

## Tagungsberichte und -hinweise

- \* **Der Bildermarkt**
- \* **The Basics of Journalism**
- \* **Keywords in Communication**

- \* **Tagungs- und  
Veranstaltungshinweise**

### **Der Bildermarkt – Strukturen, Vertriebswege, Kosten und Folgen - Fachgruppentagung der FG Visuelle Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaften (DGPuK)**

STEFANIE & JELDRIK PANNIER<sup>1</sup>

Vom 29. - 31. Oktober 2009 fand in Potsdam zum Thema „Der Bildermarkt – Strukturen, Vertriebswege, Kosten und Folgen“ die Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ statt. Das Programm umfasste dabei die Bereiche Produktion, Selektion, Werbung, Bilderforschungsmarkt, User Generated Content sowie Online-Markt und spiegelte damit die Vielfältigkeit und Komplexität des Themas wider. Da der Bereich des Bildermarktes in der Kommunikationswissenschaft bisher nur am Rande behandelt wurde, versprach die Veranstaltung viele neue Einblicke insbesondere auch in aktuelle Forschungsprojekte und deren Ergebnisse. Sowohl der Einführungsvortrag als auch die Vorträge im Bereich der Produktion nahmen die Strukturen und dabei besonders die kommerziellen Faktoren des Bildermarktes in den Blick. Diskussionsbedarf bestand vor allem hinsichtlich der Folgen und deren Bewertung eines immer mehr auf Verwertung und Gewinnmaximierung ausgelegten Systems.

Das Panel zum Thema Selektionsprozesse bot Einblicke in die Arbeit und Routinen von Bildredaktionen. Dabei deckten und ergänzten sich die Ergebnisse. Vor allem hinsichtlich der großen Bedeutung der Subjekteinflüsse im Auswahlprozess waren sich die Vortragenden einig. Alle Untersuchungen kamen zu dem Ergebnis, dass neben eher strukturellen Faktoren, wie zum Beispiel die Redaktionshierarchien, die personelle und finanzielle Ausstattung, das Agentur- oder Zeitungs- bzw. Zeitschriftenprofil etc., insbesondere die Biographien und persönlichen Einstellungen der Redakteure eine entscheidende Rolle spielen. Auch wenn es den interviewten Experten in den Untersuchungen teilweise schwer fiel, die der Selektion zu Grunde liegenden Kriterien zu be-

nennen, gelang es den Forschenden, diese zu rekonstruieren und zusammen zu tragen. Rössler, Bomhoff, Haschke, Kersten und Marquart identifizierten im Rahmen ihrer Untersuchung acht „Nachrichtenfaktoren“: Schaden, Gewalt/Aggression, Kontroverse, Prominenz, Überraschung, Emotionen, Fototechnik und Sex/Erotik. Diese wurden ergänzt durch eine Kriterienliste von Pannier/Pannier, welche die folgenden Selektionskriterien vorfanden:

- rein fotografische Kriterien – Im Prinzip sollte ein Foto richtig belichtet und auch scharf sein.
- Bildkomposition – Das Foto sollte einen Bildaufbau aufweisen, welcher den Inhalt besonders gut unterstützt bzw. strukturiert.
- Aktualität – Durch einen hohen Grad an Aktualität können auch andere Kriterien in den Hintergrund treten.
- Emotionalität – Gute Fotos sollen emotional berühren.

Im Rahmen des Themenblocks zur Werbung wurden verschiedene Facetten von Medienbildern im audio-visuellen und im Print-Bereich behandelt. Die Spannweite reichte von der Frage nach der Präferenz medialer Bilder von Erotik und Sexualität in genderspezifischer Perspektive von jungen Männern und Frauen (Hoffmann) über die Analyse der Werbewirkung von paralympischen Testimonials (Moeller / Oberhäuser / von Sikorski) bis hin zur Ergründung der in der Werbung eingesetzten Argumente und ihrer strategischen Kombination mit Bildmotiven (Wiest/Schwender).

