

Visual Literacy – Bildkompetenzen in digitalen Medienwelten



Gemeinsame Jahrestagung der Fachgruppen Medienpädagogik und Visuelle Kommunikation der DGPuK in Kooperation mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

11. bis 13.10.2023

München

Mediale Kommunikation ist in hohem Maße Kommunikation mit und über Bilder. Das galt bereits für die medialen Gefüge des 20. Jahrhunderts, für rezeptive Medien wie Pressefotografie, Boulevardmagazine oder Comic ebenso wie für die Fotografiepraxis im privaten Raum. Mit dem Aufstieg sozialer Medien und digitaler Plattformen ist Bildkommunikation rezeptiv wie produktiv allerdings stärker als je zuvor vernetzt und tiefer denn je in das Alltagshandeln nahezu aller Bevölkerungsgruppen integriert.

Jede Zeit und Medien-Ära fordert je spezifische Wissensbestände, Fähigkeiten und Fertigkeiten des Kodierens und Dekodierens visuell vermittelter Botschaften, assoziativer Sinngehalte und Normen, des Handelns und Ausdrückens mit (bewegten) Bildern sowie der Reflexion auf Einbettungen und Gebrauchskontexte von Bildern. Medienpädagogik adressiert solche Fähigkeitsbündel traditionell als Teil integraler Konzepte wie Medienkompetenz oder Medienbildung (u. a. Hugger, 2021; Moser, Grell & Niesyto, 2011). Vor allem im englischsprachigen Raum ist eine kontinuierliche Debatte etabliert, was speziell „Visual Literacy“ bedeutet und erfordert (Elkins, 2007; Messaris & Moriarty, 2005; Brumberger, 2019). Auch deutschsprachige Pädagog*innen und Kommunikations- und Medienwissenschaftler*innen haben sich dem Thema in Wellen angenommen (z. B. Doelker, 2004; Müller, 2008). Eine Grundsatzfrage besteht darin, wie holistische Kompetenzansätze und „singuläre Literacies“ ineinandergreifen (Griffin, 2008; Hug, 2011). Solche Spannungen wiederholen sich derzeit in doppelter Weise mit Blick auf Fragen nach spezifischen Digitalkompetenzen (Eickelmann et al., 2019; Gapski, 2019; Pangrazio & Selwyn, 2019; Digitales Deutschland 2022) respektive spezifischen visuellen Kompetenzen für das Aufwachsen und Leben in und mit digitalen Medienumgebungen (z. B. Kramer et al., 2022).

Mit der Tagung *Visual Literacy – Bildkompetenzen in digitalen Medienwelten* bieten die DGPuK-Fachgruppen Medienpädagogik und Visuelle Kommunikation gemeinsam mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, einen Raum, um intra- und interdisziplinär aktuelle Entwicklungen in den Blick zu nehmen. Erbeten sind theoretische, empirische sowie pädagogisch-praktische Beiträge. Diese können sich mit konzeptionell-theoretischen Fragen beschäftigen oder aktuelle Herausforderungen zu neuen, veränderten oder sich kreuzenden Kompetenzanforderungen bearbeiten. Außerdem freuen wir uns über Beiträge, die Fragen der Kompetenzvermittlung bzw. der visuellen Bildung in verschiedenen Bereichen und für unterschiedliche Zielgruppen thematisieren.

Die folgenden Frageblöcke dienen der Anregung und Orientierung. Gleichzeitig möchten wir Interessent*innen ermutigen, auch weitere Perspektiven einzubringen:

