

Tilmann Sutter

Gewalt im Bild – ohne Bild

Wirkung und Bedeutung von Gewalt in den Medien

Einleitung

Ein Text zum Thema ‚Gewalt im Bild‘, der keine Bilder enthält, der auf jedwede bildliche Darstellung verzichtet? Obwohl er auf konkrete Beispiele Bezug nimmt? Ist das sinnvoll? Der folgende Text sieht ganz bewusst von der Darstellung von Bildern ab, nicht weil eine solche Darstellung unwichtig wäre, sondern um eine zentrale methodologische These plausibel zu machen, die nachfolgend zur Sprache kommen wird. Sie lautet, dass wissenschaftlich, genauer: methodologisch betrachtet das Bild selbst von untergeordneter Bedeutung ist, weil es ganz und gar auf die schriftliche Beschreibung des Bildes ankommt. Nur diese kann Gegenstand der wissenschaftlichen Bearbeitung des Bildes sein. Diese Vorgehensweise ist im Bereich der sozialwissenschaftlichen Bild- und Filmanalyse keineswegs unüblich: So findet sich in einem Buch, das eingehende Analysen der fernsehspezifischen Darstellungen von Gewalt präsentiert, kein einziges Bild (vgl. Keppler 2006). Es werden freilich auch ganz andere Wege beschritten: So enthält ein Band, in dem bildanalytische Beiträge zu einem berühmten Foto aus dem *Situation Room* des Weißen Hauses versammelt sind, eine ganze Reihe an Bildern (vgl. Kauppert/Leser 2014). Wir kommen auf diese Beispiele zurück.

Allgemein bekannt ist das Thema Gewalt im Bild oder Gewalt in den Medien im Zusammenhang mit der Frage, welche Auswirkungen Medienangebote auf die Menschen, also die Medienrezipienten und -nutzer haben. Während in der

Kommunikationswissenschaft der Begriff der Wirkung im Mittelpunkt steht, legt die Mediensoziologie eine erweiterte Perspektive zugrunde: Welche Bedeutung haben Medienangebote generell und speziell Darstellungen und Inszenierungen von Gewalt in den Medien? Die unterschiedlichen Vorstellungen darüber, was Gewalt in den Medien bewirkt, was sie bedeutet und wie sie verstanden wird, setzen unterschiedliche Annahmen bezüglich des Kommunikationsbegriffs, des Verhältnisses von Medien und Rezipienten und in diesem Zusammenhang der Rolle kontextueller Faktoren voraus. Einige dieser Annahmen sollen zunächst wenigstens stichwortartig behandelt werden, um die Besonderheit mediensoziologischer Betrachtungsweisen kenntlich zu machen. Es geht dabei um einen Wechsel der Grundbegriffe: vom Grundbegriff der Wirkung zum Grundbegriff der Kommunikation. Und damit verändert sich die zentrale Problemstellung: Im Zentrum steht nicht mehr die Frage der (positiven oder negativen) Auswirkungen von Medienangeboten auf Rezipienten, sondern die Frage, welche Bedeutungen Medienangebote in unterschiedlichen Kontexten haben. Der Grundbegriff der Kommunikation und die damit zusammenhängende kommunikationsanalytische Vorgehensweise haben tiefgreifende methodologische Konsequenzen: Wie alle sozialwissenschaftlichen Gegenstände müssen auch Bilder in die Form von Texten oder Protokollen überführt werden. Bildanalyse ist also im Kern Textanalyse, weil sie nur so wissenschaftlich kontrolliert und nachprüfbar durchgeführt werden kann. Diese methodologische Position wird abschließend mit einigen Beispielen und Hinweisen zum methodischen Vorgehen illustriert und konkretisiert.

Wirkung und Kommunikation

Lange Zeit fungierte die Frage nach den Wirkungen von Kommunikation als zentrale Problemstellung der sozialwissenschaftlichen Medienforschung. Die Bearbeitung dieser Problemstellung versprach wertvolle Einsichten: Wie kann man Medien strategisch einsetzen? Wie kann man mittels Medien Einfluss ausüben? Kann man mit Medien Menschen und gesellschaftliche Bereiche kontrollieren? Diese Fragen sind in vielen Anwendungsbereichen von großem Interesse: etwa in der Werbung, in Wahlkämpfen oder in unterschiedlichen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit. Zweifellos wirken Medienangebote auf Rezipienten ein, wenn auch nicht in so schlichter Weise, wie dies einfache Wirkungsmodelle behaupten. Sie gehen von einem Reiz-Reaktions-Schema aus, das kausalanalytisch angelegt wird. Man kann dann von bestimmten Medieninhalten auf Medienwirkungen beim Publikum schließen. Dieses Vorgehen dominierte lange Zeit die Untersuchung von Gewalt in den Medien und ihre Auswirkungen auf das Publikum. Aus der Art und der Anzahl von Gewaltdarstellungen kann aus dieser Sicht auf erhöhte Gewaltbereitschaft oder Abstumpfungstendenzen bei den Rezipienten geschlossen werden. Auf diese Weise

können gerade angesichts spektakulärer Ereignisse wie der bekannten Amokläufe rasch und unkompliziert kulturkritische Thesen entwickelt werden: «Die Medien sind schuld!» Für die reflexartigen Reaktionen auf solche Ereignisse kann auf einfache Medienwirkungshypothesen zurückgegriffen werden. Vor allem gewalthaltige PC-Spiele geraten dann in den Fokus der Kritik. Tatsächlich wird hier jedoch ein ganz anderer Zwang medialer Eigenlogik sichtbar: Die Verarbeitung solcher Ereignisse und ihrer Folgen muss sich selbst den massenmedialen Formaten beugen, sie muss tagesaktuell, einfach und allgemein verständlich sein. Diese Konstellation hält sich bis heute durch, wobei die Befunde zu den Auswirkungen von Mediengewalt uneinheitlich und das Forschungsgebiet zunehmend zersplittert erscheinen (vgl. Friedrich 2013).

