

---

# Einführung

Jörn Ahrens, Lutz Hieber und York Kautt

Kämpfe um visuelle Kommunikationen reichen weit in die Kulturgeschichte zurück. Man denke nur an die Auseinandersetzungen um das Bildliche in den Kontexten der Macht und des Religiösen (vgl. z. B. Köstler/Seidl 1998; Warnke 1988). Bildlichkeit ist hier wie überhaupt ein Medium, in dem sich das Soziale artikuliert sowie ein Medium, das selbst auf die Konstitution des Sozialen Einfluss nimmt. Konfliktpotentiale bietet das Bildliche auf verschiedenen Ebenen – so kann z. B. über die Rechte der Herstellung und die Modi der Verbreitung von Bildern ebenso gestritten werden wie über deren Rezeption und Bedeutung. Suchte man nach Gründen für die historische Kontinuität entsprechender Kämpfe, böten sich unter anderem anthropologische Argumentationslinien an. Eine hiervon betont die Bildfähigkeit, Bildbezogenheit und Bildabhängigkeit des Menschen – Hans Jonas prägte hierfür die Formel vom „Homo Pictor“ (1994). Eine andere anthropologische Perspektive weist auf die unausweichliche Verstrickung des Menschen in die Gefüge der Macht hin. Zu der Konstitution des Menschen, so Popitz, gehöre die „Macht als Erleiden“ („Verletzungsoffenheit“) ebenso wie die „Könnensmacht“, d. h. das Potential der Übermächtigung anderer (Popitz 1992). Nimmt man die beiden Perspektiven zusammen, wird leicht ersichtlich, dass die Gestaltung des Visuellen unausweichlich ein dauerhaftes Konfliktfeld der (Re-)Produktion des Sozialen ist.

Freilich variieren die entsprechenden Konfliktlagen erheblich mit der zeithistorischen Verfasstheit der Gesellschaft, in der sie sich ereignen. Neben und mit sozialstrukturellen und soziokulturellen Wandlungen sind im Blick auf die Gegenwartsgesellschaft nicht zuletzt Medienentwicklungen von besonderer Bedeutung, die seit der Einführung der technischen Bildmedien (beginnend mit der Fotografie und den industriellen Druckverfahren im 19. Jahrhundert) zu einer erheblichen Ausdifferenzierung von Typen und Formen visueller Kommunikation sowie zu konflikthaften Auseinandersetzungen um und mit diese(n) geführt haben. So ist es nicht erstaunlich, dass nicht nur in den Kunst- und Bildwissenschaften, sondern

auch im Feld der Kultur- und Sozialwissenschaften seit den 1980er Jahren eine Vielzahl von Publikationen erschienen sind, bei denen konfliktive Auseinandersetzungen um Anerkennung, Teilhabe und Macht in ihren Beziehungen zu visuellen Kommunikationen im Mittelpunkt stehen. „Visual culture“ bzw. „visual studies“ fungieren als Klammerbegriffe dieses Forschungsbereichs (vgl. exemplarisch Jenks 1995, Jay 2002, Dikovitskaya 2006, Prinz/Reckwitz 2012).

Wenngleich es in Bezug auf die höchst komplexe Gesellschaft der Gegenwart weniger denn je im Bereich des Möglichen liegt, die verschiedensten Konfliktlagen, die mit visuellen Gestaltungen einhergehen, über einen soziologischen Kamm zu scheren – zu vielgestaltig sind nicht nur die polykontexturalen Umgebungen der Gesellschaft selbst, sondern auch die in ihr entwickelten soziologischen Theorien, Methodologien und (empirischen) Methoden – ist mit dem Fokus auf die konflikthaften Potentiale visueller Kommunikation doch eine erkenntnisleitende Perspektive geschaffen. Der vorliegende Band schließt an die breit aufgefächerten Forschungsbereiche der Visual Studies und der Cultural Studies an und möchte unter der titelgebenden Formulierung „Kampf um Image“ zugleich einen engeren Beziehungszusammenhang fokussieren, dem bislang in der Soziologie kaum Beachtung geschenkt wurde. Das ist umso bemerkenswerter, als ‚Image‘ im 20. Jahrhundert zu einem Begriff der Alltagssprache avanciert, mit dem die verschiedensten sozialen Objekte bezeichnet und reflektiert werden: Politiker, Konsumprodukte, soziale Bewegungen, Städte, Nationalstaaten, Non-Profit-Organisationen, Kirchen, Organisationen (z. B. Universitäten) und viele soziale Objekte mehr werden neuerdings auch als Image identifiziert, kommuniziert und diskursiviert.

