

Klaus Sachs-Hombach, Jörg Schirra, Stephan Schwan u.a. (Hg.)

IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft. Heft 19

2014

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16526>

Veröffentlichungsversion / published version

Teil eines Periodikums / periodical part

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sachs-Hombach, Klaus; Schirra, Jörg; Schwan, Stephan u.a. (Hg.): *IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft. Heft 19*, Jg. 10 (2014), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16526>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

http://www.gib.uni-tuebingen.de/index.php?option=com_content&view=article&id=111&Itemid=157&menuitem=miArchive&showIssue=67

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Ausgabe 19 vom Januar 2014

IMAGE 19

Inhalt

Jörg R.J. Schirra.....	3
<u>Editorial</u>	
Sabine Misoch.....	5
<u>Mediatisierung, Visualisierung und Virtualisierung. Bildgebende Verfahren und 3D-Navigation in der Medizin. Eine bildwissenschaftliche und mediensoziologische Betrachtung</u>	
Klaus H. Kiefer.....	26
<u>Gangnam Style erklärt. Ein Beitrag zur deutsch-koreanischen Verständigung</u>	
Evangelos Kourdis/Evripides Zantides.....	54
<u>Graphism and Intersemiotic Translation. An Old Idea or a New Trend in Advertising</u>	

Martin Fricke.....	74
<u>Quantitative Analyse zu Strukturmerkmalen und -veränderung im Medium Comic am Beispiel: <i>Action Comics</i></u>	
Franz Reitinger	185
<u>Die ›ultimate‹ Theorie des Bildes</u>	
<u>Impressum</u>	201

[\[Inhaltverzeichnis\]](#)

Jörg R.J. Schirra

Editorial

Verehrte Leserinnen und Leser,

einen erfreulichen Sachverhalt vorneweg: Mit dieser 19. Ausgabe geht *IMAGE – Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft* ins zehnte Jahr. Mehr als 110 Beiträge wurden bisher publiziert, dazu in neun Themenheften fast 50 weitere Arbeiten sowie 20 Rezensionen. An dieser Stelle daher zunächst einmal ein ganz herzliches Dankeschön an alle Mitarbeiter und Autoren, deren Engagement über die Jahre hinweg die Zeitschrift getragen hat. Den Inhalt aller bisherigen Ausgaben samt der Themenhefte finden Sie – wie immer – am Ende dieser Ausgabe. Ebenfalls von zentraler Bedeutung ist aber selbstverständlich Ihr konstantes Interesse an unserer herausgeberischen Arbeit: Vielen Dank dafür!

Das Interesse an bildwissenschaftlichen Fragen ist offenbar nach wie vor ungebrochen. Das liegt sicher auch daran, dass bildliche Artefakte in noch immer stetig wachsendem Maße unsere alltägliche Umgebung füllen und mit ihnen unser Handeln auf vielfältige Weise beeinflusst wird. Ebenso wirksam dürfte aber auch die nach wie vor offene Frage danach sein, wie Voraussetzungen und Folgen der Bildlichkeit überhaupt vernünftigerweise zu bestimmen und miteinander in Zusammenhang zu bringen seien – zumindest so Vernunft heutzutage überhaupt noch eine Rolle spielen soll.

Die Kontroversen um die (Berechtigung und Ausrichtung der) Bildwissenschaft, die die Anfangsjahre dieser Idee in den 1990er und 2000er Jahre begleiteten, sind inzwischen merklich abgeebbt. Ob diese Beruhigung das Resultat einer wünschenswerten Annäherung der Kontrahenten darstellt oder vielleicht doch nur einer wechselseitigen Bunkermentalität entspringt, mag die Zukunft zeigen. Wir bieten Ihnen jedenfalls in dieser Ausgabe von *IMAGE*

wieder fünf anregende Beiträge aus ganz verschiedenen Teilbereichen der Bildwissenschaft: Als »bildwissenschaftliche« und zugleich »mediensoziologische« Arbeit klassifiziert S. Misoch ihren Artikel »Mediatisierung, Visualisierung und Virtualisierung« in dessen Untertitel: Betrachtet werden dabei die bildgebenden Verfahren im Bereich der Medizin und die Möglichkeiten, die dabei entstehenden Bilder durch 3D-Navigation zu »erfahren«. In einer, wie er selbst sagt »narrativen Form der Strukturanalyse« und gewürzt mit dem einen und anderen Augenzwinkern befasst sich K.H. Kiefer mit einem populärkulturellen Phänomen, das von Korea aus die moderne Welt (oder was sich dafür hält) erobert hat: das Musikvideo »Gangnam Style«. Als Pilotstudie zu Wechselwirkungen zwischen verbalen und bildhaften Zeichensystemen bei Werbebildern, in denen ein Teil des Inhalts redundant in beiden Kodierungen vorkommt, verstehen E. Zantides und sein Kollege E. Kourdis ihren Bericht über eine empirische Analyse von drei Werbebildern mit piktoral genutzten typographischen Teilen. Mit dem Medium »Comic« befasst sich M. Fricke: Er berichtet von seiner quantitativen Analyse der Strukturmerkmale des Superman-Comics und betrachtet die Veränderung dieser Merkmale in den Ausgaben von 1938 und 2011.

Schließlich wendet sich F. Reitinger »ultimativen« Theorien des Bildes zu: Aus (bild)historischer Perspektive fragt er in fast Schmickler'schem Furor, ob ein von neueren Theoriedisziplinen an deutschen Exzellenzinstututen über Bilder postuliertes Wahrheitswissen tatsächlich ohne Faktenwissen auskommen kann angesichts des Wertes explizierten visuellen Wissens, wie es Völker, Kulturen, Nationen, Institutionen, Parteien, Verbände, Milieus, Sippschaften, Alterskohorten, Kult- und Geschmacksgemeinschaften für sich in Anspruch nähmen, und bezweifelt den Nutzen, den ein solches von allen objektiven Bezügen freies Denken für unsere visuellen Kulturen haben könnte.

Ein Themenheft zur aktuellen Ausgabe gibt es diesmal übrigens nicht.

Auch im Namen meiner Mitherausgeber wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre.

Mit besten Grüßen

J.R.J. Schirra

Sabina Misoch

Mediatisierung, Visualisierung und Virtualisierung. Bildgebende Verfahren und 3D-Navigation in der Medizin. Eine bildwissenschaftliche und mediensoziologische Betrachtung

Abstract

Pictures are a pivotal element of our culture and emerge to be indispensable for most of society's areas. This increasing importance is closely related to mediatization processes in our society. This paper deals with the mediatization process in the operating room and focuses on the implementation of pictures within this field. Using iconographic methods and empirical data (interviews, image analysis), this paper will show the developments from pure depictive pictures to digital images and further to (knowing) pictures (the latter leading to people's actions). We then will discuss some consequences of this comprehensive process on individual, social, cognitive-mental, and societal level.

Bilder sind zentraler Teil unserer Kultur und für die meisten gesellschaftlichen Teilbereiche zunehmend unverzichtbar. Diese wachsende Bedeutung steht im engen Zusammenhang mit gesellschaftlichen Mediatisierungsprozessen. Auf der Grundlage von bildwissenschaftlicher Analysen sowie gestützt auf empirische Daten (Interviews, Bildanalysen) wird anhand des Beispiels der Verwendung von Visualisierungen im OP dargelegt, wie sich dieser Prozess vom

Abbild zum digitalen Bild bis hin zu den (wissenden) handlungsimplicierenden Bildern vollzieht. Die Folgen dieses umfassenden Mediatisierungsprozesses – bestehend aus Visualisierung und Virtualisierung – werden auf individueller, sozialer, kognitiv-mentaler und gesellschaftlicher Ebene reflektiert.

1. Mediatisierung in der Medizin

1.1 Der Begriff der Mediatisierung

Mediatisierung kann als einer der zentralen Prozesse moderner Gesellschaften angesehen werden und zeichnet sich dadurch aus, dass dieser (nahezu) alle Bereiche des menschlichen Lebens umfasst. Blumler und Kavanagh beschreiben den Begriff ›Mediatisierung‹ als »the media moving toward the center of the social process« (BLUMLER/KAVANAGH 1999: 211). Nachfolgend soll aber von einem umfassenderen Verständnis dieses Begriffes ausgegangen werden, wonach Mediatisierung ein Metaprozess ist, »the idea of changing structures of the individual« (KROTZ 2008: 24). Damit ist Mediatisierung ein Prozess, der nicht nur wie von Blumer und Kavanagh beschrieben die Kommunikation und soziale Interaktionen durch mediale Vermittlung verändert, sondern im Sinne von Krotz ein weitaus umfassenderer Prozess, der weitreichende Folgen für das Individuum und dessen innere Strukturen mit sich bringt.

In diesem weiten Begriffsverständnis hat die Mediatisierung eine nachhaltige Veränderung in der Wahrnehmung und Konstruktion der Realität zur Folge. Dies soll exemplarisch an einem konkreten Beispiel aufgezeigt werden. Im Fokus steht dabei ein spezieller Bereich, der derzeit eine intensive Phase der Mediatisierung erlebt: der Bereich der Chirurgie.

1.2 Mediatisierung in der Chirurgie

Die Geschichte der Medizin und hierbei besonders der Bereich der Chirurgie kann auch als eine Abfolge von Medieninnovationen beschrieben werden (vgl. SCHWABE 1986). Im Vergleich zu allen anderen Bereichen der Medizin ist der Bereich der Chirurgie am stärksten dynamisiert; dies gilt auch für den institutionalisierten Raum des chirurgischen Eingriffes, den OP-Saal: dieser ist durch eine permanente Modifizierung gekennzeichnet: »There is no area that is more dynamic and ever-changing than the operating suite« (AKRIDGE 2010).

Ziel der nachfolgenden Analysen ist es, die Veränderungsdynamik und die Folgen der Mediatisierung für kognitive und soziale Prozesse zu ermitteln.

1.3 Mediatisierung im OP

Für die bildanalytischen Reflexionen lohnt es sich, die Gesamtsituation im OP und deren Wandel in den letzten 100 Jahren zu betrachten, denn bereits hier zeigt sich die Dynamik der Mediatisierung deutlich.



Abb. 1:
OP-Saal im Jahre 1902.
<http://history.cdpl.lib.in.us/images/p018-26.jpg> [letzter Zugriff: 15.12.2013]



Abb. 2:
OP-Saal am Ende des 20. Jh.
http://www.hna.de/bilder/2010/11/25/1022693/205027835-345430501_344.9.jpg [letzter Zugriff: 15.12.2013]



Abb. 3:
Saal im Jahre 2010 bzw. der Zukunft.
http://www.somit-fusion.de/SF/_img/partner/MIMED_Bild1.jpg [letzter Zugriff: 15.12.2013]

Eine Bildanalyse dieser drei Photographien von Operationssälen unterschiedlicher historischer Zeitpunkte verdeutlicht, wie umfassend in diesem Funktionsraum der Prozess der Mediatisierung voranschreitet und wie zentral dieser Prozess von Visualisierungen begleitet ist: Heute ist der gesamte Raum des chirurgischen Eingriffes von Medien eingenommen – bildgebende Verfahren, die das Körperinnere abbilden und als visuelle Orientierung für den Eingriff fungieren: »Ganz konkret in unseren völligen normalen Standard OP-Sälen, haben wir also jetzt Bildschirme an der Wand mit Touchscreen-Funktion, äh, Monitore zur Codierung und zur Eingabe von Patientenlisten, dann andere Monitore für die Anästhesie. Bei laparoskopischen Operationen einen Hauptmonitor und dann noch einen Monitor für Zuschauer und dann noch einen Touchscreen zum Bedienen der Geräte. Dann für verschiedenste Elektrogeräte auch noch diverse Touchscreens, sodass das letztendlich einen Wust von visualisierten Informationen gibt im OP-Saal« (Interview 4, Z. 333-339).¹

Im Vergleich der Abb. 1 und 2 fällt auf, dass sich die soziale Situation im Raum kaum verändert zu haben scheint – es ist immer noch ein medizinisches Team mit je nach Aufgabenbereich verteilten sozialen Rollen direkt am OP-Tisch tätig² – aber die Techniken der Intervention und die diesem Eingriff zugrundeliegenden Orientierungsdaten haben sich grundlegend verändert, wobei eine Modifikation der Blickrichtungen stattgefunden hat: es wird nicht mehr (nur) der Patient bzw. das Operationsfeld fokussiert, sondern die medizinischen Bilder selbst stehen zunehmend im Fokus der Aufmerksamkeit der Akteure. Betrachtet man den Ausschnitt aus einem OP-Team in Abb. 3, so

¹ Zu den durchgeführten Interviews siehe Abschnitt 1.4.

² Ein solches Setting ändert sich z.B. grundlegend beim Einsatz von Telemanipulationssystemen wie z.B. dem Da-Vinci-System (vgl. u.a. MISOCH 2007).

wird deutlich, dass hier ein weiterer Wandel stattgefunden hat: Das Team hat zwar weiterhin verteilte Rollen, aber die Mediatisierungen (hier: Bildschirm eines Tablet-PC) sind von der OP-Wand direkt an den OP-Tisch und damit in unmittelbare Patienten- und Interventionsnähe gerückt. Dieser Umstand der zunehmenden Nähe zum eigentlichen Interventionsort kann als ein Beleg für die gestiegene Relevanz der medizinischen Bilder, d.h. der digitalen Visualisierungen interpretiert werden.

