

Stephanie Geise, Katharina Lobinger (Hg.): Visual Framing: Perspektiven und Herausforderungen der Visuellen Kommunikationsforschung

Köln: Herbert von Halem 2013, 363 S., ISBN 978-3-86962-088-6, EUR 32,-

Der vorliegende Sammelband präsentiert ausgewählte Beiträge, die auf der Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ vom 29.11. bis 01.12.12 in Berlin vorgestellt wurden. Die Konferenz bot ein Forum, um aktuelle Forschung im Bereich des Visual Framing zu präsentieren und zu diskutieren.

Der vorliegende Tagungsband will nun mit seinen fünfzehn Beiträgen einerseits einen Überblick über aktuelle Forschungszugänge geben, andererseits soll evaluiert werden, inwieweit der Ansatz, die Framingforschung zu nutzen, um der spezifischen Kommunikationsform der Bilder auf den Grund zu gehen, eine Chance beziehungsweise Herausforderung für die Visuelle Kommunikationsforschung darstellt. Dafür wird die Publikation in fünf Themenschwerpunkte gegliedert, die sich mit gegenwärtigen Perspektiven und Herausforderungen der Visual-Framing-Forschung mit der Funktionslogik von Visual Framing als multimodalem Phänomen, mit Wirkungen von Visual Framing sowie einer historischen Perspektive auf visuelle Medienframes auseinandersetzen (vgl. S.10). Der Band schließt mit einem Ausblick, der Visual Framing als zentrale Herausforderung der

Visuellen Kommunikationsforschung positioniert.

Im ersten Themenschwerpunkt kritisiert Marion G. Müller in „You cannot unsee a picture! Der Visual-Framing-Ansatz in Theorie und Empirie“, dass zentrale Anknüpfungspunkte der deutschsprachigen Visuellen Kommunikationsforschung – wie der Bezug zur Bildtypenforschung oder zur Ikonografie und Ikonologie – noch keinen Eingang in die Weiterentwicklung des Konzepts gefunden haben. Ihr geht es vor allem um „die Erforschung der Produktions- und Rezeptionskontexte, in denen Bilder hergestellt, vermittelt und wahrgenommen werden“ (S.20). Ihre Überlegungen führt Müller anhand der Zusammenhänge zwischen der Prosumer-Bildkultur und der Entstehung kultureller visueller Meme beispielhaft aus, um dies abschließend mit Erkenntnissen der aktuellen visuellen Kommunikationsforschung zusammenzubringen.

Im zweiten Themenbereich stehen Fragen nach der Funktions- und Wirkungslogik des Visual Framing im Fokus: „Wie lassen sich Text-Bild-Bezüge und multimodale Interaktionen theoretisch fassen? [...] Welche spezifischen Theorien und Methoden der Visuellen Kommunikationsforschung

lassen sich auf die Analyse von Visual Framing und dessen Wirkung anwenden?“ (S.12). Demzufolge argumentieren Martin R. Herbers und Anna-Maria Volpers für eine sorgfältigere Auseinandersetzung mit dem Framing-Begriff, was mit einer grundlegenden Klärung dessen einhergeht, wie visuelle Medienframes eigentlich erhoben werden können und wo sie zu verorten sind. Vom Prozess des textbezogenen Framing über die Entstehung von Frames gehen die Autor_innen zur Differenzierung von Framing und Diskurs über, um schließlich die Eigenschaften visueller Medien-Frames, wie etwa der medialen Umsetzung der Debatte um das Betreuungsgeld, zu identifizieren.

Stefan Meier erweitert die kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf Visual Framing um eine sozialsemiotische beziehungsweise stiltheoretische Dimension. Damit wird das Konzept als inter- und multimodale Interpretationspraxis beschreibbar: „Visual Framing entsteht durch strategische Deutungsarbeit, die in der Produktion durch die Auswahl bestimmter Inhalte, Themen und Konzepte, in der Formung durch deren Gestaltung und Inszenierung sowie durch ihre salienzstiftende Komposition [...] besteht. In der Rezeption wird ein durch die subjektive Interpretation dieser Stil-Praktiken gemäß eigener diskursbasierter Wissensbestände und Haltungen wirksam“ (S.130).

Der dritte Themenbereich beschäftigt sich mit den empirisch erhobenen

Wirkungen von Visual Framing. So analysieren Christian von Sikorski und Mark Ludwig visuelle Nachrichtenframes aus der Skandalberichterstattung. Im Zentrum ihres Textes steht die Frage, welche Effekte unterschiedliche visuelle Rahmungen auf die Informationsverarbeitung, Einstellung und Beurteilung von Rezipierenden – kurz: die Viktimisierung – haben können. Die Autoren stellen die ethische Dimension der visuellen-Framingforschung heraus, da in der aktuellen Medienberichterstattung Skandalisierungen von Einzelpersonen zu beobachten sind, die – obwohl nicht juristisch verifiziert – das öffentliche Image dieser Person schädigen können (vgl. S.177).

Der vierte große Themenbereich zeichnet sich unter anderem durch die vielfältigen verhandelten Beispiele und die sorgfältigen Beschreibungen der jeweiligen Analyseprozesse aus. Beispielhaft ist hier der Beitrag von Susann Trabert zu nennen, der sich mit der Anwendung des Visual-Framing-Konzepts auf historisches Material befasst. In ihrer sehr anschaulichen Analyse von Bildflugblättern und Berichterstattungen in Zeitungen zeigt Trabert die medienübergreifende Anwendbarkeit des Visual Framing-Ansatzes mit erhellenden Ergebnissen und zeigt, inwieweit das publizierte Bildmaterial der frühen Ballonfahrten zur Diskursbildung beigetragen hat.

Den Abschluss bilden Katharina Lobinger und Stephanie Geise, die in ihrem Artikel zentrale Überlegungen

der gesammelten Beiträge aufgreifen und daran anschließend die Chancen und Herausforderungen des primär multimodalen Phänomens Visual Framing für die visuelle Kommunikationsforschung diskutieren. Sie stellen heraus, dass Framing „nicht durch Worte und Bilder allein, sondern durch das Zusammenspiel komplexer intersemiotischer Gefüge“ (S.349f.) erfolgt. Damit arbeiten die Autorinnen die

Komplexität eines modernen Framing-Konzeptes heraus, dessen Erschließung und Konzeption noch weiterer Forschung bedarf. Ein Beitrag dazu wurde mit diesem Band geleistet, der sich durch eine geschickte Artikelauswahl und eine damit verbundene Multiperspektivität auf das behandelte Sujet des Visual Framing auszeichnet.

Patrick Rupert-Kruse (Kiel)