

Es wäre zu wünschen, dieses Buch auch in einer deutschsprachigen Fassung zu publizieren.

CHRISTIAN BREUNIG, Mainz

Vilém Flusser: *Ins Universum der technischen Bilder*. – Göttingen: European Photography 1985, 143 Seiten.

Das Vorhaben dieses Essays ist beträchtlich: Flusser versucht »diese traumhafte Lebensstimmung, wie sie sich um die technischen Bilder herum zu kondensieren begonnen hat, in den Griff zu bekommen: die Lebensstimmung der ›reinen Informationsgesellschaft‹.

Flusser unterstellt den absoluten Bedeutungsverlust der lineartextlichen Kultur und die künftige Dominanz der technischen Bilder in Form von Fotos, Filmen, Videos, Fernsehschirmen und Computerterminals. Mit seinen zwischen Apokalypse und Euphorie angesiedelten Entwürfen stand er 1985 – und offensichtlich noch unter dem Eindruck des Orwell-Jahres – in einer Linie mit einer Reihe kommunikationspolitischer Prognosen und Warnungen. Nach Ansicht Flussers können die neuen technisch produzierten Bilder die alten Bilder – fixiert in Höhlenmalerei oder Schriftlichkeit – nicht ersetzen. Sie tradieren nicht Wirklichkeit, sondern ausschließlich die technisch realisierbare Einbildung der Wirklichkeit. Technische Bilder sind Mosaiken und keine echten Flächen, sie stehen damit auch nicht mehr zwischen den Polen »real« und »fiktiv«, sondern sind entweder »konkret« oder »abstrakt«. Gerade ihre Technizität der Erzeugung und des Vertriebs erlaubt zwei Anwendungsstrategien: die quasi-totalitär-zentralistische, bei der Produzent, Sender und Empfänger strikt getrennt sind, und eine dialogisch-demokratisch-interaktive, die eigene Schöpfung und Weitergabe, die Tausch und Vermittlung fördert.

Das ist nicht neu und trifft nicht allein auf die technischen Bilder zu. Bert Brecht formulierte so seine »Radiotheorie«. Klarer und leichter verständlich im übrigen als Flusser dies tut, dessen Sprachduktus gelegentlich einfache Gedankengänge allzu kompliziert verdeckt und ihren Weg mehr vernebelt denn verdeutlicht. Andererseits gelingen ihm schöne sprachliche Bilder, die neue

Einsichten in alte und gesichert geglaubte Zusammenhänge eröffnen. Insgesamt legt er einen Essay vor, der manchmal fast banal, gelegentlich provozierend, aber über weite Passagen faszinierend geraten ist.

HANNES HAAS, Wien

Roland Hannemann: *Die Welt unterm Regenbogen*. Massenkommunikation und Stereotypie am Beispiel der Unterhaltenden Wochenzeitschriften. – Konstanz: Hartung-Gorre Verlag 1987, (II), II, 334 Seiten.

Das kommunikationswissenschaftliche Interesse an der unterhaltenden Zeitschriftenpresse weist zwar Defizite auf, ist aber keineswegs marginal. Über die verlegerische Entwicklung und Situation, über thematische Angebote und erst recht über kulturkritische Aspekte sind wir nicht schlecht informiert. Dagegen fehlte bisher eine Akzeptanzuntersuchung; sie liegt jetzt in Gestalt einer umfangreichen Publikation Roland Hannemanns vor. Allerdings muß der Leser zunächst 200 Seiten mit allgemeinen Überlegungen durcharbeiten, in denen die Literatur über das Verständnis von Stereotyp und über die Erscheinungsweisen der Massenkommunikation ausgebreitet ist. Anschließend Ausführungen über den Begriff der Zeitschrift und die Themenstruktur der unterhaltenden Wochenzeitschriften bringen keine neuen Erkenntnisse. Sie hätten daher erheblich gekürzt werden können, es sei denn, die Arbeit soll nicht der wissenschaftlichen Diskussion dienen, sondern von interessierten Laien gelesen werden. In diesem Falle mußte in der Tat weiter ausgeholt werden. Eine solche Absicht deutet Hannemann tatsächlich an, nur dürfte er mit einem semipopulär geschriebenen Buch nach allen Erfahrungen wenig Erfolg haben.

An dieser Stelle ist allein die wissenschaftliche Bedeutung der Arbeit zu würdigen. Zunächst muß der Leser Zitate aus der umfangreichen Literatur über Inhaltsanalyse verdauen, wobei freilich – allein aus Platzgründen – eher Zufallsfunde als eine Systematik dieses weiten Forschungsgebietes zu Worte kommen. Wie aber könnte das Konzept einer empirischen Forschung über Stereotypen mittels der Inhaltsana-

lyse aussehen? Diese entscheidende Frage stellt Hannemann erst auf Seite 246.