1.4 Methodische und empirische Basis

Ein zentrales Element dieser Veränderungsdynamik ist der Einzug der digitalen Bilder und der Visualisierungstechniken in den OP. Um sich mit diesem komplexen und mehrdimensionalen Mediatisierungsprozess auseinanderzusetzen, werden im Folgenden verschiedene Methoden miteinander kombiniert. Es wird anhand bildtheoretischer Überlegungen, mittels hermeneutischer Bildanalysen sowie unter der Verwendung von Daten aus qualitativen Interviews erörtert, welche Folgen dieser umfassende Mediatisierungs-/Visualisierungsprozess nach sich zieht.

Die verbalen Daten stammen aus qualitativen Interviews, die im Rahmen eines Forschungsprojektes im Bereich der Medizintechnologie erhoben wurden. Dieses vom BMBF geförderte Projekt (SOMIT; Schonender operieren mit innovativer Technik) hatte u.a. zum Ziel, ein bildgeleitetes Assistenzsystem für die Leberchirurgie zu entwickeln (Teilprojekt FUSION) und es wurden im Rahmen dieses Projekts in den Jahren 2009 und 2010 qualitative (leitfadengesteuerte) Interviews (vgl. MAYRING 2007) mit den an diesem Projekt teilnehmenden Chirurgen durchgeführt.³ Des Weiteren wurden Bildanalysen, bildbezogene Dokumentanalysen⁴ (der Projektdokumente) und Fotografien von Situationen im OP-Saal herangezogen, die jeweils anhand der qualitativen Bildhermeneutik ausgewertet und interpretiert wurden (vgl. SOWA/UHLIG 2006).

2. Zum Bildbegriff

Eine zentrale Bedeutung kommt im Rahmen dieses umfassenden Mediatisierungsprozesses den (wissenschaftlichen) Bildern zu (vgl. WEINGART 2005). Um

³ Es sollten anhand der Interviews exemplarisch die subjektiven Sichtweisen und Einstellungen der Chirurgen erhoben werden. Untersucht wurden zum einen medizinische (persönliche, berufliche, kognitive, konative, therapeutische) als auch soziale und normativ-evaluative Faktoren. Die Auswahl dieser Faktoren orientierte sich an der Erkenntnis, dass sich für die Akzeptanz eines technischen Systems nicht nur rationale oder ökonomische Faktoren, sondern auch und vor allem subjektive Bewertungen und somit soziale Konstruktionen als ausschlaggebend erweisen, weil erst in diesen Prozessen dessen Bedeutung konstruiert wird. Diese subjektiven Bewertungen können damit nicht direkt, sondern nur indirekt durch das Messen der verschiedenen Konstruktvariablen ermittelt werden. Für den vorliegenden Text wurden jene Passagen der Interviews ausgewertet, die sich mit den Themen Technisierung im OP und Bild-/Visualisierungstechniken auseinandersetzen (vgl. z.B. SLABY/URBAN 2005).

⁴ Aus zur Verfügung stehenden Dokumenten des Projektes FUSION.

die Relevanz und Verbreitung dieser Bilder beschreiben zu können, ist der Begriff des Bildes genauer zu definieren. Dabei ist darauf zu verweisen, dass der Bildbegriff »eine semantische Mehrdeutigkeit in sich [birgt]: Er steht sowohl für die bemalte Leinwand als auch für die darauf portraitierte Person, sowohl für die Röntgenstrahlen geschwärzte Filmfolie als auch für das darauf dargestellte durchleuchtete Organ – er steht also sowohl für das Gefäß als auch für dessen Inhalt« (MEYER-EBRECHT 2005: 46).

Bei den medizinischen Bildern – die im Fokus dieser Ausführungen stehen – handelt es sich um digitale Wissenschaftsbilder, die durch folgende Charakteristika gekennzeichnet sind:

2.1 Wissenschaftsbilder

Wissenschaftsbilder (vgl. u.a. MERSCH 2009) stellen eine spezielle Subdimension von Bildern dar. Es handelt sich um zweckgerichtete Verbrauchsbilder kausalen Ursprungs mit instrumentellem Charakter, die bestimmten Lesarten, d.h. Interpretationen unterliegen. Die Wissenschaftsbilder selbst »sind grundsätzlich als Modelle, als ästhetische Konstrukte aufzufassen, die auf Nachvollziehbarkeit (also Rekonstruktion im experimentellen Sinn) angelegt sind. Als Artefakte unterliegen sie gewissen Formen der Inszenierung. Objektivität kann somit nur im Sinne einer Intersubjektivierbarkeit im wissenschaftlichen Diskurs verstanden werden« (LOHOFF 2007: 108).

Historisch betrachtet gibt es Wissenschaftsbilder seit der frühen Neuzeit. Hierbei handelte es sich um Visualisierungen, die z.B. in Atlanten verwendet wurden, um eine Objektivierung des Dargestellten zu leisten. Hier zeigte sich, dass diese Wissenschaftsbilder als Modell fungierten und als solche Modelle neben der Darstellung und Abbildung bestimmter Inhalte und Strukturen auch Idealvorstellungen implizierten: »Atlases of ›characteristic images might be seen as a hybrid of the idealizing and naturalizing modes: although an individual object (rather than an imagined composite or corrected ideal) is depicted, it is made to stand for a whole class of similar objects« (DASTON/GALISON 1992: 94).

Der Einzug der Photographie in die Wissenschaften im 19. Jahrhundert wurde als ein entscheidender Schritt hin zur Objektivität gefeiert und bereits 1878 ging Marey davon aus, dass Visualisierungen (Graphiken, Fotos) Inhalte besser zu vermitteln wüssten als die Sprache und dass die Zukunft der Wissenschaftskommunikation im Visuellen liege: »... il me sembla que ce mode d'inscription devait être généralisé; qu'il était l'expression naturelle des phénomènes, et qu'il traduisait clairement ce que le langage ne peut rendre« (MAREY 1878: 6).

Heute werden Wissenschaftsbilder nach Hüppauf und Weingart weiter differenziert in (1) Bilder, die innerhalb der Wissenschaften hergestellt werden und sich an Wissenschaftler/innen wenden und (2) Bilder, die die gleiche Produktionsbasis besitzen, sich aber an ein breites, nicht wissenschaftliches Publikum wenden (vgl. HÜPPAUF/WEINGART 2009). Diese Differenz ist hilfreich, je-

doch nicht trennscharf. Für die nachfolgenden Ausführungen steht die erste Kategorie im Fokus und damit jene Wissenschaftsbilder, die für den wissenschaftlichen Einsatz produziert wurden und die damit Wissenschaftsbilder im engeren Sinne darstellen. Diese Wissenschaftsbilder werden im Falle ihrer Verwendung im Wissenschaftskontext als (strategisches) Erkenntnisinstrument eingesetzt und erfordern und evozieren damit intentionales⁵ Bildhandeln (vgl. LOHOFF 2007).

2.2 Digitale Bilder

In Verfahren der Visualisierung d.h. medizinischer Bildgebung werden digitale Bilder produziert. Der Vorteil digitaler Bilder liegt u.a. darin, dass sie Prozesse zu visualisieren vermögen, die sonst nicht sichtbar wären und dass dadurch Inhalte dem Diskurs zugeführt werden, d.h. damit erst kommunizierbar und verhandelbar werden. Dies erleichtert deren wissenschaftliche Zirkulation und ermöglicht deren Bereitstellung für andere kommunikative Aushandlungsprozesse.

Die Differenz zwischen analog und digital avancierte zur medientheoretischen Leitdifferenz der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, wobei vor allem Goodman für eine polare Gegenüberstellung dieser Begriffe argumentierte (vgl. GOODMAN 1997; SCHRÖTER 2004). Konnten vor dem digitalen Zeitalter Bilder im engeren Sinn noch als »flächige und klar begrenzte Gegenstände [charakterisiert werden], die innerhalb eines kommunikativen Aktes zur visuellen Veranschaulichung eines Sachverhaltes dienen« (SACHS-HOMBACH 2002: 16), so ist dies bei digitalen Bildern nicht mehr möglich. Als digitale Bilder können jene Bilder bezeichnet werden, die keine eigentliche Materialität besitzen und die numerische bzw. errechnete Bilder sind (vgl. KITTLER 2004). Im Bereich der Wissenschaftsbilder sind digitale Bilder kausal verursachte Bilder (vgl. LOHOFF 2007), die apparativ erzeugt sind. Die digitalen Bilder selbst sind das Ergebnis mathematischer Algorithmen und vermögen auf zwei Ebenen Unsichtbares zu visualisieren: (a) zum einen Daten, die ihrerseits rein mathematische Codes (0/1) sind und zum anderen (b) innerphysische Prozesse wie z.B. Hirnströme, die an sich nicht sichtbar sind (vgl. HEßLER 2006). Es handelt sich deswegen um sogenannte »Simulakra⁶, Produkte technischer Berechnung ohne Original, und sie fordern erstaunliche Beteiligung der Imagination, um überhaupt zu Bildern zu werden« (HÜPPAUF/WEINGART 2009: 29). Digitale Bilder haben damit keinen Zeichenstatus im klassischen Sinne: Sie verweisen zeichenhaft auf etwas Reales, da ihre Basis durchaus real ist, aber sie sind ohne Visualisierung nicht sichtbar. Damit ist die »Sicherheit, ob das digitale Bild überhaupt ein Abbild sein kann, [...] nicht mehr gegeben« (HÜPPAUF/WEINGART 2009: 28).

⁵ Der Begriff des intentionalen Handelns wird hier an Giddens angelehnt.

⁶ Siehe hierzu vor allem Baudrillard, der sich mit dem Simulacrum und der in der Postmoderne fehlende Differenz von Original und Kopie, Realität und Fiktion auseinandergesetzt hat (z.B. BAUDRILLARD 1978).

Digitale Bilder haben damit einen anderen epistemologischen Status als bisherige Bildarten und es ist fraglich, ob auf Datenbilder der Begriff der Evidenz (wie vormals auf die Abbilder bzw. Repräsentationen geschehen) angewandt werden kann. Diese neuen Bilder bringen vielmehr eine Wirklichkeit erst hervor, die es ohne diese Bilder gar nicht gäbe (vgl. HÜPPAUF/WEINGART 2009). Deswegen wurde vorgeschlagen, den Begriff der Abbildung oder Repräsentation, der bei analogen Bildern angemessen ist, durch den Begriff der Sichtbarmachung zu ersetzen (vgl. HEINTZ/HUBER 2001).

Dieser Konstruktionscharakter digitaler Bilder lässt sich daran aufzeigen, dass es sich um Verfahren handelt, die auf Messungen basieren und diese algorithmisch aufbereiten und graphisch weiterverarbeiten. »Darauf lassen sich dann unterschiedliche Funktionen wie Klassifikation, Sortierung, Typologie oder Rasterung anwenden, die gleichermaßen der Bündelung wie Dynamisierung der Daten dienen, die auf paradoxe Weise sichtbar machen ohne optisches Korrelat« (MERSCH 2009: 122). Damit sind diese digitalen Bilder Konstruktionen und visuell kontingent, zumal diese technischen Bilder durch ihre scheinbare Evidenz die ihnen inhärente Tendenz haben, die eigene »Konstruktivität und mediale Bedingtheit zu verbergen« (LOHOFF 2007: 69). Dass technische Bilder dennoch als »objektiv« betrachtet werden, ist zum einen das Ergebnis kultureller Zuschreibungsprozesse und sozialer Konstruktion (vgl. HEINTZ/HUBER 2001) und zum anderen ihrer apparativen Entstehung geschuldet.⁷ Darüber hinaus wird dieser Umstand auch von den Bildern selbst verschleiert, denn die »Herkunft und der Entstehungsprozess sind wissenschaftlichen Bildern häufig nicht mehr anzusehen, das Instrument tritt somit als Voraussetzung experimenteller Bilderzeugung nicht mehr in Erscheinung und die isolierten Bilder erscheinen dem Ideal einer voraussetzungslosen Beobachtung zu entsprechen« (HENNIG 2006: 378). Digitale Bilder scheinen trotz ihres Konstruktionscharakters und ihrer rein algorithmischen Basis ein »Abdruck des Realen« (NOHR 2001: 2) zu sein und werden innerhalb der Diskurse als authentifizierendes Material verwendet.

3. Medizinische Bildgebung

Medizinische Bildgebung ist ein Sammelbegriff für alle Techniken, die eine visuelle Darstellung/Abbildung von inneren Strukturen (Knochen, Gewebe) oder das Sichtbarmachen innerer Prozesse (z.B. Durchblutungsintensität) für den klinischen Einsatz ermöglichen. Damit handelt es sich um eine Subkategorie der Wissenschaftsbilder.

