

## Call for Papers

zur Tagung der DGPuK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation

in Kooperation mit dem DFG-Schwerpunktprogramm 1505 „Mediatisierte Welten“

21. – 23. November 2013

an der Universität Bremen



### «Visualisierung und Mediatisierung»

Unser Alltag und unsere Alltagserfahrung sind untrennbar mit medialen Inhalten und medialen Technologien verbunden. Bei dieser medialen Durchdringung des Alltags spielen Medienbilder eine zentrale Rolle.

Die zunehmende *Bildquantität* in traditionellen Medien ist ein Aspekt dieser visuellen Mediatisierung. Aber auch in der alltäglichen, oft medial vermittelten Kommunikation, wie etwa in sozialen Netzwerken, nimmt die Bildmenge zu, weswegen häufig von einer „Bilderflut“ oder dem „visuellen Zeitalter“ gesprochen wird. Auch auf der Ebene der *Qualitäten von Bildern* zeigen sich Veränderungen: so entstehen beispielsweise neue Typen von Bildern (z.B. Übergang vom analogen zum digitalen Bild, machine made images, wissenschaftliche Bilder, dreidimensionales Kino und Fernsehen, computergenerierte Bilder) mit neuen, spezifischen Charakteristika. Zugleich rücken neue Bildarten in den Fokus der Visuellen Kommunikationsforschung: Bilder, die nicht den typischerweise betrachteten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kontexten entstammen, wie sie oft unter dem Stichwort „öffentliche Kommunikation“ zusammengefasst werden, sondern auch Bilder, die dem Feld der „alltäglichen“, zunehmend mediatisiert ablaufenden Kommunikation zuzuordnen sind. Schließlich verändert sich auch die Art und Weise, *wie wir mit Bildern umgehen* und mit ihnen bzw. über sie kommunizieren. Während Fotografien im „analogen Zeitalter“ etwa hauptsächlich zum Festhalten besonderer Ereignisse für Erinnerungszwecke dienten, werden sie heute ganz selbstverständlich in alltägliche Kommunikationsprozesse eingebunden. Immer mehr persönliche Zeit wird für die Nutzung mittlerweile stark vereinfachter und verbilligter technischer Geräte zur Bildproduktion und -rezeption und für die Kommunikation mit Bildern aufgewandt.

Zusammengefasst stellt die zunehmende Visualisierung medialer und sozialer Umgebungen einen integralen Teilaspekt des Mediatisierungsprozesses dar. Dabei sind visuelle Kommunikationspraktiken wichtige Alltagspraktiken in mediatisierten Gesellschaften. Dennoch hat sich die Visuelle Kommunikationsforschung bisher hauptsächlich mit der Selektion von massenmedialen Bildern und/oder deren Inhalten und Bedeutungspotentialen beschäftigt. Es standen also vorwiegend die sich in Form von Medienbildern manifestierenden „Resultate professionellen Bildhandelns“ (etwa journalistische Bilder oder Werbebilder) sowie deren Wirkungen im Fokus. Die mit dem *Bildhandeln* verbundenen *aktiven Prozesse* – hier im weitesten Sinne verstanden als *Praktiken der Bildproduktion, der Kommunikation mittels Bildern, der Bildrezeption sowie der Bildaneignung* – blieben dagegen weitestgehend unbeachtet.

Gerade in den letzten Jahren lässt sich allerdings ein beginnender Forschungstrend hin zur Auseinandersetzung mit Prozessen und Bedeutungen des Bildhandelns feststellen. In den Blick rückten dabei vor allem bildliche Praktiken von Jugendlichen im Kontext von sozialen Netzwerken (vgl. aktuell Autenrieth/Neumann-Braun 2011; Neumann-Braun/Autenrieth 2011; Richard et al. 2010; Meier 2009; Reissmann 2012). In der englischsprachigen Literatur finden sich zunehmend Beiträge, die sich mit Praktiken des „Photosharing“, den Bildern der „Consumer Photography“ oder der „Personal Photography“ beschäftigen. Die Analyse der verschiedensten Formen des Bildhandelns stellt jedoch nach wie vor eine Herausforderung der Visuellen Kommunikationsforschung dar. Dies umfasst auch die Erforschung des Zusammenhangs von (manifesten) Medienbildern und den mit ihnen verbundenen Denkbildern (wie etwa mentalen Bildern, Vorbildern, visuellen Ideen und Konzepten).