Fragt man nach den Ursachen der Entwicklung von ‚Image‘ als einer alltäglichen Schablone der Bezeichnung und Reflexion sozialer Objekte, drängen sich hier, neben und mit soziokulturellen Wandlungsprozessen, Medienentwicklungen als Erklärungsmöglichkeiten auf (vgl. Kautt 2008). Denn mit ihnen expandieren öffentliche Bild-Räume, in denen die verschiedensten Objekte in neuer Weise als Bild-Identitäten kommuniziert werden. Ausgehend von entsprechenden Befunden verstehen wir unter Image-Kommunikation Prozesse der Schematisierung von Identität, in denen medial verbreitete Bilder und Bildkomplexe als Bezugsrahmen der *Identifizierung* und *Qualifizierung* sozialer Objekte (Dinge, Personen, Gruppen, Organisationen u. a.) genutzt und *reflektiert* werden. Dieser Prozess kann sich in der ästhetischen Praxis des Herstellens visueller Kommunikationen ebenso ereignen wie in Rezeptionen, die Darstellungen als Image identifizieren. Einzelne Images sind diesem Verständnis zufolge Entitäten, die im Prozess der Image-Kommunikation über Wiederholungen und Typisierungen kondensieren und – neben und mit unsichtbaren Imaginationen – durch ein jeweils spezifisches Bündel visualisierter Identitätsattribute gekennzeichnet sind. In der Bezugnahme auf Kommunikati-

onsmedien und deren Vergesellschaftung steht die Rekonstruktion des Phänomens und des Begriffs ‚Image‘ in enger Beziehung zu Zeitdiagnosen wie denjenigen der „Inszenierungsgesellschaft“ bzw. der „Theatralisierung der Gesellschaft“ (Willems 1998; 2008) und der „Ästhetisierung des Sozialen“ (Hieber/Moebius 2011), insofern hier wie dort den Bildmedien neben und mit soziokulturellen Wandlungen eine hervorgehobene Bedeutung für die Erklärung des Zusammenhangs von Sozialität und (visueller) Ästhetik zugestanden wird.

In dem Maße, in dem Images zu einem integralen Bestandteil sozialer Prozesse werden – man denke nur an die Omnipräsenz computerisierter (Bild-)Medien in den verschiedensten sozialen Situationen und Themenkontexten – nimmt die Wahrscheinlichkeit ihrer Nutzung zur Durchsetzung von Interessen ebenso zu wie die assoziierten Konfliktpotentiale. Dabei stehen Medienentwicklungen weder für sich selbst noch determinieren sie das Soziale. Wohl aber konvergieren technische Strukturen mit gesellschaftlichen Entwicklungen, die ihrerseits die Wahrscheinlichkeit des Sichereignens von Kämpfen um Images steigern: Wie die Eliassche Figurationstheorie (2002) oder auch das Luhmannsche Konzept von Macht (1988) betonen, forciert etwa die Differenzierung und Komplexitätssteigerung der Gesellschaft die Bedeutung figurativer Interdependenzgeflechte zwischen Akteuren, so dass es zu einer Vervielfältigung von Machtchancen kommt – die mannigfaltige Auffächerung verschiedenster Bildkommunikationsmedien ist demnach mit sozialen Prozessen aufs Engste verflochten.

