

## Call for Papers

Zum gemeinsamen Workshop der Fachgruppen  
Kommunikations- und Medienethik und Visuelle Kommunikation sowie  
des Netzwerks Medienethik 2006

### **Bildethik**

Termin: Do 23. - Fr 24. Februar 2006  
Ort: Hochschule für Philosophie München  
Aula der Hochschule für Philosophie, Kaulbachstr. 31,  
80539 München (U-Bahnstation „Universität“)

Die Kommunikations- und Medienethik hat sich bislang überwiegend mit textorientierten Medienprodukten bzw. mit dem Wortanteilen in audiovisuellen Medienangeboten beschäftigt. Der visuelle Aspekt wurde dabei eher selten berücksichtigt. Wenn bildliche Darstellungen ethischen Betrachtungen zugeführt wurden, so geschah dies mit den vorliegenden Erkenntnissen und Kategorien der Medienethik, die jedoch noch keine Differenzierungen für die bildliche Darstellung und Wahrnehmung hervorgebracht hat. Umgekehrt hat die noch junge visuelle Kommunikationsforschung sich noch kaum mit ethischen Fragen des Bildes auseinandergesetzt. Eine Begegnung beider Teildisziplinen ist also überfällig.

Ziel des Workshops ist, ethische und visuelle Fragestellungen zusammenzuführen und zu klären, inwiefern die visuelle Kommunikationsforschung die Kommunikations- und Medienethik bereichern kann und umgekehrt, wie ethische Fragestellungen und Herangehensweisen dazu beitragen können, bildethische Richtlinien zu entwickeln, etwa für den journalistischen Umgang mit der zunehmend visuell gestalteten Wirklichkeit. Dies soll auf theoretischer wie auf empirischer Ebene erfolgen. Die in Frage kommenden Gegenstandsbereiche können vielfältig sein, wobei der Schwerpunkt auf der Bilderverwendung im Journalismus liegen sollte.

---

Zu fragen ist danach, wie auf den Ebenen der Produktionsanalyse von Bildern, der dargestellten Motive und ihrer Bedeutungen sowie hinsichtlich der der Wirkungsforschung ethische Aspekte relevant werden.

Die Tagung soll Beiträge versammeln, die das Verhältnis von Bildern und Medienethik a) theoretisch bearbeiten und modellieren, die b) Methoden vorstellen und reflektieren, mit denen Bilder unter ethischen Aspekten analysiert werden können und die c) empirische Befunde zum Themenfeld Bildethik liefern.

Hierzu zählen beispielsweise Frage- und Problemstellungen:

- die sich mit Feldern der Bildverwendung, -bearbeitung und -manipulation beschäftigen;
- die Funktionen und Leistungen von Bildkommunikation analysieren;
- die spezifische Bildtypen und Darstellungsmuster erörtern und hierbei etwa typische ethische Problemlagen identifizieren;
- die das Wechselspiel von Bildinhalten und Bildwahrnehmung analysieren und problematisieren;
- die das Wechselspiel von Bild und Text berücksichtigen;
- die zeigen, welche Kriterien der Bildauswahl beim Nachrichtenjournalismus eingesetzt werden;
- die den Umgang mit dem Bild in unterschiedlichen Berichterstattungsfeldern (z.B. Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport, Lokales) und/oder unterschiedlichen Ländern komparativ analysieren etc.
- die die (z.B. vom Presserat) formulierten Regeln für Quellenangabe und Bildbearbeitung ethisch begründen.

Die Tagung soll dazu dienen, die kommunikationswissenschaftliche Vernachlässigung des Bildes im Journalismus unter medienethischen Gesichtspunkten etwas zu beheben und das Feld Bildethik angemessen analytisch zu beschreiben.

Papers in Form von extended abstracts im Umfang von 3 bis 4 Seiten, inklusive einer Bibliografie, die die verwendete Literatur dokumentiert sowie eines kurzen Lebenslaufes unter Angabe der aktuellen Anschrift werden erbeten bis zum:

**15. November 2005** in elektronischer Form an alle vier Fachgruppensprecher (s. E-Mail-Liste auf der nächsten Seite).

---

### **Fachgruppensprecher "Kommunikations- und Medienethik":**

Prof. Dr. Barbara Thomaß / Ruhr-Universität Bochum

Institut für Medienwissenschaft, Fakultät für Philologie, Gebäude GA 2/138

Ruhr-Universität Bochum, Universitätsstr. 150, 44780 Bochum

Tel.: +49(0)234-32-24761, Fax: +49(0)234-32-14241

E-mail: [Barbara.Thomass@ruhr-uni-bochum.de](mailto:Barbara.Thomass@ruhr-uni-bochum.de)

Dr. Christian Schicha, Am Botanischen Garten 8, 47058 Duisburg

Tel./Fax.: 0203/332153, E-Mail: [schicha@t-online.de](mailto:schicha@t-online.de)

### **Fachgruppensprecher "Visuelle Kommunikation":**

Prof. Dr. Marion G. Müller / International University Bremen (IUB)

School of Humanities and Social Sciences, Campus Ring 1, 28759 Bremen, Tel.:

0421-200.3463, E-mail: [m.mueller@iu-bremen.de](mailto:m.mueller@iu-bremen.de)

Dr. Thomas Petersen / Institut für Demoskopie Allensbach

78472 Allensbach, Tel.: +49 7533 8050, Fax: +49 7533 3048,

E-mail: [tpetersen@ifd-allensbach.de](mailto:tpetersen@ifd-allensbach.de)

Elektronische E-Mail-Liste zum Cut and Paste:

[Barbara.Thomass@rub.de](mailto:Barbara.Thomass@rub.de); [schicha@t-online.de](mailto:schicha@t-online.de) ; [m.mueller@iu-bremen.de](mailto:m.mueller@iu-bremen.de);

[t.petersen@ifd-allensbach.de](mailto:t.petersen@ifd-allensbach.de)

Für die Auswahl der Tagungsbeiträge gelten die in der DGPUK üblichen Kriterien:

1. Bezug zum Tagungsthema
2. Theoretische Fundierung
3. Relevanz der Fragestellung
4. Angemessenheit der Methode/Vorgehensweise
5. Klarheit und Prägnanz der Darstellung.

Eine Publikation der Tagungsbeiträge ist beabsichtigt.

---