



## Grundlagen einer angewandten visuellen Soziologie

Artikel von Mag. Klemens Auinger, MPA [ Web > <http://research.auingers.at> ]

Veröffentlicht in Public Observer Jg.6/Nr.53 (ISSN 1812-3856)

Was kann eine visuelle Soziologie und wozu sollte ein verstärkter Fokus innerhalb der Sozialwissenschaften auf das Visuelle gut sein? Es gibt zwar ausreichend Anzeichen, dass auf diesem Gebiet Aufbruchsstimmung herrscht, ein einheitlicher Zugang zum Thema ist aber noch nicht zu erkennen. Vielerorts wird versucht, Bilder und Videoaufnahmen in die empirische Arbeit einzubinden und somit die Soziologie um die visuelle Wahrnehmung zu erweitern. Im Unterschied zur fotografischen Dokumentation wird dabei dem sozialen Kontext eine besondere Bedeutung beigemessen – denn Kontext macht den Unterschied.

SoziologInnen versuchen nicht im Gegensatz zu KünstlerInnen ihre subjektive Sicht der Welt anhand eines teilweise inszenierten Ausschnittes zu vermitteln, sondern suchen nach einer objektiven Illustration oder objektivieren Bilder durch das Hinzufügen des Kontextes und einer systematischen Interpretation der dargestellten Inhalte. Die Stellung von visuellem Material muss bereits im Forschungsdesign festgelegt werden, um von einer visuellen Soziologie sprechen zu können. Darüber hinaus ist die Relevanz des visuellen Materials für die Forschung vordergründig – als essenzieller Bestandteil der Analyse und nicht alleine zum Zweck der Illustration.

Damit die visuelle Bewegung innerhalb der Soziologie nicht zur Modeerscheinung verkommt ist es an der Zeit die Grundidee weiter zu entwickeln und in der angewandten Soziologie zum Einsatz zu bringen. Um eine angewandte visuelle Soziologie zu etablieren ist die Öffnung hin zu gestalterischen Disziplinen notwendig um dem Anspruch der Praxis gerecht zu werden. In der wirtschaftlichen Praxis sind Experten gefragt, die nicht nur Bilder und Grafiken entsprechend systematisch interpretieren und Schlüsse daraus ziehen können, sondern auch selbst diese Bilder erzeugen können, um im Sinne eines modernen Informationsdesign aktiv an der visuellen Kommunikation der Medienwelt zu partizipieren.

EinE soziologischeR PraktikerIn steht vor der Herausforderung Auftragsforschung zu betreiben oder Konzepte zu erstellen und dem Kunden ansprechend zu vermitteln. Dazu eignen sich Visualisierungen besser als langwierige, für den Kunden schwer lesbare Texte. Es geht dabei aber nicht einfach um eine Form der Medienkompetenz in der Praxis, Darstellungen dienen nicht lediglich der Verschönerung von Ergebnissen und Konzepten, die visuelle Kommunikation muss auch exakt das vermitteln, was vermittelt werden soll – Informationsdesign mit soziologischem Hintergrund. Dazu sind neben gestalterischen Fähigkeiten auch ausreichende Kenntnisse über die Methodik und Inhalt der Botschaft notwendig, welche im Regelfall am Besten der/die ForscherIn vermitteln kann. Die Einbettung von Forschungsergebnissen in Design wird so zur Aufgabe für den angewandten Forscher. Diese zwei-weg Anwendung von Kenntnissen der visuellen Soziologie, also zur Datengewinnung wie auch zur Datendarstellung, kann als „angewandte visuelle Soziologie“ bezeichnet werden.