Mit der Formulierung „Kampf um Images“ stellt sich der vorliegende Band auf die dynamischen Verhältnisse eines Ringens um Images innerhalb der Gesellschaft ein: Images können gewonnen oder verloren, zerstört oder bewahrt werden, kurz: sie sind selbst ein Kampfplatz bzw. Symptome von Kämpfen, die in verschiedenen Arenen der Gesellschaft von unterschiedlichen Akteuren geführt werden. Die identitären Verknüpfungen zwischen den Image-Schablonen und den damit in Verbindung gebrachten sozialen Objekten bilden dabei oftmals den Hintergrund und den allgemeinen Bezugsrahmen des Kampfes um Images. Die agonale Arbeit am Image verdankt sich dabei nicht nur (aber auch!) achtungskommunikativen Zwecken, die Goffman für die Interaktionsebene als zentrale, strukturbildende Bedingung rekonstruiert und als maßgeblichen Hintergrund der rituellen Interaktionsordnung beschrieben hat (Goffman 1986). Die Arbeit am medial kommunizierten Bild-Image ist zudem immer auch eine potentielle Machtressource, die auf den Zugang zu anderen Ressourcen Einfluss nimmt und zu eben diesen Zwecken (re-)produziert und dekonstruiert werden kann.

Wie die Images von Individuen im Interaktionsgeschehen unterliegen bildbasierte Images fortlaufenden sozialen Prozessen. Weder ihre Bedeutungen noch die sie flankierenden Praktiken oder Machtansprüche lassen sich dauerhaft fixieren.

Darstellungen sind vielmehr notwendigerweise rückgebunden an die Dynamik individueller und gruppenbezogener Interessenlagen, sie ereignen sich in hierarchischen Beziehungsgefügen, deren Ausprägungen von situativen Asymmetrien über diskursive Machtgeflechte bis hin zu Formen institutionalisierter Macht reichen. Die Überlegung Webers, den Begriff des (friedlichen) Kampfes als „Bewerbung um Verfügungsgewalt über Chancen“ (Weber 1984, S. 65) zu definieren und eben dies als einen basalen Vorgang des Sozialen (und entsprechend als einen Grundbegriff der Soziologie) vorzustellen, steht demnach für die Formulierung „Kampf um Image“ Pate. Kämpfe, auch solche um und mit Images, setzen Macht nicht notwendigerweise voraus, können aber sehr wohl auf diese hinführen oder – im umgekehrten Fall – repressiv gebraucht werden. Im Anschluss an Bourdieu ließe sich sagen: Images stehen zu verschiedenen Kapitalarten (dem ökonomischen, sozialen, kulturellen, symbolischen Kapital) in Beziehungen, die sich unter bestimmten Bedingungen in Macht konvertieren lassen. Image-Kämpfe nehmen indessen kein Ende, weil die Kräfteverhältnisse in der Gesellschaft stets neu austariert werden. Elias' Perspektive auf die figurativen Machtbalancierungen, Popitz' Beschreibung der „Phänomene der Macht“ oder auch Bourdieus Metapher des „Gravitationsfeldes“ (Bourdieu 1989) bieten soziologische Perspektiven unter anderen auf ein prozesstheoretisches Verständnis von Image-Kämpfen. So geht auch das Konzept der „Hegemonie“ in (post-)strukturalistischen und (post-)kolonialistischen Ansätzen von stets dynamischen, prozesshaft sich ereignenden und entsprechend prozessual zu rekonstruierenden „Kräfteverhältnissen“ aus – auch und gerade dann, wenn die Beteiligungsform des Bildlichen zum Thema wird (vgl. Schober/Pechriggl 2013).