Lange Zeit lösten sich auch komplexere Vorstellungen von Medienwirkungen nur unvollständig von medienzentrierten Sichtweisen, die Medieninhalte in den Mittelpunkt rücken und daraus entsprechende Reaktionen bei den Rezipienten ableiten. Die vorzugsweise inhaltsanalytisch verfahrenen Medienwirkungsforschungen sind wenig geeignet, vor allem zwei Komplexen im Verhältnis von Medien und Rezipienten Rechnung zu tragen: Zum einen erscheinen Rezipienten tendenziell passiv und eher hilflos den Medien ausgeliefert. Aus dieser Sicht werden Darstellungen und Inszenierungen von Gewalt in den Medien negative Auswirkungen auf die Rezipienten zugeschrieben. Zum anderen werden die Kontexte der Medienrezeption zu wenig berücksichtigt. Medienangebote werden von Rezipienten unter je gegebenen subjektiven Voraussetzungen und sozialen Bedingungen aktiv gedeutet (vgl. Charlton 1997). Es gibt keine mediale Gewaltdarstellung an sich mit einer klar vorhersehbaren Auswirkung, sondern die Darstellung und Rezeption von Gewalt und anderen Medieninhalten ist ein komplexer Zusammenhang aus sozialen, kommunikativen und subjektiven Konstruktionen. Zwar wurde die Wirkungsforschung schon recht früh durch eine verstärkte Beachtung von Rezipientenaktivitäten im *uses and gratifications approach* ergänzt.¹ Aber dieser

1 Der gegenwärtigen Wirkungsforschung im Bereich gewalthaltiger Medienangebote wird eine zunehmende Psychologisierung bescheinigt, weil es vornehmlich um negative Effekte bei Kindern und Jugendlichen geht: Methodisch kommen neben Inhaltsanalysen vor allem Experimentaldesigns, aber auch Befragungen und Meta-Analysen zum Einsatz (vgl. Friedrich 2013). In der allgemeinen Wirkungsforschung treten darüber hinaus gesellschaftliche Felder wie Politik, Wirtschaft oder Gesundheit in den Blick (vgl. Schweiger 2013). Wie andere sozialwissenschaftliche Medienforschungen auch sind Untersuchungen zur Mediengewalt mit Prozessen des Medienwandels und neuen Medien konfrontiert: Stand früher vor allem das Fernsehen im Mittelpunkt des Interesses, richtet sich nun der Fokus verstärkt auf gewalthaltige Computerspiele. Auch hier werden im Rahmen zunehmend ausdifferenzierter und spezialisierter Forschungsperspektiven nur mühsam Fortschritte erzielt, wobei die öffentlichkeitswirksamsten Befunde, die beabsichtigte, starke und einseitige Wirkungen in den Vordergrund rücken, wissenschaftlich am wenigsten plausibel sind, weil die Wirkungszusammenhänge komplex und multikausal sind. Auch wenn man die Wirkungsforschung auf Mediennutzer ausrichtet, ist doch sehr fraglich, ob man aus der Unübersichtlichkeit der zunehmend kleinteiligen Befunde herausfindet.

Forschungsrichtung fehlt, wie eine schon vor vielen Jahren formulierte Kritik hervorhebt, eine Theorie sozialen Handelns (vgl. Renckstorf 1989). Es wird nicht klar, wie die Menschen mit Medienangeboten in Prozessen des Handelns umgehen.

Eine ebenfalls schon ältere, aber anders gelagerte, nämlich sowohl kommunikationstheoretisch (vgl. Merten 1994, S. 296–303) als auch medienpsychologisch (vgl. Charlton 1997) ausgerichtete Kritik stellt die grundlegende, unterkomplexe Anlage des Wirkungsbegriffs heraus: Problematisch ist erstens die Annahme der Transivität, als könnten Aussagen in Kommunikationsprozessen zum Rezipienten transferiert, als könnten Informationen einfach transportiert werden. Zustandsveränderungen beim Rezipienten, also das, was man als Verstehen bezeichnen kann, hängen jedoch von vielfältigen inneren und äußeren Faktoren ab. Wenn man etwa fragt, ob und wie Kinder von bestimmten Sendeinhalten des Fernsehens beeinflusst werden, muss man zunächst klären, was Kinder überhaupt verstehen können, an welchen Themen sie interessiert sind. Zudem hängen Beeinflussungen von der Kommunikationssituation des Mediengebrauchs ab. Von kommunikationstheoretisch entscheidender Bedeutung ist zweitens die Selektivität kommunikativ erzeugter Wirkungen, die der Annahme der Proportionalität entgegensteht: Kommunikationen sind nicht durch längere oder kürzere, stärkere oder schwächere Reize, sondern durch Bedeutungen gekennzeichnet, und diese Bedeutungen wiederum sind kontextabhängig. Schließlich sind kommunikativ erzeugte Wirkungen nicht kausal, sondern reflexiv strukturiert: «Wirkungen verändern Wirkungen.» (Merten 1994, S. 327) Wirkungen verändern die Kontexte, in denen sich Wirkungen entfalten, das heißt sie gehen, wie dies auch im Bereich der Einflüsse von Mediengewalt auf Jugendliche diskutiert wurde, in den Kontext nachfolgender Wirkungen ein, was dann einen Teufelskreis auslösen kann (vgl. Charlton 1997, S. 19).

