



## Call for Papers

### **Kommunikationswissenschaftliche Vertrauensforschung in einer digitalisierten Welt – Positionen und Perspektiven**

---

Pre-Conference im Rahmen der 64. Jahrestagung der DGPuK

Westfälische Wilhelms-Universität Münster, 09. Mai 2019, 09:00 – 18:00 Uhr

Organisation: DFG-Graduiertenkolleg 1712/2 „Vertrauen und Kommunikation in einer digitalisierten Welt“, WWU Münster

Seit Hovlands Studien des Yale Communication Research Program (Hovland et al. 1953) beschäftigt sich die Kommunikationswissenschaft mit Fragen von Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Sechzig Jahre später stehen Vertrauensfragen weiterhin stark im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit (Frevert 2013) und sind in vielen Feldern der Kommunikationswissenschaft aktuell und relevant: In der PR sind Vertrauen und Glaubwürdigkeit zentrale Bezugsgrößen (Röttger et al. 2014), und die Frage, wie Vertrauen bei den Stakeholdern durch eine vertrauenswürdige, strategische Kommunikation aufgebaut werden kann, hat große Bedeutung (Hoffjann 2012). In der Gesundheitskommunikation stehen Fragen des Vertrauens in gesundheitsbezogene Informationsquellen im Internet im Mittelpunkt (Fischer 2016) und in der Medienrezeptionsforschung wird diskutiert, inwiefern Mediennutzende Algorithmen, Automatisierung und Big-Data-Anwendungen vertrauen (Lyons et al. 2011). Die Journalismusforschung diskutiert Vertrauen und Misstrauen in die Medien (Ziegele et al. 2018) und die politische Kommunikation befasst sich mit Vertrauen in Parteien und politische Akteure (Wiencierz 2017).

Diese inhaltliche Vielfalt wird in der Disziplin durch eine konzeptionelle und methodische Debatte darüber begleitet, wie die Konstrukte Vertrauen und Misstrauen definiert und gemessen werden können bzw. sollten (bspw. Daniller et al. 2017). Die Vertrauensforschung ist stark von Interdisziplinarität gezeichnet (Dernbach & Meyer 2005): Dabei ergeben sich unter anderem Verknüpfungen von politischen und journalistischen Fragen innerhalb der Kommunikationswissenschaft (Hanitzsch et al. 2017), die auf Erkenntnisse aus der Psychologie und Soziologie zurückgreifen.

Die gegenwärtige kommunikationswissenschaftliche Vertrauensforschung ist zudem stark von der Digitalisierung und dem technischen Wandel unserer Gesellschaft geprägt. Angesichts einer durch Digitalisierung und Datafizierung gekennzeichneten tiefgreifenden Mediatisierung

(Couldry & Hepp 2017) prägen zunehmend die Operationsweisen und Logiken digitaler Medien, zu welchen Informationen Mediennutzende Zugang erhalten und wie sie darüber zu geteilten Wahrnehmungen von sozialer Ordnung gelangen (Just & Latzer 2016, Loosen & Scholl 2017). Die Vertrauensforschung steht angesichts dieser Entwicklung theoretischen, konzeptionellen und methodischen Herausforderungen gegenüber. So stellt sich zum Beispiel die Frage, ob und inwieweit Medientechnologien Vertrauensobjekte sind. Wer ist in diesem Bereich der Vertrauensnehmer – die Technologie, die Produzenten und Entwickler oder beispielsweise die Betreibenden einer Plattform? Gleichzeitig deuten seit langem Missstände, die bis zum NSA-Skandal zurück reichen und aktuell im Datenmissbrauch durch Cambridge Analytica/Facebook neue Relevanz gewinnen, auf die zentrale Rolle, die Vertrauen in der Nutzung digitaler Medien spielt.