Der Beitrag zum ‚Markt‘ der Bildforschung in der Kommunikationswissenschaft (Grittmann/Lobinger) machte deutlich, dass Veröffentlichungen zu Untersuchungen, die sich mit dem Medienbild auseinandersetzen in internationalen sowie nationalen Fachzeitschriften unterrepräsentiert sind. Studien, die vornehmlich mit qualitativen Methoden arbeiten, sind dabei besonders gering vertreten. Ob dies in ihrem seltenen Vorkommen begründet liegt oder einer potenziellen Präferenz der Reviewer und Herausgeber für quantitative Verfahren geschuldet ist, konnte dabei nicht geklärt werden.

Ein weiteres Panel der Tagung nahm die ästhetischen und ökonomischen Einflüsse partizipativer Pressefotografie (Krämer / Engesser / Ammann) und der Pressefotografie im Kontext des Social Webs (Eble) in den Blick. In diesem Kontext wurde festgestellt, dass diese neuen Formen eine immer größere Rolle in der Berichterstattung einnehmen, dabei aber die traditionellen Formen der Bildberichterstattung nicht verdrängen, sondern eher ergänzen. Verwendung findet das Material in den meisten Fällen allerdings eher im Bereich des Boulevardjournalismus. Kritisiert wurden jedoch auch die Entlohnungsstrategien und Konzepte verschiedener Redaktionen.

Das letzte Panel der Tagung befasste sich mit dem Online-Markt der Bilder. Auch hier kamen die Vortragenden, wenn auch im Hinblick auf verschiedene Sparten, zu dem Ergebnis, dass die Emotionalisierung durch Bilder eine große Rolle spielt. Einerseits als Selektionskriterium bei den Rezipienten. So konnten Bleuel / Hautz im Rahmen in einer Inhaltsanalyse präferierter Online-Pressefotos darlegen, dass Artikel mit Bildern signifikant häufiger ausgewählt wurden. Der Grad der Emotionalisierung war dabei ebenfalls von Bedeutung. Anhand einer qualitativen und teilweise quantifizierenden Inhaltsanalyse untersuchten Grittmann und Döveling, inwiefern sich das Bildangebot von *Spiegel Online* von der Visualisierung der *Spiegel* Printausgabe vor allem im Hinblick auf die Darlegung von Emotionen unterscheidet. Auch wenn sich der Umgang mit Bildern auf Grund der unterschiedlichen Formate, technischen Voraussetzungen und anderer Aspekte unterscheidet, so fanden die Vortragenden durch ihre Untersuchung die These: „Emotion sells – ob online oder print“, bestätigt.

In ihrer Auseinandersetzung mit den Bildern des Tages von *Heute*, *Tagesschau*, *n-tv*, *n24*, *Spiegel*, *Focus*, *SüddeutscheZeitung* und *FAZ-net* konstatierte die letzte Vortragende des Panels Stephanie Geise, dass hierbei in besonderer Weise Selektionskriterien tagesaktueller Fotoberichterstattung mit ästhetischem und ökonomischem Anspruch verbunden werden. Dabei stellte sie im Rahmen von Interviews mit Redakteuren fest, dass die Reflektion innerhalb der Redaktionen über den Selektionsprozess und den Aussagegehalt der Bildrubriken eher informell organisiert erscheint und gemeinsame Selektionsstandards kaum vorhanden sind.

Insgesamt wurde auf der Tagung das Thema Bildermarkt aus vielen Perspektiven in den Blick genommen. Mehrere Facetten wurden dabei thematisiert und die präsentierten Un-

tersuchungen gaben Aufschluss über die verschiedenen Strukturen, Funktionsweisen und Entwicklungen eines komplexen Systems. Darüber hinaus fanden auch die in diesem Strukturen agierenden Subjekte Betrachtung, sowohl im Bereich der Produktion als auch der Rezeption. Deutlich wurde hingegen auch, dass wir es mit einem bisher wenig bearbeiteten Forschungsfeld zu tun haben, für welches einige der vorgestellten Untersuchungen erste Grundlagen geschaffen haben. Es sind jedoch weiterhin viele Fragen unbeantwortet und neue aufgeworfen worden, die es gilt in zukünftigen Forschungen zu ergründen.