Die Grundannahmen dieser Kritik markieren paradigmatische Unterschiede zwischen Wirkungsforschungen und konstruktivistischen sozialwissenschaftlichen Medienforschungen (vgl. ebd.). Sie lassen sich gut in eine konstruktivistisch und kommunikationstheoretisch ausgerichtete Mediensoziologie überführen. Aus dieser Sicht ist der Prozess der kommunikativen Konstruktion von Bedeutungen grundlegend: Medienangebote legen nicht bestimmte Bedeutungen fest, die dann zu den Rezipienten oder Nutzern übertragen werden, sondern sie bieten einen Raum möglicher Bedeutungen, aus denen die Rezipienten auswählen können. Das Verhältnis von Medien und Rezipienten ist als ein doppelter Konstruktionsprozess zu begreifen: Auf beiden Seiten werden kommunikative und subjektive Bedeutungen konstruiert, und diese Bedeutungen sind abhängig von unterschiedlichen Kontexten. Diese Sichtweise hat in den sozialwissenschaftlichen Medienforschungen eine lange Tradition und ist, nicht zuletzt als Reaktion auf simplifizierende Medienwirkungsannahmen, sowohl handlungs- als auch kommunikationstheoretisch erarbeitet worden. So wurde im Bezugsrahmen des symbolischen Interaktionismus der Prozess der Massenkommunikation als soziales Handeln konzipiert, das

eine Wechselseitigkeit von Perspektiven der beteiligten Akteure einschließt (vgl. Teichert 1973). Mit der Sozialtheorie George Herbert Meads (1973) wird die Entstehung von sozialen Bedeutungen in einer Abfolge von Handlungen gesehen, mit denen Bedeutungen von den Handelnden mitgeteilt und von den Adressaten interpretiert werden. In Absetzung von vereinfachenden Medienwirkungstheorien werden also die Sozialität von Bedeutungen und die Rolle von Rezipientenaktivitäten in den Vordergrund gerückt. Bedeutungen sind soziale Konstruktionen, die in einer Abfolge sozialer Handlungen erzeugt werden und die von den handelnden Rezipienten in einem Prozess der sozialen Rollen- oder Perspektivenübernahme verstanden werden. Grundlegend ist dabei der Gedanke der Wechselseitigkeit von Handlungsperspektiven, die – durchaus kontraintuitiv – auch in der einseitigen, massenmedialen Form von Medienangeboten als gegeben angesehen wird. Diese handlungstheoretische Perspektive legt den Schwerpunkt auf Medienrezeptionsanalysen, umfasst dabei aber vielfältige Ansätze im Konzert interdisziplinärer Medienwissenschaften (etwa Nutzenansatz, *Cultural Studies* oder auch ethnomethodologische Medienanalysen). Der Umgang mit Medienangeboten wird als Teil der Alltagspraxis gesehen, er wird von alltäglichen Kommunikationen begleitet und wirkt auf die Alltagspraxis zurück (vgl. Charlton 1997, S. 22–24).

Handlungstheoretische und rezeptionsorientierte Medienforschungen haben auf vielfältigste Weise das Bild des passiven, den (gewalthaltigen) Medienangeboten einsam und hilflos ausgelieferten Lesers, Hörers und Zuschauers korrigiert. Insbesondere die Untersuchungen zu sozialen Prozessen der Aneignung von Medienangeboten haben hierzu wesentliche Fortschritte erbracht (vgl. Holly u. a. 2001; Sutter 2010, S. 43–58). Medienangebote werden häufig in Familien, Freundeskreisen und anderen Gruppen rezipiert, und es wird häufig über Medienrezeptionserfahrungen und Medienthemen gesprochen (vgl. Gehrau/Goertz 2010). Insofern ist es richtig, Prozesse der Massenkommunikation und interpersonaler Kommunikation in einem Ergänzungsverhältnis zu sehen. Allerdings kommt es entscheidend darauf an, kommunikative, interaktive und subjektive Prozesse der Konstruktion von Bedeutungen zu differenzieren. Es gilt, zwischen den Medienangeboten selbst, den Gesprächen über Medienangebote und den subjektiven Rezeptionsprozessen zu unterscheiden.

Eine kommunikationsanalytisch und konstruktivistisch ausgerichtete Mediensoziologie geht deshalb einen entscheidenden Schritt weiter: Das Verhältnis von Medienangeboten und Medienrezeption wird nicht in Relationen wechselseitiger Beeinflussungen, sondern in Prozessen eigenlogischer, selbstreferenzieller Konstruktionen von Bedeutungen begriffen. Die allgemeine Grundlage bildet dabei die Annahme der Selbstreferenzialität der Kommunikation, wobei vor allem die soziologische Systemtheorie die Eigenständigkeit von Kommunikation hervorhebt: Nicht Menschen können kommunizieren, nur die Kommunikation kann kommunizieren. Diese höchst ungewöhnliche These macht deutlich, dass Kommunikationen

keine Produkte menschlichen Handelns sind, sondern geschlossene, «autopoietische» soziale Systeme bilden, die ihre Einheiten, aus denen sie bestehen (also Kommunikationen), selbst erzeugen (vgl. Luhmann 1984, S. 191–201). Aus der Sicht des «operativen Konstruktivismus» (Luhmann 1996, S. 17 f.) grenzen sich Systeme durch intern aneinander anschließende Operationen von ihrer Umwelt ab, wobei die Operationen niemals über die Systemgrenzen hinaus in die Umwelt reichen können. Kommunikation und menschliches Bewusstsein sind operativ füreinander unerreichbar, und das hat weitreichende Konsequenzen für die sozialwissenschaftliche Medienanalyse.² Vor allem ergibt sich daraus eine eigenständige, selbstreferenzielle Ebene kommunikativer Bedeutungen von Medienangeboten, die mit rekonstruktiven Produktanalysen erschlossen werden können. Sie legen einen Raum möglicher Bedeutungen frei, aus dem Betrachter oder Rezipienten subjektive Bedeutungen auswählen können.

