



Stephanie Geise, Thomas Birkner, Klaus Arnold, Maria Löblich, Katharina Lobinger. *Historische Perspektiven auf den Iconic Turn: Die Entwicklung der öffentlichen visuellen Kommunikation.* Köln: Herbert von Halem Verlag, 2016. 340 S. broschiert, ISBN 978-3-86962-177-7.

Reviewed by Annette Vowinckel

Published on H-Soz-u-Kult (April, 2017)

Anfang der 1990-Jahre verbreitete sich, angeregt unter anderem durch Schriften der Kunsthistoriker Gottfried Boehm und W. J. T. Mitchell, die Rede von einem Iconic Turn, der in unterschiedlichen Kontexten auch als Visual, Pictorial oder Visualistic Turn etikettiert wurde. Vgl. Hubert Burda / Christa Maar (Hrsg.), *Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder*, Köln 2004; W. J. T. Mitchell, *Der Pictorial Turn*, in: Christian Kravagna (Hrsg.), *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*, Berlin 1997, S. 15–40. Die Quintessenz dieser Ansätze war, dass die damalige Gegenwart eine mit großer Geschwindigkeit vollzogene qualitative und quantitative Hinwendung zum Bild erlebe, die es analytisch zu fassen und zu erklären gelte. Diese Turns waren Teil einer ganzen Reihe von Wendungen, die mit dem Linguistic Turn begannen und vom Interpretive Turn über den Performative, Reflexive, Postcolonial, Translational und Spatial Turn bis zum Cultural Turn reichten. Vgl. N.n., *Cultural Turn*, https://de.wikipedia.org/wiki/Cultural_turn (21.02.2017); Doris Bachmann-Medick, *Cultural Turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*, Reinbek 2006.

Die Herausgeberinnen und Herausgeber des vorliegenden Sammelbands haben es sich zur Aufgabe gemacht, Begriff und Konzept des Iconic Turns gut 20 Jahre nach dessen Proklamation auf den Prüfstand zu stellen. In dieser Absicht haben sie zwölf Beiträge von Mitgliedern der Fachgrup-

pen Kommunikationsgeschichte und Visuelle Kommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) eingeworben, die diese im Rahmen einer gemeinsamen Tagung im März 2014 in Trier präsentiert hatten. Gerahmt werden sie von einer Einleitung und einem bilanzierenden Schlusskapitel.

Die Themen der Beiträge reichen zeitlich von der Antike bis in die jüngere Vergangenheit, und sie decken visuelle Medien von der Höhlenmalerei über den Comic bis zum Spielfilm des 20. Jahrhunderts ab; allein digitale Bildmedien sind nicht Gegenstand des Interesses. Die Lektüre ausnahmslos aller Beiträge ist eine Bereicherung, was für das gute Lektorat der Herausgebergruppe und des Verlags spricht. Zusätzlich zu den empirischen Befunden bieten die Texte eine Einführung in den Forschungsstand, was sie auch für solche Leserinnen und Leser interessant macht, die nicht über Spezialwissen verfügen. Dies gilt für den Beitrag von Jürgen Wilke zu den „Wechselbeziehungen von Wort und Bild in der Geschichte visueller (Massen-)Kommunikation“ ebenso wie für Alexander Godullas und Cornelia Wolffs „Untersuchung der Bildsprache des Pressefotos am Beispiel des ‚National Geographic Magazins‘“, Gabriele Mehlings Text über den „Wandel der Lesarten von Roman Polanskis Film ‚Ekel‘ 1965 bis 2013“ und Silke Plates Darstellung des „Verbrechen[s]

von Katyn als Bildmotiv auf polnischen Untergrundbriefmarken der 1980er-Jahre und deren mediale Funktion“.