Zum Programm der Veranstaltung:

[http://134.169.6.136/wp-content/uploads/Prgramm\\_Visuelle\\_Kommunikation\\_2009.pdf](http://134.169.6.136/wp-content/uploads/Prgramm_Visuelle_Kommunikation_2009.pdf)

Zur Webseite der Fachgruppe Visuelle Kommunikation: <http://www.fg-viskomm.de/>

### Anmerkung

1 **Stefanie Pannier**, Dipl.-Soz.Päd., und **Jeldrik Pannier**, Dipl.-Des., arbeiten an einem kooperativen **Promotionsprojekt** als Doktorand/-in an der PH Ludwigsburg/Abteilung Medienpädagogik.

Homepage: [www.synp.net](http://www.synp.net)

## The Basics of Journalism: Concepts of Ethics, Responsibility, and Quality in Media and Journalism

Medienethische Tagung an der Katholischen Universität Eichstätt, 18.-20. September 2009

MATTHIAS RATH

Im katholischen Ambiente, unter dem Patronat des Heiligen Thomas, fand vom 18.-20.09 an der **Katholischen Universität Eichstätt** eine ganz und gar untheologische internationale Tagung zum Thema „**The Basics of Journalism: Concepts of Ethics, Responsibility, and Quality in Media and Journalism**“ statt. Veranstalter war **Klaus-Dieter Altmeyden**, Lehrstuhlinhaber für Journalistik II in Eichstätt.

Die von der Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG geförderte Expertentagung machte deutlich, dass im Feld der Medienethik und Journalistischen Ethik in Europa und den USA die Konzepte ganz unterschiedliche theoretische Reichweiten haben. Während in den USA unter Journalistischer Ethik häufig sehr praxisnah die Grundregeln professionellen Handelns verstanden werden, besteht in Deutschland, Österreich und der Schweiz häufig eine starke Theorieorientierung. Daher versteht sich auch die disziplinäre Zuordnung der Medienethik im englischsprachigen Raum als Teil der Publizistik und Kommunikationswissenschaft, während sie im deutschsprachigen Raum häufig allein der philosophischen Ethik zugewiesen wird.

Die meisten ausländischen Vortragenden sind zugleich Autoren in dem von **Clifford G. Christians** (University of Illinois), einem der einflussreichsten Medienethiker der USA, und **Lee C. Wilkins** (University of Missouri) herausgegebenen *Handbook of Mass Media Ethics*. Von deutschsprachiger Seite sind u. a. die im *Netzwerk Medienethik* und der FG Medien- und Kommunikationsethik der *Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft DGPuK* tätigen Referenten **Rüdiger Funiok** (Hochschule für Philosophie München), **Matthias Karmasin** (Klagenfurt; Wien), **Barbara Thomaß** (Bochum) und der inzwischen in den USA lehrende **Bernhard Debatin** (University of Ohio) zu erwähnen. **Matthias Rath** von der PH Ludwigsburg sprach dort zum Thema „*Ethics of Public Communication 2.0*“.

### Matthias Rath

Prof. Dr., Professor für Philosophie und Leiter der Forschungsstelle „Jugend - Medien - Bildung“ an der PH Ludwigsburg  
Kontakt: rath@ph-ludwigsburg.de  
Website: [www.ph-ludwigsburg.de/2271.html](http://www.ph-ludwigsburg.de/2271.html)

## Keywords in Communication - Jahrestagung 2009 der International Communication Association in Chicago, USA, 21.-26.05.2009

STEFANIE & JELDRIK PANNIER<sup>1</sup>

Vom 21. – 26.05.2009 fand in Chicago die Jahrestagung der International Communication Association (ICA) zum Thema „Keywords in Communication“ statt.