Die Geschichte medizinischer Darstellungen des Körperinneren kann bis in die Renaissance zurückverfolgt werden; hier ist u.a. der Anatomieatlas von Vesalius (erschienen 1543) zu nennen, die erste bekannte visuelle Darstellung der menschlichen Organe (vgl. SCHINZEL 2004). Diese Visualisierungen

⁷ Und die apparative Entstehung selbst wird als Beleg der Objektivität angesehen (wiederum eine soziale Konstruktion).

können bereits als Wissenschaftsbilder bezeichnet werden. Heute bedient man sich nicht mehr gezeichneter Bilder, sondern man verwendet Bilder, die durch andere Visualisierungstechniken (z.B. Fotografie analog und digital) entstanden sind⁸. Hierbei können die sogenannten *abbildenden* und im engeren Sinne *bildgebenden* Verfahren voneinander abgegrenzt werden.

3.1 Abbildende Verfahren

Am Anfang der Entwicklung der medizinischen Nutzung von technischen Visualisierungsmedien steht die Röntgenfotographie für diagnostische Zwecke, die ca. auf das Jahr 1890 datiert werden kann.

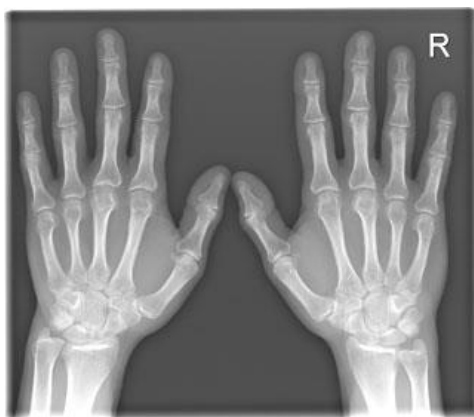


Abb. 4:
Röntgenbild als abbildendes Verfahren.
http://www.rheuma-schwerpunktpraxis.de/images/haende_g.jpg [letzter Zugriff: 15.12.2013]

Visualisierungen mittels Röntgenverfahren haben Abbildcharakter, da medizinische Röntgenbilder auf realen physikalischen Parametern basieren und körperliche (v.a. knöcherne) Strukturen anzeigen und damit einen Blick in das Innere des Körpers erlauben. Diese Innensicht wird dadurch ermöglicht, indem elektromagnetische Strahlen das Gewebe durchdringen und auf der elektrochemisch präparierten Fläche Absorptionsmuster projizieren (vgl. SCHINZEL 2004). Dieser Vorgang wird als Abbildung verstanden, weil die das Gewebe durchdringenden Strahlen auf der speziell präparierten Bildfläche (fotosensible Fläche) ein reelles Bild mittels Projektion erzeugen. Hierbei handelt es sich folglich um Wissenschaftsbilder, die Repräsentationscharakter haben, indem diese etwas zwar für das Auge⁹ Unsichtbares, aber doch real Existierendes abbilden (und damit sichtbarmachen) und damit medizinischen Diagnose- und Aushandlungsprozessen zuführen. Das Röntgenbild selbst bildet dann die Grundlage für medizinische Interventionen und Therapien, d.h.

⁸ Des Weiteren gibt es anatomische Modelle, die hier jedoch nicht erörtert werden sollen, weil es sich dabei nicht um eine Visualisierungstechnik im eigentlichen Sinn handelt.

⁹ Zumindest beim lebenden und unverletzten Menschen Unsichtbares.

diese Bilder und deren Interpretationen strukturieren das daran anschließende Handeln der Akteure.

3.2 Bildgebende Verfahren

Seit der Entwicklung der Röntgentechnik haben sich viele weitere Visualisierungstechniken zur medizinischen Diagnostik entwickelt: Computertomographie (CT; auch auf der Röntgentechnologie basierend), Positronen-Emissions-Tomographie¹⁰ (PET; basierend auf Radionukliden), Sonographie (basierend auf Ultraschallwellen) oder Magnetresonanztomographie¹¹ (basierend auf Kernspinresonanz). All diese Medialisierungstechniken erzeugen Bilder und basieren auf physiologischen Parametern (oder physiologischen Reaktionen des Körpers gegenüber der Untersuchungsmethode) und erzeugen Bilder, die zwei- oder dreidimensional dargestellt werden können.

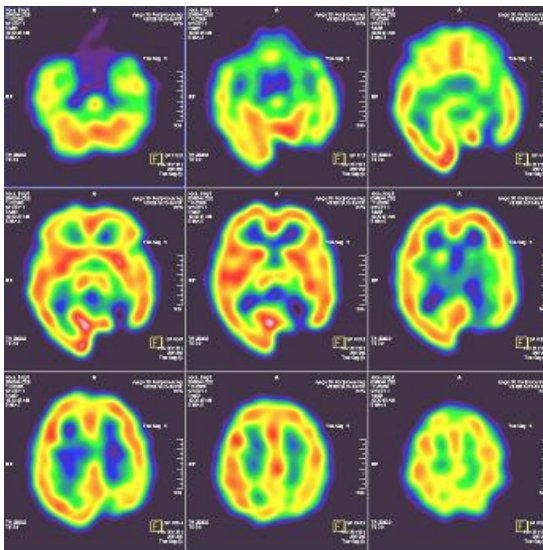


Abb. 5:
Beispiel des bildgebenden Verfahrens PET: (Schnitt-)Bilder des Gehirns (farbig visualisiert je nach Aktivitätsgrad). http://www.epilepsiezentrum.uk-erlangen.de/e1585/e39/e74/e297/SPECT3_ger.jpg [letzter Zugriff: 15.12.2013]

Diese Bilder haben jedoch eine andere Bildqualität als die bereits dargestellten Röntgenbilder: sie sind keine reellen Bilder mehr. Die durch bildgebende Verfahren entstandenen Visualisierungen sind »keine Produkte elektromagnetischer Strahlen auf elektrochemisch präparierten Flächen wie bei der Röntgenphotographie, sondern auf langen, komplexen und kontingenten Wegen hergestellter Daten kompliziert errechnete Konstrukte und deren Visualisierungen« (SCHINZEL 2004). Es handelt sich demnach um digitale Bilder, die keinen Abbildungscharakter besitzen, sondern die innerphysische Prozesse oder Strukturen visualisieren.

¹⁰ <http://de.wikipedia.org/wiki/Positronen-Emissions-Tomographie> [letzter Zugriff: 15.12.2013].

¹¹ <http://de.wikipedia.org/wiki/Magnetresonanztomographie> [letzter Zugriff: 15.12.2013].

Bildgebende Verfahren erzeugen demnach Bilder, die zwar auf physiologischen Parametern des Körpers beruhen, deren Visualisierungen jedoch digitale Bilder darstellen: z.B. werden bei der Sonographie »Schallwellen in den Körper gesendet. Treffen die ausgesandten Wellen auf eine Grenzfläche im Körper – etwa zwischen unterschiedlich dichten Geweben – wird ein Teil der Wellen reflektiert, ein Teil durchgelassen. Aus deren Laufzeit und der Stärke des Echos wird das Bild online konstruiert« (SCHINZEL 2003). Diese Bilder sind demnach Konstruktionen und *keine* Abbilder oder Repräsentationen. Diesen konstruktiven Charakter kann man gut am Beispiel der CT aufzeigen: Hier werden die Röntgenstrahlen in Lichtsignale umgewandelt, die dann auf eine Fotodiode strahlen, diese werden dann in elektrische Impulse und letztendlich in ein digitales Signal umgewandelt. Damit sind diese Bilder »visuell realisierte theoretische Modelle bzw. Datenverdichtungen. Ob die Sache so aussieht, wie die Bilder sie uns zeigen, werden wir nie mit Sicherheit wissen« (HEINTZ/HUBER 2001: 9).

4. Bildfusion, 3D-Rekonstruktion und 3D Navigation

Diese digitalen Bilder, die mittels bildgebender Verfahren apparativ hergestellt und algorithmisch berechnet werden, können noch weiter differenziert werden:

4.1 Bildfusion

Unter einer Bildfusion versteht man das Darstellen qualitativ unterschiedlicher Bilder in einem Bildformat d.h. es handelt sich um Bilder verschiedener Visualisierungstechniken, die in einer Bildansicht fusioniert werden. Bisher wurde diese Fusion der verschiedenen (visuellen) Untersuchungsdaten vom Behandelnden mental geleistet¹² (vgl. LEMKE et al. 2004). nun wird diese Fusion digital vollzogen und visualisiert, d.h. es werden unterschiedliche medizinische Bilder (Ultraschalldaten, CT-Daten usw.) zu einem Bild kombiniert und synthetisiert. Diese Bildfusion kann dann zu einer 3D-Rekonstruktion führen.

¹² Die Diskussion der Genauigkeit dieser fusionierten Bilder wird an dieser Stelle nicht geführt (vgl. LEMKE et al. 2004).

4.2 3D-Rekonstruktion

Die 3D-Rekonstruktion bezeichnet nun eine vollkommen neue Bildgattung, die zum einen durch den Prozess der Bildfusion entstanden ist, die aber zusätzlich durch medizinisches Wissen angereichert ist (siehe hierzu ausführlich Abschnitt 6).

In der 3D-Rekonstruktion werden verschiedene Datenebenen bzw. Bildgattungen miteinander kombiniert und in einer dreidimensionalen Ansicht synthetisiert: So werden z.B. präoperative sonographische Bilder und aktuell intraoperative Bilder übereinandergelegt und miteinander abgeglichen. Zusätzlich wird medizinisches Wissen in die Bilder integriert, in dem nicht nur die pathologischen Strukturen angezeigt werden, sondern die restlichen Parameter anhand medizinischen Wissens (analog zu den Anatomieatlanten) reproduziert und dreidimensional visualisiert werden.

4.3 Interaktive 3D-Navigation

Neben den bereits geschilderten Visualisierungsformen entsteht derzeit eine qualitativ neue Bildgattung: die bildgestützte intraoperative und interaktive¹³ 3D-Navigation (oder auch als ›computergestützte Navigation‹ bezeichnet). Navigation bedeutet ursprünglich ›Steuermannskunst‹, d.h. die Kunst, sich in einem bestimmten Element zielgenau (fort-)zubewegen. Um dies realisieren zu können, benötigt man vor allem zwei Parameter: den aktuellen Standort und den Zielort. Hat man diese Daten, so kann der optimale Weg mit Hilfe eines sogenannten Navigationssystems berechnet und angezeigt werden.

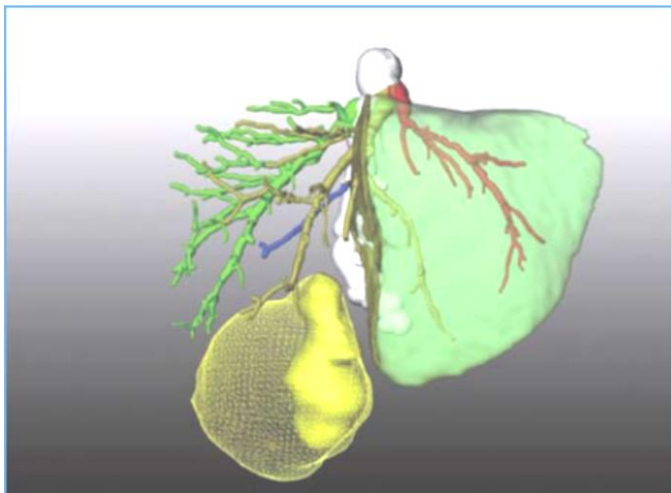


Abb. 6:
Beispiel einer 3D-Rekonstruktion (vgl. BMBF 2008)

¹³ Interaktivität wird hierbei definiert im Sinne eines (wechselseitigen) Informationsaustauschs (informationstechnische Definition).