Im Unterschied zur politischen Ikonographie, die sich vorwiegend mit Visualisierungen im Kontext der (Re-)Produktion institutionalisierter Macht beschäftigt (vgl. Warnke/Fleckner/Ziegler (2011)) oder auch im Unterschied zu den Surveillance Studies, die (zumeist im Anschluss an Foucaults Panoptismus-Konzept polyzentrischer Machtgeflechte) Sichtbarkeiten in ihren machtbefehlenden Beobachtungs- und Kontrollbeziehungen thematisieren (vgl. z. B. Norris/Moran/Armstrong (1998); Hempel/Metelmann (2005)), stehen mit dem Begriff des Images also vor allem identitätsbezogene Sichtbarkeiten und die dazugehörige Imaginationen als Bezugsrahmen für Konflikte, Machtchancen und Machtbalancierungen im Fokus. Erörtert und diskutiert werden von den Beiträgen des Bandes neben und mit imagebasierten Identitätsbezügen, die sich an verschiedenen Sozialfiguren festmachen bzw. diese (re)konstruieren, Fragen wie die folgenden: In welchen Gesellschaftsbereichen (Feldern, Netzwerken, Subkulturen) und zu welchem Zweck sind Images Kampfmittel? Welche Konkurrenzbedingungen und Regeln bestimmen im jeweiligen Kontext den Kampf um Images? Mit welchen Inszenierungsformen und Semantiken werden Image-Erfolge angezielt? Wie stehen Formen institutiona-

lisierter und nichtinstitutionalisierter Macht im Kampf um Images in Beziehung? Welche sozialen Ordnungen entscheiden über die Kampfmittel, das Verhalten der Image-Kämpfer und deren (Miss-)Erfolge?

Den Anfang des vorliegenden Bandes macht ein Text von *York Kautt*, der grundlegende Überlegungen zum Zusammenhang von Image, Gesellschaft und Medienwandel auf das Thema „Kampf um Images“ projiziert. Der nachfolgende Beitrag von *Lutz Hieber* rekonstruiert eine kristalline Form solcher Kämpfe, indem er institutionelle Reglementierungen von Images untersucht. Im Anschluss gehen die Beiträge von *Ulrike Wohler*, *Sophie Junge* und *Sylvia Mieszkowski* Image-Prozessen im Kontext von Konfliktlagen nach, die maßgeblich durch (Re-)Konstruktionen und Diskursivierungen von Gender strukturiert sind. Dass und inwiefern im Zusammenhang mit Amok, im Bereich des Dokumentarfilms sowie der Mode um Images gerungen wird, zeigen die Untersuchungen von *Daniel Ziegler*, *Carsten Heinze* und *Monika Kritzmöller*. Den drei nachfolgenden Beiträgen ist gemein, dass sie ihr Thema in historischer Perspektive erschließen: *Anne Ortner* rekonstruiert die Geschichte des Sammelalbums als spannungsreiches Medium der Image-Arbeit, *Anna Schober* die konfliktive Herstellung und Diskursivierung der Sozialfigur des „Everybody“ und *Christoph Lorke* schließlich geht der Inszenierung von Armut als Schau- und Kampfplatz unterschiedlicher politischer Systeme nach. Den Abschluss des Bandes bildet ein Text von *Jörn Ahrens*, der die weiten Zusammenhänge vom Medien- und Image-Handeln, Gesellschaft und Subjektgenese umreißt.

Die Beiträge machen ersichtlich, dass und inwiefern sich imagebezogene Kämpfe als „Bewerbung um Verfügungsgewalt“ (Weber) auf ganz verschiedene Weisen ereignen können: Als Ausnutzung der Faszinations- und Attraktionskraft des Bildes, als Herstellung visueller Semantiken, als Sichtbarmachung und Erinnerung eines Themas im kollektiven Bewusstsein (gegen das Vergessen), als diskursive Rahmung visueller Darstellungen, als (Bild-)Agenda-Setting der Massenmedien, als institutionalisierte (Bild-)Zensur, als (Nicht-)Beachtung ästhetischer ‚Standards‘, Normen und Werte, als Vereinnahmung subkultureller (Gegen-)Images für den Mainstream der Kulturindustrie, als Anspruch des inszenatorischen ‚Dokumentierens‘ von Wirklichkeit oder als Anspruch kreativer (z. B. künstlerischer) Qualität z. B. in Sachen Mode. Der Band behandelt den Kampf um und mit visuellen Kommunikationen im komplexen Zusammenspiel sozialer Gruppierungen, Institutionen, Diskurse und Wissensformationen. Indem die Beiträge verdeutlichen, wie sich Image-Kämpfe als Auseinandersetzungen um Macht, Teilhabe, Normativität, Identität und Repräsentation (re-)konstruieren lassen, leisten sie einen Beitrag zu einer Theorie und Analyse visueller Kultur, die unter den Bedingungen der computerisierten Gesellschaft auch künftig noch viele Fragen aufwerfen wird.

