UNIVERSITÄT SALZBURG

kommunikation.medien

CALL FOR ABSTRACTS · AUSGABE 19 / 2027

Gemeinsam gestalten – but on whose terms?

Partizipative Kulturen, kommunikative Praktiken und Community-Building

– Schwerpunktthema & themenoffener Call –

Einreichfrist: 21. Dezember 2026

In Fan-Communities, freien Radios, digitalen Nachbarschaftsgruppen und lokalen Kulturinitiativen gestalten Menschen Medien und kulturelle Öffentlichkeit. Sie produzieren Inhalte, teilen Wissen, verhandeln gemeinsame Anliegen und organisieren kollektives Handeln. Dabei entstehen vielfältige Verbindungen zwischen Medienproduktion, gesellschaftlicher Teilhabe und Gemeinschaftsbildung. Partizipative Kulturen verbinden kulturelle Produktion, informelles Lernen und gemeinschaftlichen Austausch (Jenkins et al., 2009). Zobl und Drüeke (2020, S. 1) lenken den Blick dabei auf die „cultural practices in which various media are used and produced". Damit rücken die sozialen Zusammenhänge der Mediennutzung und -produktion in den Vordergrund sowie die Frage, wer diese unter welchen Bedingungen mitgestalten kann. Partizipation ist dabei nicht allein eine Frage des Zugangs, sondern auch der tatsächlichen Möglichkeiten, Prozesse mitzugestalten und Entscheidungen zu beeinflussen. Carpentiers (2011) Unterscheidung zwischen Zugang, Interaktion und Partizipation bietet hierfür einen analytischen Ausgangspunkt. Wer hat die Macht zu entscheiden, wer teilnehmen darf und wer nicht?



Community-Building bezeichnet die kommunikative Herstellung und Aufrechterhaltung von Gemeinschaften. Communities werden davon geprägt, welche Bedeutung Menschen ihnen im Alltag geben und wie sie von kulturellen, medialen und sozialen Praktiken, Institutionen und Machtverhältnissen bestimmt werden. Im Gegensatz zu defizitorientierten Perspektiven auf Gemeinschaften betonen ressourcenorientierte Ansätze des Community-Building die vorhandenen Interessen, Kompetenzen und Potenziale ihrer Mitglieder und heben diese als Bereicherung hervor (Kretzmann & McKnight, 1993). Während Partizipation Fragen von Macht, Agency und dem Recht auf gesellschaftliche Teilhabe adressiert, verweist Community-Building auf die Bedeutung geteilter Erfahrungen und Ressourcen, den Aufbau lokaler Beziehungen und die kollektive Aneignung und Ausübung von Handlungsmacht durch Gemeinschaften.

Wie digitale Medien wiederum soziale Beziehungen ermöglichen und verändern, hängt auch von den sozialen Kontexten ihrer Nutzung ab (Baym, 2015). Gemeinsame Kulturproduktion eröffnet Möglichkeiten, eigene

Perspektiven öffentlich einzubringen, bleibt jedoch von ungleichen Zugängen und gesellschaftlichen Machtverhältnissen geprägt (Zobl et al., 2019). Bei plattformvermittelter Beteiligung kommen spezifische Bedingungen hinzu: Technische Infrastrukturen, Geschäftsmodelle und Regeln der Plattformbetreiber wirken daran mit, wie kulturelle Praktiken organisiert werden (Poell et al., 2019). Damit stellt sich auch die Frage, welche Gestaltungsspielräume Communities unter diesen Bedingungen entwickeln.

Mögliche Themenfelder und Fragestellungen



Die 19. Ausgabe des Open-Access-Journals *kommunikation.medien* lädt dazu ein, partizipative Kulturen und Community-Building aus kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive zu untersuchen. Gesucht werden empirische und theoretische Beiträge zu den Beziehungen zwischen kommunikativen Praktiken, medialen Bedingungen und der Verteilung von Mitgestaltungsmöglichkeiten. Die folgenden Themenfelder und Beispielfragen bieten Orientierung und lassen Raum für weitere Schwerpunktsetzungen innerhalb des Themenbereichs.

Medienproduktion und kulturelle Teilhabe

Wie gestalten Beteiligte in freien Radios, künstlerisch-kulturellen Projekten, Podcast-Kollektiven oder Fanfiction-Communities Inhalte und Produktionsprozesse gemeinsam? Wie werden dabei die Rollen von Produzent:innen und Publikum ausgehandelt? Welche Rolle nehmen DIY-Medien für Peer-to-Peer-Wissensvermittlung und DIY Citizenship ein, um informelles Lernen in analogen und digitalen Gemeinschaften zu ermöglichen?

Gemeinschaft als kommunikative Praxis

Wie entstehen Gemeinschaften in digitalen und analogen Kontexten und durch welche kommunikativen Praktiken werden sie aufrechterhalten? Welche Bedeutung haben beispielsweise gemeinsame Erzählungen, wiederkehrende Austauschformate oder das Zusammenspiel von Messenger-Gruppen und persönlichen Treffen für Zugehörigkeit und Zusammenhalt?