In der Chirurgie bezeichnet der Begriff der Navigation »eine Klasse neuartiger Verfahren, mit denen Informatikmethoden (typischerweise rechnergestützte Bildverarbeitung [...]) zur Unterstützung chirurgischer Eingriffe eingesetzt werden« (Innovationsreport 2003)¹⁴. Das Ziel der Anwendung solcher Systeme ist eine Verbesserung der intraoperativen Orientierung, um dadurch mehr Genauigkeit und bessere Operationsergebnisse zu erzielen (z.B. gewebeschonendere Eingriffe), »dass man gleichzeitig die präoperativen Planungsdaten hat, die man dann versucht mit den intraoperativen Daten in Übereinstimmung zu bringen und dadurch eine bessere Orientierung zu erlangen« (Interview 1, Z. 47-49). Bildgestützte interaktive 3D-Navigation besteht aus folgenden Daten:

- Präoperative Daten
- 3D-Rekonstruktion
- Intraoperative Daten
- Anzeige der aktuellen Lage der Instrumente im Körper des Patienten¹⁵
- Simulation (z.B. Gefäßbaum)

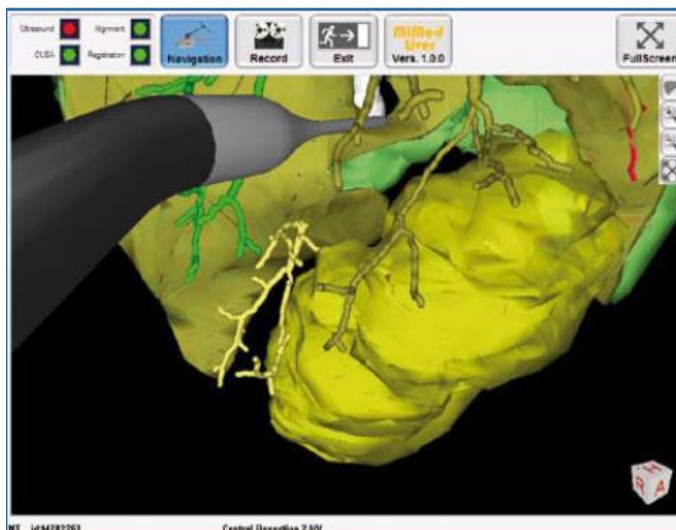


Abb. 7:
Beispiel einer 3D-Navigation (vgl. BMBF 2008)

Diese Visualisierung aktueller intraoperativer Lageparameter wird als 3D-Navigation bezeichnet. Hierbei handelt es sich um Bilder, die (als Simulation) anzeigen, wo sich die chirurgischen Instrumente aktuell in Relation zum Gewebe befinden. Das chirurgische Handeln wird somit auf dem virtuellen Bild simuliert und visualisiert. Diese (interaktiven) Visualisierungsdaten zeigen den Verlauf des chirurgischen Eingriffes für die handelnden Akteure an und

¹⁴ Vgl. http://www.innovationsreport.de/html/berichte/dfg_ingenieurwissenschaften/bericht-21535.html [letzter Zugriff: 23.06.2013].

¹⁵ Hierzu ist der Vorgang der Registrierung notwendig (vgl. hierzu u.a. CAVERSACCIO/FREYSINGER 2003).

der Verlauf wird gleichzeitig digital gespeichert, so dass der Eingriff nachvollziehbar und nachverfolgbar wird. Diese dreidimensionalen Bilder sind insofern interaktiv, als sie das momentane Handeln der Akteure im Operationsfeld anzeigen und visualisieren:

Zu diesem Zweck werden Algorithmen zur Bildverarbeitung entwickelt, die automatisch die Lage und Größe von Blutgefäßen in intraoperativen Echtzeit-Ultraschallbildern bestimmen. Durch die Auswertung der Positionsdaten der navigiert aufgezeichneten Ultraschallbilder kann ein Gefäßbaummodell rekonstruiert werden. Dieses Modell wird für die Registrierung der Anatomie mit vorhandenen Planungsinformationen (CT-Bilder) verwendet. (BMBF 2008)

5. Wissende Bilder

5.1 Die gewandelte Funktion der Bilder

Betrachtet man diese neuen 3D-Bilder und deren interaktive Navigationsleistung, so wird deutlich, dass es sich um eine neue Bildgattung handelt. Diese Bilder sind nicht mehr nur konstruiert auf Grund ihres digitalen Ursprungs, sondern sie sind darüber hinaus *simulative*, *interaktive* und *handlungsimplicierende* Bilder.

Unter einer Simulation wird die Nachahmung bzw. Nachbildung realer Strukturen oder Prozesse (mittels eines digitalen Bildes) verstanden. Wurden Simulationen bisher hauptsächlich für Lernprozesse eingesetzt (Flugsimulator, Simulation von operativen Eingriffen), um dadurch das Lernen am Modell zu fördern und um im zweiten Schritt auf die Realität zu übertragen, so helfen diese neuen simulativen Bilder den Akteuren, sich auf der Basis der interaktiven 3D-Navigation innerhalb der realen Situation anhand eines simulativen Bildes zu orientieren. Diese Bilder sind insofern interaktiv, als sie auf das aktuelle intraoperative Geschehen reagieren und dieses visualisiert anzeigen. Die Handlungsbasis der Akteure ist damit nicht die reale Situation, sondern diese basiert auf Messwerten, auf digitalen Daten, die visualisiert werden. Diese Visualisierungen sind dann *handlungsimplicierend*, indem sie z.B. anhand der erhobenen Daten und der Modellberechnung den idealen Pfad für den chirurgischen Eingriff anzeigen.

Diese neuen digitalen Bilder (3D-Rekonstruktion und 3D-Navigation) bedeuten einen grundlegenden Wandel der Visualisierung: Diese digitalen Bilder, die dreidimensional dargestellt werden, enthalten mehr Daten, als durch den eigentlichen (kausalen) Untersuchungs- und Bildgebungsprozess erhoben und berechnet wurden. Sie enthalten zusätzliche Daten, die über die individuelle diagnostische Bildgebung hinausgehen und stellen damit eine Synthese verschiedener Bildgattungen dar, die dann in Form einer Simulation visualisiert werden.

5.2 Wissende Bilder und die Folgen für die Chirurgen

Diese Bilder sollen im Folgenden als ›wissende‹ Bilder bezeichnet werden. Wissende Bilder sind demnach jene digitalen Wissenschaftsbilder, die eine Synthese verschiedener Bildgattungen darstellen und die nicht nur die zu diagnostischen Zwecken errechneten digitalen Daten enthalten, sondern zusätzliche Daten, die in das digitale Bild integriert werden und die dann handlungsleitend und handlungsstrukturierend wirksam werden.

Diese wissenden Bilder können als Kombination von drei verschiedenen Dimensionen beschrieben werden:

1. Physikalische Parameter: Diese werden durch z.B. Röntgen oder Sonographie erhoben und entweder abgebildet (reelles (Ab-)Bild) oder berechnet und visualisiert (digitales Bild).
2. Medizinisches Wissen, welches in diese Visualisierungen integriert wird (und im dritten Schritt anhand einer Simulation visualisiert wird).
3. Simulation: Auf Basis der physiologischen Daten (präoperativ und evtl. intraoperativ¹⁶) und deren Visualisierung (3D-Rekonstruktion) sowie des verfügbaren medizinischen Wissens wird eine Simulation erstellt.

In der Simulation wird zusätzlich zu den Untersuchungsparametern medizinisches Wissen z.B. in Form von digital berechneten (idealisierten) Verläufen von Gefäßen in einem Organ angezeigt. Es handelt sich bei diesen Simulationen um dreidimensionale Bilder, die visualisiert anzeigen, was der Chirurg sonst als kognitive Leistung selbst visualisieren musste (inneres, mentales Bild). »In conventional surgery, the surgeon mentally maps his/her anatomic knowledge and experience on the patient during the surgery« (CAVERSACCIO/FREYSINGER 2003: 37). Das sinnlich rezipierte Bild musste dann memoriert, zu einem inneren Bild umgewandelt und auf den Patienten im OP übertragen werden: »Ich muss mich umdrehen zum Ultraschall und dann ich muss mir merken sozusagen ich muss so'n inneres Bild haben, was aber ja natürlich so nur eine Vorstellung ist. Je mehr Erfahrung man hat, desto eher stimmt es dann auch, aber es ist halt nicht exakt, ja« (Interview 2, Z. 94–96). Diese individuelle visuelle Vorstellung von bestimmten Sachverhalten wird nun durch eine digitale Visualisierung geleistet und durch diese ersetzt: »Also im Prinzip ist sozusagen diese dreidimensionale Rekonstruktion [...] spiegelt das wider, was ich mir immer so vorgestellt habe oder gemeint hatte vorzustellen. Also es entspricht relativ exakt meiner Wahrnehmung« (Interview 2, Z. 472-474; vgl. auch LOHOFF 2007).

Die Simulation und die dadurch erfolgte visuelle Darstellung medizinischen Wissens ist der entscheidende Schritt hin zu einer gestiegenen Wirkmächtigkeit dieser ›wissenden‹ Bilder: Diese scheinen nun durch das in ihnen integrierte Wissen handlungsleitende Bilder zu sein, über deren Gültigkeit nicht verhandelt werden muss. Wenn bereits digitale Bilder nur scheinbare

¹⁶ Anhand von z.B. intraoperativen Echtzeitultraschallbildern.

Evidenz besitzen (vgl. LOHOFF 2007), indem sie Sichtbarkeit suggerieren, die so nicht gegeben ist, wird dieses Prinzip nun bei den wissenden Bildern entscheidend potenziert: Hier handelt es nicht nur um die Visualisierung von eigentlich nicht sichtbaren Strukturen und Prozessen, sondern zusätzlich dazu um die Visualisierung von Kognitionen, die vormals im Bewusstsein des Mediziners verblieben, und handlungsanleitende Strukturen. Diese Kognitionen, die als medizinisches Wissen bezeichnet werden könnten, werden nun in die Visualisierungen integriert und zu einem (simulativen) Bild fusioniert. Dieses neue Bild enthält dann digitale Daten und gleichzeitig die Interpretationen dieser Daten. Es handelt sich damit nicht mehr um Bilder diagnostischer Qualität, sondern um handlungsimplicierende Bilder.

Die bisherige Praxis der Handhabung diagnostischer Bilder im OP war durch Prozesse des Aushandelns gekennzeichnet. Denn »Bilder sind nicht – wie z.B. Zahlen – denotative Symbolkomplexe, sondern konnotative: d.h. sie bieten Raum für Interpretationen« (SCHINZEL 2004). Im Betrachten der Visualisierungen wurden diese durch das medizinische Wissen der anwesenden Akteure interpretiert und die Bedeutung dieser Interpretationen für den konkreten operativen Eingriff untereinander diskutiert und ausgehandelt. Die letztendliche Interpretationsmacht wurde dann durch den Status legitimiert (vgl. u.a. BURRI 2008). Diese sozialen Aushandlungsprozesse entfallen, wenn die Bilder bereits Interpretationen darstellen.

6. Wissende, wirkmächtige Bilder. Ein Resümee

Betrachtet man die Entwicklung der medizinischen Bilder von den Abbildungen, den bildgebenden Verfahren bis hin zur 3D-Simulation und 3D-Navigation, so zeigen sich verschiedene Tendenzen, die das soziale Handeln und die Kognitionen der Akteure entscheidend beeinflussen:

(1) Zum einen wird deutlich, dass diese Bilder zunehmend virtuell werden und der Grad ihrer Konstruiertheit damit zunimmt. »Die zunehmende Entfernung des Bildes von dem Abzubildenden, d.h. der abstrakte Charakter solcher über komplizierte Prozesse hergestellten Bilder, erhöhen mit jedem Abstraktionsschritt, jedem Ableitungsschritt und jedem Integrationsschritt die Fehleranfälligkeit, d.h. die Möglichkeit von Bild-Artefakten, die keine physiologischen Entsprechungen haben« (SCHINZEL 2004).

(2) Des Weiteren zeigt sich, dass das medizinische Wissen nicht mehr sozial verhandelt wird und somit kein Ergebnis eines kommunikativen Prozesses darstellt, sondern dass dieses Wissen bereits in die dreidimensionalen Bilder integriert wird (»wissende« Bilder). Damit sind diese Bilder keine Unterstützung für diagnostische Vorgänge im engeren Sinne, sondern bereits interpretierte und handlungsanleitende/-implizierende Bilder.

(3) Die kognitiven, inneren (mental)en Bilder des Chirurgen werden zunehmend durch die digitalen, visualisierten Simulationen ersetzt. Dies wird bereits dadurch befördert, dass sich die Ausbildung von Chirurgen heute zum Teil anhand der Nutzung von Simulationssoftware vollzieht, so dass hier bereits eine Schulung des Auges für virtuelle Bilder stattfindet. Es zeigt sich, dass jüngere Chirurgen diese Sehtechnik bereits verinnerlicht haben und mit den »alten« Bildern (nicht dreidimensional) kaum arbeiten könn(t)en: »Und die wären auch [...] die können auch gar nicht mehr ohne. Die können mit den alten Aufnahmen, die wir früher gehabt haben gar nicht mehr arbeiten. »Wie kann man das machen?!« (Interview 2, Z. 162-164).

(4) Die Bilder werden zunehmend relevant. Dies zeigt sich bereits räumlich daran, dass diese immer näher an den OP herandrücken: »Es gibt schöne Bilder, aber die nützen dem Chirurgen nichts. Weil das sind schöne Bilder, die guckt man sich am Bildschirm an, aber wenn man in den OP geht, ähm, gibt's die Bilder nicht mehr. Das heißt, wir müssen irgendwie gucken, dass wir diese 3D-Bilder, ähm, in den OP bringen« (Interview 3, Z. 176-179). Waren die medizinischen Bilder zu Beginn noch nicht im eigentlichen Bereich der chirurgischen Intervention anzutreffen, so haben sie sich diese sukzessive in den OP und dort zunehmend in Patientennähe angesiedelt. Die neuen Bilder sind nun meist auf dem Monitor eines Tablet-PCs direkt am OP-Tisch positioniert und sind somit in das Zentrum des eigentlichen Handlungsablaufes vorgeückt. In Anwendung der Goffman'schen Theatermetapher (vgl. GOFFMAN 2001) kann gesagt werden, dass die Bilder von der Hinterbühne – außerhalb des OPs, an der Wand des OPs – zur Vorderbühne gerückt sind: Sie sind nun zentraler und unverzichtbarer Bestandteil des medizinischen Handelns der Akteure auf der Vorderbühne.

