

Call for Papers

Vom roten Mars und runden Atomen. Bilder von Wissenschaft und Technik zwischen öffentlicher Wissensvermittlung und Faszinationsproduktion.

Tagung im Rahmen der Förderinitiative

„Wissen für Entscheidungsprozesse“ des BMBF

und

des DFG-Schwerpunktes 1143 „Wissenschaft, Politik und Gesellschaft“

Veranstalter:

Ralf Adelmann, Alexander Gall, Jochen Hennig und Martina Heßler

Ort: Hochschule für Gestaltung, Offenbach

25./26. Oktober 2007

Ähneln die Oberfläche der Venus tatsächlich einer europäischen Gebirgslandschaft? Ist der Mars wirklich rot, und gibt es dort Wasser? Sind Atome rund? Hat Lucy braune Augen? Können wir unsere Emotionen und unser Denken sehen? Die Bilder der Wissenschaft scheinen das jedenfalls zu „belegen“, indem sie es uns so deutlich zeigen.

In ihrer medialen Omnipräsenz prägen diese Bilder das „Bild“ von Wissenschaft. Bilder vermitteln uns Wissen über naturwissenschaftliche und technologische Phänomene, Ereignisse und über neueste Erkenntnisse. Sie dienen aber auch der Legitimation von Wissenschaft, wecken Faszination und Begeisterung. Und nicht zuletzt im Kontext der „Medialisierung“ von Wissenschaft wird Bildern in den verschiedenen Öffentlichkeiten eine zunehmend größere Bedeutung zugeschrieben. Die Wissenschaftsforschung, aber auch die Kunstgeschichte widmeten sich daher in jüngster Zeit mit guten Gründen den visuellen Repräsentationen von Wissenschaft und Technik.

Die geplante Tagung knüpft an diese aktuellen Diskussionen mit der These an, dass die in den verschiedenen Öffentlichkeiten zirkulierenden Bilder nur als Ergebnis eines langwierigen und komplexen Herstellungsprozesses zu verstehen sind, als dessen inszeniertes Ergebnis sie sich nicht zuletzt auch durch das nicht Gezeigte auszeichnen. Bilder dürfen daher nicht bloß als statisches oder „gefrorenes“ Element in den Blick geraten, sondern vielmehr als Prozess, in dem unzählige Entscheidungen fallen, in dem hinzugefügt und weggelassen wird.

In der Forschung zur Wissenskommunikation in der Öffentlichkeit wird zudem immer wieder darauf hingewiesen, dass die Vorstellung des „Einbahnstraßenmodells“ überholt sei und statt dessen von vielfältigen Wechselwirkung zwischen innerwissenschaftlicher Kommunikation und der Kommunikation mit den verschiedenen Teilöffentlichkeiten auszugehen sei. Bislang gibt es jedoch wenig konkret-empirische Erkenntnisse zu den Verflechtungen dieser verschiedenen, oft nicht klar abgrenzbaren Sphären im Hinblick auf visuelle Repräsentationen. Hier möchte die Tagung ansetzen und fragen, welche Rückwirkungen, Verflechtungen und Einflüsse sich tatsächlich anhand der wissenschaftlichen Bildproduktionen beobachten lassen.

Insbesondere möchte die Tagung die Strategien der Bildproduktion in den Blick nehmen. Dazu gehört ein Vergleich der Bildverwendungen im innerwissenschaftlichen Gebrauch und in unterschiedlichen Teilöffentlichkeiten. Dazu gehört weiter die Analyse der wissenschaftlichen Bildherstellungsprozesse und der ästhetischen Strategien. Zu untersuchen ist der Einfluss der jeweiligen visuellen Kultur, die Anschlüsse der Bilder an Populärkultur und Kunst, aber auch Verselbständigungsprozesse wissenschaftlicher Bilder, wenn sie beispielsweise zu Ikonen werden.

Ästhetischen Strategien, das Anknüpfen an populäre und künstlerische Darstellungskonventionen sind genuiner Bestandteil der Sinnerzeugung von Bildern, indem so Assoziationen geweckt, Evidenzen erzeugt, Narrationen erstellt oder Visionen begründet werden. Als zentralen Aspekt soll sich die Tagung daher auch mit der Analyse des gezeigten Wissens befassen. Welches Wissen wird in den Bildern erzeugt? Welche Rolle spielt überhaupt das Wissen im Vergleich zur Produktion von Faszination und Legitimation? Dabei stellt sich die Frage nach der Bedeutung von Bildern im Wettbewerb um öffentliche Zustimmung und heutzutage vor allem um Forschungsgelder, der anhand konkreter Fallstudien nachgegangen werden soll. Des Weiteren sind Beiträge von Interesse, die Aufschlüsse über die Intentionen der Bildproduzenten sowie über die öffentlichen Rezeptionsformen wissenschaftlicher Bilder geben: Dienen sie im traditionellen Sinne der Belehrung und Aufklärung, besitzen sie bloß einen tagesaktuellen, rein informativen Charakter oder steht doch eher ihr Unterhaltungswert im Vordergrund, so dass „Konsum“ die treffendste Beschreibung für ihre Rezeption wäre?

Schließlich möchte die Tagung nach dem Einfluss verschiedener Medien wie Holzschnitt, Photographie, Film, Fernsehen und Computer fragen. Nicht zuletzt diese technischen Medien hatten – neben Drucktechniken – Anteil an der Verbreitung und der Ästhetik der Bilder. Insofern gilt es, ihre Bedeutung im Bildherstellungsprozess zu analysieren, zumal mit der Verbreitung digitaler Bilder die These einer neuen visuellen Kultur in den Wissenschaften einhergeht. Diese These zu überprüfen, ist eines der zentralen Anliegen der Tagung. Beiträge, die die genannten Fragen in historischer Perspektive behandeln, sind deshalb besonders willkommen.

Abstracts (Umfang max. 350 Wörter) zu den genannten Fragen sowie einen kurzen CV bitte bis zum **30. März 2007** per e-mail senden:

Martina Heßler

hessler@em.uni-frankfurt.de