

Call for Papers

Jahreskonferenz 2026 der Schweizerischen Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft (SGKM) an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

22.–24. April 2026

Transformation und Teilhabe ermöglichen: Empowerment für und durch Kommunikation und Medien

Gesellschaftliche Transformationen – ob sozial, ökologisch, politisch oder technologisch – sind kontinuierliche Prozesse, in denen sich soziale Systeme grundlegend verändern bspw. in Bezug auf Werte, Normen und Beziehungen. In diesen Prozessen braucht es nicht nur strukturelle Veränderungen, sondern auch kommunikative Voraussetzungen. Kommunikation und Medien spielen dabei eine doppelte Rolle: Einerseits sind sie zentrale Ressourcen, um Veränderungsprozesse zu gestalten, zu begleiten und öffentlich zu verhandeln; andererseits wirken sie selbst transformativ, indem sie Zugänge zu Teilhabe, Information und Meinungsbildung eröffnen oder beschränken. In diesem Spannungsfeld wird Empowerment zu einem Schlüsselbegriff: Einerseits ist Empowerment als Prozess auf der Mikro-, Meso- und Makroebene angesiedelt, der es Akteuren erlaubt, aktiv an gesellschaftlicher Entwicklung mitzuwirken; andererseits eröffnet sich aber auch eine normative Perspektive auf Empowerment, welche gerechte Teilhabe und Selbstbestimmung in einer sich wandelnden Kommunikationslandschaft fordert.

Empowerment durch und für Kommunikation und Medien meint nicht nur die Aneignung von Medien- und Kommunikationskompetenzen, sondern bezieht sich auch auf die Möglichkeit, kommunikativ Einfluss auf gesellschaftliche Verhältnisse zu nehmen – sei es durch Journalismus, strategische Kommunikation, politische Kommunikation oder Medienbildung. Zugleich verweist der Begriff auf eine kollektive Dimension der Selbstermächtigung, die in sozialen Bewegungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen oder partizipativen Kommunikationsformaten Ausdruck findet. Die Jahrestagung 2026 der SGKM nimmt sich dieser doppelten Perspektive an und fragt: Wie können Kommunikation und Medien zu mehr gesellschaftlicher Teilhabe befähigen – und wie können sie selbst befähigt werden, diesen Anspruch einzulösen?

Thematische Schwerpunkte

Wir laden Beiträge zu folgenden Themenfeldern ein:

1 Theoriebildung und theoretische Zugänge

Empowerment ist ein interdisziplinärer Begriff aus den Disziplinen der Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Bildungsforschung und Ökonomie, der auf der Mikro-, Meso- und Makroebene betrachtet werden kann. Um die Rolle von Kommunikation und Medien in gesellschaftlichen Transformationsprozessen systematisch zu analysieren, braucht es theoretische Zugänge, die Empowerment nicht nur beschreibend,

sondern auch erklärend und kritisch reflektierend fassen. Dieses Themenfeld lädt Beiträge ein, die bestehende theoretische Konzepte aufgreifen, weiterentwickeln oder neue theoretische Perspektiven zur Diskussion stellen. Gefragt sind sowohl kommunikationswissenschaftliche als auch inter- und transdisziplinäre Ansätze, die die strukturellen Bedingungen, Potenziale und Grenzen von Empowerment durch und für Kommunikation und Medien beleuchten.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Welchen Beitrag kann die Kommunikationswissenschaft zu einer normativen Fundierung von Empowerment leisten?
- Wie lassen sich Mikro-, Meso- und Makro-Ebenen von Empowerment kommunikationstheoretisch miteinander verbinden?
- Welche theoretischen Zugänge eignen sich, um die Bedeutung von Empowerment für grosse gesellschaftliche Transformationsprozesse zu erfassen?
- Welche Rolle spielen Macht und ihre Verschiebung in der theoretischen Fundierung von Empowerment in medialen Kontexten?
- Wie kann ein wechselseitiger Austausch zwischen Zivilgesellschaft und Kommunikations- und Medienwissenschaft über transformationsrelevante Forschungsdesiderate ermöglicht werden und wie können wissenschaftliche Erkenntnisse einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden?