In eine ähnliche Richtung gehen die *Cultural Studies*: Stuart Hall (1980) hat sich der Frage zugewendet, welche Macht die Medien ausüben können. Dabei hebt er auf die Eigenlogik kultureller Prozesse ab, die aber nicht direkt, sondern nur in Relationen zwischen Medienproduktion und Medienrezeption wirksam wird. Diese Relationen werden mit dem bekannten *encoding/decoding*-Modell analysiert: Medienproduktion sowie die Bedeutung des Medienangebots und die Medienrezeption werden als *encoding* und *decoding*, als zwei relativ eigenständige Prozesse begriffen. Die Bedeutungen von Medienangeboten und damit potenziell machtvolle Einflüsse der Medien werden nur mittelbar über *decoding*-Prozesse wirksam, also über die Aktivitäten der Rezipienten, die wiederum im Kontext gesellschaftlicher Konflikte (wie etwa Klassengegensätzen) stehen. Allerdings legt diese Vorgehensweise noch Verbindungen zu Kommunikationsmodellen im Schema von Sender und Empfänger zugrunde (vgl. Stäheli 2005, S. 635 f.). Diese Verbindungen werden in einer Mediensoziologie auf der Grundlage selbstreferenzieller Kommunikationsprozesse durchtrennt. Statt der Vorstellung von Übermittlung oder Übertragung – und sei es in komplexen wechselseitigen Beeinflussungsprozessen – ist hier die These erkenntnisleitend, dass grundlegend von Freiheit auf beiden Seiten auszugehen ist: der Seite der Medien und der Seite des Publikums oder der Medienrezipienten. Wenn der Annahme der operativen Geschlossenheit kommunikativer ebenso wie auch psychischer Systeme zufolge Prozesse der Medienkommunikation und Medienrezeption überschneidungsfrei verlaufen, dann können sich diese Prozesse niemals direkt, sondern nur indirekt wechselseitig beeinflussen. Damit wird sowohl dem Mediensystem mit seiner Eigenlogik als auch dem Bereich der Medienrezeption weitgehende Autonomie zugestanden. Das schließt mediale

2 Zugleich sind Systeme auf der Ebene der Strukturen offen: Ohne Kommunikation kein Bewusstsein, ohne Bewusstsein keine Kommunikation. Und das bedeutet dann ganz grundlegend: ohne rezipierendes Bewusstsein keine Medienkommunikation.

Zwänge oder starke (manipulative, kontrollierende) Medienwirkungen keineswegs aus; sie sind aber angesichts selbstreferenziell geschlossener Medienrezeptionsprozesse unwahrscheinlich und besonders explikations- und begründungsbedürftig.

Textförmigkeit: Zur Methodologie der Bildanalyse

Die Theorie selbstreferenziell aneinander anschließender Kommunikationen und der kommunikativen Konstruktion der Bedeutung von Medienangeboten sowie die damit zusammenhängende kommunikationsanalytische Vorgehensweise haben tiefgreifende methodologische Konsequenzen: Sozialwissenschaftliche Gegenstände können nur dann methodisch kontrolliert erfasst und analysiert werden, wenn sie textförmig verfasst sind. Auch Bilder müssen deshalb in die Form von Texten oder Protokollen überführt werden. Bildanalysen, mit denen die Frage der Bedeutung von Gewalt in Bildern bearbeitet werden kann, verfahren textanalytisch, weil sie nur so wissenschaftlich nachvollziehbar durchgeführt werden können. Allerdings steht diese Sichtweise in scharfem Kontrast zu jenen Positionen, die Bilder von Texten kategorial unterscheiden, weil sie meinen, nur so der Eigenlogik und Eigensinnigkeit von Bildern gerecht werden zu können (vgl. Bohnsack 2014). Nicht dieser Aspekt soll hier im Mittelpunkt stehen, sondern das Problem, wie man sozialwissenschaftliche Gegenstände methodisch kontrolliert und nachprüfbar analysieren kann.

Treten wir deshalb noch einen Schritt zurück, um Grundlagen einer konstruktivistischen Methodologie zu skizzieren, die auch für Bildanalysen von zentraler Bedeutung sind. Ebenso wenig wie Informationen und Bedeutungen in Kommunikationsprozessen einfach transportiert und übermittelt werden, liegen sozialwissenschaftliche Gegenstände schlicht bereit, um erfasst und analysiert zu werden. Vielmehr werden sozialwissenschaftliche Gegenstände durch den methodisch kontrollierten Zugriff selbst erst konstituiert. Es handelt sich dabei um eine konstruktive Gegenstandsauffassung, das heißt Gegenstände existieren nicht unabhängig von sozialwissenschaftlichen Methoden, sondern werden durch diese erst erzeugt. Die Sozialwissenschaften erschaffen ihre eigene Wirklichkeit, die sie beschreibend, analytisch und rekonstruktiv verarbeiten. So wie wir weiter oben eine reflexive Auffassung von Kommunikation in Absetzung von einfachen Wirkungsbegriffen umrissen haben, setzen sich qualitative Methoden in ein reflexives Verhältnis zu ihren Gegenständen (vgl. Bergmann 2006, S. 22–26). Jenseits realistischer Wirklichkeitsauffassungen führen konstruktivistische Reflexionen in ein selbstreferenzielles Verhältnis von methodisch erzeugter Erkenntnis und Gegenstand, das sich in ganz unterschiedlichen Ansätzen wiederfindet, etwa der soziologischen Systemtheorie und der rekonstruktiven Sozialforschung (vgl. Sutter 1997): Das Verhältnis von Konstruktion und Rekonstruktion sozialer Wirklichkeit fungiert dabei als

Grundlage methodologischer Reflexion. Jede Methode legt eine bestimmte Gegenstandsauffassung und damit bestimmte Annahmen über die Beschaffenheit sozialer Wirklichkeit zugrunde, ob diese Annahmen nun expliziert werden oder nicht. Sehr pointiert herausgestellt finden wir diese methodologische Reflexion in der objektiven Hermeneutik als einer der wichtigsten rekonstruktiven Methoden in der Soziologie, die vor allem drei Merkmale in den Vordergrund rückt: Sinnhafte Gegenstände sind erstens sequenziell strukturiert; sie werden in Prozessen sinnhafter Anschlüsse erzeugt. Die zentrale Vorgehensweise bildet deshalb die Sequenzanalyse: Sinnstrukturen und Regeln werden schrittweise in diesen Prozessen verfolgt und rekonstruiert (vgl. Oevermann 1983). Soziale Wirklichkeit ist zweitens regelhaft verfasst: Was immer man an sozialer Wirklichkeit rekonstruiert, man wird stets auf Regeln stoßen, wie sie sich in konkreten Fällen realisieren (vgl. Oevermann 1986).