Das wohl bemerkenswerteste an dieser Tagung ist ihre Größe. Der Umfang des vorab einsehbaren Programms betrug über 200 Seiten – im Rahmen der Initiative ‚Go Green‘ konnten sich die TeilnehmerInnen im Vorfeld entscheiden, ob sie ein gedrucktes oder ein Exemplar auf einem USB-Stick bevorzugen. Um so viel Inhalt in so kurzer Zeit unterbringen zu können, belegte die **ICA-Tagung** das gesamte Marriott Hotel Downtown Chicago mit all seinen Tagungs-, Konferenz- und Ballräumen. Mit 2197 Teilnehmenden aus 51 Ländern ist sie die größte internationale Tagung auf diesem Gebiet. In der Geschichte der ICA wurde diese Teilnehmerzahl nur von der Jahrestagung 2005 in New York übertroffen. Damit nahmen etwa 50 % der 4250 Mitglieder der ICA an dieser Veranstaltung teil. Dies mag vermutlich auch gerade darin begründet liegen, dass ein Großteil der Mitglieder aus den USA kommt und ein Tagungsort im mittleren Westen für viele relativ leicht zu erreichen ist. Nach Angaben der Tagungsorganisatoren sah die Verteilung der Teilnehmer nach Ländern folgendermaßen aus:

„Regionally, the United States had the most registrants with 1,531, followed by Europe with 420. East Asian registrants totaled 101, non-U.S. Americas 67, Africa and Oceania 42, and West Asia numbered 37.“ (Quelle: [www.icahdq.org/publications/publicnewsletter/2009/6-7/JUNJULY09\\_LUNA.asp](http://www.icahdq.org/publications/publicnewsletter/2009/6-7/JUNJULY09_LUNA.asp))

Insgesamt hatte man die Qual der Wahl zwischen über 500 Veranstaltungen – entweder in Form von Vorträgen, Postern, Panels, Diskussionsrunden etc.

Für unseren Vortrag, war die Einreichung eines ca. 30 Seiten langen Papers notwendig. Dieses Paper wurde in einem double-blind Reviewverfahren von zwei Gutachtern in fünf Kategorien mit bis zu max. 7 Punkten bewertet. In der Abteilung ‚Visuelle Kommunikation‘, in der wir unseren Beitrag eingereicht hatten, lag die Annahmegrenze am Ende bei 5 Punkten im Gesamtdurchschnitt. Zählt man nur die ‚normal‘ eingereichten Paper, betrug die Annahmequote 38 Prozent. Berücksichtigt man auch die als komplette Panel Session eingereichten Paper, lag die Annahmequote bei 43 Prozent.

Inhaltlich war das Angebot dementsprechend umfangreich und vielfältig. Da die ICA aus 22 verschiedenen Abteilungen besteht, lässt sich wirklich aus jedem Bereich der Kommunikationsforschung etwas finden.

Wir haben uns, entsprechend unseres eigenen Themenschwerpunktes, auf die Bereiche der Visuellen Kommunikation und der Kriegs- und Krisenberichterstattung konzentriert.

Leider kann das aufwendige Bewerbungsverfahren nicht die Qualität des eigentlichen Vortrages prüfen. Bei so manchem Vortrag lag daher die Qualität weit unterhalb des Durchschnitts, auch wenn ihm ein gutes Paper zu Grunde lag. Positiv aufgefallen ist hingegen die Postersession. Zwar gibt es weiterhin Präsentationen, die diese Bezeichnung nicht verdienen, dennoch hatten wir den Eindruck, dass die Qualität insbesondere hinsichtlich der Gestaltung der Poster deutlich gestiegen ist.

Der für uns wichtigste Tag dieser Konferenz war der Sonntag. Kurz nach dem Mittagessen konnten wir unseren Vortrag halten. Am Samstag hatte uns die Moderatorin noch mitgeteilt, dass wir statt der eigentlich eingeplanten 15 Minuten nur noch 12 Minuten zur Verfügung hatten. Wir mussten daher auf die Schnelle noch etwas kürzen. Das Einhalten dieser Zeitvorgaben ist dann auch etwas, was die ICA-Jahreskonferenz von kleineren Fachtagungen unterscheidet. Da die Räume bei der ICA-Tagung minutiös verplant sind, mussten sich wirklich alle an den Rahmen halten. Daher fühlt man sich als Vortragender ziemlich unter Zeitdruck und auch die Diskussionen während der Panels kommen manchmal deutlich zu kurz. Diese können aber in den Pausen oder bei den informellen Veranstaltungsteilen oftmals wieder aufgenommen werden.

