



soziologische vorträge

visuelle soziologie

Wintersemester 2012 / 2013

Institut für Soziologie

JOHANNES MARENT (Technische Universität Darmstadt)

Eine Stadt – zwei Betrachtungen. Die Werbekampagne *Istanbul 2010* als „Kippbild“

Mittwoch, 12. Dezember 2012, 18:00-20:00, Seminarraum 3

Gegenstand des Vortrages ist die Werbekampagne zum europäischen Kulturhauptstadtjahr *Istanbul 2010*. Das Werbesujet wird dabei als „städtisches Selbstbild“ verstanden, als eine Kommunikationsofferte, wie die Stadt gesehen werden möchte. Die vom Stadtmarketing kreierten Images, so die These, schließen sowohl an innerstädtische Diskurse an (Verdichtungsleistung) als auch Bedeutungsverschiebungen vorgenommen werden. Insofern werden Fragen danach relevant, was uns das Bild über *diese* Stadt erzählt und worüber es schweigt.

In der Analyse des Werbesujets wird gezeigt, dass das Bild zwei (widersprüchliche) Logiken ineinander verschachtelt. Es funktioniert als „Kippbild“: Der „westliche Blick“ folgt der „orientalistischen Logik“. Das Bild unternimmt mit ihm eine Zeitreise in eine vergangen geglaubte Zeit und suggeriert, dass die „Exotik“ des Orients gegenwärtig erfahrbar ist. Konträr dazu stehen die hegemonialen religiösen und politischen Macht-symboliken („imperialistische Logik“), die internationale Touristen wohl eher abschrecken würden. Diese werden jedoch aus der „westlichen“ Perspektive nur marginal wahrgenommen, obwohl sie so offensichtlich zur Schau gestellt sind. Umgekehrt funktioniert die Machtdemonstration trotz des starken Vergangenheitsbezugs, der den *gegenwärtigen* Einfluss des (damaligen) „Empires“ infrage stellen könnte.

Auf theoretischer Ebene wird der stadtsoziologische Diskurs „Eigenlogik der Städte“ (Berking, Löw: 2008) aufgegriffen. Dieser ermöglicht es, die Stadt als Forschungsobjekt und nicht lediglich als *Kontext* der Untersuchung zu konzeptualisieren. Die Auswertung der Bilder erfolgte mittels der Segmentanalyse nach Breckner (2010).



Marent, Johannes, Mag. phil., ist seit April 2011 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Soziologie an der Technischen Universität Darmstadt. Dort arbeitet er im von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Projekt „Die Inszenierung des Ganzen: Stadtmarketing und die Eigenlogik der Städte“. Zu seinen Arbeitsschwerpunkten gehört neben der Stadt- und Raumsoziologie insbesondere die visuelle Soziologie. Zu diesem Thema lehrt er gegenwärtig am Institut für Soziologie der Universität Wien.
marent@ifs.tu-darmstadt.de <http://www.stadtforschung.tu-darmstadt.de>