

Peter Zimmermann

**Katharina Lobinger, Stephanie Geise (Hg.):  
Visualisierung – Mediatisierung: Bildliche  
Kommunikation und bildliches Handeln in  
mediatisierten Gesellschaften**

2016

<https://doi.org/10.17192/ep2016.1.4418>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Zimmermann, Peter: Katharina Lobinger, Stephanie Geise (Hg.): Visualisierung – Mediatisierung: Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln in mediatisierten Gesellschaften. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 33 (2016), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2016.1.4418>.

**Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

**Terms of use:**

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

## **Katharina Lobinger, Stephanie Geise (Hg.): Visualisierung – Mediatisierung: Bildliche Kommunikation und bildliches Handeln in mediatisierten Gesellschaften**

Münster: Herbert von Halem 2015, 338 S., ISBN 9783869621067, EUR 32,-

Dieser Sammelband präsentiert Beiträge der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“, im November 2013 in Kooperation mit dem DFG-Schwerpunktprogramm „Mediatisierte Welten“. Er ist in vier Teile gegliedert: Der erste Teil behandelt theoretische Konzepte der Visualisierungs- und Mediatisierungsforschung; die anderen drei konzentrieren sich auf Beispiele aus den Bereichen des Bildhandelns, der Bildanalyse und der Bildproduktion.

Friedrich Krotz, der Koordinator des DFG-Projekts, legt in einem einleitenden Artikel das Verhältnis von Mediatisierungs- und Visualisierungsforschung dar, wobei er Visualisierung als Teilprozess des Metaprozesses Mediatisierung sozialen Handelns begreift. Unter Mediatisierung versteht er die Veränderung von alltäglichem, institutionellem und gesellschaftlichem Handeln unter dem Einfluss des Medienwandels. Im Gegensatz zu seiner Ansicht nach „verdinglichten Konzepten wie ‚Datenautobahn‘ oder ‚Medien-, Netzwerk-, oder Informationsgesellschaft‘“ (S.19) geht es ihm um die Erforschung, wie sich der mediale Wandel auf das kommunikative Verhalten der Menschen und damit auch auf den sozialen Wandel auswirkt. Ange-

sichts der wachsenden Bedeutung der Bilder in den traditionellen und neuen Medien sei die Visualisierungsforschung von besonderem Interesse. Eine besondere Rolle spielen dabei Konzepte der „Bildkommunikation“ und des „Bildhandelns“ als „Praktiken der Bildproduktion, der Kommunikation mittels Bildern, der Bildrezeption und -aneignung“ (S.30). Dabei grenzt sich Krotz von der traditionellen Wirkungsforschung im Dienste der Medien ab und plädiert für eine gesellschaftskritische Forschung, die auch im Sinne von Karl Marx und Michel Foucault den Einfluss der Medien und des medialen Handelns auf die Konstitution gesellschaftlicher Macht erforscht.

Während es Krotz darum geht, die Visualisierungsforschung in den größeren Kontext der Mediatisierungsforschung einzubinden, konzentrieren sich die meisten anderen Beiträge auf verschiedene Aspekte der visuellen Kommunikation. Auf eine ‚neue visuelle Authentizität‘ weist ein Beitrag über die „Modifikation des Dokumentarischen als Effekt fortschreitender Mediatisierung“ hin: So mache der professionelle Fotojournalismus unter dem Einfluss des Konkurrenzdrucks zunehmend von einer medienwirksamen digitalen Bildbearbeitung Gebrauch und verliere damit an Authentizität, während vielfach mit Handys hergestellte Ama-

teurfotografien und Filme mit der oft zufälligen Dokumentation relevanter Ereignisse eine ‚neue Authentizität‘ gewonnen.

Im zweiten Teil des Bandes geht es um das „Bildhandeln im Kontext von Social Media“. Hier werden neue Aspekte medialen Handelns, wie etwa die Präsentation der eigenen Person oder der Community in sozialen Netzwerken, untersucht. Selbstinszenierung und Theatralisierung von Freundschaften und Liebschaften stehen im Vordergrund der Analyse. Bilder in den Social Media können unter dem Aspekt familiärer und freundschaftlicher Kommunikation auch als digitales Fotoalbum multilokaler Familien fungieren. Sie dienen vielfach der ‚Beziehungspflege‘ zwischen entfernt lebenden Verwandten und Freunden.

Im dritten Teil geht es um „Innovative methodische Verfahren zur Analyse von Bildhandeln“. Sie reichen von der Untersuchung von „Bildhandeln und Bildwissen im Medium der Fotografie“ mit Hilfe der wissenssoziologischen Konstellationsanalyse, einem Verfahren der sozialwissenschaftlichen Bildinterpretation, bis zu verschiedenen Verfahren der visuellen Rezeptions- und Wirkungsforschung; diese Verfahren helfen insbesondere die durch Bilder ausgelösten Assoziationspotenziale und die Bedeutung von Bildern für die Verbesserung von Gedächtnisleistungen bei Kindern zu erforschen.

Der vierte Teil widmet sich der Bildproduktion, insbesondere der Visualisierung des Unsichtbaren und

Abstrakten in Medizin, Mikrobiologie und Nanotechnologie bis hin zur Vielfalt der grafischen Visiotype und der Praxis der Kartografierung. Untersucht werden unter anderem die Auswirkungen, die Visualisierungsverfahren etwa bei der Pränataldiagnostik auf schwangere Frauen und ihre Partner haben können.

Von besonderer Bedeutung für das ‚Bildhandeln‘ im öffentlichen Raum sind digitale Mapping-Praktiken zur Organisation sozialer Proteste durch mobile lokative Medien. Im Kontext von Protestbewegungen dienen sie der Herstellung einer digital vernetzten Gegenöffentlichkeit und der Organisation gemeinsamer Aktionen. Beispiele dieser Art veranschaulichen eindrucksvoll die mit der Digitalisierung und dem Internet neu entstandenen Möglichkeiten medialen Handelns durch Bildmedien, die der visuellen Kommunikation neue Forschungsfelder eröffnen. In solchen Ausblicken auf neue digitale Mediennutzungen liegt die Stärke des Buches, das ansonsten – wie das bei Sammelbänden häufig vorkommt – thematisch und methodisch sehr unterschiedliche Beiträge enthält. Immerhin scheinen sich mittlerweile auch die in der DGPK organisierten Kommunikationswissenschaftler\_innen ähnlich wie die Medienwissenschaftler\_innen verstärkt mit der Analyse der Bildästhetik zu beschäftigen – eine erfreuliche Annäherung der konkurrierenden Disziplinen.

*Peter Zimmermann (Düsseldorf)*