Unser Vortrag und die anschließende Diskussion verliefen, trotz des engen Zeitrahmens, sehr gut. Einziger Wermutstropfen war die Zusammenstellung unseres Panels. Die Beiträge für sich waren sehr interessant,

aber inhaltlich deutlich verschieden. Dies spiegelte sich dann in der Heterogenität der Zuhörerschaft und der Diskussion wider. Der Programmplaner versucht zwar möglichst thematisch harmonisierende Vorträge zusammen zu legen, doch ist dies bei der Menge dann nicht immer möglich.

Wie bei vielen anderen Tagungen besteht ein wesentlicher Faktor im Networking. So konnten wir einige der schon bestehen Kontakte vertiefen und weitere neue hinzugewinnen. Gerade im Hinblick auf die internationale Vernetzung ist dies auf der ICA-Tagung besonders gut möglich. Dass die Veranstalter darauf auch besonders viel Wert legen, zeigt sich in der Einplanung ausreichender Pausen sowie der Ausrichtung von verschiedenen Empfängen, Preisverleihungen und Meetings in einer tollen Atmosphäre.



Unser Fazit:

- Die ICA ist ein kompetenter Konferenz-ausrichter.
- Trotz der Gesamtgröße der ICA und der Tagung findet ein intensiver Austausch innerhalb der Fachgruppen und unter den Teilnehmenden statt.
- Aufgrund der vielen Fachgruppen ist das Angebot an Themen und Beiträgen unglaublich umfangreich.
- Die ICA ist insgesamt ein guter ‚Ort‘ um internationale Kontakte zu knüpfen.
- Chicago ist immer eine Reise wert.

### Anmerkung

1 **Stefanie Pannier**, Dipl.-Soz.Päd., und **Jeldrik Pannier**, Dipl.-Des., arbeiten an einem kooperativen **Promotionsprojekt** als Doktorand/-in an der PH Ludwigsburg/Abteilung Medienpädagogik.

Homepage: [www.synp.net](http://www.synp.net)

## Tagungs- und Veranstaltungshinweise

### IX. HdM-Symposium zur Medienethik: **Medien - Rituale - Jugend**

14. Januar 2010, Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart

Das IX. HdM-Symposium zur Medienethik hat zum Ziel, die vielfältigen Medienrituale der Jugend zu betrachten und zu hinterfragen. Die Perspektive ist dabei multidisziplinär: Medien- und Kommunikationsforscher, Soziologen und Medienethiker analysieren die vielfältigen Aspekte des Medienhandelns Jugendlicher und dessen gesellschaftlicher Kontexte. Besonderes Augenmerk soll dabei dem Konzept der Ritualisierung gelten, in dessen Mittelpunkt die Konstruktion von Sinn durch regelhafte Einbettung in den Alltag steht. Welche Funktionen haben Medienrituale? Welche ethischen Handlungswürfe lassen sich aus ihnen ableiten? Welche Probleme sind mit bestimmten Mediennutzungsmustern verbunden? Wo besteht konkreter Handlungsbedarf – und für wen?

Gastvortrag im Rahmen des „Medienpädagogischen Kolloquiums“ (PH Ludwigsburg, Abteilung Medienpädagogik)

**Prof. Dr. Bernd Schorb: „Medienbildung statt Medienkompetenz?“**

Dienstag, den 19. Januar 2010, 17.30Uhr, Raum 1.349 (**live-streaming** geplant)