(5) Es handelt sich bei den neuen medizinischen Bildern nicht mehr nur um Bilder, sondern um interaktive Visualisierungen. Diese sind insofern interaktiv, als dass das Handeln der Akteure eine Veränderung des Bildes bewirkt, indem diese die Veränderung der Lageparameter der medizinischen Instrumente im Patientenkörper visuell anzeigen und aus dem System neue Informationen hinzugefügt werden; diese Veränderung der wissenden Bilder bewirkt wiederum eine Reaktion des Handelns der Akteure. Spätestens mit dieser Entwicklung wird deutlich, wie weit sich diese Bilder vom ursprünglichen Abbildcharakter entfernt haben und dass die Visualisierungen ein Sichtbarmachen verschiedener Prozesse leisten.

(6) Werden diese Bilder beispielweise noch mit einer Navigation versehen und damit dem Akteur ein idealer Operationszugang angezeigt, so sind diese Simulationen nicht nur handlungsleitend, sondern handlungsimplicierend. Wird des Weiteren noch ein System integriert, welches das System automatisch ausschaltet, wenn sich der Chirurg zu weit vom empfohlenen Navigationspfad bewegt, dann sind diese Systeme dabei, sich in handelnde Systeme

(Agenten) zu verwandeln. Diesen käme dann Handlungsträgerschaft zu (vgl. RAMMERT/SCHULZ-SCHAEFFER 2002).

(7) Betrachtet man diese Veränderungsdimensionen, so kann resümiert werden, dass diese als Belege einer deutlich zugenommenen Wirkmächtigkeit der Bilder gelesen werden können. Die medizinischen Interventionen werden inzwischen auf Basis von fast ausschließlich digitalen, aufbereiteten (mit Wissen angereicherten und synthetisierten und simulierten) und damit interpretierten Bildern und nicht anhand der Ansicht der Realität vorgenommen. Hier zeigt sich die Wirkmächtigkeit des Visuellen: Der Prozess der Mediatisierung evoziert eine nachhaltige Veränderung in der Wahrnehmung und Konstruktion der Realität. So ist eine Unterscheidung zwischen Simulation und Realität fast nicht mehr möglich und es ist nun nicht mehr die Realität, die der Simulation vorangeht – »the territory no longer precedes the map« (BAUDRILLARD 1994: 1) –, sondern es ist in diesem Fall die Simulation, die der Realität vorangeht, mit ihr interagiert und auf diese Weise sich diese beiden Welten wechselseitig beeinflussen und verändern: Indem der Chirurg sich an der Simulation orientiert und anhand der simulierten (virtuellen) Visualisierungen den eigentlichen chirurgischen Eingriff vornimmt, führt die Simulation zur Veränderung der Realität. Dies bedeutet einen tiefgreifenden epistemologischen Wandel: die Orientierungsparameter des Chirurgen haben sich dadurch grundlegend verändert und die Grundlage des eigentlichen Handelns sind nun simulative Visualisierungen: »It's no longer blood and guts, it's bits and bytes« (MARESCEAUX et al. 2002: 422).

Literatur

- AKRIDGE, JEANNIE: Surgical Lighting Technology. More than Meets the Eye. In: *Healthcare Purchasing News*, 34(6), 2010, S. 18-22
- BAUDRILLARD, JEAN: Requiem für die Medien. In: BAUDRILLARD, JEAN (Hrsg.): *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin [Merve] 1978, S. 83-118
- BAUDRILLARD, JEAN: *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor [U of Michigan P] 1994
- BLUMLER, JAY G.; DENNIS KAVANAGH: The Third Age of Political Communication. Influences and Features. In: *Political Communication*, 16(3), 1999, S. 209-230
- BMBF/Bundesministerium für Bildung und Forschung: *FUSION – Chirurgieassistent*. Faltblatt für die CeBIT. 2008.
http://www.unitransferklinik.de/SF/_img/Exponatblatt_Fusion_Chir_190208.pdf [letzter Zugriff: 08.08.2013]
- BURRI, REGULA VALÉRIE: Bilder als soziale Praxis. Grundlegung einer Soziologie des Visuellen. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 37(4), 2008, S. 342-358

- CAVERSACCIO, MARCO; WOLFGANG FREYSINGER: Computer Assistance for Intra-operative Navigation in ENT Surgery. In: *Minimally Invasive Therapy & Allied Technologies*, 12(1), 2003, S. 36-51
- DASTON, LORRAINE; PETER GALISON: The Image of Objectivity. In: *Representations*, 40, 1992, S. 81-128
- GOFFMAN, ERVING: *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. München [Piper] 2001
- GOODMAN, NELSON: *Sprachen der Kunst. Entwurf einer Symboltheorie*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1997
- HEINTZ, BETTINA; JÖRG HUBER: Der verführerische Blick. Formen und Folgen wissenschaftlicher Visualisierungsstrategien. In: HEINTZ, BETTINA; JÖRG HUBER (Hrsg.): *Mit dem Auge denken. Strategien der Sichtbarmachung in wissenschaftlichen und virtuellen Welten*. Zürich [Springer] 2001, S. 9-40
- HENNIG, JÜRGEN: Aspekte instrumenteller Bedingungen in Bildern der Rastertunnelmikroskopie. In: LAZARDIG, JAN; HELMAR SCHRAMM; LUDGER SCHWARTE (Hrsg.): *Instrumente in Wissenschaft und Kunst. Zur Architektonik kultureller Grenzen im 17. Jahrhundert*. Berlin [De Gruyter] 2006, S. 377-391
- HEßLER, MARTINA: Von der doppelten Unsichtbarkeit digitaler Bilder. In: *Zeitenblicke*, 5(3), 2006. http://www.zeitenblicke.de/2006/3/Hessler/index_html [letzter Zugriff: 23.06.2013]
- HÜPPAUF, BERND; PETER WEINGART: Wissenschaftsbilder – Bilder der Wissenschaft. In: HÜPPAUF, BERND; PETER WEINGART (Hrsg.): *Frosch und Frankenstein. Bilder als Medium der Popularisierung von Wissenschaft*. Bielefeld [Transcript] 2009, S. 11-43
- KITTLER, FRIEDRICH ADOLF: Schrift und Zahl. Die Geschichte des errechneten Bildes. In: BURDA, HUBERT; CHRISTA MAAR (Hrsg.): *Iconic-Turn. Die neue Macht der Bilder*. Köln [DuMont] 2004, S. 186-203
- KROTZ, FRIEDRICH: Media Connectivity. Concepts, Conditions and Consequences. In: HEPP, ANDREAS; FRIEDRICH KROTZ; SHAUN MOORES; CARSTEN WINTER (Hrsg.): *Connectivity, Networks and Flows. Conceptualizing Contemporary Communications*. Cresskill [Hampton Press] 2008, S. 13-32
- LEMKE, A.-J.; S.M. NIEHEUS; H. AMTHAUER; T. ROHLFING; N. HOSTEN; R. FELIX: Klinischer Einsatz der digitalen retrospektiven Bildfusion von CT, MRT, FDG-PET und SPECT. Anwendungsgebiete und Ergebnisse. In: *RöFo. Fortschritte auf dem Gebiet der Röntgenstrahlen und der bildgebenden Verfahren*, 176(12), 2004, S. 1811-1818
- LOHOFF, MARKUS: *Wissenschaft im Bild. Performative Aspekte des Bildes in Prozessen wissenschaftlicher Erkenntnisgewinnung und -vermittlung*. 2007. <http://darwin.bth.rwth-aachen.de/opus3/volltexte/2008/2151/> [letzter Zugriff: 23.06.2013]

- MARESCEAUX, J.; L. SOLER; R. CEULEMANS; A. GARCIA; M. HENRI; E. DUTSON:
Bildfusion, virtuelle Realität, Robotik und Navigation. Einfluss auf die
chirurgische Praxis. In: *Der Chirurg*, 73(5), 2002, S. 422-427
- MAREY, ÉTIENNE-JULES: *La méthode graphique dans les sciences
expérimentales et particulièrement en physiologie et en médecine*. Paris
[Masson] 1878
- MAYRING, PHILIPP: *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*.
Weinheim [Beltz] 2007
- MERSCH, DIETER: Wissen in Bildern. Zur visuellen Epistemik in
Naturwissenschaft und Mathematik. In: HÜPPAUF, BERND; PETER WEINGART
(Hrsg.): *Frosch und Frankenstein. Bilder als Medium der
Popularisierung von Wissenschaft*. Bielefeld [Transcript] 2009,
S. 107-134
- MEYER-EBRECHT, DIETER: Visualistik. Ein neues Wort für ein uraltes Thema. In:
BEYER, ANDREAS; MARCUS LOHOFF (Hrsg.): *Bild und Erkenntnis. Formen
und Funktionen des Bildes in Wissenschaft und Technik*. München [Dt.
Kunstverlag] 2005, S. 46-49
- MISOCH, SABINA: Hybride Handlungsstrukturen. Folgen des Einsatzes
technischer Systeme am Beispiel von CAS. In: REHBERG, KARL-SIEGBERT
(Hrsg.): *Die Natur der Gesellschaft. Verhandlungen des 33. Kongresses
der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in Kassel 2006*. Frankfurt/M.
[Campus] 2007, S. 3061-3069
- NOHR, ROLF F.: *Zum Begriff des Nützlichen Bildes*. 2001. [http://www.nuetzliche-
bilder.de/BegriffNuetzBild.pdf](http://www.nuetzliche-bilder.de/BegriffNuetzBild.pdf) [letzter Zugriff: 23.06.2013]
- RAMMERT, WERNER; INGO SCHULZ-SCHAEFFER: Technik und Handeln. Wenn
soziales Handeln sich auf menschliches Verhalten und technische
Abläufe verteilt. In: RAMMERT, WERNER; INGO SCHULZ-SCHAEFFER (Hrsg.):
*Können Maschinen handeln? Soziologische Beiträge zum Verhältnis
von Mensch und Technik*. Frankfurt/M. [Campus] 2002, S. 11-64
- SACHS-HOMBACH, KLAUS: Bildbegriff und Bildwissenschaft. In: *Kunst –
Gestaltung – Design*, 8, 2002, S. 3-26
- SCHINZEL, BRITTA: Körperbilder der Biomedizin. In: FREI GERLACH, FRANZISKA;
ANNETTE KREIS-SCHINCK; CLAUDIA OPITZ; BEATRICE ZIEGLER (Hrsg.):
Körperkonzepte. Interdisziplinäre Studien zu Geschlechterforschung.
Münster [Waxmann] 2003, S. 245-264
- SCHINZEL, BRITTA: Digitale Bilder. Symbolische Repräsentation oder offene
Konstruktion? In: *TRANS. Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften*,
15, 2004. http://www.inst.at/trans/15Nr/10_1/schinzel15.htm [letzter
Zugriff: 23.06.2013]
- SCHRÖTER, JENS: Analog/Digital – Opposition oder Kontinuum? In: BÖHNKE,
ALEXANDER; JENS SCHRÖTER (Hrsg.): *Analog/Digital – Opposition oder
Kontinuum? Zur Theorie und Geschichte einer Unterscheidung*.
Bielefeld [Transcript] 2004, S. 7-30
- SCHWABE, HANS: *Der lange Weg der Chirurgie. Vom Wunderarzt und Bader zur
Chirurgie*. Zürich [Strom] 1986

- SLABY, MARTIN; DIETER URBAN: *Subjektive Technikbewertung. Was leisten kognitive Einstellungsmodelle zur Analyse von Technikbewertungen dargestellt an Beispielen aus der Gentechnik*. Stuttgart [Lucius & Lucius] 2005
- SOWA, HUBERT; BETTINA UHLIG: Bildhandlungen und ihr Sinn. In: MAROTZKI, WINFRIED; HORST NIESYTO (Hrsg.): *Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive*. Wiesbaden [VS Verlag für Sozialwissenschaften] 2006, S. 77-106
- WEINGART, PETER: *Die Wissenschaft der Öffentlichkeit. Essays zum Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit*. Weilerswist [Velbrück Wissenschaft] 2005

Klaus H. Kiefer

***Gangnam Style* erklärt.
Ein Beitrag zur deutsch-
koreanischen Verständigung**

für Bog-Za

Abstract

Gangnam Style is an ironic arts-fairy story originating from the desire of a needy hero (alias Psy) to conquer the famous ›Gangnam‹ (an extremely affluent district in Seoul). Since the hero of the fairy story cannot afford a horse as opposed to the rich Gangnam people, he creates a horse-, or rather a horse rider-dance and thereby turns into a ›centaur‹. Despite this, his achievements are mediocre. He is even beaten at the execution of the dance he developed by a young, authentic Gangnam citizen who owns more than one horse in the shape of a Mercedes SLK with 184 ›horse‹ power. However, ›Unlucky Hans‹ finds his ›Empire‹ in the guise of a ›Subway Princess‹. His dream lady, whose virtues he propagates from the very beginning, corresponds to an everyday, common girl even by (South-)Korean standards and is in accordance with his own commitments: thorough work during the day and a ›switching‹ at night of the code of behavior to hedonism. The hero is satisfied with this romantic accomplishment without himself having become a genuine ›Gangnam‹ insider, that is for example, by securing as a bride the daughter of a millionaire. »Oppan Gangnam Style« initially functions as an imperative impulse of the hero. At the same time it is the leading principle of success in that society, in other words the mythical ›Big Brother‹, whom the hero tries to take advantage of by himself transforming into the role of ›Oppan‹, the competent ›older (big) brother‹, in order to court the young lady.