Kritische Analysen weisen in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Produzierende spezifische Interessen und ideologische Tendenzen in Medientechnologien einschreiben (Gillespie 2010). Automatisierte Software-Prozesse und Algorithmen können daher nicht ausschließlich als neutrale und objektiv operierende Rechenanwendungen betrachtet werden. Ergänzend wird daher ihre *agency* (Mackenzie 2006, Klinger & Svensson 2018) und die Konstruiertheit von Medientechnologien und den daraus resultierenden Datensätzen in den Blick genommen (van Dijck 2014). Insgesamt eröffnen sich in dieser Entwicklung vielfältige Anschlusspunkte und Herausforderungen für die kommunikationswissenschaftliche Vertrauensforschung. So lässt sich die Diskussion um die Wirkungsmacht von software-basierten Medientechnologien mit Fragen nach der Rolle von Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit verknüpfen (Lee 2018). Die Kommunikationswissenschaft bietet mit ihrer langen Tradition bei der Analyse von Produktionsprozessen journalistischer und medialer Inhalte, der Untersuchung von Medienorganisationen sowie der Rezeptions- und Aneignungsforschung wichtige Anknüpfungspunkte und Grundlagen zur Erforschung von Vertrauen in digitalisierten Welten.

Ziel dieser Pre-Conference ist es, neben der Präsentation von aktuellen empirischen Befunden der kommunikationswissenschaftlichen Vertrauensforschung auch theoretische, konzeptionelle und methodische Probleme sowie Potenziale der Vertrauensforschung in einer digitalisierten Welt offenzulegen und anhand dessen gemeinsam Perspektiven für die Zukunft kritisch zu diskutieren. Interdisziplinäre Beiträge sowie Einreichungen, die das Forschungsfeld kritisch reflektieren und work-in-progress-Arbeiten sind explizit willkommen. Die Pre-Conference zielt unter anderem darauf ab, der Vielfalt und Breite an Studien zu Vertrauen und Misstrauen in kommunikationswissenschaftlichen Forschungsfeldern Raum zu geben.

Die Einreichungen können Vertrauen wie Misstrauen adressieren und sich bspw. auf folgende Fragestellungen beziehen. Gleichwohl sind auch Beiträge zu darüber hinausgehenden Themen willkommen:

- Wie lässt sich Vertrauen als Prozess modellieren?
- In welcher Beziehung stehen die Elemente von Vertrauensbeziehungen zueinander?
- Ist Vertrauen als Einstellung oder Zustand zu definieren?
- Welche Methoden eignen sich zur Messung von Vertrauen (und Misstrauen)?
- Welche methodischen Herausforderungen stellen Algorithmen und Big Data an die Vertrauensforschung?
- Wie lässt sich Vertrauen in Medientechnologien theoretisch und empirisch greifen?
- Wie gestalten sich Vertrauensbeziehungen in spezifischen Kommunikationsdomänen wie Journalismus, Organisationen, Gesundheit, Wissenschaft, Politik, Wirtschaft etc.?
- Wie lässt sich Vertrauen herstellen, sichern, wieder aufbauen?
- Welche Rolle spielt Vertrauen für den gesellschaftlichen Zusammenhalt und welchen Einfluss hat die Digitalisierung auf Vertrauensprozesse?

Einreichungen für die Pre-Conference können für Vorträge oder für eine Posterpräsentation formuliert werden. Das präferierte Format ist auf dem Deckblatt ebenso kenntlich zu machen wie die Zusage, dass der eingereichte Beitrag noch nicht publiziert oder auf einer anderen Tagung präsentiert wurde. Alle Einreichungen werden anonym nach den Kriterien theoretische Fundierung, Relevanz der Fragestellung, Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise, Neuigkeitswert/Originalität sowie Klarheit und Prägnanz der Darstellung begutachtet. Die Einreichungen sind als anonymisierte Extended Abstracts (4000-6000 Zeichen inkl. Leerzeichen, Tabellen, Abbildungen, Literatur), bis zum 28.01.2019 an [precon.vertrauen@uni-muenster.de](mailto:precon.vertrauen@uni-muenster.de) zu senden. Rückmeldungen werden voraussichtlich Anfang März versendet. Es fallen keine Teilnahmegebühren an.