Vor diesem Hintergrund setzt sich die diesjährige Tagung der Fachgruppe Visuelle Kommunikation mit dem Themenfeld *Visualisierung und Mediatisierung* auseinander und bietet ein Forum zur Präsentation und Diskussion aktueller Forschungen zu bildbezogener Kommunikation und zu professionellem und alltäglichem bildbezogenem Handeln. Nicht zuletzt soll ausgelotet werden, welche theoretischen, methodischen und empirischen Herausforderungen hier bestehen.

Im Folgenden finden Sie einige exemplarische Fragenstellungen und Themenbereiche, die im Rahmen der DGPuK-Fachtagung aus vielfältigen Perspektiven der Visuellen Kommunikationsforschung aufgegriffen und diskutiert werden können. Aber auch Beiträge, die sich mit weiteren Fragestellungen im Sinne des Tagungsthemas befassen, sind herzlich willkommen.

### **(1) Bildhandeln, bildbezogenes Handeln, bildbasierte Kommunikationspraktiken: Analyse von visuellen Produktions-, Kommunikations-, Rezeptions- und Aneignungsprozessen**

Von großem Interesse für die Tagung ist die Auseinandersetzung mit Prozessen der Produktion, der Kommunikation, Rezeption und Aneignung von Bildern. Aber auch Handeln das auf die Bildproduktion ausgerichtet ist, soll näher betrachtet werden. Prototypische Fragen in diesem Zusammenhang sind etwa: Gibt es spezifische Formen von Bild-Handlungen bzw. Bild-Interaktionen auf der Produktions-, Kommunikations-, Rezeptions- und/oder Aneignungsebene? Wenn ja, was kennzeichnet diese? Wie unterschieden sich alltägliche Bildhandlungen von jenen öffentlicher Kommunikation, welche Wechselwirkungen bestehen? Was bedeutet es für die gemeinsame Erinnerung, was für die Konstruktion von Familie, wenn Familienfotos nicht mehr in Alben gesammelt werden, sondern auf Social Network Sites oder auf Flickr? Wie setzen Jugendliche visuelle Praktiken für soziale Vergleichsprozesse, zur Aushandlung von Identitäten bzw. zur Auseinandersetzung mit Körperlichkeit ein? Welche Bilder werden geteilt (Photosharing)? Welche Bilder bleiben aus welchen Gründen privat? Welche sozialen Funktionen sind mit den unterschiedlichen Formen des Teilens von Bildern verbunden?

## **(2) Visualisierung und ihre Rahmenbedingungen: Entwicklung und Strukturen**

Wie hat sich der Stellenwert von Visualisierung in aktuellen Gesellschaften verändert? Woran lassen sich diese Veränderungen erkennen? Welche neuen Bild-Technologien, welche gesellschaftlichen Entwicklungen und Rahmenbedingungen sind für die Analyse aktueller Fragestellungen der Produktion, Rezeption und Aneignung von Bildern besonders relevant? Wie wandelt sich mit diesen Veränderungen auch der Umgang mit Bildern in sozialen Interaktionen? Was erfahren wir bei der Analyse von Visualität über unsere Gesellschaft und ihre (historische) Entwicklung?

## **(3) Theorien und Konzepte**

Welche Formen von bildbasierter bzw. bildbezogener Kommunikation lassen sich unterscheiden? Was ist eigentlich eine (visuelle) kommunikative „Praktik“, und wie lässt sich dieser Begriff theoretisch fassen? Wie könnte eine Typologie bildbezogener Kommunikationspraktiken aussehen? Wie verändert sich die Bedeutung von Bildern mit sich verändernden Praktiken visueller Kommunikation? Welche kommunikations- und medienwissenschaftlichen Theorien lassen sich für bildbezogene Kommunikationspraktiken nutzbar machen und aktualisieren?