- **Begriffskonzepte und Modellvielfalt:** In welchem Verhältnis stehen die Konstrukte der Medienkompetenz/-bildung und der Visuellen Kompetenz/Bildung? Welche Aktualisierungen sind angesichts virulenter Digitalmedien und gegenwärtiger Medienwelten notwendig? Braucht es ein spezifisches Verständnis von „Digital Visual Literacy“ und inwiefern unterscheidet es sich von Ansätzen wie News Literacy, Data Literacy o.ä.?
- **Visuelle Selbstdarstellung:** Welche aktuellen Trends lassen sich in der Handlungs- und Forschungspraxis erkennen? Welche Orientierungen und Normen leiten die visuelle Selbstdarstellung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen im digitalen Raum: sozial, kulturell bzw. hinsichtlich spezifischer Plattformen (wie z.B. Instagram, TikTok) und Social-Media-Logiken? Welche praktischen und kritischen Wissensbestände, Fähigkeiten, Handlungsstrategien qualifizieren Selbstdarstellungen als „visuell kompetent“?
- **Visuelles Argumentieren:** Inwiefern prägen Bilder wie z.B. Emojis, Memes und Reels die politische (Alltags-)Kommunikation und Interaktion, vor allem in sozialen Medien? In welchem Zusammenhang stehen dabei Bild und Text? Welche inhaltlichen Argumentationsmuster und welche Verbreitungsstrategien lassen sich beobachten? Wie kann Resilienz gegenüber populistischem, extremistischem bzw. diskriminierendem Bildhandeln erreicht werden? Wie sehen konstruktive Formen des bildbasierten Verhandeln von Argumenten und Haltungen aus? Welche erweiterten – rezeptiven und produktiven – Fähigkeiten braucht es hierfür? Welche Fähigkeiten erfordern neue Formen der Datenvisualisierung (z. B. Infografiken, Dashboards)?
- **Visuelles Vertrauen:** Wie wirkt sich die digitale Plastizität des Bildlichen (wie Bildbearbeitung/-manipulation, „deep fakes“) sowie die Hybridisierung v. a. des fotografischen und dokumentarischen Bildes auf das Vertrauen in ikonisch-indexikale Abbildungsleistungen aus? Welche Fähigkeiten und welches Wissen haben verschiedene Zielgruppen hinsichtlich der Erkennung von Bildmanipulationen sowie bildlicher Framing-Effekte? Wie sind Zweifel an der sowie Vertrauen in die Abbildungsleistung (digitaler) Bilder verwoben mit Medien-Images und Einstellungen zu gesellschaftlichen Akteur*innen (wie Journalismus, öff.-rechtl. Rundfunk, Politik)?
- **Visuelle Konflikte:** Welche Rolle spielen Bilder in Auseinandersetzungen? Inwiefern werden visuelle Darstellungen zu Konfliktfeldern? Wie werden Bilder und visuelle Diskurse in Konfliktsituationen eingesetzt? Welche Konsequenzen ergeben sich hieraus für die beteiligten Akteur*innen? Welche Rolle spielen Distributionskanäle und Plattformen? Inwiefern benötigt es hier vertieftes Wissen und Regularien?
- **Visuelle Pädagogik:** Welche Trends der visuellen Vermittlung von Wissen sind in pädagogischen Institutionen (von KiTa bis Hochschule und Weiterbildung), im außerschulischen Raum und auf digitalen Plattformen (wie YouTube, Twitch, Discord) zu beobachten (von Aktiver Medienarbeit bis peer-to-peer-Bildung)? Inwiefern benötigen auch (medien-)pädagogische Fachkräfte visuelles Anwendungswissen in der alltäglichen Kommunikation mit ihren Zielgruppen? Welche Strategien gibt es, um visuelle Kompetenzen bei Menschen mit körperlichen und/oder kognitiven Beeinträchtigungen zu fördern? Inwiefern können visuelle Medien als Ressourcen und Ausdrucksformen genutzt werden bzw. nutzbar gemacht werden?

Offene Panels

Die Tagung will auch Themen aus den Fachgruppen, die keinen direkten Bezug zum Tagungsthema haben, ein Forum bieten. Daher sind neben Einreichungen zu den oben aufgeführten Punkten auch Beiträge willkommen, die sich theoretisch und/oder empirisch mit weiteren aktuellen Fragestellungen aus den Bereichen der Medienpädagogik und der Visuellen Kommunikationsforschung befassen.

Einreichen der Themenvorschläge bzw. Abstracts

Einreichungen für die Tagung sind als Vortrag möglich. Wir bitten um Zusendung von anonymisierten *Abstracts* (max. 500 Wörter exkl. Literaturangaben) sowie einem *Deckblatt* mit Titel des Beitrags sowie Name(n), Institution(en) und Kontakt der einreichenden Person(en) in elektronischer Form bis zum **31.05.2023** [verlängerte Frist!] an visual.literacy.conference@ifkw.lmu.de. Darüber hinaus bitten wir um die Angabe, ob es sich um einen Beitrag zum Tagungsthema oder für ein offenes Panel handelt.

Alle Einreichungen werden in einem anonymen Begutachtungsverfahren von jeweils mindestens zwei Gutachter*innen anhand folgender Kriterien beurteilt:

- Bezug zum Tagungsthema
- Relevanz der Fragestellung
- Theoretische Fundierung
- Angemessenheit der Methode bzw. der Vorgehensweise
- Klarheit der Darstellung

Eine Rückmeldung über die Annahme der Beiträge erfolgt bis zum **30.06.2023**. Pädagogisch-praktische Beiträge sind nicht Teil des Peer-Review-Verfahrens, sondern werden von den Veranstalter*innen der Tagung begutachtet.

Tagungsort und -termin

Die Tagung wird von den beiden Fachgruppen in Zusammenarbeit mit dem JFF – Institut für Medienpädagogik ausgerichtet. Die Veranstaltung ist auf zwei Tage angelegt und findet vom **11. bis 13.10.2023** in München statt. Die Veranstaltung beginnt am 11.10.2022 mit dem Doktorand*innenworkshop und einem Get-Together und endet am Nachmittag des 13.10.2023. Genauere Informationen zum Tagungsort, Empfehlungen für Übernachtungsmöglichkeiten, Informationen zur Anreise sowie weitere organisatorische Details geben wir rechtzeitig auf der Tagungswebseite <https://visualliteracy.jff.de/> bekannt.

