

Sandra Plontke, Astrid Utler & Carlos Kölbl

Editorial



psychosozial

43. Jahrgang, Nr. 2, 2020, Seite 5–15

Psychosozial-Verlag

DOI: 10.30820/0171-3434-2020-2-5



Impressum

psychosozial

43. Jg. (2020) Heft II (Nr. 160)

<https://doi.org/10.30820/0171-3434-2020-2>

ISSN (Print-Ausgabe): 0171-3434 · **ISSN (Online-Ausgabe):** 2699-1586

<https://www.psychosozial-verlag.de/ps>

HerausgeberInnen: Michael B. Buchholz, Pradeep Chakkarath, Oliver Decker, Jörg Frommer, Benigna Gerisch, Rolf Haubl, Marie-Luise Hermann, Vera King, Carlos Kölbl, Joachim Küchenhoff, Jan Lohl, Katja Sabisch, Jürgen Straub, Hans-Jürgen Wirth und David Zimmermann

Ehemalige HerausgeberInnen: Hellmut Becker, Dieter Beckmann, Iring Fetscher, Hannes Friedrich, Hartmut von Hentig, Albrecht Köhl, Annegret Overbeck, Horst-Eberhard Richter, Hans Strotzka, Ambros Uchtenhagen, Eberhard Ulich, Jürg Willi, Hans-Jürgen Wirth, Gisela Zenz und Jürgen Zimmer

Mit Heft I/2014 fusionierte die Zeitschrift *Psychotherapie & Sozialwissenschaft* mit der Zeitschrift *psychosozial*.

Ehemalige HerausgeberInnen der Zeitschrift *Psychotherapie & Sozialwissenschaft*: Jörg Bergmann, Brigitte Boothe, Michael B. Buchholz, Oliver Decker, Jörg Frommer, Bernhard Grimmer, Martin Hartung, Marie-Luise Hermann, Tom Levoid, Kathrin Mörtl, Annegret Overbeck, Jürgen Straub, Ulrich Streeck und Stephan Wolff

Geschäftsführende HerausgeberIn und Redaktion: Dr. Marie-Luise Hermann, Rychenbergstr. 26, CH-8400 Winterthur, E-Mail: mlhermann.praxis@bluewin.ch

Abo-Verwaltung: Telefon 06 41 - 96 99 78 18, E-Mail: aboservice@psychosozial-verlag.de

Verlag: Psychosozial-Verlag, Walltorstraße 10, D-35390 Gießen
E-Mail: info@psychosozial-verlag.de, www.psychosozial-verlag.de

Umschlaggestaltung: nach Entwürfen des Ateliers Warminski, Büdingen

Umschlagabbildung: Sandra del Pilar, *Boschs Kinder*, 2018, Öl auf Leinwand und transparenter Synthetikfaser, 150 x 150 cm © Carlo Sintermann

Satz: metiTec-Software, me-ti GmbH, Berlin, www.me-ti.de

Bezugsgebühren: Für das Jahresabonnement EUR 59,90 (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Studentenabonnement 25% Rabatt (inkl. MwSt.) zuzüglich Versandkosten. Lieferungen ins Ausland zuzüglich Mehrporto. Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein Jahr, sofern nicht eine Abbestellung bis acht Wochen vor Beendigung des Bezugszeitraums erfolgt. Preis des Einzelheftes: EUR 19,90.

Bestellungen richten Sie bitte direkt an den Psychosozial-Verlag oder wenden Sie sich an Ihre Buchhandlung.

Anzeigen: Anfragen bitte an: anzeigen@psychosozial-verlag.de

Copyright: © 2020 Psychosozial-Verlag, Gießen

Erscheinungsweise: Viermal im Jahr

Die in der Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, bleiben vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form – durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere Verfahren – reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Manuskripte: Die Redaktion lädt zur Einsendung von Manuskripten ein. Vor der Veröffentlichung durchlaufen die Beiträge ein Peer-Review-Verfahren. Mit der Annahme des Manuskriptes erwirbt der Verlag das ausschließliche Verlagsrecht auch für etwaige spätere Veröffentlichungen.

Datenbanken: Die Zeitschrift *psychosozial* wird regelmäßig in der Internationalen Bibliographie der geistes- und sozialwissenschaftlichen Zeitschriftenliteratur (IBZ – De Gruyter Saur) und in der Publikationsdatenbank PSYINDEX des Leibniz-Zentrums für Psychologische Information und Dokumentation (ZPID) erfasst.

CIP-Einheitsaufnahme der Deutschen Bibliothek: Psychosozial. – Gießen: Psychosozial-Verl. Erscheint jährlich viermal – Früher im Rowohlt-Taschenbuch Verl., Reinbek bei Hamburg, danach in der Psychologie Verl. Union, Beltz Weinheim. – Erhielt früher Einzelbd.-Aufnahme. – Aufnahme nach 53. Jg. 16, H. 1 (1993).

Bilderfluten und die psychosoziale Rolle des Bildes

Editorial

psychosozial 43. Jg. (2020) Heft II (Nr. 160) 5–15
<https://doi.org/10.30820/0171-3434-2020-2-5>
www.psychosozial-verlag.de/ps

Zusammenfassung: Dieses Editorial leitet in ein Schwerpunktheft ein, das mit seinen Beiträgen auf das nicht selten mit dem Schlagwort »Bilderflut« bezeichnete Phänomen der Omnipräsenz von Bildern in unterschiedlichen Bereichen menschlichen Lebens interdisziplinär Bezug nimmt und dabei immer auch auf die psychosoziale Rolle von Bildern und den mit ihnen verbundenen Bildpraktiken fokussiert. In den Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften haben Bilder in dramatischer Unterschätzung ihrer ganz eigenen Potenzialität lange Zeit vorwiegend zur Illustration von Texten gedient, ein Defizit, auf das dieses Heft reagiert. Für eine weitere Kontextualisierung der Beiträge wird zunächst die viel bemühte Metapher der »Bilderflut« diskutiert, sodann auf die ikonische Verfasstheit des Menschen und die Rolle von Bildern für dessen Selbst- und Weltverständnis hingewiesen, sowie auf die Potenzialität ikonischer Kommunikation und (Selbst-)Artikulation. Abschließend wird das Verhältnis von Sprache und Bild in den Blick genommen und der sich im Horizont einer Logozentrismuskritik entfaltende *iconic* und *pictorial turn* mit seinen jeweiligen Annahmen.