Gangnam Style ist ein ironisches Kunstmärchen, das von dem Wunsch des armen Helden (alias Psy) seinen Anfang nimmt, das sagenhafte ›Gangnam‹ (konkret: ein superreicher Stadtteil von Seoul) zu erobern. Da der Märchenheld kein Pferd besitzt, erfindet er einen Pferde- bzw. Reitertanz, er wird gewissermaßen zum ›Kentaur‹. Dennoch sind seine Errungenschaften blamabel. Selbst in dem von ihm erfundenen Tanz wird er von einem authentischen Gangnam-Jüngling übertrumpft, der mehr noch als ein Pferd einen Mercedes-SLK mit 184 Pferdestärken sein eigen nennt. Der ›Hans im Unglück‹ findet jedoch sein ›Königreich‹ in Gestalt einer U-Bahn-Prinzessin. Seine Traumfrau, deren Tugenden er von Anfang an propagiert, entspricht freilich einem auch in (Süd-) Korea recht konventionellen Rollenbild, dem er selber verpflichtet ist: Tagsüber wird anständig gearbeitet, zur Nacht hin erfolgt ein ›switching‹ des Verhaltenscodes zur ausgelassenen Sinnesfreude hin. Der Held gibt sich mit dieser erotischen Erfüllung zufrieden, ohne je ganz nach ›Gangnam‹ gelangt zu sein, also z.B. eine Millionärstochter als Braut erworben zu haben. »Oppan Gangnam Style« fungiert eingangs als imperativer Impuls des Helden, zugleich als das leitende Prinzip des gesellschaftlichen Erfolgs, quasi als mythischer ›Big Brother‹, von dem der Held schließlich zu profitieren sucht, indem er gegenüber der umworbenen jungen Frau selber in die Rolle des ›Oppan‹, des kompetenten ›älteren Bruders‹ schlüpft.



Abb. 1:
Papagei und Psy. Screenshot von <http://www.youtube.com/watch?v=X3nVoj0Xmo>
[letzter Zugriff: 13.12.2013]

1. K-Pop und Psy

*Gangnam Style*¹ pfeifen mittlerweile nicht nur die Spatzen vom Dach; YouTube zeigt bereits mehrere Papageien, die verbal und nonverbal – durch rhythmisches Wippen auf der Stange – den lustigen Song imitieren (vgl. Abb. 1).

K-Pop ist schon seit geraumer Zeit ein (süd-)koreanischer Exportschlager neben Computern, Kühlschränken, Autos, Containerschiffen und vielem anderen mehr. Psy, ausgesprochen ›Sai‹ (von engl. ›psycho‹) und mit bürgerlichem Namen Park Jae-Sang,² schlägt jedoch derzeit alle Rekorde in der Musikbranche.³ Ohne Zweifel haben die unterschiedlichsten Mediatoren und Multiplikatoren der Kulturindustrie zu diesem weltweiten Erfolg beigetragen: YouTube, Talk Shows, Blogs und was es nicht alles gibt. Warum Psy mit *Gangnam Style* ein so großer – und vermutlich einmaliger – Wurf gelang, wo er doch nur »as ridiculous as possible« (PSY 2012)⁴ sein wollte, harrt nach wie vor der Erklärung.⁵ Verblüffend dabei ist, dass kaum jemand den Song – genauer: Raptext versteht (Rap ist eine Art Sprechgesang) – mit Ausnahme natürlich der Koreaner,⁶ aber auch nicht aller. Wirklich erhellend wirken auch nicht die Videosequenzen, die den Rap in bunter Folge eher begleiten, denn Schritt für Schritt kommentieren. Sie erzählen eine andere Geschichte als der Text. Zur Auflösung dieser Paradoxie weiter unten Genaueres.

Die musikalische Komposition werde ich im Folgenden wohlweislich nur am Rande behandeln. »Singe, wem Gesang gegeben«, tönte Ludwig Uh-

¹ Professor Kim Jeong-Yong von der Seoul National University danke ich für zahlreiche Informationen und Anregungen, so bes. bei Anm. 12, 20, 29. Der am 7. Februar 2013 an der Ludwig-Maximilians-Universität München gehaltene und für Image überarbeitete Vortrag richtete sich an ein Publikum, das sich nicht unbedingt mit K-Pop und koreanischer Sprache und Kultur auskannte. An der Übersetzung (s. Ende des Beitrags), die so wörtlich wie möglich am Original bleiben sollte – wenn das angesichts der Grundverschiedenheit der beiden Sprachsysteme überhaupt möglich war –, wirkte Shin Hyujiae mit. Sie gab mir auch viele Tipps zur koreanischen Jugendkultur, bes. bei Anm. 49.

² Vgl. [http://de.wikipedia.org/wiki/Psy_\(Rapper\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Psy_(Rapper)) [letzter Zugriff: 28.04.2013]: In Korea wird der Familienname vorangestellt. Der Raptext stammt von Yoo Gun-Hyung in Zusammenarbeit mit Psy. Natürlich hat Psy auch u.a. mit einem Choreographen zusammengearbeitet.

³ Vgl. *Gangnam Style*. Den Rapsong kann man als MP3-Datei zum Download käuflich erwerben, auch als Karaoke; das Musikvideo ist im Internet mehrfach kopiert, vgl. *Gangnam Style* Video http://www.dailymotion.com/video/xtlugg_psy-gangnam-style-official-video_music#_UX06n8qzNXA [letzter Zugriff: 28.03.2013]; Video mit deutschen Untertiteln http://www.dailymotion.com/video/xs99s8_psy-gangnam-style-german-sub_music [letzter Zugriff: 28.04.2013], vgl. meine Übersetzung am Ende des Beitrags. Eine im Internet kursierende deutsche Nachdichtung ist grob verfälschend, vgl. *Gangnam Style* auf Deutsch <http://www.lyricsreg.com/lyrics/psy/GANGNAM+STYLE+--AUF+Deutsch> [letzter Zugriff: 28.04.2013]. Auf die Wiedergabe der koreanischen (Laut- und Silben-)Schrift (= Hangul; vgl. HAARMANN 1990: 355ff.) in lateinischer Transkription verzichte ich, da Koreaner und erst recht Nicht-Koreaner diese ›romanization‹, die auf das ohnehin vertrackte englische Laut- und Schriftsystem zurückgreift und die sich als Beigabe zu englischen Übersetzungen im Internet findet, nur nach längerem Herumrätseln lesen können. Ein paar wichtige Wörter gebe ich so wieder, dass sie Deutsche aussprechen können.

⁴ Vor Psy sprachen im Union Club der Universität Oxford z.B. der Dalai Lama und Mutter Theresa. Vgl. http://www.oxford-union.org/about_us/famous_speakers [letzter Zugriff: 28.03.2013].

⁵ Die Gattungsbezeichnung meines Beitrags spielt ironisch auf so ›pragmatische‹ Titel an wie z.B. ›Heidegger explained‹ – genauere Angaben erspare ich mir hier.

⁶ Psy, der sehr gut Englisch spricht und wohl auch (mehr als nur »hey sexy lady«, und »you know what I'm saying«) singen könnte, erweist sich in seiner Oxforder Rede als ein durchaus reflektierter Patriot, der den Wert der Muttersprache zu schätzen weiß. Vgl. <http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&v=2f99cTgT5mg&NR=1> [letzter Zugriff: 28.03.2013].

land um 1813. Das Dichterwort hat noch nichts an Bedeutung verloren, jedenfalls was mich betrifft. Bleibt noch der innovative Tanzschritt zur Erklärung des Massenphänomens? Aber auch der koreanische Reiteranz oder Pferdeanz (»horse riding dance«, so Psy selber) ist so absonderlich wie Michael Jacksons Moonwalk oder der französische Ententanz (Cancan) im Moulin Rouge (vgl. KIEFER 2012). Das hochtechnifizierte Korea ist gewiss keine Reiteranz; allerdings gibt es in Seoul drei Reiterstadien. Ich wette aber fast, dass Psy ebenso selten im Sattel saß, wie Michael Jackson auf dem Mond spazerte.

Wie soll man nun verstehen, dass im Lande von Hyundai, Samsung, KIA & Co. ein per pedes durch die Welt galoppierender Rapper Erfolg hat? Und wie soll man verstehen, dass auf der ganzen Welt junge Menschen zusammen laufen – man nennt das »flash mob« –, um auf einem imaginären Steckenpferd den *Gangnam Style* zu zelebrieren. Marching Bands US-amerikanischer Universitäten pauken und trompeten ihn, Gefängnisinsassen auf den Philippinen werden damit therapiert, von Psy persönlich. Ein »quasi-religiöses« Phänomen, meint der Philosoph Slavoj Žižek (2012), der am 16. Oktober 2012 bei einem Vortrag über Buddhismus an der Universität Vermont einen kritischen, aber wenig verständnisvollen Exkurs zum *Gangnam Style* unternahm.⁷ Was mir ideologieverdächtig wirkt, ist eher die Erleichterung, die viele Interpreten an den Tag legen, dass es sich bei Psys Rap (nur) um eine Parodie handle.⁸ Durch die ironische Distanz werde die »guilty pleasure« (ANONYM 2013a),⁹ d.h. das zweifelhafte Vergnügen an einem minderwertigen Produkt der Spaß- und Konsumgesellschaft gesühnt. Ich jedenfalls nehme den Spaß am *Gangnam Style* ganz ernst – so wie die Rolling Stones (2012) einst bekannten: »It's only Rock 'n' Roll, but I like it.« Oder, wenn Sie es etwas klassischer wollen: »Greift nur hinein ins volle Menschenleben! [...] Und wo ihr's packt, da ist's interessant« (GOETHE 1986: 539).

⁷ Der Gangnam-(ir-)relevante Teil findet sich ca. ab der 35. Minute. Fern liegt mir, Žižeks ideologiekritischen Bemühungen jedes Verständnis abzusprechen, aber es wirkt einfach kontraproduktiv, wenn der wichtigtuerische Zappel-Philosoph an seinem Gesicht, vor allem an seiner beachtlichen Nase, ständig so herumzupft, wie wenn ihn ein Mückenschwarm »quasi-antiken« Ausmaßes attackierte (ich denke hier an Jean-Paul Sartres Erinnyen-Drama *Les Mouches*). Vgl. http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=SP6G7XqzK94 [letzter Zugriff: 28.04.2013].

⁸ Diese angebliche Parodie wiederum hat unzählige, zum größten Teil ziemlich einfältige Parodien erzeugt, auf deren Nachweise ich hier verzichte: Gandalf Style, Gunmen Style, Obama Style, selbst Gaza Style (ohne Frauen) usw. Es gibt Hitler- und Kim Jong-Il und -Un-Adaptationen usw. Eine Gangnam Style-Interpretation des chinesischen Künstlers Ai Wei Wei (mit Handschellen) wurde von Staats wegen gelöscht.

⁹ Der Anonymus irrt, dass der Songtext »extrem vulgär« sei, da er offenbar nur die freie bzw. falsche Nachdichtung (vgl. Anm. 3) zur Kenntnis genommen hat.

2. Text und Bild

Um plausibel zu machen, was ich im Folgenden biete, fiel mir der von Hugo Kuhn (1973: 3) geprägte Begriff »Strukturerzählung« ein, eine narrative Form der Strukturanalyse.¹⁰ In diesem Sinne werde ich also nacheinander zwei Erzählstränge referieren, die in unserem Gesamtkunstwerk parallel laufen und sich dann am Ende doch in die »Quere« kommen. Man könnte sagen: es handelt sich um Ideen, Wünsche, Postulate auf dem Weg zu ihrer Verwirklichung. Doch zunächst die Filmhandlung, soweit sie aus der Bilder- und Szenenfolge zu erschließen ist.



Abb. 2:
»Brautmangel« des Märchenhelden – Im Hintergrund Trade Tower und Han-Fluss. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 01.39

2.1 Filmhandlung

Zu Beginn befindet sich der Held, personifiziert durch Psy (aber natürlich nicht mit ihm identisch), in derselben Lage wie der jüngste Müllersohn (vgl. BRÜDER GRIMM 2009a: 819)¹¹ aus dem *Gestiefelten Kater* – man würde sie heute »prekär« nennen. Wie im Märchen¹² fehlt ihm aber auch eine »Braut« (vgl. Abb. 2).

¹⁰ Zur Methodik vgl. auch die Ausführungen in Abschnitt 3 mit Hinweis auf BARTHES 1964, JAKOBSON 1989 und MATTHES 2003.

¹¹ Es geht hier nicht um Einflussforschung, aber Grimms Märchen sind auf jeden Fall in Korea bekannt.