## Visuelles Wissen

Ein Kern einer angewandten visuellen Soziologie liegt im Bereich des visuellen Wissens; ein Thema das gerne von SoziologInnen vernachlässigt wird. Die moderne Kultur, in welcher die Popularität visueller Medien (Foto, Film, Fernsehen, Internet) die bisherige Schriftlichkeit inzwischen übertrumpft, stellt das Bildliche die bevorzugte Kommunikationsform dar. Bildgebende Verfahren in der Medizin sind inzwischen eine wichtige Form des Wissens und der Wissensproduktion. Im Bereich der Technik fungieren technische Zeichnungen als unerlässliche Quelle des technischen Wissens. Alleine durch schriftliche Beschreibungen wäre die Konstruktion von komplexen Bauwerken nicht zu bewerkstelligen. Durch die Computerisierung ist es einfacher geworden visuelles Wissen schnell zu produzieren und zu reproduzieren. Die Stellung des Bildlichen war schon lange vor dem Computerzeitalter relevanter Bestandteil der Kommunikation. Angefangen von den Höhlenzeichnungen und der Entwicklung von Schriftzeichen aus bildhaften Symbolen bis hin zu Illustrationen der Bibel im Mittelalter stellt das Visuelle neben der Sprache seit jeher eine unentbehrliche Form der Kommunikation dar. Ein großer Teil unseres Wissens über die Welt wird außerhalb des Bildungssystems über zeitbasierte Medien (TV) in Form von (bewegten) Bildern vermittelt und geprägt. Ein einfaches Beispiel der visuellen Wissensvermittlung ist die Kunst des Krawattenbindens. Entweder man orientiert sich an einer schriftlichen Anleitung diese zu binden oder man bekommt die Schritte von jemand anderen visuell gezeigt, wahlweise auch als nicht interaktive Illustration. Alltagswissen wie auch berufliches Wissen wird visuell kommuniziert und aufgenommen. Projektfortschritte werden mit einer Kamera dokumentiert. Bei Crashtest mit Automobilen werden nicht nur Zahlen und Tabellen der Versuche vermittelt, die Bilder der verformten Autos und Crashtestpuppen stellen dabei eine entscheidende Form der Wissensvermittlung dar. Wissen ist in visueller Form vorhanden, wird visuell vermittelt und auch in visueller Form aufgenommen und verarbeitet. Daher ist es eine praxisrelevante Kompetenz visuelles Wissen wissenschaftlich zu analysieren und die Ergebnisse wieder visuell auf verständliche Weise zu kommunizieren.

## Visuelle Logik

Um visuelles Material zu analysieren und zu erstellen müssen sich soziologische PraktikerInnen Erkenntnisse aus den gestaltenden Disziplinen zu Eigen machen. Grafikdesign bietet hier fruchtbare Ansätze – und diese können elegant zur Erweiterung des soziologischen Horizontes herangezogen werden. Die visuelle Logik spielt gerade beim Vermitteln von Botschaften und Inhalten die erste Geige und bedarf daher auch in der soziologische Forschung und Entwicklung einer entsprechenden Beachtung. Folgend einige kurze Gedanken zur visuellen Logik:

Komponenten eines Designs müssen einen optimalen Bezug zueinander aufweisen. Schrift und Formen sollen sich aufeinander beziehen und in einer visuellen Hierarchie angeordnet sein. Ein Element ist dominanter und relevanter als ein anderes, die untergeordneten Elemente bilden den Kontext zu dominanten Elementen oder kontrastieren es. Wo ist welche Information auf dem Bild platziert? Was wird zuerst wahrgenommen? In welcher Beziehung stehen die einzelnen Elemente einer Darstellung zum Format der Darstellung? Je nach Wichtigkeit der Information wird diese farblich und typografisch abgestuft um dem Betrachter eine ganz bestimmte Botschaft zu vermitteln. Grafikdesigner müssen eine Vielzahl von Aspekten beachten, um mit dem Betrachter zu kommunizieren.

Nachdem die Gestaltungsregeln auf Basis der menschlichen Wahrnehmung und Kultur(en) gebildet werden, kann auch eine Analyse von visuellem Material nach diesen Aspekten erfolgen. Der/Die ForscherIn kann hier vom Gestalter lernen und idealerweise beherrscht einE PraktikerIn große Teile beider „Welten“, die Gestaltung wie auch die wissenschaftlich fundierte Analyse. Dadurch kann die Analyse von visuellem Material und die Vermittlung der Erkenntnisse daraus auf dem visuellen Weg ohne unnötigen Informationsverlust hergestellt werden.

### **Nutzen für die Praxis**

Die Etablierung einer angewandten visuellen Soziologie und einer Soziologie des visuellen Wissens stellt für die außeruniversitäre Praxis eine notwendige Entwicklung dar, um den Anforderungen durch die steigende Dominanz der Neuen Medien gerecht zu werden. Die Entwicklung dieses interdisziplinären Ansatzes zwischen angewandter Wissenschaft und professionellen Fertigkeiten muss in erster Linie in der Anwendung in der Praxis erfolgen, um nicht zu einer abgekapselten Modeerscheinung mancher Universitäten zu verkommen.