

KLAGENFURTER BEITRÄGE ZUR VISUELLEN KULTUR

Jörg Helbig / Arno Russegger / Rainer Winter (Hrsg.)

Visualität, Kultur und Gesellschaft

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Jörg Helbig / Arno Russegger / Rainer Winter (Hrsg.)
Visualität, Kultur und Gesellschaft
Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 2
Köln: Halem, 2014

Die Reihe *Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur* wird herausgegeben von Jörg Helbig und Rainer Winter.

**Veröffentlicht mit Unterstützung des Forschungsrates
der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt**

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISSN 2197-0602

ISBN 978-3-86962-093-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag
DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg
GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf
Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.
Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

JÖRG HELBIG / ARNO RUSSEGGER / RAINER WINTER Einleitung	9
HEINZ TSCHACHLER Visual Culture and America's Money: You can see a lot by just looking	13
SEBASTIAN NESTLER Kommunikations-Guerilla als Aneignungskunst und politischer Aktivismus aus der Perspektive der Cultural Studies	36
THOMAS HERMANN Bildwelt Schule: Visuelle Darstellung von Schule und ihren Akteuren in der Schweizer Presse	53
JULIA BERTSCHIK Inszenierungen der Ware. Reklame und Mode als Kultur- und Literaturphänomene Anfang des 20. Jahrhunderts	80
PRIMUS-HEINZ KUCHER Die Welt der Worte und die Faszination der Bilder. Text-Bild-Relationen in der (deutschsprachigen) Literatur seit der Laokoon-Diskussion über E. T. A. Hoffmann bis Rolf Dieter Brinkmann und Herta Müller	102

SIMONE HEILGENDORFF	132
Visuelle Komponenten der aktuellen Musikforschung	
STEFFEN A. SCHMIDT	162
Zwischen Visualisierung und Verkörperung von Musik	
RALF ADELMANN	174
Bild- und Medientheorien der Naturwissenschaften: Epistemologische Effektivität von Visualisierungen in der Astronomie	
MARTIN G. WEISS	191
Bilder des Bösen: Schädel, Hirne, Gene. Modelle präventiver Forensik von Pseudo-Aristoteles bis zum ›Human Genome Project‹	
Herausgeber	206
Autorinnen und Autoren	207

KLAGENFURTER BEITRÄGE ZUR VISUELLEN KULTUR



JÖRG HELBIG / ARNO RUSSEGGER /
RAINER WINTER (Hrsg.)

Visualität, Kultur und Gesellschaft

Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 2

2014, 212 S., 71 Abb., Broschur,

213 x 142 mm, dt./engl.,

ISBN 978-3-86962-093-0

Die einfache Feststellung, dass Bilder und deren Wahrnehmung durch bestimmte Kontexte geprägt sind, hat für die bildwissenschaftliche Forschung weitreichende Konsequenzen: Es gilt dabei nicht nur die kulturhistorischen und gesellschaftlichen Bedingungen, sondern auch den visuellen Charakter von Kultur und Gesellschaft zu untersuchen. Das dadurch bereitgestellte Wissen eröffnet uns vielseitige und grundlegende kommunikative Kompetenzen im Umgang mit modernen (vor allem elektronischen) Text- und Bildmedien, kurzum: die sogenannte ›Media Literacy‹.

Wie unterschiedlich sinnstiftend unsere Bilderwelten sind und wie vielschichtig produktiv der Bildbegriff ist, zeigen die Beiträge des vorliegenden Bandes *Visualität, Kultur und Gesellschaft* aus der Reihe *Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur*. Untersucht wird die Ikonografie von u.a. amerikanischen Banknoten, von satellitengenerierten Datenbildern und des anthropologischen bzw. forensischen Bildes sowie deren Kommunikationszusammenhänge. Diesen Bildgegenständen gemeinsam ist, dass sie kulturelle Codes bereitstellen, mit denen sie die gesellschaftliche, ökonomische und politische Kommunikation organisieren. Dadurch begründet sich das genuin interdisziplinäre Vorgehen der in diesem Band versammelten bildwissenschaftlichen Ansätze.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Einleitung

Die Forschungen zur Visuellen Kultur untersuchen, wie mit Bildern Bedeutungen produziert, etabliert, infrage gestellt und verändert werden. Wie und in welchen Kontexten entstehen Bilder? Wie werden sie konsumiert und rezipiert? Welche gesellschaftlichen Funktionen üben sie aus? Das Interesse gilt also den vielfältigen Verknüpfungen von Visualität, Kultur und Gesellschaft. Es sollen die kulturellen und gesellschaftlichen Bedingungen des Visuellen, aber auch der visuelle Charakter von Kultur und Gesellschaft aufgezeigt werden. Unsere Wahrnehmung, unser Sehen, ist kulturell und gesellschaftlich geformt. Deshalb ist es wichtig, nicht nur Bilder, sondern auch deren Rezeption und Betrachtung in unterschiedlichen kulturellen Kontexten zu untersuchen.