## Literatur

- Dikovitskaya, Margaret (2006): *Visual Culture. The Study of the Visual after the Cultural Turn*, Cambridge/London: MIT Press.
- Elias, Norbert (2002): *Die höfische Gesellschaft. Untersuchungen zur Soziologie des Königtums und der höfischen Aristokratie. Gesammelte Schriften Band 2*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Goffman, Erving (1986): *Techniken der Imagepflege. Eine Analyse ritueller Elemente in sozialer Interaktion*. In Ders.: *Interaktionsrituale. Über Verhalten in direkter Kommunikation*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 10-53. (Orig. 1967: *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*, New York).
- Hempel, Leon/Metelmann, Jörg (Hg.) (2005): *Bild-Raum-Kontrolle*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hieber, Lutz/Moebius, Stephan (Hg.) (2011): *Ästhetisierung des Sozialen. Reklame, Kunst und Politik im Zeitalter visueller Medien*, Bielefeld: transcript.
- Jay, Martin (2002): That Visual turn: The Advent of Visual Culture. *Journal of Visual Culture* 1 (3), S. 267-278.
- Jenks, Chris (Hg.) (1995): *Visual Culture*, London/New York: Routledge.
- Joas, Hans (1994): „Homo Pictor: Von der Freiheit des Bildens“. In: Boehm, Gottfried (Hg.): *Was ist ein Bild?*, München, S. 105-124.
- Kautt, York (2008): *Image. Zur Genealogie eines Kommunikationscodes der Massenmedien*, Bielefeld: transcript.
- Köstler, Andreas /Seidl, Ernst (Hg.) (1998), *Bildnis und Image. Das Portrait zwischen Intention und Rezeption*, Köln u. a.: Böhlau.
- Luhmann, Niklas (1988): *Macht*, Stuttgart: Enke.
- Norris, Clive/Moran, Jade/ Armstrong, Gary (1998): *Surveillance, Closed Circuit Television and Social Control*, Aldershot: Ashgate.
- Popitz, Heinrich (1992): *Phänomene der Macht*, (2. Aufl.), Tübingen: Mohr.
- Prinz, Sophia/Reckwitz, Andreas (2012): „Visual Studies“. In: Stephan Moebius (Hg.): *Kultur. Von den Cultural Studies bis zu den Visual Studies. Eine Einführung*, Bielefeld: transcript, S. 176-195.
- Schober, Anna/Pechriggl (Hg.) (2013): *Hegemonie und die Kraft der Bilder. Klagenfurter Beiträge zur visuellen Kultur Band 3*, Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Warnke, Martin (Hg., 1988): *Bildersturm: die Zerstörung des Kunstwerks*, Frankfurt am Main: Fischer.
- Warnke, Martin/Fleckner, Uwe/Ziegler, Hendrik (2011): *Handbuch der politischen Ikonographie* (2 Bd.), München: Beck.
- Weber, Max (1984): „Begriff des Kampfes“. In Ders.: *Soziologische Grundbegriffe*, Tübingen: Mohr, S. 65-68.
- Willems, Herbert (1998): „Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis“. In: H. Willems/M. Jurga (Hrsg.): *Inszenierungsgesellschaft*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1998, S. 23-81.
- Willems, Herbert (Hg.) (2008): *Theatralisierung der Gesellschaft: Band 2: Medientheatralität und Medientheatralisierung*, Wiesbaden: VS.

Kampf um Images

Visuelle Kommunikation in gesellschaftlichen  
Konfliktlagen

Ahrens, J.; Hieber, L.; Kautt, Y. (Hrsg.)

2015, VI, 310 S. 75 Abb., 19 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-01711-8