

Appel à communications

Congrès annuel de la Société suisse des sciences de la communication et des médias (SSCM)

à la Haute école de Lucerne, les 20 et 21 avril 2023

What Do We Pay Attention To?

Les innovations numériques en compétition pour attirer l'attention

L'attention n'est pas tout, mais sans attention, tout ne vaut rien – du moins en société. La plupart du temps, l'attention est considérée comme rare et précieuse, mais elle peut parfois être indésirable, gênante ou même dangereuse. Les médias dirigeaient déjà les flux d'attention à l'époque pré-numérique, mais avec la numérisation, les règles du jeu et les stratégies de la concurrence pour l'attention changent en permanence et à une vitesse fulgurante. Les gagnants d'hier peuvent être les perdants de demain. Le congrès annuel 2023 de la SSCM sera consacré à la question suivante: «What do we pay attention to?»

Trois remarques sur cette question. Premièrement, la question est volontairement posée en anglais, car contrairement à l'expression française «faire attention», l'expression anglaise «to pay attention» renvoie au caractère économique de l'attention. L'attention est une ressource rare qui doit être investie de manière réfléchie. Deuxièmement, la question du «what» (au lieu du «whom») met en évidence le fait que de plus en plus de communications sont générées uniquement par ordinateur ou par une IA – parfois sans que nous nous en rendions compte. Cette évolution confère une nouvelle pertinence à la recherche sur l'attention. Troisièmement, le «we» ne se réfère pas seulement aux destinataires, mais aussi à nous, les communicateurs. Distribuons-nous correctement notre attention?

Dans ce contexte, le terme d'innovation numérique est assez large. Tout d'abord, l'innovation numérique peut faire penser aux tendances informatiques actuelles, qui non seulement attirent l'attention du public, mais détournent également les flux d'attention. Les mots-clés associés sont: intelligence artificielle, apprentissage automatique, traitement du langage naturel, logiciels IoT, augmented reality, virtual reality (metaverse), technologie des ledgers distribués et blockchain. Mais de nombreuses pratiques médiatiques, des vidéos TikTok au slow journalisme, peuvent également être considérées comme des innovations numériques. Toutes les innovations numériques ont en commun le fait qu'elles créent de nouveaux gagnants et de nouveaux perdants dans la course à l'attention.

Même si le lien avec l'appel à communications n'est pas obligatoire pour les soumissions au congrès, la question centrale «What do we pay attention to?» peut servir de parenthèse pour créer des dialogues au sein des multiples sciences de la communication et des médias. En regardant les groupes de questions, il est possible de formuler de nombreuses questions de suivi, comme par exemple:

- *Recherche sur le journalisme:* comment le journalisme peut-il continuer à bénéficier d'une attention suffisante à l'avenir? Comment les innovations numériques modifient-elles la profession? Comment les innovations numériques sont-elles médiatisées?
- *Pédagogie et socialisation des médias:* à quoi les gens, et notamment les adolescents, consacrent-ils leur attention? Comment gèrent-ils les innovations (p. ex. les deepfakes, les bots intelligents, les contenus générés par une IA)?

- *Politique des médias, structures des médias et histoire des médias:* comment la politique des médias peut-elle et doit-elle réguler l'innovation numérique dans la concurrence de l'attention afin de garantir la formation démocratique de l'opinion? Comment les innovations numériques doivent-elles être classées dans l'histoire des médias?
- *Méthodes:* comment étudier l'innovation numérique? L'innovation numérique peut-elle être utilisée pour l'analyse de contenu? Comment les logiciels IoT peuvent-ils être utilisés de manière méthodique?
- *Communication organisationnelle:* comment les innovations numériques sont-elles utilisées dans la communication organisationnelle? Comment le travail médiatique est-il modifié par les innovations numériques, comme les textes et les dialogues générés par IA?
- *Recherche sur le public, la réception et l'impact:* comment les récepteurs réagissent-ils aux innovations numériques? À quoi consacrent-ils leur attention? Et avec quels effets?
- *Formation de la théorie et approches théoriques:* comment fonder la concurrence d'attention modifiée sur la théorie sociale? Comment l'objet des sciences de la communication change-t-il? Comment les contenus générés par IA et d'autres innovations modifient-ils notre compréhension de la théorie de l'action, des acteurs ou des systèmes? Quelles approches des sciences de la communication doivent être repensées?
- *Panel ouvert:* contributions sur la recherche actuelle sans lien thématique avec le sujet susmentionné.

Outre les soumissions individuelles, les panels et les sessions de groupes d'experts sont les bienvenus. Il est également possible de soumettre des ateliers «Science meets Practice». Le congrès s'adresse à un public spécialisé national et international. Les soumissions et les présentations peuvent être faites en allemand, français, italien ou anglais. La visualisation lors du congrès (PowerPoint ou autre) doit être conçue dans une autre langue que les présentations orales, afin que les personnes parlant une autre langue puissent suivre. Il n'est pas nécessaire d'être membre de la SSCM pour pouvoir soumettre une contribution et y participer.