Möglichst vielseitige kommunikative Kompetenzen im visuellen Bereich des kulturellen Gefüges unserer immer globalisierter organisierten Welt gehören heute zum Kern dessen, was im Zusammenhang mit aktuellen diskursiven Leitbegriffen wie ›Literacy‹, ›Media Literacy‹ bzw. generell ›New Literacies‹ diskutiert wird. Dabei geht es, kurz gesagt, darum, das herkömmliche Konzept des Alphabetismus, wie er das aufklärerisch-technizistische Selbstverständnis der abendländischen Zivilisation geprägt hat, um produktive und rezeptive Fertigkeiten im Umgang mit modernen (vor allem elektronischen) Text- und Bildmedien zu ergänzen. Klar ist, dass Visuelle Kultur vor diesem theoretischen Hintergrund nur als ein inter- bzw. transdisziplinäres System gedacht und analysiert werden kann.

Diesem Anspruch folgt auch der vorliegende Sammelband, in dem Beiträge zu mehreren Ringvorlesungen zum Thema ›Visuelle Kultur‹ un-

ter den Gesichtspunkten von ›Visualität, Kultur und Gesellschaft‹ zusammengestellt worden sind, die in den letzten Jahren an der Alpen-Adria Universität Klagenfurt stattgefunden haben. Zur Sprache kommen dabei Kultur-, Film-, Literatur- und Musikwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ebenso wie Vertreterinnen und Vertreter der Philosophie und Pädagogik.

Den Auftakt macht HEINZ TSCHACHLER mit einer Untersuchung zur visuellen Aufmachung amerikanischer Banknoten, die sich nicht nur auf ökonomische Rahmenbedingungen bezieht, sondern bereits viel über politische Kommunikationsprozesse zwischen staatlicher Obrigkeit und Staatsvolk, über nationales Geschichts- und Selbstverständnis verrät. Das ist kein schlechtes Beispiel dafür, dass die Begriffe, mit denen die Cultural Studies arbeiten, einer permanenten diskursiven Neubildung bedürfen. Davon geht SEBASTIAN NESTLER in seinen Überlegungen aus, die sich heutigen Möglichkeiten von Kritik und Widerstand im Kontext der Postmoderne widmen. In einem Zeitalter, das maßgeblich durch das Visuelle geprägt ist, ortet der Autor – unter Berufung auf Michel Foucault – im allgegenwärtigen Bildraum, der uns umgibt, die Wirksamkeit durchaus politischer Machtbestrebungen, gegen die man sich nur mit ebenfalls kulturell wirksamen Taktiken zur Wehr setzen könne. Anhand des Konzepts der Kommunikations-Guerilla entwirft Nestler schließlich Perspektiven »praktischen semiotischen Widerstands« als »Störungen der ›normalen‹ Alltagskommunikation«, um »die Reproduktion kultureller Hegemonie zu unterbrechen«, und geht auf Beispiele wie die deutsche Aktivistengruppe *Front Deutscher Äpfel* oder Werbekampagnen unter dem Signum des sogenannten *adbusting* ein.

Auf eine komplexe Bilderwelt anderer Art rekurriert der Beitrag von THOMAS HERMANN, indem er visuelle Darstellungsformen von Schule und ihren Akteuren in der schweizerischen Presse analysiert. Bemerkenswert, wie eng sich auch in diesem Kontext fotografische und Denkbilder als Zeugnisse konstruierter Wirklichkeit, in der sich die verschiedensten Machtinteressen überschneiden, führen lassen. Den Fokus auf Kulturphänomene zu Anfang des 20. Jahrhunderts verschiebt JULIA BERTSCHIK, für die Reklame und Mode als typische Bezugsgrößen gesellschaftlicher Diskurse figurieren, in denen grundsätzliche ästhetische Positionen neu verhandelt wurden, deren Auswirkungen sowohl ökonomische Veränderungen betrafen als etwa auch die Praxis zeitgenössischer Theateraufführungen. Einen noch größeren, mehrere Jahrhunderte umfassenden kulturgeschichtlichen Bogen literarischer Text-

Bild-Relationen spannt PRIMUS-HEINZ KUCHER, der Techniken der Visualisierung bei Schriftstellerinnen und Schriftstellern wie E. T. A. Hoffmann, Dieter Brinkmann und Raoul Hausmann oder Herta Müller erörtert und mit einer Fülle von illustrierendem Material versieht.