Schlüsselwörter: Bilderfluten, Ikonizität, *iconic turn*, *pictorial turn*, Bildpraktiken, Mediatisierung, Bildwissenschaft, *Visual Culture*

»Wir haben kaum mehr die Wahl zwischen Bildern und einer bildlosen Erfahrung, weil wir es mit dem weltumspannenden Netz einer unbegrenzten Bildproduktion zu tun haben, der wir kaum noch entfliehen können.«

Hans Belting (*Das echte Bild*, 2006, S. 18)

Den Menschen als ein vernunft- und sprachbegabtes Wesen zu verstehen, darüber herrschte bereits lange vor dem *linguistic turn* (Rorty, 1967) Einigkeit. Die ikonische Verfasstheit des Menschen scheint hingegen weniger selbstverständlich. Doch der Mensch denkt, lebt und kommuniziert nicht einzig im Modus der Sprache. Zwar ist er unzweifelhaft ein *zoon logon echon*, aber er ist eben auch mehr oder zumindest noch etwas anderes als das: Seit seinen frühesten Anfängen, nachweislich spätestens seit dem Aufkommen der Fels- und Höhlenmalerei-

en – die vermutlich aus dem Jungpaläolithikum stammenden Höhlenbilder von Lascaux bezeugen das eindrucksvoll –, haben Bilder für den Menschen eine wichtige Rolle gespielt, wobei das Herstellen und die Verwendung von Bildern als anthropologische Universalie und Konstante gelten kann (siehe hierzu etwa Patrick Krügers Beitrag in diesem Heft). So sei der Mensch, wie Hans Jonas, ein Mitbegründer der Bildanthropologie, konstatiert, ein *homo pictor*, ein bildschaffendes und bildgebrauchendes Wesen (Jonas, 1994 [1973]).

»Bilderfluten«? Ein neues altes Phänomen

Die Geschichte der Bilder, ihre Herstellung, ihr Gebrauch und ihre Distribution ist so alt wie

die Menschheitsgeschichte selbst und dennoch, so scheint es, leben wir in einem Zeitalter, das stärker denn je von Bildern durchzogen ist, wie das Eingangszitat des Kunsthistorikers Hans Belting verdeutlicht. Weltweit sind Menschen tagtäglich mit einer Vielzahl an Bildern konfrontiert: *Smartphones*, die mit Kameras ausgestattet sind, ermöglichen jeder*m, jederzeit Fotos oder Videos aufzunehmen, zu bearbeiten und zu verbreiten. Internetplattformen wie *Instagram* leben davon, dass die Menschen die gemachten Bilder im Anschluss *online* stellen, mit anderen teilen, gemeinsam betrachten und erörtern, beurteilen und vielleicht verändern. Alle, die gängige Free-Mailprogramme nutzen, sehen sich mit Bildern in Form von Werbung konfrontiert, und schließlich sind die *Interfaces* von derartigen und anderen Softwareprogrammen selbst aus einer Vielzahl visueller Elemente komponiert. Diese Beispiele könnten beliebig fortgeführt werden und illustrieren die Omnipräsenz von Bildern in unterschiedlichen Bereichen menschlichen Lebens.

Dieses Phänomen findet nicht selten in der Metapher der »Bilderflut« seinen Ausdruck. Auf den ersten Blick sind solche diagnostischen Bezeichnungen naheliegend und mehr als gerechtfertigt. Kaum eine*r wird anzweifeln wollen, dass im Reigen massenmedialer Spektakel die Menge an Bildern und ihre Zirkulation insbesondere in den letzten zehn bis fünfzehn Jahren rapide zugenommen hat und sich in vielen gegenwärtigen – vor allem digital vermittelten – Bildpraktiken ein inflationärer Gebrauch, ein zum Teil unreflektierter Konsum und manipulative Effekte von Bildern abzeichnen. Kritisch betrachtet mag die Metapher der »Bilderflut« aber auch etwas plakativ erscheinen, suggeriert sie doch zum einen, dass Bilderfluten etwas gänzlich Neues seien bzw. eine Erfahrung darstellen, die lediglich den im Zeitalter der Mediatisierung und Digitalisierung lebenden Subjekten vorbehalten ist. Zum anderen impliziert der Begriff der Bilderflut, dass sich der Mensch dieser Flut an Bildern kaum erwehren und sich dadurch sogar bedroht fühlen könnte.

Ein Blick in die Geschichte, wie er etwa in diesem Heft von Patrick Krüger unternom-

men wird, zeigt jedoch, dass es Phänomene der Bilderflut durchaus schon früher gegeben hat, es sich also um kein ausschließlich »neuzeitliches« Phänomen handelt. Was jeweils zu einer bestimmten Zeit, an einem bestimmten Ort, von bestimmten Personen als »Bilderflut« wahrgenommen und erfahren wird, und wie man bestimmten Bildern überhaupt begegnet, beispielsweise mit einem Gefühl der Sättigung und des Überdrusses, oder ob man sie gar als Bedrohung empfindet, wie Menschen sich schließlich gegenüber dem Phänomen Bild positionieren, all das ist stets auch eine psychosoziale Frage, deren Beantwortung dem soziohistorischen wie kulturellen Wandel unterliegt. Dabei scheinen Bilderfluten das Resultat (kultur-)technischer Neuerungen und Erfindungen zu sein, die es allerdings immer schon in je unterschiedlichen Ausformungen gegeben hat und wohl immer geben wird. Medientechnische Innovationen – schon vor der Erfindung der Lithografie und der Fotografie –, etwa der Buchdruck oder Bildruckverfahren wie der Holzschnitt, der Kupferstich oder die Radierung, haben in der Vergangenheit zu einer massenhaften Herstellung und Verbreitung von Reproduktionsgrafiken geführt, die unter anderem einen visuellen Transfer von Wissen ermöglichten und zu einer Popularisierung von zuvor exklusiven Bildern beigetragen haben (Würgler, 2013). Waren zum Beispiel kostspielige Ölbilder Unikate und lediglich einer Elite vorbehalten, so konnten mit den spätestens seit dem 15. Jahrhundert entwickelten, neuen Reproduktionsverfahren kostengünstigere Kopien der Werke hergestellt und der weiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden (ebd., S. 31). Aber auch zu propagandistischen Zwecken, wie etwa zur Vervielfältigung und Verbreitung reformatorischen Gedankenguts, wurden Bilder beispielsweise in Form satirischer Flugschriften unter die Menschen gebracht. Von Martin Luther lässt sich wie wohl von kaum einem anderen sagen, dass er seine schnelle Karriere mithilfe der damaligen Printmedien gemacht hat, insbesondere durch den Einsatz von bissigen, sich gegen Papst und Kirche wendenden Flugblättern (vgl. Tieke, 2016). Ob die Zeitgenoss*innen des Wittenberger Theologen die

Flugblätter als *Flut*blätter empfunden haben, dem wäre weiter nachzugehen; abwegig erscheint dies keinesfalls.

