

Call for Papers

## **Petabytes of Pop. Social-Media-Kommentare über Popmusik in der Analyse**

### **16. Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien**

26.-27.03.2026

Zentrum für Digitalisierung und Digitalität (ZDD), Hochschule Düsseldorf

Veranstaltende: Mario Anastasiadis, Charis Goer, Fernand Hörner (AG Populärkultur und Medien)

Auf Social-Network-Plattformen wie YouTube, Instagram und Co. werden von Millionen User\*innen täglich riesige Datenmengen, auch an User\*innen-Kommentaren, erzeugt: Petabytes of Pop. Die 16. Jahrestagung der AG Populärkultur und Medien widmet sich der Frage, wie dieser Datenschatz in Bezug auf Popmusikrezeption gehoben werden kann. Denn Popmusik ist ein Seismograf für gesellschaftliche Entwicklungen und eine zentrale Instanz für die Ausprägung und Verhandlung von (individuellen und kollektiven) Identitäten und weltanschaulichen Positionen.

In unserer Jahrestagung bieten wir Raum für experimentelle und explorative Ansätze und möchten den Fokus eher auf die Diskussion neuer Methoden als auf konkrete Ergebnisse legen. Dabei können qualitative und quantitative Verfahren zur Erschließung von Social-Media-Kommentaren zu Popmusik eine Rolle spielen, von z.B. Diskurs- oder Inhaltsanalysen (Hörner 2024) bis hin zu automatisierten Verfahren, z.B. Sentiment Analysis, Webscraping (Rawlings/Childress 2023), Mustererkennung etc. Es können Fragen der Medienrezeption und -wirkung (Distinktion, Mood Management, Affekte, parasoziale Interaktion...) oder der Interaktions- und Kommunikationsforschung im Vordergrund stehen.

Auch die zugrundeliegenden Hypothesen können weit gestreut sein: Bewegen wir uns in Filterbubbles, Echokammern und suchen Identifikationsräume mit Gleichgesinnten, wie es nicht nur die Wissenschaft (Péquignot 2021), sondern auch der gesellschaftliche Diskurs vermutet? Oder suchen wir in einer polarisierten populären Kultur (Rawlings/Childress 2023) gezielt nach Triggerpunkten und Konfliktarenen (Mau/Lux/Westheuser 2023)? Sind Userkommentare Bestandteil eines interaktiven digitalen Selbstbildes (Georges 2010) oder eher Ausdruck eines postsozialen Zustands, in dem Grundlagen menschlicher Beziehungen irrelevant werden (Knorr Cetina 2007)? Wie lassen sich Menschen von Bots unterscheiden, wie Trolling von Meinungsbildung? Interpretieren und decodieren User\*innen die Semantik und Ästhetik der Musik(-videos) gemeinsam oder reden sie nur von sich selbst? Welche Distinktionslogiken lassen sich in den Kommentaren erkennen? Welche forschungsethischen Herausforderungen impliziert die Datensammlung? Und schließlich, wie kann die Datensammlung plattformspezifisch vorgehen und welche digitalen Tools eignen sich für die Analyse?

Willkommen sind Einreichungen für (1) Einzelpräsentationen, (2) Gruppenpräsentationen (3) thematische Panels, (4) Poster sowie (5) freie Formate

- (1) Einzelpräsentationen: Vorträge von 30 Minuten zzgl. Diskussion; Einreichungen umfassen ein Abstract mit max. 300 Wörtern (inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln) sowie eine Kurzbiografie
- (2) Gruppenpräsentationen: Gemeinsamer Vortrag von 45 Minuten zzgl. Diskussion; Einreichungen umfassen ein Abstract mit max. 300 Wörtern (inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln) sowie Kurzbiografien
- (3) Thematische Panels: Vorschläge für thematische Panels umfassen drei bis vier Einzelvorträge (pro Einzelvortrag ein Abstract mit max. 300 Wörtern inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln), einen Rahmentext mit max. 300 Wörtern (inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln), einen Vorschlag für die Panel-Moderation sowie Kurzbiografien
- (4) Poster: Einreichungen für die Poster-Session umfassen ein Abstract mit max. 300 Wörtern (inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln) sowie eine Kurzbiografie
- (5) Freie Formate: Einreichungen für freie Formate (z.B. Gespräche, Lesungen, Performances, filmische oder musikalische Beiträge) umfassen ein Abstract mit max. 300 Wörtern (inkl. Bibliografie mit max. fünf Titeln) sowie eine Kurzbiografie

Einreichende müssen nicht Mitglied der AG Populärkultur und Medien oder der Gesellschaft für Medienwissenschaft sein. Externe Beiträge sind ausdrücklich willkommen.

Die Beiträge können in deutscher oder englischer Sprache sein.

Deadline für alle Einreichungen: 30.01.2026

Einreichungen und Rückfragen bitte per E-Mail an: [agpopundmedien@gmail.com](mailto:agpopundmedien@gmail.com)

## Literatur

Georges, Fanny (2010): *Identités virtuelles. Les profils utilisateur du web 2.0: Questions théoriques*. Online verfügbar unter <https://shs.hal.science/halshs-00948281>.

Hörner, Fernand (2024): Inhaltsanalyse von Musikvideorezeptionen. Eine Exploration von YouTube-Kommentaren. In: *Studies in Social Sciences and Culture* 12. Online verfügbar unter <https://doi.org/10.20385/opus4-4326>.

Knorr Cetina, Karin (2007): Umrisse einer Soziologie des Postsozialen. In: Hanno Pahl (Hg.): *Kognitiver Kapitalismus. Soziologische Beiträge zur Theorie der Wissensökonomie*. Marburg: Metropolis-Verl., S. 25–39.

Mau, Steffen; Lux, Thomas; Westheuser, Linus (2023): *Triggerpunkte. Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft*. Berlin: Suhrkamp.

Péquignot, Julien (2021): Sociosémiose de la culture populaire audiovisuelle. In: *belphegor* (19-1). DOI: 10.4000/belphegor.3830.

Rawlings, Craig M.; Childress, Clayton (2023): The Polarization of Popular Culture: Tracing the Size, Shape, and Depth of the “Oil Spill”. In: *Social Forces* 102 (4), S. 1582–1607. DOI: 10.1093/sf/soad150.