

Call for Papers

Medien Journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur

Vierteljahrszeitschrift der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft (ÖGK)

Heft 2/2011

Themenheft „Soziale Netzwerke – Medien – Kommunikation“

Einreichschluss: 20. Dezember 2010

Das Medien Journal versteht sich pragmatisch als Forum des inter- und transdisziplinären Diskurses der Medien- und Kommunikationswissenschaft und ist der Idee verpflichtet, nach Möglichkeit den wissenschaftlichen Nachwuchs zu fördern und neben der internationalen Forschung der österreichischen Community ein Diskursforum zu sein. Willkommen sind sowohl Beiträge, die konkrete Forschungsergebnisse präsentieren als auch theoretische oder methodische Fragestellungen diskutieren. Weiters können forschungskonzeptive Aufsätze sowie wissenschaftlich basierte systematische Reflexionen aus der Praxis eingereicht werden.

Soziale Netzwerkforschung und Strukturanalyse sind in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wie auch in der Medienwissenschaft vergleichsweise junge Forschungsansätze. Obwohl bereits einige Arbeiten zu Diffusionsprozessen, der Vernetzung von Entscheidungsträgern im Mediensektor oder zur Analyse von Kommunikationsprozessen in Medienorganisationen existieren, gilt es nunmehr, einen erweiterten Blick auf die Potenziale und Möglichkeiten dieser qualitativen wie quantitativen Forschungsansätze zu werfen und zukünftige Fragestellungen für eine inter- oder transdisziplinäre Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaft zu explizieren. (In diesem Zusammenhang sind Schnittstellen zur Informatik, Medizin, Wissenschaftsforschung oder Technikforschung durchaus erwünscht.) Zudem sollen bereits vorliegende Forschungsergebnisse diese innovative Entwicklung in unserem Fach belegen.

Im Rahmen des Schwerpunktes „Soziale Netzwerke – Medien – Kommunikation“ können u.a. folgende Themen behandelt werden:

- Netzwerke medialer Entscheidungsträger; Elitennetzwerke
- Soziale Netzwerke von JournalistInnen, PR Fachleuten, Lobbyisten etc.
- Kommunikationsnetzwerke (z.B. Wissensmanagement, Workflow)
- Informationsdiffusion in Netzwerken
- Soziale Netzwerke und Kommunikationskultur
- Soziale Netzwerke in Neuen Medien/dem Web 2.0
- Netzwerke zur Simulation sozialer, medialer oder kommunikativer Prozesse
- Theoretische Blickwinkel auf (soziale) Netzwerke in medialen und kommunikativen Zusammenhängen
- Methodologische Fragen der Erforschung medialer Netzwerke und von Netzwerkkommunikation aus qualitativer und/oder quantitativer Sicht
- Zukunftsperspektiven der sozialen Netzwerkforschung im Feld der Medien- und Kommunikationswissenschaft

...

Die Beiträge müssen folgenden Kriterien genügen:

- Bei den eingesandten Texten muss es sich um Erstveröffentlichungen handeln, d.h. die Texte dürfen in dieser Form noch nicht publiziert sein.

- Abzugeben sind drei anonymisierte Ausdrucke des Beitrags sowie ein Extra-Titel-Deckblatt (mit Name und Kontaktdaten). Zusätzlich ist der Beitrag auch in elektronischer Form per Email einzureichen.
- Der Umfang der Beiträge sollte zwischen 20 000 und 35 000 Zeichen liegen, dies entspricht im Medien Journal dem Umfang von 7-13 Heftseiten.
- Nach erfolgreichem Abschluss des Peer Review-Verfahrens und der Annahme des Textes durch das Editorial Board ist ein Abstract (deutsch und englisch von jeweils 10 Zeilen) sowie eine biografische Notiz (max. 3 Zeilen) einzureichen.
- Die formale Gestaltung der Texte hat sich strikt nach den Manuskriptrichtlinien des Medien Journals zu richten, diese sind auf der Internetseite der ÖGK www.oegk.at einzusehen.

Einreichschluss ist der 10. Dezember 2010.

Die Papers sind einzureichen bei: Gerit Götzenbrucker
 Universität Wien
 Institut für Publizistik- und
 Kommunikationswissenschaft
 Schopenhauerstrasse 32
 1180 Wien
 Tel. +43 (0) 1- 4277 49381
gerit.goetzenbucker@univie.ac.at

Wichtiger Hinweis:

Manuskripte, die zur Publikation im „Medien Journal“ eingereicht werden, dürfen nicht anderweitig veröffentlicht sein und bis Abschluss des Begutachtungsverfahrens nicht anderen Stellen zur Veröffentlichung angeboten werden.