

Hans-Dieter Kübler

Konrad Dussel: Bilder als Botschaft: Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum

2020

<https://doi.org/10.25969/mediarep/15397>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Konrad Dussel: Bilder als Botschaft: Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 37 (2020), Nr. 4, S. 382–383. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15397>.

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/>

Buch, Presse und andere Druckmedien

Konrad Dussel: Bilder als Botschaft: Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum

Köln: Herbert von Halem 2019, 551 S., ISBN 9783869624143, EUR 44,-

Als Jahrhundert der Bilder wurde das 20. mit den vielen Illustrierten in der Weimarer Zeit begonnen, die fast in jeder größeren Stadt erschienen (vgl. S.47). Allerdings wurde das gedruckte Bildmaterial bis auf einige Detailstudien von der publizistischen und medienwissenschaftlichen Forschung wenig beachtet. Dieses Manko füllt nun mit beeindruckenden Quantitäten und beachtlicher methodischer Sorgfalt die vorliegende imposante Studie des Mannheimer Historikers, der schon mit etlichen medienhistorischen Arbeiten auf sich aufmerksam machte. Über 30.000 ‚redaktionelle‘ Bilder, meist Fotos, untersuchte er zusammen mit einem Team aus drei als exemplarisch erachteten Illustrierten: *Der Berliner Illustrierten Zeitung* (BIZ) als dem absoluten Marktführer mit Auflagen von über 1 Million (1934) bis über 2,5 Millionen (1944), der eher traditionellen *Die Woche. Moderne Illustrierte Zeitschrift*, die über Jahre nur Auflagen von 145.000 bis 190.000 Exemplaren erzielte; und endlich dem NS-Parteiblatt *Illustrierter Beobachter* (IB), das in den 1930er Jahre eine Druckauflage um 700.000 erreichte und erst gegen Ende des Krieges (1944) auf über 1,9 Millionen anwuchs (vgl. S.49). Gewählt

wurde für die beiden unabhängigen Zeitschriften der Zeitraum von 1905 bis 1945, für den IB der verkürzte ab 1926. In die vorwiegend quantitative Bildanalyse (mit einigen qualitativen Erweiterungen) wurden 40 Jahrgänge mit jeweils sechs Heften, im Frühjahr und im Herbst, einbezogen, jeweils mit einer konkreten Autopsie der verfügbare Originalausgaben und – falls erforderlich – der Microfiche-Versionen. Die Stichprobe steht für gut 250.000 veröffentlichte Bilder.

Solch eine riesige Anzahl sei „noch nirgends“ untersucht worden (S.31); sie lässt sich auch nicht mit der bislang angewendeten „themenorientierten Einzelbildinterpretation“ bewerkstelligen (S.23): Stattdessen werden die Bilder quantitativ erfasst, nach „zugegebenermaßen recht einfachen Kriterien“ (S.32). Ergänzt werden sie durch „qualifizierende Einzelfallbetrachtungen“ (S.33), wie sie etwa für die Präsentation von vier deutschen Staatsoberhäuptern vorgenommen wird (vgl. S. 315ff.). Als analytische Hauptkategorie wird vage der Terminus der Strukturen gewählt, den Dussel als „Ergebnisse der Aushandlungsprozesse zwischen den Vorstellungen der Illustrierten-Gestalter zur inhaltlichen

und formalen Heftgestaltung einerseits und den entsprechenden Erwartungen ihrer Leserschaft andererseits“, definiert (S.26). So bleibt es größtenteils bei deskriptiven „Häufigkeitsverteilungen“ (S. 32), die gleichwohl einige Muster und Trends entdecken lassen.

Im Einzelnen analysiert werden zunächst Layout- und Kontextfragen, dann sich entwickelnde Techniken zur Herstellung von Illustrationen, thematische Schwerpunkte der Bildinhalte, (Kon)Texte und Bilder sowie schließlich Berichtsansätze, um einige Schwerpunkte zu nennen. Vor allem steht das politische Bild im analytischen Fokus, wiewohl auch dessen Definition eingeständenermaßen unscharf und bestenfalls induktiv einlösbar bleibt (vgl. S.281). Immerhin lässt sich mit ihr arbeiten und mehr als ein Drittel des gesamten Bilderkontingents ihr zuordnen, natürlich für die einzelnen Gazetten und in den Phasen des gewählten Zeitraumes unterschiedlich.

Über sie lassen sich bei der Zusammenführung der vielfältigen Befunde und detaillierten Aspekte der Analyse am Ende einige der wichtigsten Erkenntnisse formulieren: Politik spielte in den drei Illustrierten rein quantitativ, aber auch in den verschiedenen Abschnitten eine herausragende, natürlich wechselnde Rolle. Mit politischen Bildern konnten zunächst die wichtigsten politische Akteure und ihr Handeln visualisiert werden; allerdings sind ihre Verbreitung und Häufung

auch von den jeweiligen staatlichen Lenkungen abhängig. Insbesondere die Vorbereitung und Legitimation der beiden Kriege finden sich in den Bildern wieder, aber auch die Ignorierung von Kriegshandlungen, sofern geboten. Dann erhöhten die Gazetten den Anteil von Kultur, Bildung und besonders Unterhaltung, wie dies etwa Goebbels seit Kriegsbeginn anordnete. Dadurch gewann der IB streckenweise ein recht harmloses, sogar vergnügliches Äußeres. Insgesamt erwiesen sich alle drei Illustrierten als Träger und Verbreiter der sich allmählich formierenden Massenkultur und -unterhaltung – bis weit in die Kriegsjahre hinein.

Um diese These zu stützen und weiter zu differenzieren, rät Dussel in seinem Ausblick an, künftig die sich auch in der Weimarer Zeit entwickelnde Werbung beziehungsweise Anzeigenfülle analytisch zu berücksichtigen, da sie wachsende Umfänge beanspruchte und vor allem die ökonomische Basis der Illustrierten bestritt. Ferner wären die sich ebenfalls bildenden Special-Interest-Zeitschriften und natürlich internationale Vorbilder zu beachten (vgl. S.513). Auch die Entstehung der publizistischen Massenkultur hat demnach noch viele Dimensionen, die gerade im Printsektor trotz etlicher Einzelstudien in ihren Zusammenhängen und wechselseitigen Einflüssen noch nicht hinreichend analysiert sind.

Hans-Dieter Kübler (Werther)