Und wie steht es um die mit dem Begriff der Bilderflut suggerierte Bedrohung durch die Bilder, denen wir uns scheinbar nicht erwehren können, die sich uns gleichsam aufzwingen und sich in unsere Retina brennen, bevor wir überhaupt die Augen vor ihnen verschließen können? Der*die Einzelne hat stets die Möglichkeit, sich der Flut an Bildern, wie auch immer geartet, zumindest ein Stück weit zu entziehen oder sich irgendwie dazu zu verhalten (sie zu kritisieren, zu verändern, sie weniger zu konsumieren und so weiter). Niemand ist beispielsweise dazu verpflichtet, sich einen *Instagram-Account* anzulegen oder *Instagram* zu nutzen. Niemand muss ein *Smartphone* verwenden und damit Bilder oder Videos aufnehmen. Der kommerziellen Einführung von Fernsehgeräten und alltäglichen -sendungen im geteilten Deutschland vor etwa sieben Jahrzehnten folgten die kulturkritischen Empfehlungen, dieses bildintensive Medium mit Bedacht oder gar nicht zu nutzen auf den Fuß. Individuen haben und nutzen die Möglichkeit, sich zu (gängigen) Bildpraktiken zu positionieren, so auch in diesem Band. Abigail Nieves dekonstruiert beispielsweise die Praktik biometrischer Bildverfahren. Sandra del Pilar zeigt auf, wie künstlerische Bilder ihrerseits dazu beitragen können, Bilder des Kollektivwissens in neue Kontexte zu setzen. Marc Dietrich und Günter Mey begegnen dem Phänomen Bild mit der Entwicklung eines methodisch kontrollierten Verfahrens der Bildanalyse und Sabine Moller zeigt, wie filmische Narrative zur Konstruktion von (Familien-)Geschichte beitragen können.

Zur ikonischen Verfasstheit des Menschen

Von jeher spielen Bilder also eine wichtige Rolle im Leben des Menschen, für dessen Selbst- und Weltverständnis, für die Beziehung zu sich selbst und zu anderen. Neben der Sprache und anderen Ausdrucksformen wie zum Beispiel

der Musik oder dem Tanz stellen Bilder ein wichtiges Medium der Selbstartikulation der Person dar. Bilder haben Anteil an der Bildung und Auseinandersetzung mit der eigenen Identität, mit den eigenen Erwartungen, Erfahrungen und Orientierungen (siehe Straub et al., 2020). Denkt man darüber hinaus an nicht-materielle Bilder, das heißt an mentale Bilder wie Erinnerungen, Ideen, Vorstellungsbilder, Träume und Fantasien (für eine Klassifizierung in unterschiedliche Bildtypen und ihre Funktionen siehe Mitchell, 2008; für ein empirisches Beispiel siehe Utler, 2017), so zeigt sich auch hier, dass die Art, sich zu sich selbst zu verhalten und in Beziehung zu seinem eigenen Inneren zu treten, häufig im Modus des Ikonischen operiert (vgl. Plontke, 2020; Plontke et al., 2020).

Sprache stellt damit immer nur *einen* Modus der Erfahrungsbildung und *eine* Art zu wissen, lediglich *ein* Register menschlicher Artikulation und Kommunikation dar. Vieles, was gesagt werden kann, lässt sich auch in anderen Medien kommunizieren (eine Verkehrsregel etwa lässt sich auch in einem Verkehrsschild symbolisieren, ein wortreicher Befehl auch mit einer knappen Geste kommunizieren). Vieles, das nicht gesagt werden kann, da es sich der diskursiven und linearen Ordnung der Sprache entzieht, findet seinen Ausdruck oftmals in Form einer »präsentativen Symbolik«, zu der nach Susan K. Langer insbesondere auch Bilder beitragen (Langer, 1979 [1942]). Es ist unter anderem die Simultanität, die Bilder und das in und mit ihnen Dargestellte oder Mitgeteilte kennzeichnet und von der Linearität der sprachlichen Logik abgrenzt. Die Möglichkeit, etwas ausdrücken zu können, was sich in Worten nicht sagen und vermitteln lässt – weil die Botschaft und das Medium inkommensurabel sein können –, zeichnet Bilder aus. Wir alle kennen das, zum Beispiel wenn es um die Artikulation des eigenen Inneren geht – von kaum in Worte zu fassenden Gefühlen etwa – oder darum, hilfreiche Abbreviationen komplexer Phänomene und unüberschaubarer Sachverhalte zu finden. Hier sagen Bilder oftmals viel schneller und dichter einfach mehr oder auch etwas Anderes als es tausend Worte vermögen. Gottfried Boehm

spricht ferner von dem Moment der *Deixis*, das der Potenzialität des Ikonischen innewohne, und konstatiert (Boehm, 2007, S. 39): »Die Macht des Bildes bedeutet: zu sehen geben, die Augen zu öffnen. Kurzum: zu zeigen.« Dieses Zeigen, so Boehm (ebd., S. 19), sei immer ein doppeltes: Bilder zeigen in diesem Sinne immer sich selbst, verweisen aber auch stets über sich hinaus und geben den Blick frei auf etwas jenseits ihrer selbst, womit sie für den*die Betrachter*in Abwesendes anwesend machen (siehe hierzu del Pilar in diesem Heft). Dieser Aspekt spiegelt sich auch in Boehms Idee der »ikonischen Differenz«, die sich unter anderem durch ein spielerisches »Spannungsverhältnis« und einen Kontrast von »Sichtbarem und Unsichtbarem« (Boehm, 2007, S. 210) konstituiert.

Als ein Mittel sozialer Kommunikation sind Bilder schließlich auch ein wichtiger Katalysator und ein Vehikel für Prozesse der Vergemeinschaftung (siehe hierzu auch Dietrich und Mey in diesem Heft). Menschen produzieren, reproduzieren und distribuieren Bilder bzw. bestimmte Bildtypen und Bildmotive, um mit anderen Beziehungen einzugehen, Bindungen zu pflegen oder einfach in Austausch zu bleiben. Neben vergemeinschaftenden oder sozial-integrativen Funktionen können Bilder auch gegenteilige Funktionen erfüllen: Konflikte und Krisen können ebenso auf ihr Konto gehen. Um ihre sozialen, kommunikativen Dienste erweisen zu können, sind sie auf aktive, kompetente Nutzer*innen angewiesen. Menschen bilden im Laufe ihrer medialen und medientechnischen Sozialisation spezifische Modi und Praktiken des Sehens bzw. bestimmte Sehkonventionen und -ordnungen aus (für das Phänomen der »Selfies« siehe Ullrich, 2019). Die vom Menschen gemachten Bilder wirken auch immer auf ihn selbst, auf seine Wahrnehmung und sein Erleben zurück. Wie wir die Welt sehen, was für ein Bild wir uns von uns selbst und von anderen machen, ist damit bereits durch die Bilder, die wir schaffen und die uns umgeben, gerahmt. Bilder als Teil unserer Kultur sind somit auch immer konstitutiv für das psychische Erleben des Einzelnen (siehe Plontke, 2020; siehe auch

Köhnen & Plontke, 2018; zum kulturpsychologischen Verständnis der Ko-Konstitution von Kultur und Psyche siehe etwa Chakkarath & Straub, 2020).