¹² Vgl. PROPP 1975: 39. Die »Mangelsituation« ist vor allem gekennzeichnet durch eine fehlende Braut. Auch die Kentauren sind immer auf der Jagd nach Frauen, Nymphen und dergleichen; vgl. Abb. 10.

Und wie im Märchen ist der Held freilich ein Pseudo-, man könnte hier sagen: ein *Psydoheld*.¹³ Im Liegestuhl auf einem Kinderspielplatz (also keineswegs ›weich‹ gebettet, etwa in einer luxuriösen Wellness Oase Gangnams), döst er, eine Cola neben sich,¹⁴ vor sich hin, bis ihn eine Art Erleuchtung durchfährt: »Oppan Gangnam Style« (vgl. Abb. 3). Dieses ›Erweckungserlebnis‹ ist wie bei Goethe ästhetisch konnotiert.¹⁵

Die junge Frau neben ihm ist seine Muse (vgl. Abb. 4), die ihn zwar nicht küsst, aber sein ›kreisendes‹ Haupt mit einem Fächer bewedelt, der auf seinen Erfolg vorausdeutet; zu sehen: sein stilisiertes Konterfei, wie auf dem Werbebanner, den ein Flugzeug im selben Augenblick über den Himmel zieht (und alles spiegelt sich in Psys Sonnenbrille). Hier liest man *Gangnam Style* – ironisch – verkehrt herum, d.h. der Wind hat das transparente Tuch gedreht.



Abb. 3:
Die Erleuchtung. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.09

¹³ Das Mangelhafte fällt nur im Kontrast mit dem unsäglichen Reichtum Gangnams auf, dessen der Held nicht teilhaftig ist; vgl. dazu Anm. 40. Allerdings ist in Gangnam auch nicht mehr alles Gold, was glänzt. Viele Wohnungs- und Hausbesitzer haben sich überschuldet (in Korea muss man Wohnungen und Häuser kaufen; Mietwohnungen sind selten), die man jetzt nur noch ›housepoor‹ nennt.

¹⁴ In einer anderen Aufnahme nur ein Glas Wasser. Auch Psys Jackett wechselt häufig die Farbe, Blau, Schwarz, Weiß usw. Blau ist das Jackett Uncle Sams, blau aber auch Werthers Frack (vgl. GOETHE 1987b: 262 u. 298). Da der Firmengründer des allen Koreanern bekannten Lotte-Konzern ein Goethe-Verehrer war und die Firma nach Werthers Lotte taufte, könnte hier eine Verbindung bestehen. Filmfehler (engl. ›goofs‹) sind im Gangnam-Video so häufig, dass der fröhliche Dilettantismus fast nach Absicht aussieht.

¹⁵ Zum ›Erweckungserlebnis‹ (das in Europa seine Ursprünge im Pietismus hat – eine spätere Säkularisation nicht ausgeschlossen) vgl. KIEFER 1978: 12.



Abb. 4:
Die Muse. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.03



Abb. 5:
Das Kind im Manne. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.29

Aber warum spielt die Szene (vgl. Abb. 5) gerade auf einem Kinderspielplatz? Hier gibt es einen kleinen Helfer-Genius, einen tanzenden Putto,¹⁶ der die kindliche Kreativität personifiziert, das Kind im Manne, das ›spielen‹ will (vgl. NIETZSCHE 1980a: 85).

Der Gangnam-Distrikt ist seit 20 Jahren ein solcher ›Spielplatz‹; konkret ist er – viele wissen es nicht oder wussten es ›before Psy‹ nicht – Seouls Zentrum des Geschäftslebens, aber auch des Vergnügens (vgl. Abb. 6)¹⁷, ein Viertel der unbegrenzten Möglichkeiten, das koreanische ›Mahagonny‹, in dem es, Bertolt Brecht (vgl. 1988b: 381) zufolge, ein Kapitalverbrechen ist, kein Geld zu haben.

¹⁶ Vgl. Anm. 50 sowie Abb. 20.

¹⁷ Natürlich lässt sich ein Mythos nur schwer photographieren. Allgemein vgl. HESS-LÜTTICH 2009; HESS-LÜTTICH et al 2011.



Abb. 6:
Gangnam District
<http://www.google.de> [Gangnam,_Seoul,_Korea.jpg] [letzter Zugriff: 13.12.2013]



Abb. 7:
Widrige Umstände. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.34

›Oppan‹ wiederum bedeutet ›älterer Bruder‹. Im Koreanischen werden soziale bzw. familiäre Hierarchien eigens lexikalisiert; man kann also einen (wenig) älteren Fremden oder auch Freund vertraulich als ›Oppan‹ anreden.¹⁸ Das

¹⁸ ›Oppan‹ ist Nominativ, die Assoziation mit dt. ›Opa‹ (Großvater) ist rein zufällig. Der Ausdruck kann auch, von einer jungen Frau ausgesprochen, ›Darling‹ o.Ä. bedeuten. Im Deutschen vergleichbar ist lediglich das kanaksprachliche ›Alder‹: »He Alder, hassu Ei-Pott bei?«, vgl. <http://www.goethe.de/lhr/prj/mac/msp/de1398809.htm> [letzter Zugriff: 28.04.2013]. In Wikipedia wird mit der Übersetzung ›Alter Bruder‹ eine falsche Vorstellung geweckt. Eine jüngere Frau spricht eine (etwas) ältere mit ›ältere Schwester‹ an (kor. ›onji‹); vgl. Anm. 52.

grammatikalisch offene ›Oppan Gangnam Style‹ fungiert zunächst als Sprechakt, d.h. hier als Imperativ, ähnlich wie in Buster Keatons ›Go West!‹, eine Persiflage des sicher auch Psy bekannten ›Uncle Sam wants you‹ (vgl. Abb. 8 u. 9),¹⁹ oder noch besser: Franz Josef Degenhardts ›Geh doch in die Oberstadt/Mach's wie deine [älteren] Brüder! ‹ (1965).²⁰ Also finde dein Glück in Gangnam! Das topographische Profil von ›Gangnam‹ ist das von ›unten‹ und ›oben‹ bzw. von ›Realität‹ und ›Mythos‹. Vom einen zum anderen führt der Aufstieg bzw. die Verwirklichung. Was nach dem anfänglichen Erweckungserlebnis folgt, kann sowohl als Tagtraum als auch als (fingierte) ›Realität‹ verstanden werden.²¹



Abb. 8 u. 9:

Uncle Sam Wants You (<https://en.wikipedia.org/wiki/File:Unclesamwantyou.jpg> [letzter Zugriff: 13.12.2013]) und Imperativ (Screenshot *Gangnam Style*, Timcode 01.10)

Völlig als ›Männerphantasie‹ erscheint *nur* – auch hier irrt die SZ (vgl. ANONYM 2013b) – die Szene im ›Windkanal, wo sich der Möchtegern-Casanova mit zwei jungen Frauen im Arm im (symbolisch-widrigen) Gegenwind produziert (vgl. Abb. 7). Diese beiden sind im Unterschied zu der später gefundenen ›Einzig‹ neutral stilisiert, also eher Phantasiefiguren.

¹⁹ Der geradewegs zum Topos gewordene ›pointing finger‹ unterstreicht ikonisch, dass sich die neutrale Aussage in einen Imperativ verwandelt, akustisch verstärkt durch den Kommandoton; vgl. Abb. 3, wo die Geste (links oben im Bild) schon angedeutet ist. Buster Keaton zitiert im übrigen Horace Greelys »Go West Young Man/Go West«, was im Film als Inschrift auf (vermutlich) Greelys Standbild – mit ausgestrecktem Arm bzw. Zeigefinger – zu sehen ist.

²⁰ Vgl. *Spiel nicht mit den Schmuttelkindern* (1965), <http://www.magistrix.de/lyrics/Franz%20josef%20Degenhardt/Spiel-Nicht-Mit-Den-Schmuddekindern-29052.html> [letzter Zugriff: 28.04.2013].

²¹ Zum übergreifenden Begriff des Narrativen vgl. HICKETHIER 2001: 110ff.; allgemein vgl. SACHS-HOMBACH/TOTZKE 2011.

Die syntaktische Äquivalenz lässt aber auch andere Lesarten zu: Eine zweite wäre: ›Gangnam‹ als ›Oppan‹ ist der ›Big Brother‹,²² der über den ›Style‹ des gesellschaftlichen Lebens wacht; anders gesagt: Gangnam ist der Mythos, der die »obersten Werte«²³ repräsentiert. Und so macht sich denn unser Held auf den Weg. Die Aventure, die Psy-Orpheus in die »Oberwelt«²⁴ führt, beginnt nicht zufällig in einer Reithalle, wo Seouls Upperclass dem kostspieligen Hobby des Reitens nachgeht. Da der Held aber selber kein Pferd hat bzw. sich eines leisten kann, erfindet er sich eins – in Form eines Pferde- oder Reiertanzes!²⁵ Anders ist diese Metamorphose nicht zu verstehen; sie ist der



Abb. 10:
Franz von Stuck: *Nymphenraub*, um 1920, Privatsammlung, Öl auf Leinwand, 140,5 x 89,5 cm

²² George Orwells *Nineteen Eighty-Four* ist nicht ins Koreanische übersetzt; man gebraucht den Ausdruck ›Big Brother‹ quasi als Internationalismus und würde ihn vermutlich in einer Übersetzung so stehen lassen.

²³ Dies ein Begriff Friedrich Nietzsches (1980b): »Der Mensch [...], der die obersten Werthmaasse seiner Zeit selbst in Sicht bekommen will, hat dazu vorerst nöthig, diese Zeit in sich selbst zu ›überwinden‹ – es ist die Probe seiner Kraft – und folglich nicht nur seine Zeit, sondern auch seinen bisherigen Widerwillen und Widerspruch gegen diese Zeit, sein Leiden an dieser Zeit.«

²⁴ Vgl. Jacques Offenbach: *Orpheus in der Unterwelt* (*Orphée aux Enfers*).

²⁵ So wie das arme Schulmeisterlein Maria Wuz, das bei Jean Paul die Bücher selber schreibt, die es sich nicht kaufen kann (vgl. JEAN PAUL 1960: 425f.). Der pars pro toto-Witz ist – naheliegend – einer Gruppe von Jockeys aufgefallen, die in voller Montur, aber ohne Pferd ihre Reitkünste zeigen; <http://www.joe.ie/sports/horse-racing/video-this-gangnam-style-spoof-by-some-jockeys-is-either-the-best-or-worst-thing-on-the-internet-0030156-1> [letzter Zugriff: 28.04.2013]. Engl. ›spoof‹ ist dt. ›Witz, Ulk‹. Eine Verbindung des Tiertanzes mit dem noch heute praktizierten koreanischen Schamanismus wäre wohl an den Haaren herbeigezogen.

Schlüssel zum Ganzen.²⁶ Psy mutiert zum postmodernen Kentaur (vgl. Abb. 10). Seine Erfindung ist in der Rhetorik als Synekdoche bekannt: ›galoppierender Reiter‹ statt ›Ross und Reiter‹ (vgl. Abb. 11).



Abb. 11:
Invention. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.26

Wie im Kinderspiel genügen Psy einige Andeutungen,²⁷ die etwas ungewöhnlich gekreuzten Handgelenke, die Zügel halten (sollen), und der galoppierende Gang. Nicht zu vergessen: das Lasso-Schwingen, das wie der ›pointing finger‹ Uncle Sams ein Amerika-Import zu sein scheint,²⁸ denn in Korea gibt es keine Cowboys. Das Lasso-Schwingen als Geste hat auf jeden Fall etwas ›Eroberndes‹ an sich: Der Cowboy fängt die Kuh, biblisch gesprochen (1 MOSE 1: 28): er macht sich die Erde, die Welt untertan, und zu dieser Welt gehört für den Mann wesentlich die Frau (vgl. Abb. 15): »Vrô [Frau] Welt«, die Gleichung hat schon Walther von der Vogelweide (1971: 102) bedichtet.²⁹ Es ist freilich gut, dass auch die *Gangnam Style*-Tänzerinnen das Seil schwingen dürfen: Männerfang! Die Lasso-Offensive bedeutet also generell: Die Welt gehört mir! »So ist die Jugend«, würde Mynona (1985: 121) spötteln, um fortzufahren: »Helf' ihr Gott! Ich pruste.« – was sich nota bene auf »Puste« reimt.³⁰ Solchermaßen gerüstet präsentiert sich der Held freilich mehr oder weniger glücklich in verschiedenen Situationen, die alle davon zeugen, dass er zumindest *nicht voll* bzw. *noch nicht* zu Gangnam und seinem fabulösen Lebensstil gehört.

