

Hans J. Wulff:

Rez. zu: Alphons Silbermann und H.-D. Dyroff (Hrsg.): Comics and Visual Culture. Research Studies from Ten Countries. / La bande dessinée et la culture visuelle. / Comics und visuelle Kultur. München (usw.): K.G. Saur 1986, 264 S.

Manfred Ritter (Hrsg. u. Einl.): Wahrnehmung und visuelles System. Heidelberg: Spektrum der Wissenschaft 1986 (= Spektrum der Wissenschaft: Verständliche Forschung.), 220 S.

Eine erste Fassung dieser Rezension erschien in: *Medienwissenschaft: Rezensionen* 4,2, 1987, S. 158-161.
URL der Online-Fassung: <http://www.derwulff.de/8-10>.

„Visuelle Kultur“: Seit Marshall McLuhan am Ausgang der fünfziger Jahre die „kalten“ von den „heißen“ Formen der Kommunikation zu scheiden versuchte und die Schriftkultur einer ikonographisch geprägten Kultur gegenüberstellte, seit ungefähr gleichzeitig Karl Pawek „Das optische Zeitalter“ ausrief und die Ablösung sprachlich-begrifflicher Denkweisen durch optisch-visuell vermittelte Formen der Kognition behauptete - seitdem ist die Frage und das Problem einer ‚visuellen Kultur‘ auch Gegenstand einer meist medienkritischen Theorie der Kommunikation. Das Problem der ‚visuellen Kultur‘ setzt allerdings schon bei der Definition ein.

Rolf T. Wigand - in seinem instruktiven und klugen Aufsatz in dem von Silbermann und Dyroff herausgegebenen Sammelband - behilft sich mit einer ganz äußerlichen Beschreibung: „Comics can be found in newspapers, books, on television, in advertising, on packages of products, on billboards, and in many other places. Comics as a particular mode of communication cutting across several media have indeed survived their test of durability. They have been serialized, their originators added color, they have been animated, they learned to speak, they have become their own medium on some cases, they have become manipulatable in the form of video games and they have gone underground.“ (S. 55, ähnl. S. 28) Kurz: die Kommunikation mittels Comics und ihrer verwandten Formen darf als ein verbreitetes und gemeinsames Mittel der Kommunikation in den westeuropäischen Gesellschaften der achtziger Jahre angesehen werden.

Von ‚visueller Kultur‘ handelt diese Definition allerdings nur insofern, als Comics auch visuell-ikonographische Mittel verwenden. Und auch wenn sich Silbermann in seinem Einleitungsartikel verwundert, dass Comics in „entertainment, information, learning, education and publicity“ (S. 22) verwendet würden und daß „the same performance of percepti-

on can be taken over by completely different cultural processes“ (ebd.) - dann hat das mit dem Problem einer ‚visuellen Kultur‘ ungefähr so viel zu tun wie die Feststellung: Es gibt sie.

Der Blick auf die Geschichte der Kommunikation mittels ikonographischer Medien zeigt eine lange und medienwissenschaftlich noch kaum aufgearbeitete Kette von Medien, Mitteln und Formen. Wie es scheint, ist die Populärkunst immer schon ‚bildlich‘ gewesen - man denke an Moritaten-Sänger, illustrierte Einblatt-Drucke, Heiligenbilder und -geschichten, man denke auch an die lange Geschichte der visuellen Orientierungen und Hilfsmittel in Pädagogik und Didaktik. Visuelle Mittel der Kommunikation genießen allerdings kein nennenswertes Ansehen - auch die pädagogische Erfüllung, in die sie schließlich aufgehen sollen, ist immer erst die sprachlich-begriffliche Bildung gewesen. Manches von der Spannung zwischen sprachlicher und bildlicher Kultur - als einer Spannung schicht- oder klassenspezifischer Praxen - ist in der soziolinguistischen Literatur der sechziger Jahre zur Sprache gekommen und nicht weiter verfolgt worden. Auch unter dieser Perspektive ist ‚visuelle Kultur‘ nicht das Problem, sondern darf und wird als gegeben genommen. Die Fülle der sich an diese Feststellung anschließenden Fragen - nach der Interdependenz von visuellen Medien und Argumentationsstrukturen, Tradierungsstrategien, kognitiven Mustern etc. sowie deren historischer und soziokultureller Wandel - ist noch völlig offen.

Der von Silbermann und Dyroff herausgegebene Sammelband mit dem programmatischen Titel ‚Comics and Visual Culture‘, der die Ergebnisse einer von der UNESCO finanzierten und vom Kölner Institut für Massenkommunikation durchgeführten internationalen Umfrage zur Rolle der Comics in der Entwicklung der visuellen Kultur enthält, beantwortet gerade diese Fragen nicht. Dafür enthält er neben

eini“gen informativen Länderberichten auch einige Artikel, die theoreti“ches Interesse verdienen - neben Wigands schon erwähntem Aufsatz ‚Toward a More Visual Culture through Comics‘ und Ray Browns Bericht über Großbritannien sei insbesondere auch Achim Schnurrers kurze Skizze zu ‚Comics and Merchandising‘ genannt.