Prof. Dr. Bernd Schorb hat an der Universität Leipzig den **Lehrstuhl für Medienpädagogik und Weiterbildung** inne und ist Direktor des dortigen Zentrums für Medien und Kommunikation (ZMK). Er ist 1. Vorsitzender des JFF- Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis und Mitherausgeber der Zeitschrift „medien + erziehung“ (merz). In der Ausgabe Nr. 5/2009 von „merz“ veröffentlichte er einen Beitrag über „Gebildet und kompetent. Medienbildung statt Medienkompetenz?“. Er setzt sich darin mit der Frage auseinander, ob der Begriff „Medienkompetenz“ durch den der „Medienbildung“ ersetzt werden kann. Hintergrund seiner Überlegungen sind Fachveröffentlichungen verschiedener KollegInnen, die in den letzten Jahren verstärkt den Begriff der Medienbildung als zentralen Leitbegriff der Medienpädagogik verwenden. Schorb vertritt die These, dass die Kritik am Kompetenzbegriff, die eine Aufgabe des Begriffs zugunsten der Medienbildung begründen sollte, so nicht haltbar sei.

### Fachtagung zum Safer Internet Day 2010 im Rahmen des Projekts „Medien – aber sicher“

9. Februar 2010, Stuttgart

Der Safer Internet Day ist ein von der Europäischen Union initiiertes jährlich veranstalteter weltweiter Aktionstag für mehr Sicherheit im Internet.

Das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ) bietet anlässlich des Safer Internet Day einen Fachtag für Pädagoginnen und Pädagogen aus Schule, Vorschule, Kinder- und Jugendarbeit sowie für Erziehende an. Unter dem Titel „Always on – Jugendliche Medienwelten und Pädagogik“ stehen zwei Fragen im Vordergrund: Was müssen Kinder und Jugendliche wissen und können, um mit den Medien kompetent umzugehen? Und was müssen Pädagoginnen und Pädagogen selbst wissen, um Kinder und Jugendliche anzuleiten und zu begleiten, um Problembewusstsein zu schaffen und Medienkompetenz.

Nähere Informationen: siehe <http://www.medien-aber-sicher.de/>

### Fachtagung: „Ganz Ohr! Hörmedien für Kinder“

23. Februar 2010, Hochschule der Medien, Stuttgart

Die Frage nach der Qualität von Hörmedien steht im Zentrum der Tagung „Ganz Ohr! Hörmedien für Kinder“. Pädagogen/innen, Medienproduzenten/innen, Verlagsvertreter/innen und Wissenschaftler/innen diskutieren Fragen der Qualität und Konzepte des Einsatzes von Hörmedien in der Arbeit mit Kindern. Dabei soll auch ein besonderes Augenmerk auf die praktische Umsetzung von Konzepten für den pädagogischen Einsatz gelegt werden. Begleitend zur Tagung wird eine kleine Ausstellung zu historischen Kinderhörmedien präsentiert.

## DGfE-Kongress „Bildung in der Demokratie“ im März 2010 in Mainz

15.-17. März 2010, Universität Mainz

Der Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE) findet alle zwei Jahre statt. Die Bedeutung von Bildung für eine demokratische Gesellschaft und die damit zusammenhängenden Gestaltungsfragen stehen im Zentrum des Mainzer Kongresses vom 15.-17. März 2010 (siehe <http://www.dgfe2010.de/>). Medienpädagogische und medienbezogene Themen sind erfreulicherweise recht stark vertreten. Hier eine Zusammenstellung, die wir dem aktuellen Newsletter der Kommission Medienpädagogik in der DGfE entnommen haben:

**Symposium 17: „Partizipationschancen im Kulturraum Internet – am Beispiel des Web 2.0“.** Montag, 15.03.10, 14.00-18.00. Organisation: Prof. Dr. Heinz Moser, Prof. Dr. Kerstin Mayrberger. Mit Beiträgen von Prof. Dr. Douglas Keller (Los Angeles), Prof. Dr. Hans Geser (Zürich), Prof. Dr. Heinz Moser (Zürich), Prof. Dr. Kerstin Mayrberger (Mainz), Dr. Heike Schaumburg (Berkin). Diskutanten: Prof. Dr. Stefan Aufenanger (Mainz), Prof. Dr. Dominik Petko (Zug), Klaus Rummler (Kassel).