Er verweist dabei auf einen Forschungsplan zur Untersuchung der »Bild«-Zeitung, den Franz Dröge 1968 entwickelt hat (vgl. »Publizistik«, 13. Jg. 1968/Heft 2-4, S. 340-347). »Möglicherweise«, so fährt Hannemann fort, »läßt er sich für die eigenen Belange einspannen.« Es folgt eine knappe Inhaltsangabe jenes Aufsatzes: Als Stereotyp fassen die Forscher »eine ziemlich konstant kovariierende Merkmalsvergesellschaftung um eine Person oder um einen Begriff« auf. Mit dieser »engen« Auffassung setzt sich Hannemann nunmehr auseinander. Er bemängelt vornehmlich das fehlende Feedback bei der Ermittlung von Stereotypen, dem gerade aber gilt sein Interesse. So beschränkt er sich von vornherein auf jene Zeitschriften für sein Vorhaben, in denen Partizipationsformen des Lesers vorkommen. Aus einer Gesamtheit, in der alle Titel enthalten sind, wird eine Auswahl von elf Zeitschriften des Jahres 1983 getroffen und davon werden 191 Ausgaben herangezogen. Daraus wählte Hannemann im zweiten Schritt die Feedback-Formen aus, in der Hauptsache die mannigfaltigen Briefkasten- und Ratgeber-Rubriken. Diese mehr oder weniger gepflegten Leser- bzw. Leserinnen-, Frage- und Antwortformen werden im einzelnen vorgestellt, was allein schon ein Leseerlebnis ist. Wie aus einer Tabelle hervorgeht, hat man es im Rahmen der Orientierung hier mit Lebensberatung, Partnersuche, ärztlichem Rat von Heilpraktikern, Gesundheitstips von Lesern, praktischen Ratschlägen, Haushaltstips, Schönheitsberatung und Allgemeinwissen zu tun. Diesem Komplex stehen unter dem Stichwort »allgemeine Artikulation« gegenüber: Briefkasten, Humor/Kindermund, längere Beiträge und sonstige Beiträge. Die höchste Resonanz lösen die Rubriken »Lebensberatung« und »Briefkasten« aus; auf sie richtet sich daher auch in erster Linie das Interesse der Forscher.

Auf die Bitte an die Zeitschriftenredaktionen, Einblick in die Arbeitsweise zu erhalten, um herauszufinden, ob und in welcher Weise Leserzuschriften »manipuliert« würden, erntete Hannemann Absagen – bis auf eine Ausnahme: Burda sagte zu. Die daraufhin eingeleitete Beobachtung erbrachte keine »negativen« Befunde; deshalb schreibt Hannemann, bei Burda habe man

nichts zu verbergen. Aus einer Zusammenfassung der bis dahin gewonnenen Erkenntnisse geht hervor, daß sich das Feedback bei allen untersuchten Zeitschriften einer hohen Wertschätzung erfreut. Im Gegensatz dazu steht seine relativ geringe Auswertung in den Redaktionen (fehlende Statistiken, mangelnde Bereitschaft, Meldungen aufzugreifen, starre Redaktionsplanung).

Aus den 20 formulierten Hypothesen, die Hannemann durch die Untersuchung weitgehend bestätigt fand, seien einige wenige genannt, die das Gesamtbild charakterisieren: Da Frauen das Hauptkontingent der Leser stellen, melden sie sich verstärkt zu Wort. Die Kommunikatoren fördern diesen Trend durch ihre Briefauswahl. Frauen greifen in Konfliktsituationen eher zur Feder als Männer, um von der Norm abweichende Erwartungen und Handlungen zu rechtfertigen (Rat und Hilfe in einer »Notgemeinschaft«). Die Rückmeldungen der Männer konzentrieren sich weniger auf den mit ihrer Rolle schlecht verträglichen Wunsch nach Lebensberatung. Wären die Leser außerordentlich unzufrieden, würden sie sich von ihrem Blatt abwenden. Solche Kritik könnte anstecken, sie wird daher nicht zugelassen. Die Thematik kreist im wesentlichen um Liebe und Pflichterfüllung, die erst in der Ehe wahre Entfaltung erfahren. Zwar mögen Prominente als wesentliches Element ihrer Verehrung jene Werte vorleben, doch das häusliche Glück des Menschen wie Du und Ich ist oft durch Liebesleid und mangelndes Verantwortungsgefühl des Partners getrübt, was eben vor allem weibliche Hilferufe auslöst. Insofern spielen die Handlungen – auch der Privilegierten – eher im privaten Bereich. Die öffentliche Aufgabe selbst gekrönter Häupter besteht meist in der Darstellung geglückten Familienlebens und großen Pflichtbewusstseins. Gerade diese relativ kleine Personengruppe setzt die Glanzlichter im Rahmen der ansonsten den unteren und mittleren Schichten angehörenden Akteure. Bei alledem zeigt sich eine deutliche Übereinstimmung des gemeinschaftlichen Wertesystems.