Bemerkenswerterweise fehlen die USA in der Reihe der Länderüber“blicke (Frankreich, England, Italien, UdSSR, Japan, Kenya, Mexiko, Indien). Ein umfangreicher und im ‚statistischen Teil‘ falsch platzierter Überblick über die monographische deutschsprachige Comics-Literatur seit 1965 (S. 109-128) versammelt akkurat so nichtssagende Daten, daß der Artikel als gutes Beispiel für die Interpretationsbedürftigkeit inhaltsanalytischer Kleinarbeit benutzt werden kann (oder aber auch zur Erheiterung akademischer Stammtisch-Runden beitragen mag). Der Erkenntnis über den Gegenstand trägt er nichts Nennenswertes bei.

Ein Problem durchzieht fast alle Beiträge des Bandes: die Definition und Feststellung des Gegenstandes ‚Comics‘. Nicht nur, daß sich das klassische ‚Bilderband‘ inzwischen in den Film oder die Computeranimation transformiert oder verlängert hat, die Bild-Folgen-Struktur sich in avantgardistischen Comics immer weiter auflöst, daß Comics Gegenstände der bildenden Kunst oder der Produktwerbung geworden sind, daß sich einzelne Darstellungsstrategien wie die besonderen Piktographien und Typographien durchaus aus dem medialen Umfeld ‚Comics‘ gelöst haben: Alles dies darf als Indiz dafür genommen werden, daß die eingangs des Bandes beklagte „stiefmutterliche Be“handlung“ der Comics dringend von größerer Aufmerksamkeit abgelöst werden sollte. Die Schwierigkeit bei der Feststellung des Gegenstandes darf natürlich auch als ein Ausdruck dafür genommen werden, daß es eine dynamische und im raschen Wandel befindliche „visuelle Kultur“ gibt.

Angesichts des Preises des Bandes erstaunt die editorische Nachlässig“keit, mit der er veranstaltet ist. Die Fehler beginnen im Inhaltsver“zeichnis, setzen sich fort in lückenhaften Literaturverzeichnissen und ziehen sich durch bis in die - dankenswerterweise beigegebenen -Zusammenfassungen. Ein (extremes) Beispiel: „Es wird gefragt, ob die Comics heutzutage nicht ein Beispiel für die Geburt einer interna“tionalen piktographischen Sprache vor unsere Augen bringen, deren neue Kodexen fähig sein werden, nur durch die Graphik psychologische Variationen, spatio-dynamisch klangreiche Effekte und Rhythmen,

be“sonders in den schallenden Onomatopoiembildern zu schaffen“ (S. 233). Schon Silbermanns Eingangartikel hätte dringend einer englisch“stilistischen Überprüfung bedurft. Leider verzichten einige Autoren auf jede Art der Angabe verwendeter Literatur. Ein Index, der den Band - wollte er seinen stillschweigenden Anspruch als Handbuch erfüllen - hätte erschließen müssen, fehlt.

Die Beschäftigung mit den Problemen und Phänomenen „visueller Kultur“ muß notwendigerweise bis auf die Prozesse der Wahrnehmung und der Verarbeitung visueller Reize zurückgehen. Es zeigt sich, daß mechanische Modelle wie das bei Silbermann behauptete dreistufige Abfolgeschema „seeing“, „understanding“, „estimation“ sicherlich als naiv einzustufen sind angesichts des Wissens, das inzwischen von der Wahrnehmungspsychologie bereitgestellt wird. Nach allem, was man heute weiß, ist der Prozeß des Wahrnehmens ein komplizierter Mechanismus, in den neuronale, motivationale, emotionale, intentionale und kognitive Faktoren so integriert sind, daß klare Abfolge- oder Stufenmodelle der Wahrnehmung nicht mehr gehalten werden können.

Gleichwohl ist das Gesamtgebiet unübersichtlich und für einen Außen“stehenden kaum noch zu überblicken. Will man nicht auf eine der Standardeinführungen (z.B. J.J. Gibson: Die Sinne und der Prozeß der Wahrnehmung. Bern: Huber 1973; ders.: Wahrnehmung und Umwelt. München: Urban & Schwarzenberg 1982; P.H. Lindsay & D.A. Norman: Human Information processing. New York: Academic Press 1977) zurückgreifen, die allgemein empfohlen werden können, scheint es sich anzubieten, einen Sammelband der deutschen Redaktion des ‚Scientific American‘ zum Zweck der Einführung in die Thematik zu nutzen. Der Einleitungsartikel von Manfred Ritter gehört tatsächlich zum konzisesten, was der Laie derzeit in deutscher Sprache zur visuellen Wahrnehmung lesen kann. Die weiteren Beiträge sind dann aber zwar ausnahmslos brillant illustriert und ausgesprochen gut geschrieben, können jedoch keinen zusammenhängenden Überblick über das heutige Wissen zum Thema geben. Wer mit diesem Interesse Lesestoff sucht, sei auf die Standardeinführungen verwiesen. Wen allgemeinere Neugier treibt, wer sich insbesondere an sorgfältiger Illustration erfreuen kann, dem sei dieser Band - der einschlägige Artikel aus *Spektrum der Wissenschaft* neu zugänglich macht - empfohlen. Abgesehen von Ritters Artikel darf er sich allerdings keine grundlegende Aufklärung über die physiologischen, neurologischen und kognitiven Grundlagen der ‚visuellen Kultur‘ erwarten.