

# Bilderwelten des Alltags : Theorien, Methoden und Praxen der visuellen Kommunikation

Autor(en): **Bischoff, Christine**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Volkskunde : Korrespondenzblatt der Schweizerischen Gesellschaft für Volkskunde = Folklore suisse : bulletin de la Société suisse des traditions populaires = Folclore svizzero : bollettino della Società svizzera per le tradizioni popolari**

Band (Jahr): **98 (2008)**

PDF erstellt am: **05.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1003909>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Bilderwelten des Alltags

## Theorien, Methoden und Praxen der visuellen Kommunikation

Sind Bilder heute die zentralen Kommunikationsmedien? Was sind überhaupt Bilder? Auf welche Weise und in welchen Kontexten entstehen Bilder? Welche Botschaften enthalten sie? Wie lassen sich Bilder beschreiben, analysieren und interpretieren? Diesen Fragen gingen Studierende im Herbstsemester 2007 in der Veranstaltung «Bilderwelten des Alltags. Theorien, Methoden und Praxen der visuellen Kommunikation» nach, die am Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie der Universität Basel durchgeführt wurde (Leitung: Christine Bischoff).

Bilder sind in unseren modernen Gesellschaften trotz einer auf Schrift und Text bezogenen Kultur wichtig, wenn nicht gar dominant. Kulturelle Überlieferung erfolgt nicht nur durch Sprache und Schrift, sondern zunehmend über Bilder. In mancherlei Hinsicht sind Bilder gegenüber Wörtern in einer bevorzugten Position: Ihnen wird oft zugestanden, Dinge, die sie abbilden, eindeutiger und unmittelbarer wiederzugeben als verbale Äusserungen. Während Bilder von allem, was in ihr Blickfeld gerät, einen simultanen Eindruck, einen schnellen Gesamtblick erlauben und damit eine hohe Informationsdichte gewinnen, bleibt Wörtern nur das lange und schwerfälligere Nacheinander des Beschreibens.

Das Interesse am Medium Bild ist gross – am Seminar zum Thema «Bilderwelten des Alltags» nahmen immerhin rund sechzig Studentinnen und Studenten teil. Das Visuelle ist faszinierend, fremd und suspekt zugleich. Jeder meint, etwas davon zu verstehen, und in gewisser Weise stimmt das auch. Die Aussagen zu Bildern bleiben aber oft recht vage, die Argumentationen sind häufig mehr bauch- als kopflastig und emotionsgeladen. Das liegt unter anderem sicher auch daran, dass wir in der Wissenschaft noch längst nicht über ein fertiges theoretisches und methodisches Instrumentarium verfügen, um bildliche Darstellungen in deren unterschiedlichem Bedeutungs- und Sinngehalt zu erfassen. Bisher hat lediglich die Kunstgeschichte eine eigene Methode der Bildbeschreibung und Bildanalyse entwickelt. Im Seminar wurde immer wieder darüber diskutiert, ob es nicht in erster Linie darum gehe, bildliche Darstellungen in ihren ästhetischen und symbolischen Wirkungen «lesen» zu können, also Methoden der Textinterpretation und Textanalyse gleichsam auf das Medium Bild zu übertragen. Bilder werden nun mal aber nicht gelesen, sondern gesehen und geschaut.

Unter welchen Bedingungen und in welchen Formen werden visuelle Informationen in unserer Gesellschaft weitergegeben und wahrgenommen? Mit dieser Frage muss sich die Volkskunde/Kulturanthropologie, die sich als empirische Alltagskulturforschung versteht, auseinandersetzen. Unser alltägliches Bilderaufkommen, unsere Wahrnehmung von Bildern und unser alltagspraktischer Umgang mit Bildern sind wichtige Forschungsfelder. In Abgrenzung etwa zur Kunstgeschichte arbeitet die Kulturwissenschaft mit einem weiten Bildbegriff, der Beispiele aus verschiedenen Bereichen wie

Bildjournalismus, Werbung, Film, Fernsehen, Internet und Privatfotografie einschliesst. Im Zentrum des Interesses steht nicht nur die Interpretation von Bildern, sondern die Beschreibung des Feldes, in dem gesehen und wahrgenommen wird. Das Sehen wird also als sozial und kulturell konditionierter Prozess verstanden, der darüber entscheidet, was, von wem und wie gesehen wird. Wie beeinflussen zum Beispiel sozialer Status und Geschlecht die visuelle Wahrnehmung?