Im vorliegenden Zusammenhang besonders bedeutsam ist die dritte zentrale Annahme der Textförmigkeit sozialer Wirklichkeit. Diese Annahme geht davon aus, dass soziale Wirklichkeit textförmig verfasst ist (vgl. ebd.). Diese Annahme liegt in zwei Varianten vor: einer konstitutionslogischen und einer methodologischen. Die zentrale These, die im Folgenden vertreten wird, lautet, dass die methodologische Variante für ein reflektiertes, kontrolliertes methodisches Vorgehen zwingend zugrunde gelegt werden muss, während dies für die konstitutionslogische Variante nicht gilt. Folgt man dieser Auffassung, kann man ohne weiteres einräumen, dass die Eigenlogik von Bildern in einer wie auch immer angelegten Textförmigkeit nicht aufgeht, sondern davon zu unterscheiden ist, dass aber dennoch die sozialwissenschaftliche Bildanalyse die Annahme der Textförmigkeit aus methodologischen Gründen zugrunde legen muss.

Die starke, konstitutionslogische Variante der These der Textförmigkeit sozialer Wirklichkeit geht davon aus, dass Prozessen sozialer Wirklichkeit immer schon Sprache als ein «System von Regeln und Elementen der Symbolisierung» (ebd., S. 46) zugrunde liegt. Sofern Handlungen oder Phänomene welcher Art auch immer sinn- und bedeutungsvoll sind, muss eine sprachliche Bedeutungsfunktion bereits vorliegen, denn anders könnten Sinngehalte gar nicht entstehen. Außersprachliche Ausdrucksformen können nur deshalb sinnhaft sein, «weil die sinnstrukturierte Handlung als solche durch Sprache, eben als Sprechhandlung grundsätzlich eingerichtet ist, so daß das, was sie realisieren, als Struktur außerhalb ihrer selbst schon immer vorliegt. Sie selbst als außersprachliche Ausdrucksmaterialitäten vermöchten diese sinnstrukturierten Handlungen nicht zu konstituieren» (ebd.). Soziologische Analysen sind damit nicht nur methodologisch, sondern auch objekttheoretisch auf eine Konvergenz von Text und Welt (als Gesamtheit sinnhafter Gegenstände) hin angelegt. Man könnte hier also von einer doppelten Konvergenz von Text und Welt sprechen (vgl. Sutter/Weisenbacher 1993). Dabei wird ein sehr weiter Textbegriff zugrunde gelegt: Er bringt zum Ausdruck, «daß prinzipiell

jeder vorsprachlich realisierte Ausdruck in seiner objektiven Bedeutungsstruktur versprachlicht werden kann» (Oevermann 1986, S. 46). Sollte die objekttheoretische These der Konvergenz von Text und Welt bestritten werden – eben dies wird hier und im Folgenden nicht weiter erörtert –, so ist doch die methodologische These der Textförmigkeit sozialer Wirklichkeit, die nur in Form von Protokollen erfasst und methodisch kontrollierten Analysen zugänglich gemacht werden kann, weiterhin zugrunde zu legen. Die Sozialwissenschaften können ihre Gegenstände nur in kommunizierbarer Form beschreiben und analysieren. Deshalb müssen auch außersprachliche Ausdrucksformen wie Bilder, Musik, subjektiv empfundene Wahrnehmungen, Erlebnisse und so weiter in Texte überführt, also protokolliert werden.

Die objektive Hermeneutik ist hier deshalb besonders instruktiv, weil sie auf den Vorrang nicht nur subjektiv nachvollzogener, sondern objektiv gegebener, allgemein zugänglicher und erschließbarer Sinnstrukturen hinweist. Es geht wissenschaftlich nicht um subjektive Wahrnehmungen, Beobachtungen oder Eindrücke einer Wirklichkeit an sich, sondern immer nur um protokollierte, in Texte überführte Formen dieser Wirklichkeit. Man kann deshalb die Qualität von Protokollen, also etwa Bildbeschreibungen als Gegenstand von Analysen, nicht mit Verweis auf eine Wirklichkeit außerhalb von Protokollen überprüfen, sondern muss andere (modifizierte) Beschreibungen hinzuziehen. Es gibt, mit anderen Worten, wissenschaftlich, methodologisch keinen unmittelbaren Zugang zur Wirklichkeit außerhalb von Protokollen (vgl. Oevermann 2009, S. 130 f.). Im Falle von Bildbeschreibungen und Bildanalysen kann man also durchaus die Bilder selbst zur Hand nehmen, um die Qualität der Beschreibungen und Analysen zu prüfen, aber das geschieht gerade nicht anhand der Bilder selbst, von denen man sich dann per direkter Wahrnehmung mehr oder weniger übereinstimmende Eindrücke verschafft, sondern wiederum nur in Form weiterer Protokolle. Wenn man also objekttheoretisch darauf verweist, dass die Bedeutungsgehalte von Bildern in den von ihnen angefertigten Protokollen nicht aufgehen und deshalb die Grenze des Protokollierbaren zu überschreiten sei, muss man das nachfolgende methodologische Problem lösen, wie man jenseits dieser Grenze zu nachvollziehbaren und kontrollierten Analyseergebnissen gelangen will.

Bilder, Texte, Kontexte

Wenden wir uns abschließend den eingangs genannten Beispielen zu, die ganz unterschiedlich das Verhältnis von Text und Bild im Prozess sozial- und kulturwissenschaftlicher Bild- und Filmanalysen anlegen. Der Band *Hillarys Hand* (Kauppert/Leser 2014) stellt Analysen eines Fotos aus dem *Situation Room* des Weißen Hauses vor, das am 1. Mai 2011 aufgenommen wurde und weltweite Resonanz auslöste.