SIMONE HEILGENDORFF geht visuellen Komponenten in der Musikforschung nach und präsentiert Beispiele der traditionellen Ikonografie von Instrumenten und konkreten Aufführungssituationen über Konzertfilme und Musiksoftware bis hin zu Klanginstallationen und experimentellem Musiktheater. Dass Musik nicht allein aus akustischen Stimuli besteht, ist auch ein zentraler Gedanke der Ausführungen von STEFFEN A. SCHMIDT, der exemplarisch jene intermedialen Prozesse beleuchtet, die Musik in lebensweltliche Zusammenhänge einbinden und spezifische ästhetische Formen (Partitur, Musikfilm, Dirigieren oder Tanz) zwischen Visualisierung und Verkörperung hervorbringen.

Den Abschluss des vorliegenden Bandes stellen zwei Beiträge dar, in denen pointierte Analysen zu Wissenschaftsdisziplinen zur Sprache kommen, deren Verwendung von Bildern jeweils ganz eigene Praxen bzw. Denktraditionen hervorgebracht hat: Der Medienwissenschaftler RALF ADELMANN legt dar, welche Bild- und Medientheorien es im Bereich der Astronomie gibt, um beispielsweise Fotos auswerten zu können, die von einer Marssonde auf die Erde übermittelt werden und als Datenbilder, nicht als Abbilder funktionieren. Die Frage, ob das Aussehen von Menschen als äußeres Abbild seelischer Dispositionen gewertet werden kann, die Idee der Physiognomik also, ist Thema des Philosophen MARTIN G. WEISS. Spätestens seit den pseudo-aristotelischen *Physiognomica* zieht sich die Vorstellung, vom Körperlichen, Objektiven am Menschen auf dessen mentale Eigenschaften (Fähigkeiten und Anlagen, Gefühle, Temperament und Charakter sowie Krankheiten und Schicksalsverlauf) schließen zu können, durch die Geschichte der Anthropologie. Vor diesem Hintergrund kommentiert Weiß das *Human Genome Project* und dessen Konsequenzen.

Wie bereits in Band 1 der Reihe *Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur* ergibt sich aus den nachfolgenden Artikeln ein breites methodisches Spektrum, dessen kleinster gemeinsamer Nenner eine Orientierung an Forschungsfragen der Visuellen Kultur ist. Für Interessierte eröffnet sich auf diese Weise nicht nur ein Überblick über wesentliche Konzepte des Visuellen in den einzelnen Wissenschaften, seitdem in den 1990er-Jahren ein umfassender *pictorial/iconic turn* ausgerufen worden ist, sondern aufgrund der Überschneidungen und Ausdifferenzierung von Terminologien,

Perspektiven und Erkenntnissen eine Fülle von Angeboten, sich selbst mit dem Thema auseinanderzusetzen und den Blick auf die eigene Disziplin zu erweitern.

Die Herausgeber möchten sich bei Matthias Wieser für seine Organisation einer Ringvorlesung bedanken.

KLAGENFURTER BEITRÄGE ZUR VISUELLEN KULTUR



JÖRG HELBIG / ARNO RUSSEGGER /
RAINER WINTER (Hrsg.)

Visuelle Medien

Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 1
2014, 260 S., 25 Abb., 1 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.
EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,60
ISBN 978-3-86962-060-2

Während mit dem Einzug des ›cultural turn‹ in den Geisteswissenschaften Kultur zunächst als Text untersucht wurde, vollzieht sich seit geraumer Zeit auch eine Wende zur Visuellen Kultur hin. Dieser Wandel versteht sich als eine Antwort auf die hegemoniale Kraft der Bilder, die als zentraler Faktor ihre Wirkung in sozialen, politischen und ökonomischen Zusammenhängen entfaltet.