2. Journalismusforschung

Journalist:innen sind zentrale Akteure in der Vermittlung von Wissen und Orientierung und tragen damit wesentlich zum Empowerment der Gesellschaft bei. Gleichzeitig stehen sie selbst vor der Herausforderung, sich mit neuen technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen auseinanderzusetzen. Dies erfordert sowohl eine kontinuierliche Weiterentwicklung journalistischer Kompetenzen als auch eine kritische Auseinandersetzung mit den Auswirkungen digitaler Plattformen, künstlicher Intelligenz und veränderter Mediennutzung auf die journalistische Praxis. Mediennutzung und die Erwartungen der Bürger:innen verändern sich kontinuierlich. Die Vielfalt an Informationsquellen, neuen digitalen Formaten und interaktiven Beteiligungsmöglichkeiten führen dazu, dass die Rolle des Publikums neu gedacht werden muss. Ebenfalls relevant ist die Frage, wie sich Medienangebote so entwickeln lassen, dass sie nicht nur informieren, sondern auch Handlungsmöglichkeiten aufzeigen und den gesellschaftlichen Dialog fördern.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Welche Rolle spielt Journalismus in einer immer stärker von KI geprägten Öffentlichkeit?
- Inwiefern können Bürger:innen durch lokale Berichterstattung und konstruktiven Journalismus in ihrer gesellschaftlichen Teilhabe gestärkt werden?
- Mit welchen Strategien kann Journalismus der News-Deprivation und der News Avoidance entgegenwirken?
- Wie kann Journalismus zur gesellschaftlichen Resilienz beitragen?

- Wie können Journalist:innen unterstützt werden, KI effizienter in ihrer Arbeit nutzen zu können?

3. Organisationskommunikation

Organisationen können durch ihre strategische Kommunikation – nach innen wie nach aussen – aktiv zum Empowerment verschiedener Akteursgruppen beitragen. Kommunikation ist in diesem Sinne weit mehr als ein Instrument zur Informationsvermittlung: Sie ist ein zentraler Hebel zur Stärkung von Mitarbeitenden, externen Stakeholdern und der Gesellschaft. Strategische Kommunikation kann Einstellungen und Akzeptanz verändern und Akteure aktiv in Entwicklungsprozesse einbinden. Gleichzeitig stehen strategische Kommunikator:innen selbst vor der Herausforderung, sich neuen technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen anzupassen. Dies erfordert sowohl eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Kompetenzen als auch eine kritische Auseinandersetzung mit den Auswirkungen digitaler Plattformen und künstlicher Intelligenz auf das Berufsfeld strategischer Kommunikation.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Wie kommunizieren Organisationen, um intern bei Mitarbeitenden und extern bei Stakeholdern Akzeptanz für gesellschaftlichen Wandel zu fördern?
- Wie ermöglicht Organisationskommunikation internen und externen Stakeholdern an Transformationsprozessen teilzuhaben?
- Wie werden Kommunikationsmitarbeitende für KI-gestütztes Arbeiten befähigt?
- Wie können Organisationen durch strategische Kommunikation Menschen in Krisenzeiten stärken und Orientierung bieten?
- Wie kann strategische Kommunikation gemeinwohlorientiert gesellschaftlichen Wandel mitgestalten?