In dieser Perspektive sind menschliche Kulturen mitsamt ihren selbstreflexiven Bemühungen aufs engste auch mit Bildern verwoben, womit die Frage nach dem Bild stets auch die Fundamente menschlichen Lebens und Daseins berührt und neue Anforderungen an diejenigen Wissenschaftsdisziplinen stellt, die sich der Erforschung des Menschen, seiner Kultur(en) und seiner Praxen widmen.

Sprache und Bild

Trotz der nicht zu leugnenden großen Bedeutung von Bildern für den Menschen und ihrer insbesondere im Zuge gegenwärtiger Mediatisierungs- und Digitalisierungsprozesse stetig wachsenden Relevanz in diversen gesellschaftlichen Lebensbereichen, die bereits Walter Benjamin (1991 [1936]) mit der Möglichkeit der »*technischen Reproduzierbarkeit*« beschrieb, kann sich das Bild jedoch nur schwer aus dem Schatten der Sprache befreien. Angesichts der vielfältigen Verwicklungen von Sprache und Bild scheint dies auch weder ganz möglich noch sinnvoll zu sein. Bilder sind immer auch mit Sprache, mit Worten, Texten und ganzen Narrativen einer Person, einer Gruppe, Gesellschaft oder Kultur verbunden und unterhalten komplexe Beziehungen untereinander, worauf beispielsweise in kultursemiotischer Perspektive unter anderem Roland Barthes (1972) und Umberto Eco (1987) hingewiesen haben, wenn sie sich auf die narrative Eingebundenheit und sprachliche »Hinterfangenheit« von Bildern beziehen (vgl. Köhnen & Plontke, 2018). Dass sich dieses Band zwischen Sprache und Bild kaum durchtrennen lässt, kulminiert schließlich in der Tatsache, dass sich über Bilder sprechen lässt, was wir bekanntlich unentwegt tun – auch in diesem Heft.

Es muss in den Subjekt-, Sozial- und Kulturwissenschaften also darum gehen, die Unterschiede zwischen Sprache und Bild systematisch zu erfassen und anzuerkennen, wobei sich beim Phänomen Bild ein stärkerer Nachholbe-

darf diagnostizieren lässt. Das gilt in besonderer Weise für die Psychologie.

Die Mediengeschichte beginnt in aller Regel mit der Sprache und nicht mit dem Bild (Hörisch, 2001). Die Sprache ist Mittel der Erkenntnis, nicht etwa das Bild, das – nach »konventioneller« Auffassung – vielmehr dazu neigt, jegliche wahre Erkenntnis aufgrund seiner Unbestimmtheit, Polyvalenz und seines semantischen Überschusses zu verhüllen oder zu vereiteln. Bildern wurde, blickt man in die etablierte Mediengeschichte, eher eine obskure Macht zugesprochen. Bereits Platon, der als einer der ersten Medienkritiker angesehen werden kann, schreibt den Bildern in seiner Ideenlehre einen trügerischen Charakter zu. Auch die griechischen Wurzeln des Begriffes »Bild« verraten dies. So bezeichnet das Wort »eidolon« im Griechischen nicht nur das Bild oder Abbild, sondern es steht auch für das »Trug-«, »Schatten-« und »Scheinbild«. Tendenziell ließen sich auch die Ikonophobie und der Ikonoklasmus monotheistischer Religionen hier einordnen, wie sie sich beispielsweise im alttestamentarischen Bilderverbot im Buch Exodus oder im byzantinischen Bilderstreit darstellen. Dem Wort wird Wahrheit, dem Bild eine Scheinhaftigkeit attestiert.

Der Weg zur Wahrheit und Erkenntnis führt über das Wort bzw. über sprachliche Formen, denen gegenüber dem Bild eine epistemische Vorrangstellung eingeräumt wird.

In den Subjekt-, Sozial- und Kulturwissenschaften gilt nach wie vor der Text als Primärmedium, als erste Quelle wissenschaftlicher Analysen. Entsprechend sind der wissenschaftlichen Auseinandersetzung sodann auch Texte vertrauter als Bilder. Textanalytische Verfahren sind beim heutigen Stand der Methodenentwicklung vielfältiger und elaborierter. Das verwundert auch nicht weiter, wenn »die Welt als Text« (vgl. Garz & Kraimer, 1994; Bachmann-Medick, 1996) und das menschliche Dasein als eine im Wesentlichen sprachlich strukturierte Angelegenheit verstanden wird. Wenn menschliches Denken, Wahrnehmen und Erleben sowie menschliche Erfahrungen und Erkenntnis sprachlich verfasst sind, so liegt in dieser Annahme *a priori* begründet, dass Spra-

che bzw. Texte (etwa in den Subjekt- und Sozialwissenschaften in Form von Fragebögen und Interviews) und deren Analyse *das* epistemische Einfallstor zum Subjekt und zu Phänomenen, Prozessen und Praktiken gesellschaftlichen Zusammenlebens darstellen. Vor diesem Hintergrund konturiert sich sodann auch das Bemühen einer am Menschen sowie an seiner Lebenswelt und seinen Praktiken interessierten Wissenschaft, Sprache kritisch zu reflektieren und – methodisch – zu kontrollieren.

Einen der Höhepunkte, Sprache und insbesondere ihre Funktion als Erkenntnismittel infrage zu stellen, bildet sicherlich das Unterfangen einer analytischen Philosophie, wie sie sich im *Tractatus logico-philosophicus* des frühen Ludwig Wittgenstein (1997a [1921]) und im logischen Empirismus des Wiener Kreises zeigte und im Desiderat einer »Philosophie der idealen Sprache« ihren Ausdruck findet. Dabei ging es darum, mittels Analyse und formaler Logik den Unschärfen und Unklarheiten der Sprache und der Philosophie beizukommen und sich dieser Unzulänglichkeiten zu entledigen oder sie zumindest einzuhegen. Das war ein sehr ambitioniertes und letztlich uneinlösbares Vorhaben, von dem sich unter anderem Wittgenstein in seinen späteren *Philosophischen Untersuchungen* distanzierte (Wittgenstein, 1997b [1953]). An die Stelle der Idee einer idealen formalen Sprache rückte dann eine »praxeologische« Perspektive, welche die Alltagssprache und ihren situativen Gebrauch – die in *Lebensformen* eingebetteten *Sprachspiele* – sowie ihre Deskription und Analyse in den Fokus rückte.

An diese praxistheoretischen Überlegungen knüpfen dann auch Ansätze der Sozialwissenschaften an, beispielsweise die Ethnomethodologie Garfinkels oder die von ihr informierte praxeologische Wissenssoziologie und ihre qualitativ-empirische Forschungsmethodologie, die sich nicht mehr nur alltags*sprachlichen* Phänomenen, sondern auch Bildern des Alltags und ihrem spezifischen *modus operandi* zuwendet (Bohnsack, 2011; Przyborski, 2018).

