstracts um ein gesondertes Deckblatt zu ergänzen, das die Informationen (1) Beitragstitel sowie (2) Name und Kontaktdaten der Einreichenden enthält. Bitte denken Sie auch daran, die Datei zu anonymisieren. Die Abstracts sollen neben einer Inhaltsangabe des Vortrags den Bezug zum Tagungsthema sowie die Relevanz und Originalität der Fragestellung verdeutlichen. An diesen Aspekten werden sich auch die Reviewer:innen orientieren. Im Review-Prozess werden die Einreichungen nach den folgenden fünf Kriterien beurteilt: (1) Beitrag zum Tagungsthema, (2) Plausibilität der theoretischen Fundierung, (3) Angemessenheit der Vorgehensweise (ggf. auch der Methodik), (4) Klarheit und Prägnanz der Darstellung, (5) Beitrag zum Forschungsfeld (Relevanz und Originalität).

Early-Career-Researcher-Workshop

Für Mittwoch, 3. März 2027, ist ein Early-Career-Researcher-Workshop geplant. Informationen dazu entnehmen Sie bitte der Tagungswebsite.

Tagungsdaten

Die Tagung wird am Mittwochabend, 3. März 2027, mit einem Get-together beginnen und am Freitagmittag, 5. März 2027, gegen 13.00 Uhr enden. Angaben zum Veranstaltungsort, Unterkünften etc. finden sich auf der **Tagungshomepage**: https://ipk.uni-greifswald.de/forschung/tagungen-workshops-publikationen/fg-tagung-mediensprache-mediendiskurse/

Wir freuen uns auf Ihre Einreichung!

Tagungskontakt: mediendiskurse2027@uni-greifswald.de

Lokales Organisationsteam:

PD Dr. Martha Kuhnhenn, *Universität Greifswald*, martha.kuhnhenn@uni-greifswald.de

Dr. habil. Anke Fiedler, *Universität Greifswald*, anke.fiedler@uni-greifswald.de

Anna Gros, M. A., *Universität Greifswald*, anna.gros@uni-greifswald.de

Dr. Marina Iakushevich, marina.iakushevich@uni-greifswald.de

Dr. Anastasija Kostiučenko-Kessler, *Universität Greifswald*, anastasija.kostiucenko-kessler@uni-greifswald.de

Dr. Henriette Mehlan, *Universität Greifswald*, henriette.mehlan@uni-greifswald.de

Für die FG Mediensprache – Mediendiskurse:

PD Dr. Martha Kuhnhenn, *Universität Greifswald*, martha.kuhnhenn@uni-greifswald.de

Dr. Katharina Christ, *Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation Karlsruhe*, christ@nawik.de

Mittelbausprecherinnen der FG Mediensprache – Mediendiskurse:

Johanne Mayer, M. A., *KIT Karlsruhe*, johanne.mayer@kit.edu

Dr. Bettina Utgenannt, *Nationales Institut für Wissenschaftskommunikation Karlsruhe*, utgenannt@nawik.de