Die titelgebende Frage wird zwar nicht in allen Beiträgen ausdrücklich angesprochen oder gar beantwortet, doch fassen die Mitherausgeber Stephanie Geise und Thomas Birkner in einem abschließenden Beitrag die Ergebnisse zusammen und leiten aus ihnen die These ab, dass der Iconic Turn konzeptionell revidiert werden müsse. Zum einen seien „Bilder – in ihren vielfältigen Erscheinungsformen – seit jeher ganz zentraler, integraler Bestandteil der öffentlichen Kommunikation“ gewesen, zweitens sei statt von einer radikalen Wende eher von einem „Iconic Drift“ auszugehen, also von der Existenz vielfältiger Visualisierungsschübe und einer „sukzessive[n] Verschiebung hin zu einer zunehmenden Ausdifferenzierung bereits bestehender visueller Medien-, Kommunikations- und Interaktionsformen“ (S. 326). Entscheidend sei nicht die faktische Zunahme der Bilder im öffentlichen Raum im späten 20. Jahrhundert, sondern die bereits von Boehm und Mitchell geforderte „analytische Hinwendung zum Visuellen“ (S. 324). Diese dürfe sich indes nicht im Studium der Bildgeschichte erschöpfen. Vielmehr bedürfe es dazu einer engen Zusammenarbeit der Kommunikationsgeschichte mit der visuellen Kommunikationsforschung.

So richtig dies aus der Perspektive der in diesem Band vertretenen Disziplinen sein mag, so symptomatisch ist doch das programmatische Fazit für die Nichtkommunikation zwischen Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft einerseits und der Geschichtswissenschaft andererseits: Nur ein einziger der insgesamt 20 Autorinnen und Autoren hat ein Geschichtsstudium absolviert. So erfreulich es ist, dass die vertretenen Disziplinen historisch arbeiten, so bedauerlich ist es, dass das Potenzial einer historischen Einordnung gelegentlich verschenkt wird.

Wenn zum Beispiel der sehr anregende Beitrag von Clemens Schwender und Doreen Grahl

über die „Darstellungsform des Comics aus der Sicht der historischen Kommunikationsforschung“ zu dem Fazit kommt, dass die Konjunkturen des Comics im Nachkriegsdeutschland Folge einer Rezeptionsverschiebung von der Peripherie einer Gesellschaft hin zur „Oberschicht“ und schließlich zur „Mittelschicht“ typisch sei für den Etablierungsprozess neuer Medien (S. 250), so ist dies sicher nicht falsch und mag für das Medium Comic vielleicht zutreffen. Aber zum einen bleibt die Frage völlig ungeklärt, was man sich unter Ober-, Mittel- und Unterschicht in diesem Kontext vorzustellen hat – zumal im Wandel der Zeit. Zudem wird die Frage, ob der Aufstieg des Comics auch etwas mit der Amerikanisierung (oder Westernisierung oder Liberalisierung) der bundesdeutschen Gesellschaft zu tun hat, gar nicht erst gestellt. Auch die Frage, ob die Übersetzung von Asterix-Heften ins Deutsche und deren Rezeption diesseits des Rheins etwas mit den deutsch-französischen Beziehungen zu tun haben könnten, bleibt außen vor. Das gleiche gilt für die kulturpessimistische Kritik der 1950er-Jahre an diesem Medium und die Frage, ob diese etwas mit anti-amerikanischen oder antifranzösischen Stereotypen zu tun haben könne.

Gleichermaßen zitiert Hans-Jürgen Bucher in seinem insgesamt ebenfalls sehr gelungenen Beitrag zur illustrierten Presse des 19. Jahrhunderts kommentarlos den Zeitungswissenschaftler Willy Stiewe als Experten (S. 299) – neben Arthur C. Danto und Anthony Giddens. Dabei bleibt unerwähnt, dass Stiewe der theoretische Vordenker der nationalsozialistischen Bildpresse war, ein gebildeter Rassist und Antisemit, dessen Beitrag zur visuellen Kommunikationsforschung zwar formal wissenschaftlichen Ansprüchen entsprach, dabei aber von ideologischem Unfug nur so strotzte.

Diese Einwände sollen nicht den Wert des Bandes oder der einzelnen Texte schmälern. Sie sind jedoch ein Argument dafür, dass die Geschichtswissenschaft (die im Bereich der Bildforschung gerade dabei ist, die Kinderstube zu ver-

lassen) den interdisziplinären Dialog durchaus bereichern könnte. Da ein solcher Dialog die gründliche Rezeption der Nachbardisziplinen voraussetzt, sei die Lektüre dieses Bandes gerade Historikerinnen und Historikern dringend empfohlen.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at <http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Annette Vowinckel. Review of Geise, Stephanie; Birkner, Thomas; Arnold, Klaus; Löblich, Maria; Lobinger, Katharina. *Historische Perspektiven auf den Iconic Turn: Die Entwicklung der öffentlichen visuellen Kommunikation*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. April, 2017.

URL: <https://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=49563>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial-No Derivative Works 3.0 United States License.