Sollte aufgrund der Pandemielage eine Veranstaltung vor Ort nicht möglich sein, findet die Tagung online statt. Reise- und Übernachtungskosten können nicht übernommen werden und müssen von den Teilnehmenden selbst getragen werden. Für evtl. Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Doktorand*innenworkshop

Im Vorfeld der Tagung findet der Doktorand*innenworkshop statt. Bitte beachten Sie den gesonderten Call for Papers. Einreichungen sind auch hier bis zum **31.05.2023** [verlängerte Frist!] möglich.

Wichtige Daten

Deadline für Einreichungen	31. Mai 2023 [verlängerte Frist]
Rückmeldungen an die Einreichenden	30. Juni 2023
Doktorand*innenworkshop	11. Oktober 2023
Get Together	11. Oktober 2023
Tagung	12. und 13. Oktober 2023

Wir freuen uns auf zahlreiche Einreichungen und auf Ihren/euren Besuch in München!

Im Namen der Fachgruppe
Medienpädagogik

Im Namen der Fachgruppe
Visuelle Kommunikation

Im Namen des
JFF

Dr. Ada Fehr
Dr. Fabian Wiedel
Jessica Kühn, M.A.

Prof. Dr. Ulla Autenrieth
Dr. Wolfgang Reißmann
Dr. Rebecca Venema
Katharina Maubach, M.A.

Dr. Niels Brügger

Literatur

- Brumberger, E. (2019). Past, present, future: mapping the research in visual literacy. *Journal of Visual Literacy*, 38(3), 165–180.
<https://doi.org/10.1080/1051144X.2019.1575043>
- Digitales Deutschland (2022). Rahmenkonzept. https://digid.jff.de/wp-content/uploads/2021/06/Rahmenkonzept_DigitalesDeutschland_Vollversion.pdf
- Doelker, C. (2004). Visuelle Kompetenz. In H. Bonfadelli, P. Bucher, I. Paus-Hasebrink & D. Süß (Hrsg.), *Medienkompetenz und Medienleistungen in der Informationsgesellschaft. Beiträge einer internationalen Tagung* (S. 134–152). Pestalozzianum.
- Eickelmann, B., Bos, W., Gerick, J., Goldhammer, F., Schaumburg, H., Schwippert, K., Senkbeil, M., & Vahrenhold, J. (Hrsg.) (2019). *ICILS 2018 #Deutschland: Computer- und informationsbezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking*. Waxmann.
- Elkins, J. (Hrsg.) (2009). *Visual Literacy*. Routledge.
- Gapski, H. (2019). Mehr als Digitalkompetenz. *Bildung und Big Data*. *Apuz*, 69, 24–29.
- Griffin, M. (2008). Visual competence and media literacy: can one exist without the other? *Visual Studies*, 23(2), 113–129.
<https://doi.org/10.1080/14725860802276255>
- Hug, T. (2011). Von der Medienkompetenz-Diskussion zu den „neuen Literalitäten“ – Kritische Reflexionen in einer pluralen Diskurslandschaft. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 20, 159–174. <https://doi.org/10.21240/mpaed/20/2011.09.18.X>
- Hugger, K.-U. (2021). Medienkompetenz. In U. Sander, F. von Gross, K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. Springer VS.
https://doi.org/10.1007/978-3-658-25090-4_9-1
- Kramer, M., Müller, J., Thumel, M., & Potzel, K. (2022). „Ich wurde auf einem Bild markiert, da war so ein Mädchen und die war nackt“: Zur Notwendigkeit Von Visueller Kompetenz und Digitaler Souveränität. *MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*, 18, 89–117.
<https://doi.org/10.21240/mpaed/jb18/2022.02.21.X>
- Messaris, P., & Moriarty, S. (2005). Visual Literacy Theory. In K. Smith et al. (Hrsg.), *Handbook of Visual Communication. Theory, Methods, and Media* (S. 479–502). Erlbaum.
- Moser, H., Grell, P., & Niesyto, H. (Hrsg.) (2011). *Medienbildung und Medienkompetenz. Beiträge zu Schlüsselbegriffen der Medienpädagogik*. kopaed.
- Müller, M. G. (2008). Visual competence: a new paradigm for studying visuals in the social sciences? *Visual Studies*, 23(2), 101–112.
<https://doi.org/10.1080/14725860802276248>
- Pangrazio, L., & Selwyn, N. (2019). „Personal data literacies“. A critical literacies approach to enhancing understandings of personal digital data. *new media & society*, 21(2), 1–19. <https://doi.org/10.1177/1461444818799523>