Il existe trois formats pour la soumission des contributions:

Soumission individuelle	Panel, sessions de groupes d'experts	Ateliers «Science meets Practice» (la science rencontre la pratique)
<p>Extended Abstract (2000-4000 signes, espaces compris, bibliographie non comprise).</p> <p>Résumé (500-1000 caractères).</p> <p>Mention des domaines thématiques appropriés dans l'appel ou le panel ouvert (recherche actuelle)</p>	<p>Description du panel (1000 caractères)</p> <p>4-5 contributions individuelles (2000-4000 signes chacune) sur un thème commun.</p> <p>Page de couverture séparée par panel avec informations sur l'auteur(e).</p>	<p>Résumé du thème de l'atelier (1000-2000 signes).</p> <p>Résumé des contributions individuelles (500-1000 caractères chacune).</p> <p>Informations sur les intervenants issus de la science et de la pratique des médias et du design.</p> <p>Indiquer un(e) modérateur(trice) pour la discussion pendant l'atelier.</p>
<p>Exposé de 15 minutes (si accepté)</p>	<p>Panel de 90 minutes (si accepté)</p>	<p>Atelier de 45 à 90 minutes (si accepté)</p>
<p>Envoi de la contribution via le lien de soumission: www.hslu.ch/sgkm2023</p>		

Date limite de dépôt des candidatures: 20 novembre 2022

Information sur les résultats de la sélection: 31 janvier 2023

Individual submission

For individual submissions, we kindly ask that you write an extended abstract (length: 2,000-4,000 characters incl. spaces) about a 15-minute presentation. Indicate the subject area to which the contribution intends to make particularly strong reference. Please also submit a short abstract of your contribution (length: 500-1,000 characters) for the conference programme.

Panel, specialist group session

The process for submitting a panel or specialist group session is identical: please write a panel proposal with four to five individual contributions for a 90-minute panel. The individual contributions should relate to a common panel topic. The description of the panel should not exceed 1,000 characters. Descriptions of 2,000-4,000 characters in length are also required for each individual contribution. Please complete a separate cover sheet for each panel containing all author details (a template is available on the conference website) to guarantee anonymity during the assessment process.

Assessment criteria for the review process

Submissions for individual contributions, panels and specialist group sessions will be evaluated anonymously by at least two experts (peer review). All contact details must therefore be provided separately on a cover sheet. The provision of information which could allow conclusions to be drawn about the authors should also be avoided in the short extract.

The following assessment criteria apply: 1) Relevance of the topic, 2) reference to the conference topic, 3) theoretical foundation, 4) appropriateness of method/approach, 5) clarity of argumentation and 6) originality.

For panels: 7) Reference of individual contributions to a common topic.

Workshops «Science meets Practice»

This workshop format should create a space within which direct exchanges can take place between communication and media researchers and media practitioners (e.g., journalists, PR professionals, spokespersons, bloggers, media managers).

If you would like to submit a workshop, please write a proposal that includes individual contributions from three to five people for a panel (45-90 minutes). The workshop topic should be outlined in an abstract (1,000-2,000 characters) that also includes those questions that are to be addressed by all participants as part of the workshop. For each individual contribution, a short abstract containing 500 to 1,000 characters and details of the participants from the worlds of science and media practice are required.

The submitted workshops will be selected according to a slightly adjusted procedure. The submitted proposals will be assessed with the help of a modified criteria list:

1) Relevance of the topic, 2) reference to the conference topic, 3) clear thematic link between the contributions from the field of media practice and communication and media research.

The workshop proposals will not be subjected to an anonymised peer review process and instead will be assessed by an organising committee. The workshop proposal should include the names of all contributors from the fields of science and media practice, including some keywords on their professional background. A presenter should also be specified for the discussion during the workshop.

The conference organising committee will, where necessary, also initiate its own workshops and contact the appropriate individuals for this purpose in a targeted manner. All contributions should be submitted via the submission link www.hslu.ch/sgkm2023

Best Paper Award funded by the Ulrich Saxer Foundation at the SACM Annual Conference 2023

The aim of the prize is to promote the academic mid-level («Mittelbau») in communication and media research. The prize is awarded for a paper of outstanding quality ("Best Paper Award") that is submitted and presented at the SACM annual conference. A prerequisite for participation in the procedure is that the conference paper is submitted by a representative of the academic mid-level in first authorship. Professors may be co-authors of the paper (for further information see the regulations).

The formal criteria for participation are (translated extract from the regulations in German language):

- Candidates must present a paper of outstanding quality at the SACM annual conference.
- Candidates must belong to the academic mid-level. Persons who only hold a temporary professorship also belong to the mid-level.
- The prize can be awarded to an individual researcher as well as to a collective of researchers.
- All individual and collective contributions to the SACM annual conference, in which a representative of the academic mid-level is first author are automatically candidates for the selection procedure.
- The prize (including prize money) is awarded to the representatives of the academic mid-level. Professors who are involved in the submission of an excellent contribution are excluded from the prize money and are not allowed to mention the prize in their CV.

The complete regulations can be found on the SACM website under the menu item "Grants & Funding".

Important information

Activity	Date
Submission deadline:	20 November 2022
Information regarding review results:	31 January 2022
Publication of the conference programme:	17 February 2023
Online registration deadline:	6 April 2023
Get-together:	Evening of the 19 April 2023 with drinks reception
Annual conference:	20/21 April 2023

Contact

Organising committee	Philipp Bachmann, Richard Moist, Olivia Rutishauser, Sonja Wüest
E-Mail:	sgkm2023@hslu.ch
Website:	www.hslu.ch/sgkm2023
Twitter:	@SACM2023: Up-to-date information on the conference #SACM2023: Hashtag for the conference