Es zeigt Präsident Obama und Mitglieder des Nationalen Sicherheitsrates während einer Operation, die zur Tötung Osama bin Ladens führte und in das Lagezentrum übertragen wurde. Auf dem Foto hält die damalige Außenministerin Hillary Clinton eine Hand vor ihren Mund, eine Geste hoher Anspannung. An dieser Geste, die etwas signalisiert, indem sie etwas verbirgt, kann das dominante Merkmal des Fotos festgemacht werden: Man zeigt etwas, indem man es nicht zeigt (vgl. Ayaß 2014). Weder die Tötung noch der Leichnam, weder die gerade durchgeführte Operation noch die Emotionen der Anwesenden sind sichtbar. All dieses muss von den Betrachtern des Fotos ergänzt werden. Diese Analyse kann durch einen Vergleich mit anderen Bildern erhärtet werden, etwa mit dem Foto «Mission accomplished», das Präsident George W. Bush am 1.5.2003 auf einem Flugzeugträger in pathetischer Siegerpose zeigt (vgl. ebd., S. 69). Vor allem aber bleibt der Auslöser dieser Vorgänge (Irak-Kriege, Kampf gegen den Terror), der Anschlag auf das World Trade Center, durch seine Bilderflut, durch die Bildmächtigkeit seiner Dokumentation in Erinnerung. Ruth Ayaß (ebd., S. 73 f.) sieht einen scharfen Kontrast zwischen den Fernsehbildern vom 11.9.2001, die einen Anschlag zeigten, der ganz und gar auf Sichtbarkeit ausgerichtet war, und dem Bild im *Situation Room*, in dem diese Sichtbarkeit bis auf wenige Hinweise zurückgenommen wird. Solche Beispiele finden wir jedoch auch in der Bilderflut des Anschlags auf das World Trade Center: Ein berühmtes Foto, «The Falling Man», zeigt einen der Unglücklichen, die in einer ausweglosen Situation entschieden haben, von einem der oberen Stockwerke des World Trade Center in die Tiefe und in den Tod zu springen. Das Bild zeigt lediglich den Mann, der zwar kopfüber fällt, aber in einer sehr gesammelten Haltung, ein Bein angewinkelt, im Hintergrund die Fassade des World Trade Center. Wüsste man nicht, in welchem Kontext dieses Foto steht, man könnte es für eine künstlerische Inszenierung halten. Noch mehr als das Foto aus dem *Situation Room* zeigt das Foto «The Falling Man» fast nichts und doch fast alles: Kaum etwas repräsentiert die Wucht und die Gewaltsamkeit des Anschlags so sehr wie die fallenden Körper derjenigen, die angesichts des nahenden Feuers keinen Ausweg mehr sahen. Diese schreckliche Geschichte erzählt das Bild «The Falling Man» in einer extrem reduzierten Form, die den Eindruck einer schon artifiziell anmutenden Ruhe vermittelt.

Die genannten Beispiele lenken den Blick auf die weiter oben in den Vordergrund gerückte Kernfrage nach der Kontextabhängigkeit der Bedeutung von Bildern: Wenn ein Bild nicht zeigt, was es vermitteln will, so müssen die Betrachter das Fehlende ergänzen. Das Bild, so könnte man sagen, spekuliert auf das Hintergrundwissen der Betrachter. Diese Zusammenhänge sind im Schema der Übertragung von Informationen und Botschaften und daraus abzuleitender Wirkungen nicht aufzuschlüsseln. Eben deshalb ist es notwendig, vom Grundbegriff der Wirkung auf den Grundbegriff der Kommunikation zu wechseln: Indem die Bilder auf das Hintergrundwissen der Betrachter spekulieren, lassen sie diesen alle Freiheiten, denn sie können die Verwendung oder bestimmte Verwendungsweisen des Hinter-

grundwissens nicht erzwingen. Es handelt sich lediglich um bestimmte unter anderen möglichen Lesarten der Bilder.

Wenn man Bilder analysiert oder auch mehrere Bilder miteinander vergleicht, so nutzt man den Umstand, dass Bilder selbst Protokolle einer Wirklichkeit sind (vgl. Oevermann 2014, S. 33 f.). Es ist ein kategorialer Unterschied, ob man sieht, wie ein Körper eine Hauswand entlang in die Tiefe stürzt, oder ob dieser Vorgang in Bildern festgehalten ist. Der erste Vorgang ist Teil einer vergänglichen Wirklichkeit, als solcher flüchtig und unwiederholbar; der zweite Vorgang ist zeitenthoben: Auf die Bilder kann jederzeit und beliebig oft wieder zugegriffen werden. Man könnte nun für eine sozialwissenschaftliche Bild- und Filmanalyse geltend machen, dass es sinn- und zweckvoll sei, bildliche Darstellungen oder filmische Inszenierungen möglichst genau zu beschreiben, und zwar so genau, dass auf eine Darstellung des audiovisuellen Materials selbst verzichtet werden kann. Für die Filmanalyse hält Angela Keppler (2006, S. 106) zweierlei fest: Einerseits bieten Medienprodukte die Vorzüge einer Fixierung der Kommunikation, die immer wieder angesehen und analysiert werden kann, andererseits besteht trotz dieser Wiederholbarkeit eine Flüchtigkeit des Materials:

Aufgrund der Vielzahl von gleichzeitig ablaufenden und gespeicherten Informationen, die zudem auf verschiedenen Kanälen erfolgen, ist die Entwicklung eines systematischen Beschreibungsinventars [...] eine höchst fruchtbare Voraussetzung für eine Interpretation des audiovisuellen Bedeutungsprozesses. [...] Das Erstellen von Transkripten erlaubt eine methodische Isolierung der visuellen und der akustischen Dimension filmischer Produkte. (Ebd., S. 107)

Der Hinweis, dass dieses Vorgehen sinn- und zweckvoll sei, wird mit dem methodologischen Argument untermauert, dass auf diese Weise die Transparenz und die Überprüfbarkeit des interpretativen Vorgehens erhöht wird (vgl. ebd., S. 108).

