

Wie Bücher wirken

Wert ohne Werk – Digitale Bildkulturen von Wagenbach

Die Reihe **Digitale Bildkulturen** wird von Annekathrin Kohout und Wolfgang Ullrich herausgegeben. Beide sind zugleich Autoren der ersten beiden Bände der neuen Reihe. Kohout schreibt den Band *Netzfeminismus* und Ullrich den über *Selfies*. Als weitere Bände sind die Themen *Emojis*, *Bildproteste* und *Hassbilder* vorgesehen. Die neuen Bände werden also vermutlich auch die Ambivalenzen der Digitalkultur berühren. Denn die beiden ersten Autoren halten dezidiert an der Idee des Digitalen als Demokratisierungsmaschine fest. Freilich ohne Hinweis darauf, dass die Demokratie dieser Republik keine direkte, sondern eine repräsentative ist.

Die Reihe hat mit dem Format 11 x 15 cm den unschätzbaren Vorteil, überall hin mitgenommen zu werden. Auf längeren Wegen durchs Land oder Zielen in die Stadt, beim Warten am Bahnsteig und Herumstehen auf dem Bürgersteig, die Bücher passen überall noch irgendwo rein, in die Seitentaschen der Jacke, in die Gesäßtaschen der Jeans. Das ist schön, widerspricht aber inzwischen der gut zu beobachtenden Tatsache, dass sich so mit Lektüre ausgestattet kaum noch wer auf den Weg macht. Ist man doch, ganz gleich wohin unterwegs, mit der Beobachtung und Bewertung der digitalen Bildkulturen auf dem mitgeführten iPhone vollauf beschäftigt.

Das Papier des Buchblocks der Digitalen Bildkulturen ist 90 g/qm holzfrei bläulichweiß Werkdruck, 1,75faches Volumen. Die verwendeten Schriftarten sind außen Helvetica und Didot und innen Milo. Die Schriften sind (bis auf die Autorennamen auf dem Umschlag) serifenlos, Karton und Papier einfach, eine Schmucklosigkeit, die sonst in theoriestarken Reihen verwendet wird.

Es fällt aber gleich auf, dass es kein Inhaltsverzeichnis gibt, das einen Theorieteil von einer Reihe konkreter Bei-

spiele trennt. Das erschwert den Zugriff für diejenigen, die sich ein rasches Urteil über die theoretische Grundierung erlauben wollen. Es mag aber angesichts der Knappheit der broschierten Bände ein Inhaltsverzeichnis auch nicht nötig sein. Die Digitalen Bildkulturen lassen in ihrer stabilen Klebebindung die Trennung von Theorie und illustrativen Beispielen einfach nicht zu. Also werden die Abschnitte einfach unbetitelt durchnummeriert (Ullrich) oder mit Hashtags und nachfolgen-



Annekathrin Kohout,
Netzfeminismus



Wolfgang Ullrich,
Selfies

der Erläuterung (Kohout) überschrieben. Für das landwirtschaftlich-anschauliche Schweinegitter hat sich nun der städtisch-abstrakte Begriff der Raute bzw. des Hashtags durchgesetzt.

Die Kunst- und Kulturwissenschaftler Ullrich wie Kohout zeigen je für sich die digitalen Bildkulturen in Beziehung zur glorreichen Kunsttradition, die von Albrecht Dürer bis Judith Chicago reicht. Jedoch, und daran lassen beide keinen Zweifel, digitale Bildkulturen sind einfach, schnell, unterkomplex, konsumierbar, kopierbar, variabel, wiederverwendbar und nicht auf Dauer angelegt. Als solche halten die digitalen Bildkulturen dem direkten qualitativen Vergleich mit der traditionellen Bildkultur kaum Stand, zu dem die Autoren in ihren Büchern selbst immer wieder anregen. Der leicht konsumierba-

re Netzfeminismus bleibt also hinter dem intellektuellen Feminismus als unterkomplex zurück. Kohout weist den Vergleich als bloße „Machtgeste“ und Ullrich als „elitären Impuls“ zurück.

Ullrich schreibt gleichwohl: „Der wechselseitige Austausch von Bildern ist also eine Spielart fernmündlicher Kommunikation.“ Warum ist dann nicht die analoge Alltagskommunikation die entscheidende Referenz auch der digitalen Bildkulturen? Im Alltag geht es auch darum, durch Gewitztheit, Überrumpelung, Überbietung die Aufmerksamkeit auf seiner Seite zu haben. Statt in Museen und Seminaren findet man also vielleicht eher in Kneipen, auf Wochenmärkten und Schulhöfen, in Werkstätten oder Sportplätzen das Pendant zur digitalen Bildkultur. Wenn man die Diskurse der digitalen Bildkultur gar nicht erst in Beziehung zur elaborierten Schrift- und Bildkultur bringt, müsste man auch nicht, wie Kohout und Ullrich, die Abwertung der digitalen Bildkulturen abwehren, denn man hätte sich gar nicht erst auf einen Niveauvergleich eingelassen.

Bei den digitalen Bildkulturen gibt es kein Original, meint Kohout, und insofern keinen Werkbegriff, zeigt Ullrich. Ein Wert ohne Werk. In der Alltagskommunikation könnte man damit gut leben. Abgesehen davon, dass die beiden Bände in orange (Kohout) und hellblau (Ullrich) neudeutsch formuliert ‚gedendert‘ wirken, fehlt auf dem Buchrücken der Digitalen Bildkulturen konsequenterweise ihr Name.

Michael Schikowski arbeitet als freier Verlagsvertreter. Die Reihe „Wie Bücher wirken“, dessen 43. Beitrag hier erscheint, kann unter www.immerschoensach.de nachgelesen werden.