**AG 34: „Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur“.** Dienstag, 16.03.10, 10.15-13.00. Organisation: Prof. Dr. Horst Niesyto. Mit Beiträgen von Prof. Dr. Heidi Schelhowe (Bremen), Prof. Dr. Jochen Koubek (Bayreuth), Prof. Dr. Horst Niesyto (Ludwigsburg). Diskutanten: Prof. Dr. Petra Grell (Potsdam), Prof. Dr. Kai-Uwe Hugger (Köln).

**AG 46: „Individualised mobility as cultural resource: harnessing the ‚mobile complex‘ for participatory learning“.** Mittwoch, 17.03.10, 10.15-13.00. Organisation: Prof. Dr. Ben Bachmair. Mit Beiträgen von Dr. Norbert Pachler (London), Prof. Dr. John Cook (London), Dr. Gemma Moss (London), Prof. Dr. Ben Bachmair (Kassel). Diskutant: Prof. Dr. Winfried Marotzki (Magdeburg).

**Forschungsforum 3: „Kompetenzentwicklung von Lehramtsstudierenden in verlängerten Praxisphasen (KOPRA)“.** Mittwoch, 17.03.10, 15.00-18.00. Organisation: Prof. Dr. Margarete Dieck, Prof. Dr. Günter Dörr, Prof. Dr. Diemut Kucharz, Prof. Dr. Bernd Rein-

hoffer. Mit Beiträgen von Katharina Müller (Weingarten), Dr. Oliver Küster (Weingarten), Prof. Dr. Günter Dörr (St. Ingbert), Prof. Dr. Margarete Dieck (Weingarten), Dr. Stefanie Schnebel (Weingarten), Prof. Dr. Diemut Kucharz (Weingarten).

**Forschungsforum 21: „Mediale Habitusformen von Lehramtsstudierenden“.** Mittwoch, 17.03.10, 15.00-18.00. Organisation: PD Dr. Sven Kommer, Dr. Ralf Biermann. Mit Beiträgen von PD Dr. Sven Kommer (Freiburg), Dr. Ralf Biermann (Magdeburg), Prof. Dr. Heinz Moser (Zürich), Prof. Dr. Horst Niesyto (Ludwigsburg).

Anmeldungen zum Kongress sind beim Kongressbüro in Mainz möglich ([www.dgfe2010.de/](http://www.dgfe2010.de/)). Der 'Frühbuchertarif' gilt bis 15.01.2010.

## Medienkongress: Zwischen Kompetenzerwerb und Mediensucht: Kinder und Jugendliche in digitalen Erlebniswelten

25.-26. März 2010, Villingen-Schwenningen

Im Rahmen des 3. Medienkongresses in Villingen-Schwenningen wird das Leben und Aufwachsen in digitalen Erlebniswelten in verschiedenen Beiträgen aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Perspektive beleuchtet. Experten und Praktiker geben hierzu im Rahmen des Kongresses zahlreiche Hinweise.

## 33. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik am 21. April 2010

Die diesjährigen „Stuttgarter Tage der Medienpädagogik“ finden am 21. April in Stuttgart-Hohenheim statt. Informationen zum Thema und das Programm sind in nächster Zeit auf der Homepage der Veranstaltungsreihe zugänglich: <http://www.stuttgarter-tage.de/>

## **Deutscher Jugendvideopreis und Bundesfestival Video 2010**

**11.-13. Juni 2010, Ludwigsburg**

Das Bundesfestival Video findet 2010 zum 4. Mal in Ludwigsburg statt. Auf dem Bundesfestival werden die Preise für Produktionen verliehen, die im Rahmen der Bundeswettbewerbe „Deutscher Jugendvideopreis“ und „Video der Generationen“ beim Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland (KJF) eingehen. Das Festival findet vom 11.-13. Juni 2010 in der Filmakademie Ludwigsburg statt. Die Abteilung Medienpädagogik ist Mitveranstalter zusammen mit dem KJF, der Filmakademie Baden-Württemberg, der Stadt Ludwigsburg, der Landesanstalt für Kommunikation (LFK), dem Evang. Medienhaus Stuttgart und weiteren Partnern.

Informationen und Impressionen vom [Bundesfestival Video 2009](#).