Auf der einen Seite sind die methodischen Hinweise nachvollziehbar: Zwar könnte man darauf verweisen, dass Filme doch gerade nicht flüchtige Materialien sind, wenn sie selbst zeitenthobene, immer wieder rezipierbare Protokolle von Wirklichkeit bieten. Aber wer sich einmal eingehend mit audiovisuellem Material befasst hat, wird festgestellt haben, dass Prozesse sozialer Wirklichkeit im Film eine ganz andere Dynamik entfalten als in der erstarrten Form des Transkriptes, das diese Prozesse verlangsamt und bestimmte Merkmale hervortreten lässt. Die Arbeit an den Transkripten dramatisiert gewissermaßen die Ablaufmuster des Geschehens, indem sie diese markant hervortreten lässt. Auf der anderen Seite ist das Argument einer erhöhten Transparenz und Überprüfbarkeit des Vorgehens doch zu vorsichtig, zu technisch angelegt, es müsste grundlegender ausgerichtet werden: Einigkeit besteht darin, dass Medienprodukte selbst Wirklichkeit in protokollierter Form beschreiben und fixieren. Aber in dieser Form ermöglichen sie nicht auch schon Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit methodisch kontrollierter

Analysen. Hierzu bedarf es textförmiger Protokolle, die deshalb nicht lediglich von Vorteil, sondern Voraussetzung einer methodisch kontrollierten und überprüf-
baren Vorgehensweise sind. Man könnte gegen die oben genannten Hinweise zur
Flüchtigkeit audiovisuellen Materials ja einwenden, dass Bilder im Vergleich zu Fil-
men weniger komplex und reichhaltig sind, sodass für sie die Vorzüge von Tran-
skripten nicht unbedingt gelten. Das macht nochmals den Unterschied zwischen
methodischen Vorzügen und methodologischen Voraussetzungen deutlich: Unab-
hängig von der Frage, in welcher Form der Gegenstand vorliegt und welche Art von
Transkript mit welchen Vorzügen oder Nachteilen behaftet ist, muss die schrift-
liche Protokollierung sozialwissenschaftlicher Gegenstände als notwendiger Teil
der Gegenstandserfassung gesehen werden.

Schluss

Konstruktivistisch verfahrenende mediensoziologische Analysen gehen nicht vom
Grundbegriff der Wirkung, sondern der Kommunikation aus. Sie lösen sich vom
Schema eines Senders und eines Empfängers mit den damit verbundenen Vorstel-
lungen der Übertragung von Informationen und Bedeutungen. Stattdessen legen sie
die selbstreferenzielle Konstruktion und die Kontextabhängigkeit von Bedeutun-
gen zugrunde. Nur in diesem Zusammenhang werden dann auch kommunikative
Wirkungen verständlich. Der Grundbegriff der Kommunikation ist auch metho-
dologisch folgenreich: Das methodische Verfahren der Gegenstandserfassung und
der Analyse erfolgt in kommunikativer Form, genauer: in Form von Texten. Das
gilt auch für Bilder, die zwar selbst schon Formen protokollierter Wirklichkeit dar-
stellen, aber für die wissenschaftlich nachprüfbar Analyse mit Transkripten erfasst
werden müssen. Der damit verbundene Umstand, dass sozialwissenschaftliche
Gegenstände selbst methodisch erst erzeugt werden, ist nicht nur in Kauf zu neh-
men, sondern muss expliziert sein, indem die methodologisch begründete Gegen-
standsauffassung und die damit verbundenen Annahmen über die Beschaffenheit
sozialer Wirklichkeit offengelegt werden. Der Frage, ob und inwieweit Bilder in
Texten aufgehen, sind wir nicht weiter nachgegangen, denn unabhängig davon ist
methodologisch von der Textförmigkeit des wissenschaftlichen Zugriffs auf Bil-
der und der Analyse von Bildern auszugehen. Die mit einigen Beispielen illust-
rierte Kontextabhängigkeit der Bedeutungen von Bildern wird gerade da sichtbar,
wo nicht auf Sichtbarkeit, sondern auf das abgestellt wird, was nicht gezeigt wird.
Gewalt im Bild – ohne Bild: Der Titel verweist auf Reduktionen auf verschiedenen
Ebenen. Gewalt im Bild, die in stark reduzierter Form nur angedeutet wird; Gewalt
im Bild, das nicht dargestellt, sondern in Text überführt und in dieser Form wis-
senschaftlich analysiert wird.