Dieser Band, der die Reihe *Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur* begründet, nimmt sich dies zum Anlass und analysiert die kulturellen Bilderwelten in alltäglichen und deshalb auch zentralen visuellen Medien: in Filmen, Serien, Illustrierten und Comics. Die exemplarischen Beiträge verstehen sich als Zugang und Leitfaden in die kulturelle Konstruktion des Visuellen. Sie erschließen nicht nur einen konkreten Gegenstand aus kultur-, film- und literaturwissenschaftlicher sowie psychologischer Perspektive – die Ansätze liefern zugleich auch philosophische, ästhetische und wahrnehmungstheoretische Erkenntnisse zur Produktion, Zirkulation, Rezeption sowie dem Austausch von Bildern.

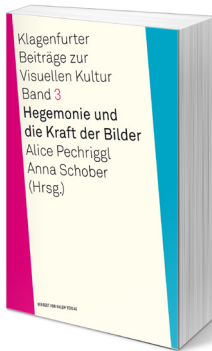


HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



KLAGENFURTER BEITRÄGE ZUR VISUELLEN KULTUR



ALICE PECHRIGGL / ANNA SCHOBER (Hrsg.)

Hegemonie und die Kraft der Bilder

Klagenfurter Beiträge zur Visuellen Kultur, 3

2013, 264 S., 52 Abb., Broschur,

213 x 142 mm, dt./engl.

EUR(D) 27,50 / EUR(A) 28,15 / sFr. 46,30

ISBN 978-3-86962-072-5

Bilder lassen die Welt natürlich und gewiss erscheinen; zugleich vermögen sie, Bestehendes herauszufordern. Ihre Wirkung kann von denen, die sie herstellen bzw. verbreiten, nicht beherrscht werden. Die so entstehenden, nicht kalkulierbaren Rezeptionsgeschichten, über die Bilder in Konstitutionsprozesse politischer Hegemonie verstrickt sind, werden in diesem Band in den Blick genommen. Die Autorinnen und Autoren suchen nach Wegen, um zwischen politischer Theorie bzw. Philosophie und Bildforschung (Bildwissenschaft, Ästhetik, Kunstgeschichte) zu vermitteln. Die Beiträge widmen sich dem Eigensinn von Bildern und deren Potenzial, scheinbar Gegebenes wieder zu öffnen und in neue Beziehung zu setzen. Sie hinterfragen zudem die Rolle, die Bilder sowohl für die Aufrechterhaltung als auch für den Wandel der Sichtbarkeitsordnungen in diktatorischen wie auch demokratischen Regimen spielen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

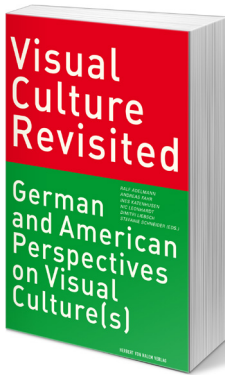
Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de



VISUAL CULTURE



RALF ADELMANN / ANDREAS FAHR /
INES KATENHUSEN / NIC LEONHARDT /
DIMITRI LIEBSCH / STEFANIE SCHNEIDER
(Hrsg.)

Visual Culture Revisited. German and American Perspectives on Visual Culture(s)

2007, 314 S., 75 Abb., 3 Tab., Broschur, engl.
EUR(D) 28,00 / EUR(A) 28,70 / sFr. 47,10
ISBN 978-3-931606-30-5

Is there one visual culture or are there multiple visual cultures? On the one hand, it is obvious that images do not exist and cannot be understood independently. Rather, they are embedded in institutions and cultural contexts. This common ground suggests an understanding of visual culture as a singular phenomenon. On the other hand the plurality of pictorial representations – from sitcoms to illustrations in childrens' books, from cartoons to satellite photos, from high art to everyday life – suggests the conception of visual culture as a singular phenomenon to be misleading. The visual world is a field of conflict and tension between self and other, mainstream and counterculture.

The articles in this book include both theoretical reflections on the dialectics of visual culture(s) as well as case studies. The focus lies on examples from the u.s. American context – from the focusing on Native Americans as the ›Vanishing Race‹ in the 19th-century Photography to the TV coverage of the Columbia Space Shuttle Disaster in February, 2003. This book is therefore highly recommendable to both students and scholars of American Studies als well as those interested in the interdisciplinary debate on visual culture(s).



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de