4. Politik, Regulierung und Governance

Medienpolitik, institutionelle Strukturen und historische Entwicklungen prägen die Möglichkeiten des gesellschaftlichen Empowerments durch und für Kommunikation. Sie bestimmen, welche Rahmenbedingungen für journalistische Vielfalt, Meinungsfreiheit und den Zugang zu medialen Inhalten geschaffen werden. Die Regulierung von Plattformen, der Wandel der öffentlich-rechtlichen Medien und die Bedeutung von Medienförderung sind entscheidende Faktoren, die das kommunikative Handeln und die gesellschaftliche Teilhabe beeinflussen. Insbesondere in Zeiten des fortschreitenden technologischen Wandels stellt sich die Frage, wie Medienpolitik sicherstellen kann, dass digitale Innovationen im Einklang mit demokratischen und gesellschaftlichen Werten stehen. Gleichzeitig sind historische Entwicklungen zentral für das Verständnis aktueller Mediensysteme, da sie Aufschluss darüber geben, wie sich Kommunikationsräume, Publikumsstrukturen und Medienökonomien langfristig verändert haben.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Wie beeinflusst Medienpolitik die Möglichkeiten des Empowerments?
- Welche Herausforderungen und Chancen ergeben sich durch Plattformregulierung für die Kommunikationssouveränität?
- Inwiefern tragen öffentliche Medien zum gesellschaftlichen Empowerment bei und welche alternativen oder komplementären Modelle braucht es in der digitalen Medienumgebung?
- Welche Strategien der Medienförderung sind notwendig, um Vielfalt und Unabhängigkeit in der digitalen Ära zu sichern?
- Wie können historische Perspektiven dazu beitragen, gegenwärtige Herausforderungen der Medienpolitik besser zu verstehen?

5. Politische Kommunikation

Politische Kommunikation spielt eine zentrale Rolle für das Empowerment der Öffentlichkeit, sich aktiv an demokratischen Prozessen zu beteiligen. In einer Zeit, in der algorithmische Medienumgebungen, Desinformation und Fehlinformation politische Debatten beeinflussen, sowie digitale Medien neue Formen der politischen Partizipation ermöglichen, ist es entscheidend, neue Strategien für eine faktenbasierte, partizipative und inklusive politische Kommunikation zu entwickeln.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Wie kann politische Mediennutzung als Mittel des Empowerments und für aktive demokratische Teilhabe genutzt werden?
- Wie können kommunikative Strategien Bürger:innen dabei unterstützen, informierte Entscheidungen zu treffen?
- Wie behindert politische Desinformation das Empowerment der Öffentlichkeit zur politischen Teilhabe?
- Inwiefern können digitale Plattformen zur politischen Mobilisierung und Partizipation genutzt werden?
- Welche Formate und Methoden der politischen Kommunikation haben sich für verschiedene Akteure wie Bürger:innen, Parteien, Behörden als besonders wirkungsvoll bzw. kontraproduktiv erwiesen und weshalb?

6. Publikums-, Rezeptions- und Wirkungsforschung

Die Art und Weise, wie Menschen Medien nutzen, Inhalte wahrnehmen und verarbeiten, spielt eine entscheidende Rolle für ihr Empowerment in einer zunehmend digitalisierten Welt. Medien können Selbstwirksamkeit stärken, gesellschaftliche Resilienz fördern und den kompetenten Umgang mit einer zunehmenden Informationsflut ermöglichen. Gleichzeitig ist es wichtig, die unterschiedlichen Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen zu verstehen und gezielt darauf einzugehen. Zudem spielen mediale Erfahrungsräume eine wichtige Rolle für Identitätsbildung und soziale Teilhabe, was ihre Bedeutung für das individuelle und kollektive Empowerment weiter unterstreicht.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Wie befähigen Medien ihr Publikum/ihre Zielgruppen, selbstbestimmt und reflektiert mit Informationen umzugehen?
- Wie setzen Mediennutzer:innen Ressourcen und Kompetenzen ein, um die wandelnde Medienlandschaft für ihre Zwecke zu nutzen?
- Was sind Medienwirkungen auf Emotionen, Wissen und Wohlbefinden auf der individuellen Ebene und wie wirken sie sich auf die gesellschaftliche Resilienz aus?
- Wie kann der Umgang mit Informationsüberlastung als essenzielle Kompetenz gefördert werden?
- Welche spezifischen Zielgruppen benötigen besondere Unterstützung ihrer Media Literacy und Medienperformanz und welche Strategien sind hier besonders wirksam?

7. Hochschullehre, Medienpädagogik und Mediensozialisation

Die Hochschullehre, Medienpädagogik und Mediensozialisation spielen eine zentrale Rolle für das Empowerment von Individuen und Gruppen zur kritischen und reflektierten Mediennutzung. In einer zunehmend digitalen Welt stellt sich die Frage, wie die Hochschullehre dazu beitragen kann, Menschen verschiedener Generationen mit den nötigen Kompetenzen auszustatten, um sich sicher und selbstbestimmt in komplexen Medienlandschaften zu bewegen.

