

Susanne Lachenicht

Die neue Visualität der Zeitschrift im frühen 20. Jahrhundert und die culture de masse (Abstract)

Eine neue Visualität der Zeitschrift, d. h. die Erhöhung von Bildanteilen, die Verwendung neuer Techniken zur Herstellung und zum Abdruck von Bildern sowie eine neue Ästhetik und Funktion von Bildern, entstand in Frankreich und Deutschland nicht erst in den 1920er Jahren, sondern bereits gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts.

In einer Weiterentwicklung der Pfennigmagazine sowie der sogenannten Familienblätter kamen gegen Ende des 19. Jahrhunderts in beiden Untersuchungsländern illustrierte Zeitschriften wie die ‚Illustration‘ oder die ‚Leipziger Illustrierte Zeitung‘ auf den Markt. Mit der Entwicklung der ersten Rotationsmaschine für den Illustrationsdruck sowie der Foto-Xylographie war es nun möglich, den Bildanteil bei illustrierten Zeitschriften stark zu erhöhen. Die Bilder dienten der Veranschaulichung der Themen, verdrängten aber mehr und mehr die eigentliche (textliche) Berichterstattung in den Illustrierten.

Diese neue Visualität brachte neue Formen der Bildpräsentation hervor: Fotocollagen, Bildserien und schließlich die Fotoreportage, die vor allem im Ersten Weltkrieg eine immer größere Rolle spielte, wurden häufig inseriert. Die Ästhetik der Bilder wurde insofern verändert, als nun nicht mehr statische Aufnahmen wie Porträts, sondern Dynamisches abgebildet wurde: Momentaufnahmen und Handlungsabläufe ersetzen zunehmend arrangierte Objekte.

Ein wirkliches Massenpublikum konnten diese illustrierten Zeitschriften bis in die Weimarer Zeit jedoch nicht erreichen. Sie waren zu teuer, die Aufmachung und die Themen zu bürgerlich. Die „culture de masse“ wurde durch die neue Visualität der Zeitschrift gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts noch nicht manipuliert.