Literatur

- Ayaß, Ruth (2014): «Ein Bild der Abwesenheit. Die Fotografie aus dem Situation Room als
widersprüchliche Zeigegeste». In: Kauppert, Michael / Leser, Irene (Hg.): *Hillarys Hand. Zur politischen Ikonographie der Gegenwart*. Bielefeld: Transcript, S. 59–77.
- Bergmann, Jörg (2006): «Qualitative Methoden der Medienforschung – Einleitung und
Rahmung». In: Ayaß, Ruth / Bergmann, Jörg (Hg.): *Qualitative Methoden der Medienfor-
schung*. Reinbek: Rowohlt, S. 13–41.
- Bohnsack, Ralf (2014): Unbewegte Bilder: Fotografien und Kunstgegenstände. In: Baur,
Nina / Blasius, Jörg (Hg.): *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. Wiesba-
den: Springer VS, S. 867–873.
- Charlton, Michael (1997): «Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Me-
dienwissenschaft». In: Charlton, Michael / Schneider, Silvia (Hg.): *Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 16–39.
- Friedrich, Katja (2013): «Wirkungen gewalthaltiger Medienangebote». In: Schweiger, Wolf-
gang / Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 401–418.
- Gehrau, Volker / Goertz, Lutz (2010): «Gespräche über Medien unter veränderten medialen
Bedingungen». In: *Publizistik* (55), Heft 2, S. 153–172.
- Hall, Stuart (1980): «Encoding/decoding». In: Hall, Stuart u. a. (Hg.): *Culture, Media, Lan-
guage*. London: Hutchinson, S. 128–138.
- Holly, Werner u. a. (Hg.) (2001): *Der sprechende Zuschauer. Wie wir uns Fernsehen kommuni-
kativ aneignen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kauppert, Michael / Leser, Irene (Hg.) (2014): *Hillarys Hand. Zur politischen Ikonographie der
Gegenwart*. Bielefeld: Transcript.
- Keppeler, Angela (2006): *Mediale Gegenwart. Eine Theorie des Fernsehens am Beispiel der Dar-
stellung von Gewalt*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1984): *Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt
a. M.: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien* [1995]. 2. Aufl. Opladen: Westdeut-
scher Verlag.
- Mead, George H. (1973): *Geist, Identität und Gesellschaft* [1934]. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Merten, Klaus (1994): «Wirkungen von Kommunikation». In: Merten, Klaus u. a. (Hg.): *Die
Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen:
Westdeutscher Verlag, S. 291–328.
- Oevermann, Ulrich (1983): «Zur Sache. Die Bedeutung von Adornos methodologischem
Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse». In:
von Friedeburg, Ludwig / Habermas, Jürgen (Hg.): *Adorno-Konferenz 1983*. Frankfurt
a. M.: Suhrkamp, S. 234–289.
- Oevermann, Ulrich (1986): «Kontroversen über sinnverstehende Soziologie. Einige wieder-
kehrende Probleme und Mißverständnisse in der Rezeption der «objektiven Hermeneu-
tik»». In: Aufenanger, Stefan / Lenssen, Margit (Hg.): *Handlung und Sinnstruktur. Bedeu-
tung und Anwendung der objektiven Hermeneutik*. München: Kindt, S. 19–83.
- Oevermann, Ulrich (2009): ««Get Closer». Bildanalyse mit den Verfahren der objektiven Her-
meneutik am Beispiel einer Google Earth-Werbung». In: Döring, Jörg (Hg.): *Geo-Visioty-
pe. Zur Werbegeschichte der Telekommunikation*. Siegen: Universi, S. 129–177.
- Oevermann, Ulrich (2014): «Ein Pressefoto als Ausdrucksgestalt der archaischen Rachelo-
gik eines Hegemons. Bildanalyse mit den Verfahren der objektiven Hermeneutik». In:

- Kauppert, Michael / Leser, Irene (Hg.): *Hillarys Hand. Zur politischen Ikonographie der Gegenwart*. Bielefeld: Transcript, S. 31–57.
- Renckstorf, Karsten (1989): «Mediennutzung als soziales Handeln». In: Kaase, Max / Schulz, Winfried (Hg.): *Massenkommunikation. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Sonderheft 30. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 314–336.
- Schweiger, Wolfgang (2013): «Grundlagen: Was sind Medienwirkungen? – Überblick und Systematik». In: Schweiger, Wolfgang / Fahr, Andreas (Hg.): *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer VS, S. 15–37.
- Stäheli, Urs (2005): «Das Populäre der Politik». In: Schade, Sigrid u. a. (Hg.): *SchnittStellen*. Basel: Schwabe, S. 633–643.
- Sutter, Tilmann (Hg.) (1997): *Beobachtung verstehen, Verstehen beobachten. Perspektiven einer konstruktivistischen Hermeneutik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sutter, Tilmann (2010). *Medienanalyse und Medienkritik. Forschungsfelder einer konstruktivistischen Soziologie der Medien*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sutter, Tilmann / Weisenbacher, Uwe (1993): «Divergenz und Konvergenz von Text und Welt». In: Regehly, Thomas u. a. (Hg.): *Text – Welt. Karriere und Bedeutung einer grundlegenden Differenz*. Parabel Schriftenreihe Bd. 16. Gießen: Focus, S. 41–54.
- Teichert, Will (1973): «Fernsehen als soziales Handeln 2 – Entwürfe und Modelle zur dialogischen Kommunikation zwischen Publikum und Massenmedien». In: *Rundfunk und Fernsehen* (21), S. 356–382.

Michael Kunczik

Anti-deutsche *Atrocity*-Propaganda mit Bildplakaten im Ersten Weltkrieg

«The point is that propaganda is as much a weapon of war as a gun,
and far more effective.»¹

Vorbemerkungen

Anti-deutsche *Atrocity*-Propaganda (oder Gräuelpopaganda)² im Ersten Weltkrieg wird unter dem Oberthema *Gewalt im Bild* behandelt. Der Schwerpunkt wird auf staatliche³ britische und U.S.-amerikanische⁴ Plakatpropaganda⁵ gelegt (andere

- 1 Sir Arthur Ponsonby in einem Brief an James Duane Squires (Squires 1935, S. 15, Fn. 20).
- 2 Die anti-deutsche Gräuelpopaganda wurde im Reich aufmerksam beobachtet; vgl. Bücher 1926 [1915].
- 3 Zeitungen, die private Unternehmen waren, werden berücksichtigt, aber auf die anti-deutsche Propaganda von anderen Unternehmen (mit Sammelbildern, Betriebszeitungen, Anzeigen) oder Verbänden wird nicht eingegangen. Vgl. Aulich 2011, S. 44–129; Hudson/Stancier 1997, S. 46; Doran/McCarthy 2014.
- 4 Auch Frankreich war propagandistisch aktiv (vgl. Stern-Rubarth 1921; Nolan 2004). Bereits 1870/71 gab es anti-deutsche Gräuelpopaganda. Der offizielle *Public* schrieb (Bauer 1930, S. 336): «Sie metzeln die Verwundeten nieder, stecken die Ambulanzen in Brand, sie töten die Kinder, schänden die Frauen, morden die Greise und zünden die Häuser an.» Die russische anti-deutsche Propaganda war vergleichsweise unbedeutend.
- 5 Zur Geschichte des Plakats siehe Sauer 2006; zu Kriegspropaganda-Plakaten im Ersten Weltkrieg z. B.: Aulich 2011; Historisches Museum Frankfurt 1976, S. 284–299; IWM 2014; Rhodes 1976; Rother 1994; Verhey 1998; Welch 2013. *Bilderschlachten* allgemein verhandeln Nöring u. a. 2009.