Es erübrigt sich, auf den Nachweis der Stereotypen im Angebot wie in der Reaktion näher einzugehen. Dergleichen ergibt sich notwendig aus der gesamten illustrierten Publizistik. Hannemann widmet diesem Gegenstand im empiri-

schen Teil einen weitaus geringeren Raum als im allgemeinen, wie überhaupt der Umfang des empirischen Teils im Vergleich zu anderen inhaltsanalytischen Untersuchungen bescheidener auftritt. Dennoch besitzt diese Publikation die Qualität eines Bausteins der wissenschaftlichen Forschung über die Unterhaltungszeitschriften nicht allein im Rahmen der Kommunikationswissenschaft, sondern durchaus auch im kulturwissenschaftlichen Bereich. Das gilt selbst dann, wenn man nach der Lektüre zu dem Schluß kommen sollte, es sei eigentlich kein wesentlicher Erkenntnisfortschritt zu verzeichnen.

FRANZ RONNEBERGER, Nürnberg

*Die Amerikaner.* Photographien von Robert Frank. Einleitung von Jack Kerouac. – München: Christian Verlag GmbH 1986, 179 Seiten mit 83 Photographien.

1958 legte Robert Frank die Fotokamera weg und wurde Filmemacher. Er hatte in diesem Jahr in Paris seinen Klassiker »Les Américains« veröffentlicht, der ein Jahr später auch in den Vereinigten Staaten von Amerika erschien. Aus 28000 Negativen wählte er jene 83 Fotos aus, die sowohl auf die Fotokunst als auch auf den Fotojournalismus nachhaltigen Einfluß ausüben sollten. Im Jahre 1985 erhielt er als erster Einzelfotograf den für »vorbildliche Anwendung der Fotografie in der Publizistik« vergebenen »Dr. Erich Salomon-Preis« der Deutschen Gesellschaft für Photographie, der bis dahin ausschließlich kollektiv an die Bildredaktionen von Zeitungen oder Zeitschriften vergeben worden war.

Die vorliegende erste deutsche Ausgabe dieses Buches besticht durch hervorragende Papier- und Druckqualität und durch eine höchst ästhetische Gestaltung, die in einem spannenden Verhältnis zur leitmotivischen Tristesse der Fotos steht. Soviel Aufmerksamkeit der optischen Aufbereitung geschenkt wurde, so unverständlich ist es, daß nicht einmal eine kurze Einführung – sieht man von den paar Zeilen Klappentext ab – die Bedeutung dieser Bilder erklärt und eine fotohistorische Einordnung versucht. Da hilft auch das aus der amerikanischen Ausgabe übersetzte Vorwort des Frank-Freundes und ameri-

kanischen Pop-Poeten Jack Kerouac – »An Robert Frank richte ich nun diese Botschaft: Du hast den Blick« – nicht weiter. Aber dennoch ist es die ideale Hinführung zu den nachfolgenden Fotos, deren radikale Subjektivität mit der Kerouacs korrespondiert. Die Konsequenz seines »neuen Sehens« frappt und befremdet noch heute. Wirklich nur auf den ersten Blick könnte man manche seiner Bilder mit den mißglückten Versuchen eines Fotoamateurs verwechseln: unterbelichtet, unscharf, schief und mit überstrahlenden Lichtquellen, die in der Dunkelkammer unkorrigiert blieben. Tatsächlich aber sind sie durchaus komponiert, sie wagen die riskante Perspektive, enthalten eine überaus breite Skala von Grauwerten. Ihre Besonderheit liegt aber nicht in Ausarbeitung und Präsentation. Sie haben die Fotografie revolutioniert als Höhepunkte einer fotografischen Methode, bei der der Beobachter unerkannt Menschen und Handlungsabläufe festhält, in der ohne Vorbereitung und ohne vorher eingeholtes Einverständnis des Fotografierten gearbeitet wird: der (Street-)Live-Fotografie. Franks Bilder halten Alltagsmomente fest, die aus ihrer Banalität und Gewöhnlichkeit einzig durch die Kunst des Fotografen suggestiv wirken, zu etwas Sensationellem werden. Bei vielen Bildern merkt man das Schnappschußhafte und versteht, weshalb für diese Bilder ein solch unverhältnismäßiger Materialberg wie der oben erwähnte notwendig war. Manche Fotos haben etwas Obszönes an sich, weil Menschen in Gedanken versunken aus privatesten Gefühlen aufgestöbert und festgehalten werden. Das Private wird ihnen entrissen und (all-)gemein gemacht, veröffentlicht. Ebenso ist allen Fotos eine fast unangenehme Nähe gemeinsam. Betroffenheit entsteht, weil Distanzen und Grenzen übergangen werden. Wie die Perspektive verrät, hat Frank häufig – um ungestört arbeiten zu können – aus der Hüfte fotografiert. Er verfügt, so zeigen die Ergebnisse, über die für solche Art der Fotografie unbedingt notwendige Gabe, den »moment décisif«, wie Henri Cartier-Bresson ihn genannt hat, den entscheidenden Augenblick zu erkennen und zu reagieren.

Insgesamt läßt die Betrachtung der Bilder errahnen, warum dieser Band mit dem provokant verallgemeinernden Titel: »Die Amerikaner« von diesen nicht als typisch für das Land und seine