Im Seminar «Bilderwelten des Alltags» wurden unterschiedliche Forschungsansätze und verschiedene methodische Zugänge zu Fragestellungen der visuellen Kommunikation erörtert. Sie bildeten auch die Grundlage für die Studierenden, die sich entschlossen, eigene kleine empirische Studien zu verschiedenen visuellen Phänomenen durchzuführen. In den studentischen Arbeiten standen verschiedenste Bildgenres im Vordergrund – zum Beispiel Plakate, Kinofilme, TV-Werbung, historische Fotografien und Internet-Websites. Nicht nur die Themen, auch die methodischen Zugänge waren vielfältig. In diesem Heft werden informative Ausschnitte aus vier Seminararbeiten vorgestellt.

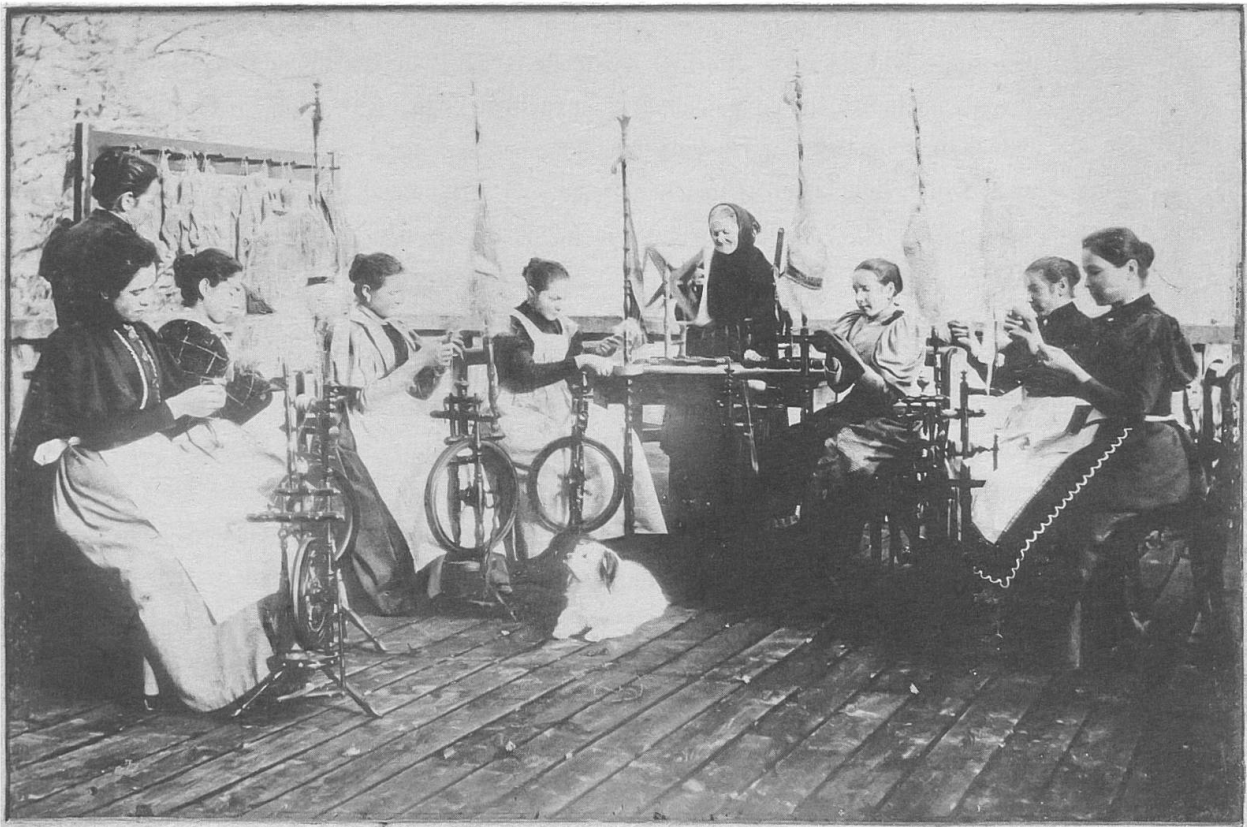
*Christian Gartmann* und *Julian Schmidli* beobachteten und befragten das Basler Sammlerehepaar Ruth und Peter Herzog zu ihrem Umgang mit Fotografien. Die Sammlung «Fondation Herzog» besteht aus mehr als 300 000 Fotografien und möchte die Öffentlichkeit für die Bedeutung historischer Privatfotografien sensibilisieren. Die studentischen Forscher interessierte insbesondere die Frage, welche Faszination von den bildlichen Artefakten für die Herzogs ausgeht, wie sie dieses Bildgenre wahrnehmen, wie es auf sie wirkt und wie sie mit ihm umgehen.

