



**Jörn Ahrens/Lutz Hieber/
York Kautt (Hrsg.):**
Kampf um Images. Visuelle Kommunikation in gesellschaftlichen Konfliktlagen. Wiesbaden 2015: Springer VS. 310 Seiten, 39,99 Euro

Kampf um Images

Als Zielgruppe des vorliegenden Werkes gibt der Verlag Kultursoziologen und Medienwissenschaftler an. Hier übt man sich in falscher Bescheidenheit. Angesichts der zentralen Rolle, die die visuelle Kommunikation in unserer „Gegenwartsgesellschaft“ spielt, wäre den hier aus einer soziologischen Perspektive vorgelegten Grundsatzüberlegungen und Fallstudien eine wesentlich breitere Rezeption zu wünschen. Zuvorderst sollte der Band allen im Jugendschutz involvierten Personen als Pflichtlektüre nahegelegt werden. Derart Interessierte werden durch die von Lutz Hieber aufgezeigten Konfliktlinien direkt angesprochen. Ausgehend von der Erfahrung, dass ihm als jungem Mann die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften die Lektüre von Pauline Réages *Geschichte der O* erheblich erschwert hatte, habe er seinen Fokus als Wissenschaftler „für viele Jahre auf das Feld der Reglementierung visuellen Materials“ (S. 36) gelegt. Da die Gesellschaft durch unterschiedliche soziale Milieus strukturiert ist, kann es laut Hieber „kein allgemein verbindliches Wertesystem geben“ (S. 63). Von daher gehe es bei der institutionellen Einflussnahme auf zirkulierende Images immer auch um die Durchsetzung von Machtverhältnissen im Sinne angestrebter Orientierungen.

So anregend Hiebers Gedanken auch sein mögen, der wesentliche Impuls der vorliegenden Publikation liegt darüber hinausgehend zuerst darin, dass sie verdeutlicht, was sich mit dem Begriff „Images“ verbindet und was ihn nicht zuletzt von der uns zunehmend überflutenden Menge an Einzelbildern abgrenzt.

Einführend gibt York Kautt der entsprechenden Diskussion einen theoretischen Rahmen. Wie im englischen Sprachraum bereits angelegt, gilt es zu unterscheiden zwischen „picture“, dem physisch sichtbaren Bild, und „image“, dem ideellen Gehalt des Bildes. Diametral zu früheren Auffassungen, die Images als „Pseudoereignisse“ deuteten, stellt Kautt angesichts der gewachsenen Rolle der Massenmedien heraus: „Die neue Image-Semantik des Alltags ist nicht Ausdruck eines Realitätsverlustes, sondern umgekehrt eines Realitätsgewinns bzw. ist der Indikator eines realistische(r)en, reflexiven

Blicks auf die Image-Verhältnisse der Mediengesellschaft“ (S. 22).

Carsten Heinze bezieht sich auf York Kautt, wenn er schreibt: „Trotz aller Unterschiedlichkeit im Detail ist der Begriff des Image eng verbunden mit dem Begriff des Schemas, der Rahmen, des Skripts oder der Deutungsmuster“ (S. 153). Daran anknüpfend hinterfragt er das Image des Dokumentarfilms. Wie für einen Fetisch, gerade in Abgrenzung zum Spielfilm, scheint hier zu gelten, dass dieses mediale Format als „Lieferant von Informationen, Aufklärung und Wissen über die Realität“ (S. 154) diene. Heinze setzt dem klassischen Dokumentarfilmimage das relativ neue Genre der Mockumentarys entgegen. Mittels der Parodie wird damit der Realitätsanspruch des Dokumentarfilms unter Ideologieverdacht gestellt und somit konterkariert. Sein Image wird als bewusste Konstruktion decodiert.

Wie aus ganz konkreten Bildern „das Image zum stereotypisierten und handlungsmächtigen Vorstellungsbild wird und zum Sammelbegriff ökonomischer Imagination avanciert“ (S. 206), zeigt in einem Exkurs Anne Ortner am Visitenkartenporträt bzw. am Reklamesammelbild. Genauso aufschlussreich sind Anna Schobers ebenfalls historisch konnotierten Ausführungen zu dem „Everybody“, also einer Konstruktion, mit der möglichst alle angesprochen werden sollen, oder Christoph Lorkes Fragen nach einer symbolischen Nutzung sozialer Images zur Kennzeichnung von „Armut“. Lorke richtet seinen Blick auf beide deutsche Staaten in der Zeit der Teilung. Auf jeder Seite gab es eine Grenzziehung zwischen „würdigen“ und „unwürdigen“ Armen, die durch gleichartige „Armuts“-Images geprägt waren. Geht man solchen Entdeckungen nach, eröffnen sich – vermittelt über Images – völlig neue Perspektiven hinsichtlich der Teilungsgeschichte. „Welche Images gesellschaftlich unterstützt, kritisch gesehen oder gar durch zensorische Maßnahmen beschnitten werden, offenbart etwas über die Gesellschaft und insbesondere die hegemoniale Kultur, die sich mit diesen Bildern auseinandersetzt“ (S. 70). Damit benennt Ulrike Wohler eine zentrale These, die alle Aufsätze des Bandes durchzieht. Wohler selbst wendet sich dem Thema von Weiblichkeits- und Männlichkeits-Images innerhalb von Musikvideos zu. Hier macht sie u. a. deutlich, welche fatalen Folgen es haben kann, wenn aus vermeintlich guter Absicht Einzelbilder unkenntlich gemacht werden, ohne die Image-Symbolik des Gesamtangebots zu beachten. Bei einem Michael-Jackson-Video wurden autoerotische Elemente unter Jugendschutzaspekten herausgenommen. Geblieben sind nunmehr unmotivierte Gewalteindrücke mit jetzt erst wirklich zweifelhafter Botschaft.

Images bilden sich in der gesellschaftlichen Interaktion heraus, sie treten zueinander in Konkurrenz und sie stellen Angebote dar, denen gegenüber die einzelnen Subjekte lernen müssen, sinnfällig mit ihnen umzugehen.

Klaus-Dieter Felsmann