Pictorial und *iconic turn*

Bei all dem Interesse, das dem Text zukam und nach wie vor zukommt, dürfen die insbesondere seit den 1990er Jahren durch die Ausrufung eines *pictorial* (Mitchell, 1992) bzw. *iconic turn* (Boehm, 1994) aufgekommenen Bemühungen der Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften nicht unbeachtet bleiben. Ungeachtet aller Unterschiede im Einzelnen hat man sich seither verstärkt auch dem Medium Bild zugewandt. Beide »Wenden« kritisieren den insbesondere tief in der sprachanalytischen Philosophie wurzelnden Logoentrismus und die Annahme, dass jede Form menschlicher Erkenntnis als ein Problem sprachlicher Logik aufzufassen sei.

Galt lange Zeit die Kunstgeschichte (vertreten etwa durch Erwin Panofsky, Max Imdahl und Aby Warburg) mit ihrem umfangreichen methodischen, theoretischen und terminologischen Repertoire als Leitdisziplin, wenn es um Bilderfragen ging, so hat sich aus dieser heraus und zunächst in enger Verbindung mit der Philosophie (etwa mit der Hermeneutik Hans-Georg Gadamers) im deutschsprachigen Raum eine interdisziplinär ausgerichtete *Bildwissenschaft* zu etablieren begonnen, die heterogene visuelle Phänomene in den Blick nimmt und sich neben der Frage nach dem Bild selbst, seiner Ontologie und Eigengesetzlichkeit, auch der Produktion, Rezeption und Distribution von Bildern zuwendet (Sachs-Hombach, 2005; Belling, 2001). Das geschieht mit dem Ziel, diese Praxen und ihre Ergebnisse und Folgen systematisch zu erfassen und theoretisch aufzuarbeiten.

Auch die Entwicklung von methodisch kontrollierten Zugängen zum Bild, wie sie sich mit der ikonischen Wende insbesondere in der qualitativen Sozialforschung zeigt (siehe Dietrich und Mey in diesem Heft), stellt eine symptomatische Reaktion auf die Allgegenwärtigkeit der Bilder dar. So konstatiert Bachmann-Medick (2006, S. 333), dass es eines der Anliegen des *iconic turns* sei, »die zunehmende Flut der Bilder durch kritische Bildanalysen in den Griff zu bekommen« (ähnliches ist bereits – wie oben

kurz skizziert – dem Medium Sprache widerfahren). Ein weiteres Desiderat der Auseinandersetzungen mit dem Phänomen Bild ist es schließlich, dieses als eigenständiges Erkenntnismittel zu begreifen und in seiner heuristischen Potenzialität ernst zu nehmen. Dieser letzte Aspekt findet sich insbesondere in den Analysen wissenschaftlicher und medizinischer Bildpraktiken und hier speziell im Bereich sogenannter bildgebender Verfahren (zum Beispiel Burri, 2008). Bilder – und zwar meistens hoch artifizielle, nicht selten an Kunstwerke erinnernde visuelle Artefakte, die, je künstlicher sie sind, desto natürlicher erscheinen (Bredenkamp et al., 2013) – werden hier zu Katalysatoren von Erkenntnis, zu epistemischen Werkzeugen, die allerdings die Phänomene, die erforscht werden, nicht etwa neutral, objektiv oder positivistisch-repräsentativ abbilden, sondern aktiv herstellen (Bredenkamp, 2004; Rheinberger, 2006). Im Rahmen dieser Bildpraktiken rücken dann auch die medialen bzw. materiell-apparativen Konfigurationen von Ikonizität und Erkenntnis verstärkt in den Fokus. Dasselbe gilt für die Beobachtung, wie Technologien und die mit ihnen hergestellten Bilder an Praktiken des Sehens sowie an der Ausbildung von Sichtbarkeits- und Wissensordnungen partizipieren, das heißt wie sie diese orchestrieren und modellieren. Die politischen Implikationen derartiger und ähnlicher Bildpraktiken dürften auf der Hand liegen (siehe hierzu den Beitrag von Abigale Nieves in diesem Heft). Ähnliche und ergänzende Bemühungen wie in der bislang erwähnten Bildwissenschaft (im deutschsprachigen Raum) finden sich auch in den im angelsächsischen Sprachraum beheimateten *Cultural* und *Visual Studies* (Mirzoeff, 1999), deren Fragen sich aber dezidierter an der politischen Dimension von Alltags- bzw. Bildpraktiken und visueller Kultur generell orientieren. In diesem Kontext steht auch der von Mitchell proklamierte *pictorial turn*, wohingegen der *iconic turn* Boehms den Impulsgeber für die deutschen Bildwissenschaften darstellt.

Beeinflusst durch die kritische Theorie der Frankfurter Schule und den Poststrukturalis-

mus (Mitchell, 2007) stellen Vertreter*innen der *Visual Studies* ihre Frage nach dem Bild und den Massenmedien nicht vom Bild selbst her, sondern im Kontext kultur- und gesellschaftskritischer, hegemonialer und diskursiver Medienanalysen. Sie interessieren sich hierbei unter anderem für Politiken und Praktiken des Sehens, der (Un-)Sichtbarmachung sowie für die materiellen und apparativen Dimensionen des Bildes (Boehm & Mitchell, 2007). So konstatiert der unter anderem von Marshall McLuhan, Michel Foucault, Nelson Goodman und Louis Althusser inspirierte William J. T. Mitchell in einem Briefwechsel mit dem deutschen Protagonisten der ikonischen Wende, Gottfried Boehm, dass »[d]as Bild als komplexes Wechselspiel von Visualität, Apparat, Institutionen, Diskurs, Körpern und Figurativität« (Mitchell, 1997, S. 19) zu verstehen sei.