## **(4) Methoden zur Analyse von bildbezogenem, kommunikativen Handeln**

Besonders berücksichtigt werden sollen auch Beiträge, die sich aus methodischer Perspektive der Analyse von Bildpraktiken und bildbezogenem Handeln widmen; gerade die Analyse von Bildhandeln als Prozess (an Stelle von visuellen materiellen Objekten) stellt eine besondere Herausforderung dar (vgl. Luckmann 2006). Doch wie lässt sich Bildhandeln methodisch erfassen? Mit welchen etablierten Methodensettings (z.B. Beobachtungsverfahren, Befragungen, Experimentaldesigns) lassen sich bildbezogene Produktions-, Kommunikations-, Rezeptions- und Aneignungsprozesse adäquat kurz- mittel- und langfristig analysieren? Inwiefern müssen etablierte Methoden adaptiert werden, um der Dynamik von bildbezogenen Prozessen gerecht zu werden? Welche innovativen methodischen Zugänge scheinen für die Analyse besonders vielversprechend? Wie lassen sich die Interaktionen aus visuellen und verbalen Praktiken methodisch fassen? Wo liegen methodische Herausforderungen, die es noch zu bewältigen gibt?

## **Formalia**

Einreichungen und Vorträge sind auch in englischer Sprache möglich. Bitte senden Sie Ihre Vorschläge für Vorträge (Dauer des Vortrags: 20 Minuten) in Form eines „Extended Abstracts“ (2-3 Seiten, maximal 5.400 Zeichen inkl. Literaturangaben) als pdf-Dokument bis zum **3. Juni 2013** via E-Mail an die beiden folgenden Empfänger:

Dr. Stephanie Geise  
(Sprecherin der FG Visuelle Kommunikation)  
Universität Erfurt  
[stephanie.geise@uni-erfurt.de](mailto:stephanie.geise@uni-erfurt.de)

Dr. Katharina Lobinger  
(stellv. Sprecherin der FG Visuelle  
Kommunikation, Tagungsorganisation)  
Universität Bremen  
[katharina.lobinger@uni-bremen.de](mailto:katharina.lobinger@uni-bremen.de)

## **Reviewprozess**

Die Vorschläge werden in einem anonymisierten Review-Verfahren begutachtet. Deshalb bitten wir darum, die Abstracts um ein gesondertes Deckblatt (eigenes Dokument) zu ergänzen, das die Informationen 1) Beitragstitel sowie 2) Name und Kontaktdaten der Einreichenden enthält. Bitte

denken Sie auch daran, die Abstract-Datei zu anonymisieren. Im Review-Prozess werden die Einreichungen nach folgenden fünf Kriterien beurteilt: 1) Beitrag zum Tagungsthema, 2) Plausibilität der theoretischen Fundierung, 3) Angemessenheit der Methode bzw. der Vorgehensweise, 4) Klarheit und Prägnanz der Darstellung sowie 5) Beitrag zum Forschungsfeld (Relevanz & Originalität).

### **Nachwuchsförderung – Best Paper Award**

Der FG Visuelle Kommunikation ist die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses ein besonderes Anliegen. Ausdrücklich möchten wir daher auch Nachwuchswissenschaftler/innen zur Einreichung ihrer Beiträge im Themenfeld motivieren. Um das besondere Engagement zu fördern, ist für herausragende Beiträge von Nachwuchswissenschaftler/innen ein Best-Paper-Award geplant. Nähere Infos zum aktuellen und zu vergangenen Best-Paper-Awards finden Sie unter <http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/visuelle-kommunikation/nachwuchsorganisation/>

### **Tagungsdaten**

Die Tagung wird am Donnerstag, den 21. November 2013, um ca. 19 Uhr mit einem Get-Together beginnen und am Samstag, den 23. November 2013, gegen 15 Uhr enden. Veranstaltungsort ist das Gästehaus am Teerhof, direkt an der Weser. (Teerhof 58, 28199 Bremen). Informationen zu Unterkünften und dem Rahmenprogramm werden rechtzeitig in einer Einladung zur Tagung bekannt gegeben.

Wir freuen uns auf Ihre Einreichung!