Einen ganz anderen thematischen und methodischen Zugang wählte *Franco Bezzola* in seiner Arbeit. Er geht davon aus, dass Bilder nicht einfach Realität abbilden, sondern sich an der Konstruktion (neuer) gesellschaftlicher Realitäten beteiligen. Am Beispiel der Slow-Food-Bewegung zeichnet er nach, wie durch visuelle Kollektivsymbole neue Leitbegriffe und Schlagzeilen des «guten» und «richtigen» Essens und Trinkens, des «entschleunigten» kulinarischen Geniessens formuliert und etabliert werden sollen. Die Funktionalität von Diskursen wird also auf das Visuell-Bildliche erweitert. Den Bereich des Visuellen begreift Bezzola als eigenständig, allerdings nicht unabhängig von textlichen Aussagen; er nimmt damit die mitunter komplexen Bild-Text-Verhältnisse in den kulturwissenschaftlichen Blick.

Irritation gilt in der Kulturwissenschaft als wichtiger Motor für Erkenntnisgewinn. Der Ausgangspunkt der Arbeit von *Laura Tommila* war eine visuelle Irritation: Sie erlebte, wie bei einer Beerdigung in der Schweiz das Fotografieren bei diesem Anlass als Bruch der Konvention, als Ritualbruch wahrgenommen wurde. In einem interkulturellen Vergleich der privaten Beerdigungsfotografie in der Schweiz und in Finnland ging sie der Frage nach, wie über fotografische Rituale gesellschaftliche Konsensbildung stattfinden kann. Über gängige Stile, Motive und Bildkonventionen werden immer auch (unterschiedliche) kulturelle Normen zum Ausdruck gebracht.

Seit wir als Touristen reisen, versuchen wir in Bildern zu beschreiben und zu zeigen, wie wir die bereisten Umwelten wahrgenommen und uns angeeignet haben. Touristische Bilder sind immer von starken Austauschprozessen geprägt. Wir geben unsere Reisebilder an Angehörige weiter, wir selbst bekommen Aufnahmen von Bekannten gezeigt, in Zeitschriften und im Fernsehen sehen wir Bilder, von denen wir uns inspirieren lassen und an denen wir uns orientieren. Beim Reisen sind Bilder überall, wir können ihnen nicht entgehen, und über sie lernen wir Bilder zu sehen und zu gestalten. *Ruth Partl* weist in ihrer Arbeit am Beispiel von Berlin-Reisenden darauf hin, dass gerade der touristische Blick und die Urlaubsfotografie nicht nur individuell, sondern stark normativ geprägt sind.

*Christine Bischoff, Homburgerstrasse 54, 4052 Basel*



**Anonymer Fotograf: Spinnerinnen, Silbergelatine um 1900**  
**Copyright: Sammlung Herzog, Basel**