

„Bilder zeigen?“  
Herausforderungen und Bedingungen im Umgang mit Bildern in  
(kommunikations-)wissenschaftlichen Veröffentlichungspraktiken

Workshop als Pre-Conference zur Fachgruppentagung „Theorien der Visuellen Kommunikationsforschung“ der FG Visuelle Kommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

19. November 2015, 11.00 Uhr bis 16.30 Uhr, Erfurt

Organisation: Elke Grittmann, Leuphana Universität Lüneburg  
Katharina Lobinger, Universität Bremen

Die visuelle Mediatisierung ist nicht nur ein wichtiges Forschungsfeld der Visuellen Kommunikationsforschung; die Wissenschaft selbst ist vom Prozess der Visualisierung ebenso erfasst wie andere gesellschaftliche Bereiche. Bilder haben im gesamten Prozess wissenschaftlicher Wissensproduktion, von der Entwicklung von Theorien und Modellen, über den Forschungsprozess (Datenerhebung, Datenanalyse und -interpretation) und die Kommunikation bis hin zur Distribution und Veröffentlichung an Bedeutung gewonnen. Die zunehmende Visualisierung bzw. die zunehmende Rolle des Visuellen lässt sich nicht nur in den Naturwissenschaften, sondern auch in den Sozial- und Kulturwissenschaften beobachten. Dabei lassen sich zwei grundlegende Praktiken unterscheiden: Bilder sind zum einen *Objekt* theoretischer Reflexionen und empirischer Studien, zum anderen aber auch *visuelles Medium* der wissenschaftlichen Wissensproduktion und -kommunikation. Die Erforschung der Visualisierung naturwissenschaftlichen Wissens und der „Logik des Bildlichen“ (Heßler/Mersch 2009) hat sich im vergangenen Jahrzehnt zu einem außerordentlich produktiven Forschungsfeld entwickelt. Gerald Beck (2013) hat für die Soziologie bereits kritisiert, sie wende „ihren Analysefokus bisher nicht auf sich selbst und die eigenen Visualisierungen“.

Das gilt auch für die Kommunikationswissenschaft. Insbesondere die visuelle Kommunikation in der akademischen Öffentlichkeit der Kommunikationswissenschaft wird bislang nicht reflektiert. Wie in jeder Disziplin führen jedoch die fachspezifischen *Objekte* visueller Kommunikation (z.B. Pressefotografien), denen sich das Fach in Theorie und Empirie widmet, sowie die spezifische Erzeugung und Verwendung *visueller Medien* in der wissenschaftlichen Wissensproduktion und -kommunikation zu ganz spezifischen Herausforderungen in forschungspraktischer, ethischer und rechtlicher Hinsicht.

Gerade im Distributionsprozess wissenschaftlichen Wissens werfen die beiden oben genannten Bündel von Praktiken, die Kommunikation *über* Bilder und die Kommunikation *durch* Bilder, neue Fragen auf, die die Visuelle Kommunikationsforschung als Forschungsgebiet insbesondere sowie die Kommunikationswissenschaft insgesamt betreffen.

- Welche Bilder werden in (kommunikations-)wissenschaftlichen Veröffentlichungspraktiken zu welchen Zwecken verwendet? Auf welche Art und Weise werden diese Bilder eingesetzt bzw. wie sollten diese eingesetzt werden.
- Nach welchen Kriterien werden bzw. sollten Bilder nicht nur als Medium der Wissenspräsentation (wie zum Beispiel Visualisierungen quantitativer Daten oder theoretischer Modelle), sondern auch als Gegenstand (z.B. analysierte Werbebilder, Pressefotografien, Film Stills) bzw. als Instrument der Analyse (z.B. visuelles Stimulusmaterial in Experimenten, Befragungen) auch in wissenschaftlichen Publikationsmedien, wie beispielsweise Fachzeitschriften oder Büchern, gezeigt werden?
- Welche rechtlichen Regelungen gelten im wissenschaftlichen Kontext in Hinblick auf die spezifischen Visualisierungen und das visuelle Untersuchungsmaterial (z.B. fotojournalistische Arbeiten) in der Kommunikationswissenschaft?
- Welche Herausforderungen ergeben sich durch digitale Medien und digitale Bildpraktiken als Forschungsfeld (z.B. „found images“) und digitale Publikationspraktiken in der Wissenschaft (z.B. „open access“)?
- Welche ethischen Fragen werfen die Veröffentlichungspraktiken von Bildern auf?

Der Workshop „Bilder zeigen“ möchte diese Fragen, die sich durch die zunehmende Visualisierung in kommunikationswissenschaftlichen Veröffentlichungspraktiken aus forschungspraktischer, rechtlicher und ethischer Perspektive stellen, aufgreifen und mit Expert\*innen der Visuellen Kommunikationsforschung wie auch Vertreter\*innen der Institutionen wissenschaftlicher Öffentlichkeit, d.h. den Redaktionen und Verlagen der Fachzeitschriften und Buchpublikationen sowie der DGPK diskutieren.

*Nicola Mößner*, Fellow des Alfred Krupp Wissenschaftskollegs Greifswald, hält eine Keynote zum Thema „Vertrauenssache Bildhandlung? Überzeugungsgründe und Verantwortlichkeiten im piktorialen Erkenntnisprozess“. Anschließend widmen sich Panels und Podiumsdiskussionen mit Expert\*innen den forschungspraktischen, ethischen und rechtlichen Herausforderungen von Visualisierungen in wissenschaftlichen Publikationen.

Der Workshop findet am 19. November 2015 von 11.00 bis 16.30 Uhr statt.

Bitte melden Sie sich bis 9. November per e-Mail an [katharina.lobinger@uni-bremen.de](mailto:katharina.lobinger@uni-bremen.de) zur Tagung an. Die Teilnahmegebühr beträgt 25 Euro und inkludiert Unterlagen für den Workshop sowie Verpflegung in den Kaffeepausen.

#### Kontakt Organisation/Ansprechpartnerinnen:

Prof. Dr. Elke Grittmann  
Leuphana Universität Lüneburg  
ICAM  
Scharnhorststraße 1  
21335 Lüneburg

Tel: +49 4131 6771586  
[elke.grittmann@uni.leuphana.de](mailto:elke.grittmann@uni.leuphana.de)

Dr. Katharina Lobinger  
Universität Bremen, FB 9  
ZeMKI  
Linzer Str. 4  
28359 Bremen

Tel. +49 421-218-67633  
[katharina.lobinger@uni-bremen.de](mailto:katharina.lobinger@uni-bremen.de)