Zu den Beiträgen in diesem Heft

Vor dem oben skizzierten jüngeren Diskurshorizont ist auch das vorliegende Schwerpunktheft zu verorten: Unter dem eingangs diskutierten Schlagwort der »Bilderflut« widmet sich das Heft dem Phänomen der Omnipräsenz von Bildern in unterschiedlichen Bereichen menschlichen Lebens (in diesem Heft beispielhaft in der digitalen Jugendkultur, in Kunst, Spiel- und Dokumentarfilmen sowie in der Religion und der Politik). Dabei wird der Versuch unternommen, eben diese Bilderflut interdisziplinär und aus verschiedenen Blickwinkeln zu kartieren, um das fragliche Phänomen in seiner Vielfalt offenbar werden zu lassen und gleichzeitig diverse Umgangs- und Positionierungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Inhaltlich werden Fragen nach den psychosozialen, identitäts- und orientierungsstiftenden Funktionen von Bildern, ihrer epistemologischen und ihrer sinn- und bedeutungskonstituierenden Rolle sowie nach dem methodisch kontrollierten Zugang zum Bild gestellt, wobei auch Fragen nach der Ontologie des Bildes und seiner Besonderheit berührt werden. Dabei be-

fassen sich die hier versammelten interdisziplinären Beiträge thematisch mit verschiedenen Bildphänomenen (so werden bewegte wie stille Bilder in den Blick genommen, darunter filmisch vermittelte Bilder und Fotografien, aber auch Bilder der Kunst) und -praktiken sowie Produktions- und Aushandlungsprozessen von Bildern. Die in diesem Heft versammelten Beiträge zeigen beispielhaft, wie Bilder hergestellt, verwendet und rezipiert werden (können). Zudem illustrieren sie, dass es sich bei der Produktion und Rezeption von Bildern letztlich nie um einseitige »Operationen« (der Produktion und Rezeption), sondern stets um *interaktive* oder relationale Prozesse handelt, da Bilder Aushandlungsprozesse anstoßen oder nach sich ziehen und die Art, wie Bilder rezipiert werden, eine (Rück-)Wirkung auf die Produktion von Bildern hat und umgekehrt. Die angesprochenen Aushandlungen erfolgen auch auf einer Metaebene, in diesem Heft in Form einer kritischen Reflexion der Gefahren, die mit bestimmten Bildpraktiken einhergehen können (vgl. Nieves) sowie in Form einer Auseinandersetzung mit der Frage, wie ein methodisch kontrollierter Zugang zum Bild aussehen könnte (vgl. Dietrich und Mey).

Den Anfang macht *Patrick Krügers* Beitrag »Vom Kultbild zum Stifterkult. Wie Bilder zur Konstruktion religiöser Stifterfiguren beitragen«. Darin wird deutlich, dass Bilderfluten weder ein bloß »westliches«, noch ein ausschließlich neuzeitliches Phänomen darstellen. Vielmehr reichen Bilderfluten zumindest bis ins 1. Jahrhundert zurück, wie Krüger am Beispiel der Jaina-Religion in Indien nachzeichnet. Der Autor skizziert in seinem Beitrag zudem ein Phänomen wechselseitiger Bild- und Schriftbeeinflussung, an deren Anfang jedoch nicht die schriftliche Überlieferung, sondern das Bild stand: Wie er herausarbeitet, war es vermutlich nicht die Legende vom Jina, die zur Produktion von Bildern angeregt hat, sondern existierende Jina-Bilder (die ursprünglich zur Verehrung der jainistischen Lehre dienten) lieferten den Anstoß für die Entwicklung einer Jina-Legende, die ihrerseits zu einer Vergottung des Jina beitrug.

Sandra del Pilar diskutiert in ihrem Beitrag »Sehnsucht nach Leben. Die Konsequenzen eines uralten Traums in der bildenden Kunst« die Medialität des Bildes. Dabei greift sie auf die Überlegungen des Philosophen und Kunsttheoretikers Arthur C. Danto zur Transparenz und Opazität von Bildern zurück (Danto, 2014 [1981]). Vereinfacht gesprochen verweist die Opazität auf die Materialität, die Transparenz auf die Repräsentanz des Bildes. Gerade in einem Kontext – nämlich dem aktuellen Kontext von uns Heutigen –, in dem die Bildhaftigkeit von Bildern, mithin ihre materielle Gebundenheit oder eben Opazität in Auflösung begriffen zu sein scheint, beharrt die Autorin auf der unhintergehbaren Medialität des Bildes als der *conditio sine qua non* seiner spezifischen ästhetischen, aber auch politischen und epistemischen Möglichkeiten, ohne die es schlicht keine Transparenz geben könne. Neben solch begrifflich-konzeptuellen Klärungen in der Auseinandersetzung mit einschlägigen Autoren – wie Hans Belting, Max Imdahl oder Gottfried Boehm – erfolgen auch sporadische Ausflüge in die ältere Kunstgeschichte zur weiteren Untermauerung der Kernannahme des Textes. Den größten Teil nehmen aber mit dem erarbeiteten begrifflich-konzeptuellen Instrumentarium vorgenommene Beschreibungen von und Überlegungen zu Bildern aus der eigenen künstlerischen Praxis der Autorin ein. Diese Bilder bestehen aus mehreren bemalten halbtransparenten Trägermaterialien, die so auf eine ihrerseits bemalte Leinwand gespannt werden, dass Zwischenräume entstehen. Die sich je nach Blickwinkel offenbarenden oder überdeckenden Bildanteile verleihen den Bildern – in den Worten der Autorin – räumliche und temporale Tiefe und Beweglichkeit, und es ist just die Transparenz ihres Materials, die ihre Opazität unterstreicht.

Abigale Nieves begibt sich mit ihrem Beitrag »Facial recognition technologies and the new physiognomic era« in das Feld politisch-technologischer Bildpraktiken im Kontext biometrischer Verfahren und befasst sich mit der Herstellung von Gesichtsabbildungen und -erkennungstechnologien. Der Gebrauch von Gesichtserkennungssystemen stellt ein expandie-

rendes gesellschaftliches Phänomen dar, welches uns in unterschiedlichen Lebensbereichen (etwa im institutionellen Kontext) und in Alltagspraktiken begegnet, bei denen es um die Identifikation und Verifizierung personaler Identität geht. Die rege Produktion von Gesichtsbildern, ihre Verwendung, Distribution und Interpretation untersucht Nieves unter Bezugnahme auf das Konzept der »Facilization« von Deleuze und Guattari (1987), welches als mächtige politische und institutionalisierte Maschinerie Prozesse der Homogenisierung und Reproduktion von gleichen Gesichtern durch die Nivellierung und Ein-ebnung von Unterschieden beschreibt, indem diese Differenzen und schließlich die Identität der Person selbst als normativ gefasst werden. Technologien der Gesichtserkennung, ihr Gebrauch und die aus ihnen hervorgehenden Bilder, so zeigt die Autorin, sind aufs Engste mit Vermessungs-, Standardisierungs- und Kategorisierungspraktiken verbunden, die zu einer Limitierung, Reproduktion und Wiederbelebung von physiognomischen Annahmen und Beurteilungen (beispielsweise zu Schönheit, »Rasse«, Gefährlichkeit) führen und damit spezifische Macht- und Wissensordnungen generieren bzw. vorhandene Ordnungen stabilisieren und zu Diskriminierungen beitragen können.

