



Polarisierte Welten: 41. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Soziologie

26. bis 30 September, Universität Bielefeld

Call for Papers

für die gemeinsame Sektionsveranstaltung der Sektionen *Wissenssoziologie* und

Methoden der qualitativen Sozialforschung

Polarisierende Bilder

Für die gesellschaftliche Herstellung, Verbreitung und Aneignung von Weltwissen und -ansichten sind visuelle Formen sowohl zeitgenössisch als auch gattungsgeschichtlich konstitutiv. Als Einzelbilder, Bildprogramme, Filme, Diagramme, Raumbilder, digitale Projektionen etc. dienen sie der ‚anschaulichen‘ Herstellung, Darstellung und Deutung von Wirklichkeit. Sie befördern die Erfahrung von Evidenz („Es ist so gewesen“, Barthes) und ermöglichen Formen der nicht-rationalen Erkenntnis (z.B. „gefühlte Wahrheiten“). Auf diese Weise vermitteln visuelle Formen soziale Imaginationen und verstärken Zugehörigkeiten. Gerade im Kontext von Polarisierungsprozessen entfaltet visuelle Kommunikation eine besondere Mobilisierungskraft und finden Bildmedien dementsprechend Verwendung in öffentlichen Diskursen, politischen Produkten oder alltagsweltlichen Kommunikationen und digitalen Netzwerken. Sie sind ebenso Medien der Heiligung wie des Spottes und der Herablassung. Mit ihrer Hilfe lassen sich Ähnlichkeiten wie Unterscheidungen plausibilisieren. Es lassen sich Beweise führen, zugleich aber auch vielfältige „Montagen des Realen“ (Stiegler) bewerkstelligen. Bilder vermögen „den Sprachvorgang auszulösen“ (Leroi-Gourhan), wie auch umgekehrt Bildakte in diskursiver Reaktion auf Sprechakte folgen können. Schließlich verweisen die zahlreichen Bildproteste (Schankweiler) der Gegenwart auf eine wechselseitige Verstärkung zwischen Bildakten und politischem Handeln.

Soziologische Analysen polarisierender Bildmedien stoßen indes schnell auf grundlagentheoretische und methodische Herausforderungen. Denn ‚Bilder‘ sind Bestandteile mehr oder minder komplexer kommunikativer Konstellationen, Gattungen oder Prozesse. Dergestalt umfasst die soziologische Auseinandersetzung mit polarisierenden Bildern insbesondere auch Analysen ihres (‚inneren‘) kommunikativen Aufbaus, ihrer (‚äußeren‘) soziokulturellen Einbettung, ihres technologischen Eigensinns, ihrer pragmatischen sozialen Gebrauchsweisen und ihrer strukturellen gesellschaftlichen Effekte.

Vor diesem Hintergrund stellt die Sektionsveranstaltung das Verhältnis von Polarisierung und Visualität in den Mittelpunkt und lädt dazu ein, sowohl das Polarisierungspotential visueller Formen als

auch umgekehrt das Potential visueller Analysen für die Polarisierungsforschung empirisch, theoretisch und methodologisch auszuleuchten.

Willkommen sind Beiträge, die material, theoretisch oder methodisch, zeitgenössisch oder historisch orientiert sein können und beispielsweise

- das Visuelle als Ausdruck und/oder Generator von Polarisierungsphänomenen und -prozessen adressieren,
- visuelle bzw. multimodale (Fall-)Analysen präsentieren, welche zum theoretischen Verständnis von Polarisierungsphänomenen beitragen,
- die strukturelle Bedeutung polarisierender Bildkommunikation kontextspezifisch diskutieren und einordnen (beispielsweise in Hinblick auf politische Debatten oder moralische Diskurse, in Bezug auf Prozesse sozialer Distinktion oder gesellschaftlicher Inklusion/Exklusion, in globaler oder kulturvergleichender Perspektive),
- polarisierende Struktureigenschaften des *Visuellen* aufzeigen (z.B. visuelle Modi impliziter Dramatisierung, Skandalisierung, Affizierung, Mobilisierung, Andeutung, Evidenzerzeugung) sowie die Möglichkeiten und Grenzen ihrer analytischen Bestimmung reflektieren,
- methodische Verfahren der visuellen Analyse auf ihre Erträge für die Polarisierungsforschung vergleichend diskutieren und auf ihre Kompatibilität prüfen (z.B. Segment- und Konstellationsanalyse, Figurative Hermeneutik, Dokumentarische Methode und Visuelle Grounded Theory Methodologie, visuelle Diskurs- und visuelle Gattungsanalyse),
- methodologische Herausforderungen und methodische Strategien im analytischen Umgang mit polarisierenden/polarisierten Bildern und Bildphänomenen, ihrem sozialkommunikativen Gebrauch und ihrer medialen Einbettung erörtern.

Bitte senden Sie Ihren Beitragsvorschlag in der Länge von maximal 500 Worten als PDF-Dokument bis spätestens **11.04.2022** an folgende Email-Adressen: michael-rudolf.mueller@phil.tu-chemnitz.de, heike.greschke@tu-dresden.de und raab@uni-landau.de.