Plattformen, Sichtbarkeit und Macht

Wie prägen Empfehlungsalgorithmen, Moderationsregeln und Geschäftsmodelle die Beteiligungsmöglichkeiten und Sichtbarkeit von Communities? Wie gehen etwa Fan-Communities oder lokale Initiativen mit veränderten Plattformregeln um? Welche Spielräume eröffnen selbstverwaltete Kommunikationsangebote?

Mitbestimmung, Konflikt und Ausschluss

Wie kann Partizipation bestehende Strukturen verändern, statt Menschen lediglich zur Beteiligung innerhalb dieser Strukturen einzuladen? Wie werden etwa in partizipativen Redaktionen oder Kulturprojekten Themen, Ressourcen und Entscheidungsrechte ausgehandelt? Welche Rolle spielen Widerspruch, Barrierefreiheit und der Umgang mit ungleichen Voraussetzungen?

Gegenöffentlichkeiten und kollektives Handeln

Wie nutzen beispielsweise queer-feministische Initiativen, künstlerische Projekte, migrantische Medienprojekte oder Klimabewegungen eigene Medien als kulturelle Praktiken, um Gegenpositionen öffentlich zu artikulieren und kollektives Handeln zu organisieren? Wie greifen dabei mediale Praktiken und Aktivitäten vor Ort ineinander? Unter welchen Bedingungen entwickeln sich aus kurzfristigen Mobilisierungen längerfristige Strukturen der Zusammenarbeit?

Themenoffener Call

Neben den oben genannten Themen sind auch Einreichungen zu weiteren Forschungsfeldern der Kommunikations- und Medienwissenschaft willkommen. Gefragt sind unter anderem Untersuchungen zu Medienwandel, Mediennutzung, Rezeption, visueller Kommunikation, Organisationskommunikation und transkulturellen Öffentlichkeiten. Auch theoretische, methodische und interdisziplinäre Beiträge können eingereicht werden. Eine Verbindung zum Themenschwerpunkt ist für diese Einreichungen nicht erforderlich.

Einreichung und Begutachtung

Erbeten werden Extended Abstracts in deutscher oder englischer Sprache im Umfang von 4.000 bis 6.000 Zeichen (inklusive Leerzeichen und bibliografischer Angaben). Aus dem Abstract sollten die zentrale Fragestellung, die theoretische Verortung sowie das methodische Vorgehen und die (erwarteten) Ergebnisse hervorgehen. Bei theoretischen Beiträgen stehen der Argumentationsgang und der angestrebte Erkenntnisbeitrag im Vordergrund.

Einreichung und Rückfragen: kommunikation.medien@plus.ac.at
Redaktionelle Ansprechperson: Marina Dullnig, BA
Projektleitung: AP Prof. Dr. Corinna Peil | Ao. Prof. Thomas Steinmaurer | Assoz. Prof. Dr. Elke Zobl

Über *kommunikation.medien*



Das Open-Access-Journal *kommunikation.medien* wird seit 2012 im Rahmen eines Masterprojekts am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg herausgegeben. Es richtet sich insbesondere an Wissenschaftler:innen in frühen Karrierephasen und macht auch Forschung auf Grundlage von Abschlussarbeiten einer Fachöffentlichkeit zugänglich. Neben wissenschaftlichen Artikeln erscheinen Rezensionen und Tagungsberichte; das Salzburger Sonderfenster bietet Einblicke in studentische Forschungsarbeiten.

Zeitplan

Einreichung der Abstracts:	21. Dezember 2026
Rückmeldung / Einladung zur Beitragseinreichung:	Mitte Januar 2027
Einreichung der vollständigen Beiträge:	1. März 2027
Veröffentlichung:	Ende Juni 2027

Die Annahme des Abstracts ist zunächst eine Einladung, einen vollständigen Beitrag einzureichen. Ob dieser veröffentlicht wird, wird auf Grundlage der Ergebnisse des anonymen Peer-Review-Verfahrens entschieden. Full Papers dürfen noch nicht anderweitig zur Veröffentlichung eingereicht oder publiziert sein.

Website von *kommunikation.medien*: https://eplus.uni-salzburg.at/JKM

Hinweise für Autor:innen: https://eplus.uni-salzburg.at/JKM/wiki/hinweise

Mehr Einblicke in die Arbeit des Redaktionsteams sowie aktuelle Informationen zu *kommunikation.medien* auf unseren Social-Media-Kanälen:

Literatur

Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2. Aufl.). Polity Press.

Carpentier, N. (2011). *Media and participation: A site of ideological-democratic struggle.* Intellect.

Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century.* MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/8435.001.0001

Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets. ACTA Publications.

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review, 8*(4). https://doi.org/10.14763/2019.4.1425

Zobl, E., & Drüeke, R. (2020). Participatory and networked cultures. In K. Ross, I. Bachmann, V. Cardo, S. Moorti, & M. Scarcelli (Hrsg.), *The international encyclopedia of gender, media, and communication* (S. 1–9). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781119429128.iegmc083

Zobl, E., Klaus, E., Moser, A., & Baumgartinger, P. P. (2019). *Kultur produzieren: Künstlerische Praktiken und kritische kulturelle Produktion.* transcript Verlag. https://doi.org/10.14361/9783839447376

Bilder

Die beiden Abbildungen sowie die Symbole bei der Darstellung möglicher Schwerpunkte im Themenbereich wurden am 30.10.2026 mit ChatGPT erstellt.