Sabine Moller widmet sich in ihrem Beitrag »Wie schreiben Filme (Familien-)Geschichte? Ein Essay zu den sozialen Bezugsrahmen von populären Bewegtbildern« ausgewählten geschichtsmächtigen Spielfilmen, wie *The Birth of a Nation*, der den amerikanischen Bürgerkrieg behandelt, ferner aber auch der Thematisierung von Familiengeschichte unter dokumentarischen Gesichtspunkten, wie in der Dokumentation *Familie Brasch* aus dem Jahr 2017. Dies geschieht vor dem Hintergrund der empirischen Erinnerungs- und Tradierungsforschung und mit Konzepten aus der *Visual History*. Im Durchgang durch Filme wie die eben Erwähnten, aber auch einer Reihe weiterer, kann Moller unterschiedliche Erzählmuster und -schablonen sowie psychosoziale Funktionsweisen von Filmen, die (Familien-)Geschichte schreiben, herausarbeiten. Schlussendlich – so

verdichtet die Autorin ihre Rekonstruktionen – geht es uns bei diesen Filmen weniger darum zu erfahren, wie es »wirklich gewesen ist«. Vielmehr triumphiere unsere emotionale Bedürftigkeit beständig über unseren empirischen Realismus.

Den Aufhänger für *Marc Dietrichs* und *Günter Meys* Beitrag »Perspektiven einer Audiovisuellen Grounded-Theory-Methodologie und ihr Potenzial im Forschungsfeld ›digitale Jugendkulturen« bildet ein Defizit ab, das die Autoren bei der visuellen Jugendkulturforschung ausmachen und das sie als »umständliches Lavieren« bezeichnen: Bei empirischen Auswertungen würden die verwendeten Auswertungsmethoden nur sehr unsystematisch miteinander kombiniert. Diesem Defizit (das unseres Erachtens auch andere Forschungsbereiche kennzeichnet) setzen Dietrich und Mey den Ansatz der Audiovisuellen *Grounded-Theory-Methodologie* (AVGTM) entgegen, deren Schritte sie in ihrem Beitrag an ausgewählten Musikvideos exemplarisch nachzeichnen. Um sowohl dem Bild- als auch dem Text-/Tonmaterial gerecht zu werden, schlagen Dietrich und Mey die Erstellung getrennter, aber gleichberechtigter Partituren vor. Die darin herausgearbeiteten Kategorien werden erst in einem anschließenden Schritt übereinandergelegt bzw. miteinander in Beziehung gesetzt. Neben diesen methodischen Weiterentwicklungen widmet sich der Beitrag einem in der Jugendkulturforschung bisher eher unterbelichteten Gegenstand: Musikvideos aus dem Internet, da dieses – so die These der Autoren – (mittlerweile) einen zentralen Ort jugendkultureller Aushandlungen darstellt.

Abschließend sei den Autor*innen und den Gutachter*innen für die gute Zusammenarbeit, Dr. Sandra del Pilar und dem Kunstmuseum Wilhelm Morgner für die Erlaubnis, ihr Bild *Boschs Kinder* auf dem Heftumschlag verwenden zu dürfen, sowie Christina Huschke (Universität Bayreuth) für ihre Unterstützung bei den redaktionellen Arbeiten sehr herzlich gedankt.

Sandra Plontke, Astrid Utler
& Carlos Kölbl

Literatur

- Bachmann-Medick, D. (1996). *Cultural turns. Neuorientierungen in den Kulturwissenschaften*. Reinbek: Rowohlt.
- Barthes, R. (1972). Rhétorique de l' image. In W. A. Koch (Hrsg.), *Strukturelle Textanalyse – Analyse du récit – Discourse Analysis* (S. 240–251). Berlin et al.: de Gruyter.
- Belting, H. (2001). *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München: Fink.
- Belting, H. (2006). *Das echte Bild. Bildfragen als Glaubensfragen* (2. Aufl.). München: C.H.Beck.
- Benjamin, W. (1991 [1936]). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Boehm, G. (1994). Die Wiederkehr der Bilder. In ders. (Hrsg.), *Was ist ein Bild?* (S. 11–38). München: Fink.
- Boehm, G. (2007). *Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens*. Berlin: UP.
- Boehm, G. & Mitchell, W.J.T. (2007). Briefwechsel: Gottfried Boehm und Tom Mitchell. In H. Belting (Hrsg.), *Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch* (S. 37–46). München: Fink.
- Bohnsack, R. (2011). *Qualitative Bild- und Videointerpretation: Die dokumentarische Methode*. Opladen: Budrich.
- Bohnsack, R. (2017). *Praxeologische Wissenssoziologie*. Opladen: Budrich.
- Bredenkamp, H. (2004). Drehmomente. Merkmale und Ansprüche des iconic turn. In H. Burda & C. Maar (Hrsg.), *Iconic turn. Die neue Macht der Bilder* (S. 15–26). Köln: DuMont.
- Bredenkamp, H., Fischel, A., Schneider, B. & Werner, G. (2003). Bildwelten des Wissens. In H. Bredenkamp & G. Werner (Hrsg.), *Bilder in Prozessen* (S. 9–20). Berlin: Akademie.
- Burri, R. (2008). *Doing images. Zur Praxis medizinischer Bilder*. Bielefeld: transcript.
- Chakkarath, P. & Straub, J. (2020; i. D.). Kulturpsychologie. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (2., aktual. u. erw. Aufl.). Wiesbaden et al.: Springer.
- Danto, A. C. (2014 [1981]). *Die Verklärung des Gewöhnlichen. Eine Philosophie der Kunst*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1987). Year zero: Faciality. In dies., *A thousand plateaus. Capitalism and schizophrenia* (S. 167–191). Minneapolis: UP.
- Garz, D. & Kraimer, K. (Hrsg.). (1994). *Die Welt als Text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hörisch, J. (2001). *Der Sinn und die Sinne. Eine Geschichte der Medien*. Frankfurt/M.: Eichborn.
- Jonas, H. (1994 [1973]). Homo Pictor. Von der Freiheit des Bildens. In G. Boehm (Hrsg.), *Was ist ein Bild?* (S. 105–124). München: Fink.
- Köhnen, R. & Plontke, S. (2018). Bild. In C. Kölbl & A. Sieben (Hrsg.), *Stichwörter zur Kulturpsychologie* (S. 71–79). Gießen: Psychosozial-Verlag.