Mögliche Themen und Fragestellungen:

- Wie kann kritisches Denken in Kommunikationsstudiengängen gefördert werden?
- Wie kann die digitale Resilienz gestärkt werden, um Menschen gegen Cybermobbing, Desinformation und toxische Inhalte widerstandsfähiger zu machen?
- Wie kann Medienbildung als Werkzeug gegen Desinformation und Fehlinformation eingesetzt werden?
- Welche zentralen Medienkompetenzen sind über Generationen hinweg erforderlich?
- Welche Medienkompetenzen kommen neu hinzu, welche treten in den Hintergrund?

8. Offenes Panel

Beiträge über aktuelle Forschung ohne thematischen Bezug zum oben genannten Thema.

Formate der Einreichung

Format	Umfang	Beschreibung
Individuelle Einreichung	Extended Abstract (2'000–4'000 Zeichen inkl. Leerzeichen)	15-minütiger Vortrag zu einem spezifischen Thema der Tagung oder für das offene Panel. Bitte zusätzlich eine Kurzzusammenfassung (500–1'000 Zeichen) für das Tagungsprogramm einreichen.
Panel-Einreichung	Panel-Beschreibung (1'000 Zeichen) + 4–5 Einzelbeiträge (je 2'000–4'000 Zeichen)	90-minütiges Panel mit mehreren thematisch verbundenen Beiträgen. Bitte ein separates Deckblatt mit Autor:inneninformationen beifügen.
Workshop „Science meets Practice“	Workshop-Beschreibung (1'000 Zeichen) + Einzelbeiträge (je 500–1'000 Zeichen)	45–90-minütiger interaktiver Workshop, in dem Wissenschaft und Praxis zusammenkommen. Bitte Moderator:in und beteiligte Referierende angeben.
Reichen Sie den Beitrag über die Easychair-Plattform ein, der Link wird ab Anfang September auf der Website SGKM-Konferenz 2026 ZHAW Angewandte Linguistik verfügbar sein.		

Individuelle Einreichung

Für eine individuelle Einreichung verfassen Sie bitte ein Extended Abstract (Umfang: 2'000–4'000 Zeichen inkl. Leerzeichen) zu einem 15-minütigen Vortrag. Geben Sie an, auf welches Themengebiet der Beitrag besonders stark Bezug nehmen will. Bitte reichen Sie zusätzlich eine Kurzzusammenfassung Ihres Beitrags (Umfang: 500–1'000 Zeichen) für das Tagungsprogramm ein.

Panel, Fachgruppensession

Das Vorgehen bei der Eingabe eines Panels oder einer Fachgruppensession ist identisch: Bitte verfassen Sie einen Panel-Vorschlag mit 4 bis 5 Einzelbeiträgen für ein 90-minütiges Panel. Die Einzelbeiträge sollen sich auf ein gemeinsames Panel-Thema beziehen. Die Beschreibung des Panels sollte 1'000 Zeichen nicht überschreiten, für jeden Einzelbeitrag werden nochmals Beschreibungen mit einem Umfang von 2'000–4'000 Zeichen benötigt. Bitte füllen Sie pro Panel ein separates Deckblatt mit allen Autor:inneninformationen aus, um die Anonymität im Begutachtungsprozess zu gewährleisten.

Beurteilungskriterien für das Review-Verfahren

Die Einreichungen für individuelle Beiträge, Panels und Fachgruppensessions werden von mindestens zwei Gutachterinnen oder Gutachtern anonym evaluiert (Peer Review). Alle Kontaktdaten müssen daher zwingend separat auf einem Deckblatt angegeben werden. Ebenso ist zu vermeiden, dass im Kurzpapier Hinweise zu finden sind, welche Rückschlüsse auf die Autorenschaft zulassen.

Es gelten folgende Beurteilungskriterien: 1) Relevanz des Themas, 2) Nähe zum Tagungsthema, 3) Theoretische Fundierung, 4) Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise, 5) Klarheit der Argumentation und 6) Originalität.