Weitere Informationen sind auf der Homepage der DGPK unter der Rubrik Pre-Conferences zu finden. Alle Mitglieder des Organisationsteams beantworten gerne weitere Fragen.

## Kontakt / AnsprechpartnerInnen

### Organisation:

Prof. Dr. Bernd Blöbaum

Westfälische Wilhelms-Universität Münster  
Institut für Kommunikationswissenschaft  
Bispinghof 9-14  
D-48143 Münster  
E-Mail: [bernd.bloebaum@uni-muenster.de](mailto:bernd.bloebaum@uni-muenster.de)

### Organisationsteam:

Laura Badura  
Dr. Katherine M. Engelke  
Anne Mollen  
Dr. Christian Wiencierz  
E-Mail: [precon.vertrauen@uni-muenster.de](mailto:precon.vertrauen@uni-muenster.de)

## Literatur

- Couldry, N. & A. Hepp (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge, Polity.
- Daniller, A., D. Allen, A. Tallevi & D. C. Mutz (2017). "Measuring Trust in the Press in a Changing Media Environment." *Communication Methods and Measures* 11(1): 76-85.
- Dernbach, B. & M. Meyer, Eds. (2005). *Vertrauen und Glaubwürdigkeit*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Fischer, S. (2016). *Vertrauen in Gesundheitsangebote im Internet*. Baden-Baden, Nomos.
- Frevert, U. (2013). *Vertrauensfragen*. München, Beck.
- Gillespie, T. (2010). "The politics of 'platforms'." *New Media & Society* 12(3): 347-364.
- Hanitzsch, T., A. Van Dalen & N. Steindl (2018). "Caught in the Nexus: A Comparative and Longitudinal Analysis of Public Trust in the Press." *The International Journal of Press/Politics* 23(1): 3-23.
- Hoffjann, O. (2012). *Vertrauen in Public Relations*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hovland, C. I., I. L. Janis & H. H. Kelley (1953). *Communication and persuasion*. New Haven [u.a.], Yale Univ. Press.
- Just, N. & M. Latzer (2016). "Governance by algorithms: reality construction by algorithmic selection on the Internet." *Media, Culture & Society* 39(2): 238-258.
- Klinger, U. & J. Svensson (2015). "The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach." *New Media & Society* 17(8): 1241-1257.
- Lee, M. K. (2018). "Understanding perception of algorithmic decisions: Fairness, trust, and emotion in response to algorithmic management." *Big Data & Society* 5(1): 1-16.
- Loosen, W. & A. Scholl (2017). "Journalismus und (algorithmische) Wirklichkeitskonstruktion. Epistemologische Beobachtungen." *Medien & Kommunikationswissenschaft* 65(2): 348-366.
- Lyons, J. B., C. K. Stokes, K. J. Eschleman, G. M. Alarcon & A. J. Barelka (2011). "Trustworthiness and IT Suspicion: An Evaluation of the Nomological Network." *Human Factors* 53(3): 219-229.
- Mackenzie, A. (2006). *Cutting Code: Sociality and Software*. New York, Oxford, Peter Lange.
- Röttger, U., J. Preusse & J. Schmitt (2014). *Zentrale Bezugsgrößen der PR. Grundlagen der Public Relations: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften: 149-181.
- van Dijck, J. (2014). "Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology." *Surveillance & Society* 12(2): 197-208.
- Wiencierz, C. (2017). *Vertrauen in politische Parteien*. Wiesbaden, Springer VS.
- Ziegele, M., T. Schultz, N. Jakob et al. (2018). "Lügenpresse-Hysterie ebbt ab. Mainzer Langzeitstudie „Medienvertrauen“." *Media Perspektiven* 2018(4): 150-162.