- Langer, S. K. (1979 [1942]). *Philosophie auf neuem Wege*. Mittenwald: Mäander.
- Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to Visual Culture*. London et al.: Routledge.
- Mitchell, W.J.T. (1992). The pictorial turn. *Artforum*, 30(7), 89–94.
- Mitchell, W.J.T. (1997). Der Pictorial Turn. In C. Kravagna (Hrsg.), *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur* (S. 15–40). Berlin: Edition ID-Archiv.
- Mitchell, W.J.T. (2008). *Bildtheorie* (übers. v. H. Jatho et al., hrsg. u. mit einem Nachw. v. G. Frank). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Plontke, S. (2020; i. V.). Bild. In J. Reichmayr, P. Chakkarath & E. Haldorsson (Hrsg.), *Psychotherapie. Sozial- und kulturwissenschaftliche Grundbegriffe für Ausbildung und Praxis*. Wien: Mandelbaum.
- Plontke, S., Przyborski, A. & Straub, J. (2020; i. V.). Qualitative Methoden der Bildinterpretation, Bildgebrauchs- und -wirkungsanalyse in der Psychologie. In G. Mey & K. Mruck (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschung in der Psychologie* (2., aktual. u. erw. Aufl.). Heidelberg: Springer. <https://link.springer.com/referencework/10.1007%2F978-3-658-18387-5>
- Przyborski, A. (2018). *Bildkommunikation. Qualitative Bild- und Medienforschung*. Berlin et al.: de Gruyter.
- Rheinberger, H.-J. (2006 [1997]). *Experimentalsysteme und epistemische Dinge. Eine Geschichte der Proteinsynthese im Reagenzglas*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Rorty, R. (Hrsg.). (1967). *The linguistic turn. Essays in philosophical method*. Chicago: UP.
- Sachs-Hombach, K. (Hrsg.). (2005). *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Straub, J., Przyborski, A. & Plontke, S. (2020; i. D.). Bildtheorie. Eine sozialwissenschaftliche, handlungs- und kulturpsychologische Perspektive im Kontext multi- und interdisziplinärer Bildwissenschaften. In J. Straub, *Psychologie als interpretative Sozial- und Kulturwissenschaft. Grundzüge einer handlungstheoretischen Kulturpsychologie. Teilband 1: Wissenschaftsverständnis, Theorie, Programmatik. Ausgewählte Schriften*. Gießen: Psychosozial-Verlag.
- Ullrich, W. (2019). *Selfies*. Berlin: Wagenbach.
- Tieke, H. (2016). »Martin Luther, Mediengigant«. *Frankfurter Rundschau*. <https://www.fr.de/kultur/luther-medien-gigant-11080763.html> (Stand: 31.03.2020).
- Utler, A. (2017). »There is nobody here – no German body«. *Deutschlandbild(er) eines Geflüchteten. psychosozial*, 40(4), 41–56.
- Wittgenstein, L. (1997a [1921]). Tractatus logico-philosophicus. In ders., *Werkausgabe, Bd. 1* (S. 7–85). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Wittgenstein, L. (1997b [1953]). Philosophische Untersuchungen. In ders., *Werkausgabe, Bd. 1* (S. 225–580). Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Würgler, A. (2013). *Medien in der Frühen Neuzeit. Enzyklopädie deutscher Geschichte, Bd. 85*. München: Oldenbourg.

»Bilderfluten« and the psychosocial role of images

Abstract: This editorial introduces the current edition of *psychosozial* dedicated to the notion of *Bilderflut*. The notion of *Bilderflut* (literally a »flood of images« in German) speaks to the omnipresence of images in various aspects of human life and to the psychosocial roles played by images and image-related practices. Within the social sciences, images have long been dramatically underappreciated, being seen primarily in their role as illustrations of text. The current edition is an attempt to address this deficit. In order to further contextualize the contributions, the metaphor *Bilderflut* which is widely used is discussed. Then the iconic constitution of humans and the role of images for their self- and world-understanding and the possibilities of iconic communication and (self-)articulation are indicated. Finally the relations between language and image are focused and the iconic and pictorial turn with their respective assumptions within the horizon of a critique of logocentrism.

Keywords: *Bilderfluten*, iconicity, iconic turn, pictorial turn, image practices, mediatization, pictorial sciences, Visual Culture

Die Herausgeberinnen und der Herausgeber

Sandra Plontke, M. A., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Sozialtheorie und -psychologie und wissenschaftliche Assistentin am Hans Kilian und Lotte Köhler-Centrum (KKC) für sozial- und kulturwissenschaftliche Psychologie und historische Anthropologie sowie Koordinatorin der Projektlinie Forschendes Lernen bei inSTUDIESplus an der Ruhr-Universität Bochum. Ihre Forschungsinteressen liegen in den Bereichen Bildwissenschaften, *Visual Culture*, *Design* und *Media Studies*, Kulturpsychologie und *Science & Technology Studies*. Gegenwärtig arbeitet sie an einer Praxeografie des digitalen Bildes, in der sie sich mit der Ko-Konstruktion von Bildern, Technik und Wissen in der Entwicklung von Computerspielen auseinandersetzt. Zu ihren jüngsten Publikationen gehört der mit Jürgen Straub herausgegebene Band 5: *Soziologische, sozialpsychologische und zeitdiagnostische Analysen der Gesammelten Schriften* Hans Kilians (Gießen: Psychosozial-Verlag 2020).

Astrid Utler, Dr., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Psychologie an der Universität Bay-

reuth. Zu ihren Forschungsinteressen und -schwerpunkten gehören insbesondere interkulturelle, kulturpsychologische Fragestellungen. Derzeit arbeitet sie an einem Forschungsprojekt zu Deutschlandbildern von Geflüchteten und Nicht-Geflüchteten, wobei sie zu deren Erfassung sowohl Interviews als auch (von den Teilnehmenden gemachte) Fotos heranzieht. Zu ihren Publikationen gehört »*Aber der Tongchun is' echt komisch*«: *Differenzerfahrungen im Migrationskontext* (Bochum: Westdeutscher Universitätsverlag 2014).

Carlos Kölbl, Prof. Dr. phil., ist Inhaber des Lehrstuhls für Psychologie an der Kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth. In seiner Forschung beschäftigt er sich unter anderem mit Illiteralität in urbanen Kontexten, der Entwicklung von Gesellschaftsverständnis und Geschichtsbewusstsein sowie der kulturhistorischen Psychologie (Vygotskij, Lurija, Leont'ev). Zu seinen jüngeren Veröffentlichungen gehören der gemeinsam mit Anna Sieben herausgegebene Band *Stichwörter zur Kulturpsychologie* (Gießen: Psychosozial-Verlag 2018) und die Zeitschriftenartikel: Fausto Reinaga sobre educación. Un esbozo. *Foro de educación*, 18(1), 67–84

(2020) sowie Ernst Boesch's cultural psychology of education. *Culture & Psychology*, 26(2), 159–172 (2020).

Kontakt

Sandra Plontke, M. A.
Ruhr-Universität Bochum
Fakultät für Sozialwissenschaft
Lehrstuhl für Sozialtheorie und Sozialpsychologie
D-44801 Bochum
E-Mail: sandra.plontke@rub.de

Dr. Astrid Utler
Universität Bayreuth
Kulturwissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Psychologie
D-95440 Bayreuth
E-Mail: astrid.utler@uni-bayreuth.de

Prof. Dr. Carlos Kölbl
Universität Bayreuth
Kulturwissenschaftliche Fakultät
Lehrstuhl für Psychologie
D-95440 Bayreuth
E-Mail: carlos.koelbl@uni-bayreuth.de