Für Panels: 7) Bezug der Einzelbeiträge auf ein gemeinsames Thema.

Workshops «Science meets Practice»

Dieses Format soll einen Raum schaffen, in dessen Rahmen der direkte Austausch zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaftler:innen und Medienpraktiker:innen (z.B. Journalist:innen, PR-Schaffende, Sprecher:innen, Blogger:innen, Medienmanager:innen) realisiert werden soll.

Wenn Sie einen Workshop einreichen möchten, verfassen Sie bitte einen Vorschlag, der Einzelbeiträge von 3 bis 5 Personen für ein Panel (45-90 Minuten) umfasst. Das Workshop-Thema soll in einem Abstract (1'000 -2'000 Zeichen) skizziert werden, in dem auch diejenigen Fragen festgehalten sind, welche im Rahmen des Workshops von allen Beteiligten angesprochen werden sollen. Für jeden Einzelbeitrag werden eine Kurzzusammenfassung im Umfang von 500-1'000 Zeichen und Angaben zu den Partizipierenden aus Wissenschaft und der Medienpraxis benötigt. Die Auswahl der eingereichten Workshops erfolgt nach einem leicht angepassten Verfahren. Die eingereichten Vorschläge werden mit Hilfe einer modifizierten Kriterienliste beurteilt:

1) Relevanz des Themas, 2) Nähe zum Tagungsthema, 3) Klare thematische Verbindung zwischen den Beiträgen aus der Praxis und der Kommunikations- und Medienwissenschaft.

SGKM PhD-Workshop

Im Vorfeld der Jahreskonferenz der SGKM wird ein PhD-Workshop durchgeführt. Dieser Workshop richtet sich an Doktorierende, die ihre Dissertation im Bereich Kommunikations- und Medienwissenschaft schreiben und Mitglieder der SGKM sind. Er findet als Vorkonferenz am Mittwoch, 22. April 2026, von 13-17 Uhr statt.

Doktorandinnen und Doktoranden, die sich anmelden und in einem von der Jahrestagung unabhängigen Verfahren ausgewählt werden, können ihre Dissertationsideen oder Teile ihrer Dissertation vorstellen und erhalten Feedback von Gleichgesinnten und erfahrenen Forscher:innen. Weitere Informationen finden Sie im Call zur Einreichung. Der Workshop wird von den Mittelbau-VertreterInnen Michelle Möri und Jérôme Chariatte organisiert. Informationen zum PhD-Workshop und der Anmeldung dafür finden sich auf der Konferenzwebseite.

Wichtige Termine

Aktivität	Datum
Einreichung auf Easychair-Plattform ab	Anfang September 2025
Abgabefrist für Einreichungen	Montag, 24. November 2025
Bekanntgabe der Review-Ergebnisse	Anfang Februar 2026
Publikation des Tagungsprogramms	Anfang Februar 2026
Anmeldebeginn	Anfang Februar 2026
Anmeldeschluss für Vortragende	Montag, 23. März 2026
Anmeldeschluss für Teilnehmerliste / Tageskasse	Donnerstag, 9. April / flexibel
Get-together/PhD Workshop (separater CfP)	Am Abend des 22. April 2026
Durchführung der Tagung	22. - 24. April 2026



SGKM
SSCM
SACM



Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Société suisse des sciences de la communication et des médias
Società svizzera di scienze della comunicazione e dei media
Swiss Association of Communication and Media Research

Kontakt

Organisationskomitee:	Dr. Colette Schneider Stingelin, Dr. Carmen Koch, Katharina Krämer MSc., Angelica Hüsler MSc., Prof. Dr. Nicole Rosenberger
E-Mail:	sgkm2026.linguistik@zhaw.ch
Website:	SGKM-Konferenz 2026 ZHAW Angewandte Linguistik
Social Media:	https://www.linkedin.com/showcase/zhaw-organisationskommunikation-management/

Für Rückfragen stehen wir unter dem E-Mail «sgkm2026.linguistik@zhaw.ch» sehr gerne zur Verfügung.

Wir freuen uns auf Ihre Beiträge und spannende Diskussionen auf der SGKM-Jahrestagung 2026 in Winterthur!