²⁶ Man beachte, dass Psy erst nach einigen normalen Schritten im Stall (die Pferde stehen!) in den typischen Galopp findet: Gangnams ›heiliger Geist‹ ist über ihn gekommen (exakt in Abb. 7), und von da an hoppelt er durch die Stadt. Der Transfer macht aus der Not eine Tugend. Solche Zeichenmetamorphosen untersucht allgemein Rudi Keller (1995: 150ff.). In unserem Fall zieht der allmächtige ›Interpretant‹ ›Gangnam‹ das ›Sympton‹ einer natürlichen Bewegung (des Pferdes) in den körpersprachlichen Bereich (des Menschen) hinüber, wo es zum ›Hippo-Hypoikon‹ wird, eben zu einem künstlichen (Pferde-)Tanzschritt. Dieser wiederum repräsentiert pars pro toto (und ersatzweise) ›Pferdebesitz‹ als ›Symbol‹ für Luxus. Zur Terminologie von Charles Sanders Peirce vgl. NÖTH 2000.

²⁷ Zum Spiel vgl. allgemein ANZ/KAULEN 2009.

²⁸ Psy hat einige Jahre in den USA Musik studiert; einem Interview zufolge scheint er das Studium allerdings nicht sehr ernst genommen zu haben.

²⁹ Die Bedeutung der Personifikation ist bei Walther oder im Barock natürlich eine andere als in *Gangnam Style*.

³⁰ Auch Psy prustet in der Eingangsszene seine Cola oder (eher) sein Wasser in die Luft.

Von den landeskundlichen Zitate aus dem Stadtleben Seouls (der Bus, die Hochhaussiedlung, der Trade Tower, die Autobahnbrücke, die Brücke über den Han-Fluss, die im Park Go spielenden Alten, die Sauna usw.) – die Ausländer in ihrer Authentizität gar nicht erkennen³¹ – wähle ich kontrastiv eine moderne (vgl. Abb. 12) und eine traditionelle (vgl. Abb. 13) Perspektive.



Abb. 12:
Trade Tower und Psy. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.32



Abb. 13:
Das alte Korea. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 00.52

³¹ Die meisten Aufnahmen stammen gar nicht aus dem Gangnam-Distrikt; sicher gehört hierher nur das Korea World Trade Center oder kurz: der Trade Tower (mit seiner riesigen Coex Mall, durch die täglich 100.000 Menschen passieren (<http://skyscraperpage.com/cities/?buildingID=250>) [letzter Zugriff: 28.04.2013]); die Tanzszene mit der Lichtershow ist im ASEM Tower gedreht (http://en.wikipedia.org/wiki/ASEM_Tower [letzter Zugriff: 28.04.2013]).



Abb. 14:
Der Konkurrenzanz. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 01.51



Abb. 15:
Das Lasso. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 02.10

Es gibt aber vor allem eine Szene, nun in einer Tiefgarage, die die archetypische Notlage des Märchenhelden voll zum Ausdruck bringt. Mit einem à la mode (kanariengelb) gekleideten und (Adidas-) beschuhten jungen Mann, der in einem roten Mercedes-Cabrio anfährt, einem SLK 200 BlueEfficiency,³² – alles deutsche Wertarbeit – konkurriert er in seinem Tanzstil (vgl. Abb. 14), aber der andere »zeigt es ihm« und rauscht triumphierend in seinem Sportscar ab.³³

³² Der Wagen wurde Psy seitens Mercedes-Benz Korea zur Verfügung gestellt. Er kostet in Deutschland je nach Ausstattung ab 38.675 €, in Korea sicher weit mehr. Diese Informationen verdanke ich Dominika Brodrick, Daimler AG, Product Placement, BC/MB – Branded Entertainment (Mail vom 29. Januar 2013). Der Chef der Daimler AG, Dieter Zetsche, der den überraschenden Werbeeffekt erfreut zur Kenntnis nahm, litt einer Mitteilung der SZ (ANONYM 2013b) zufolge noch lange unter dem *Gangnam Style*-Ohrwurm.

³³ Diese aussagekräftige Szene wird, allerdings unmotiviert, am Ende wiederholt; ebenso die »pointing finger«-Szene.

Der arme Psy hat weder Pferd noch Wagen; dennoch findet er unmittelbar nach der jämmerlichen Niederlage sein Glück. Das Stationendrama kulminiert nämlich in der erotischen Begegnung (vgl. Abb. 16) mit einer rot-erblondeten jungen Frau³⁴ in der Seouler U-Bahn (auch dies kein typischer Gangnam-Treff – hier wäre eher an eine VIP-Lounge oder -Bar o.ä. zu denken), aber bevor die beiden, anders als angekündigt, »bis zum Ende« gehen (vgl. Abb. 17), rückt, ja rüttelt das Video die Handlung wieder »zurecht« – der Dezenz des jugendfreien Videos geschuldet und der koreanischen Etikette.



Abb. 16:
Die U-Bahn-Prinzessin. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 02.14



Abb. 17:
»Coitus«. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 02.31

³⁴ Da alle Koreanerinnen schwarzbraunes Haar haben, ist das Haar der Auserwählten modisch gefärbt. Das koreanische »Fräuleinwunder« verdankt sich auch Schönheitsoperationen wie der Augenvergrößerung, die junge Frauen z.B. zum Abitur geschenkt bekommen. Die meisten (weiblichen) Stars und Sternchen, so auch die Tänzerin, haben diese Operation über sich ergehen lassen.

Dem Text zufolge muss die Idealfrau in der Öffentlichkeit Anstandsregeln einhalten, und wie Psy in seiner Oxforder Rede bekennt, hat das koreanische Publikum dem Künstler gegenüber durchaus »moral expectations«. Wie der Wunsch nach Reichtum (pars pro toto: Pferdesport) wird auch das erotische Verlangen in den Tanz verschoben; dem ›coitus interruptus‹³⁵ folgt wieder eine Tanzszene als Ersatz (vgl. Abb. 18). Man könnte auch sagen: Gier und Trieb werden im Tanz ›verstaut‹, und das erklärt auch die Wucht der Entladung, wenn sich dieser ›Stau‹ löst...



Abb. 18:
Tanz als ›Ersatz‹. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 02.36

2.2 Texthandlung

Die bildlich demonstrierte Handlungssequenz deckt sich, wie schon bemerkt, nur minimal mit der sprachlichen Abfolge; die Musik folgt ohnehin ihren eigenen Gesetzen. Genauer gesagt, im Text gibt es eigentlich gar keine ›narratio‹, sondern nur zwei aufeinander folgende ›descriptiones‹: Personenbeschreibungen. Dem sich entfaltenden »pursuit of happiness«³⁶ steht im gesprochenen Text von Anfang an das Wunschbild einer Partnerin gegenüber, ein Tugendkatalog, mehrfach unterbrochen durch Lockrufe wie: »Hey, sexy lady!« oder »Hey, du, ja, du!«, ersteres international verständliche, letzteres koreanische ›Anmache‹, die aber im Grunde jede Hörerin/Tänzerin auf sich beziehen kann. Auch das mehrfach wiederholte Kompliment »So schön, so liebenswert« ist zu erwähnen – »Ja, wer wär's nicht gern?« (BRECHT 1988a: 262). Es ist also das alte Lied in koreanischer Fassung, mit Friedrich Dürrenmatt (1955) zu sprechen: Koreaner sucht Koreanerin.³⁷ Der Held hat diesbezüglich nämlich sehr bestimmte, weil koreanische Vorstellungen, die er in zwei Strophen ausbreitet. Diese durchaus konventionellen Vorstellungen sind allerdings voll vom Gangnam-Prinzip infiltriert: Tagsüber soll *sie*, bitteschön, anständig ar-

³⁵ Lat. ›coitus interruptus‹ = wörtlich: ›unterbrochenes Zusammengehen‹.

³⁶ Der Ausdruck, der sich in der »United States Declaration of Independence« findet, geht vermutlich zurück auf John Locke (1974: I, 219). Hier wäre über den Grad der Amerikanisierung Südkoreas nachzudenken.

³⁷ Ich adaptiere hier nur den Titel von Dürrenmatts *Griechen sucht Griechin*.

beiten – in Gangnam etwa als Bürokräft, Go-go-Girl³⁸ oder was auch immer –, nachts aber soll ihr Herz »erglühen«:

[I]

Eine Frau, die tagsüber menschliche Wärme zeigt,
Eine Frau mit Klasse, die die Ruhe bei einer Tasse Kaffee zu schätzen weiß,
Eine Frau, deren Herz heiß wird, wenn die Nacht kommt,
Eine Frau, die sich zu verwandeln versteht.³⁹

[III]

Eine Frau, die ruhig aussieht, aber wenn sie spielt, richtig spielt,
Eine Frau, die ihre Haare löst, wenn der richtige Zeitpunkt kommt,
Eine Frau, die, obwohl sie anständig angezogen ist, schärfer aussieht als halbnackt,
So eine sensible Frau!⁴⁰

Erst in der Begegnung mit der rotblonden Schönheit in der U-Bahn holt die Handlung die bereits ausgesprochenen Desiderata wieder ein, kreuzt die Brautschau mit ihren erotischen und moralischen Postulaten die konkrete Erlebniskette des bis dato nicht gerade glücklichen Hans.⁴¹ Zweigeteilt zwischen Arbeitsethik und Sexualtrieb wie sein weibliches Ideal outet sich auch der Held selbst als »stilles Wasser«, das bekanntlich »tief« ist.

[II]

Ich bin ein Kerl,
Ein Kerl, der tagsüber so warm ist wie du,
Ein Kerl, der seinen Kaffee in einem Zug austrinkt, bevor er kalt wird,
Ein Kerl, dessen Herz platzt, wenn die Nacht kommt,
So ein Kerl bin ich.⁴²

³⁸ Natürlich arbeiten Go-go-Girls eher nachts, aber da sie an der U-Bahn-Haltestange zumindest semiprofessionell tanzt, muss *sie* eine entsprechende Vorbildung haben. Man sieht natürlich in der U-Bahn nicht, ob es draußen Tag oder Nacht ist.

³⁹ Strophe I und III reimen auf »jodja« = »Frau«.

⁴⁰ Dieses »sensibel«, ein englisches Fremdwort im Koreanischen, ist ein übersetzerischer Notbehelf; es meint weniger das Empfindsame als das Verständige: Jemand tut das Passende; aber auch ein hübsches passendes Geschenk ist (engl.) »sensible«.

⁴¹ Die Handlung ist nicht so streng komponiert wie im Märchen mit dem konsequenten Abstieg (Deszensus) des Helden (vgl. z.B. *Hans im Glück*), aber alles, was der Pseudoheld (Psy) tut, spielt nicht in der »obersten Liga«: Er hat kein Pferd, in der Sauna nickt er ein (und kuschelt sich in seinen Träumen versehentlich an seinen finster dreinschauenden Nachbarn), beim Tanz in der Tiefgarage kann er nicht mithalten, er besitzt kein Auto, sein Motorboot ist keine Luxusjacht, er trifft seine Traumfrau in der U-Bahn usw.

⁴² Strophen II und IV reimen auf »sanaŋ« = »Kerl« im Sinne von »männlichem Typ«; vgl. Anm. 46.

[IV]

Ich bin ein Kerl,
Ein Kerl, der ruhig scheint, aber richtig spielt, wenn er spielt,
Ein Kerl, der völlig verrückt wird, wenn der richtige Zeitpunkt kommt,

Ein Kerl, dessen Ideen markanter sind als seine Muskeln,⁴³
So ein Kerl bin ich.

Still werkelt der subalterne Held des Tags am koreanischen Bruttosozialprodukt, um dann nach Dienstschluss privatim zu explodieren; man kennt das Phänomen etwa aus ›Saturday Night Fever‹ (mit John Travolta, 1977, wenn sich die älteren Semester erinnern; die meisten *Gangnam Style*-TänzerInnen waren damals noch gar nicht geboren). Diese ›Verwandlung‹ (I, 4) von ›Tag‹ zu ›Nacht‹, von ›Kühl‹ zu ›Heiß‹, von ›Stress‹ zu ›Sex‹, das ist *Gangnam Style*. Frei nach Goethe (1988: 864) könnte man formulieren: *»Tages Arbeit, abends [...] Feste«. Die (koreanische) »sexy lady« vereint beide Komponenten, Anstand und Leidenschaft, in sich und switcht – alles zur rechten Zeit – von einem Code zum anderen. Das soll aber auch andernorts vorkommen.

Um seinen Minderwertigkeitskomplex zu kompensieren, den er in ein altes koreanisches Sprichwort kleidet: »Über dem ›rennenden‹ Mann ist immer noch ein ›fliegender‹ Mann«,⁴⁴ schlüpft er selber in die Rolle des ›Oppan‹, des besserwisserischen ›älteren Bruders‹, der weiß, wo's lang geht: der ›sich auskennt‹ – das ist die dritte Auslegung des »Oppan Gangnam Style«. Und in der Tat: Im Verhältnis zu den nachgerade minderjährig aussehenden Damen – Asiatinnen wirken für Europäer immer zehn Jahre jünger⁴⁵ – kann und darf sich der etwas korpulente 35-jährige Psy, der ja den Helden verkörpert, durchaus rechtens als ›Oppan‹ darstellen. Dessen Pakt mit Gangnam, dem *Gott der Stadt* (HEYM 1964: 192),⁴⁶ dient einerseits der Heroisierung des Helden, prägt dessen Imponiergehabe, erscheint aber zugleich als ideologische Unterwerfung – das Understatement ist so ehrlich wie gelogen:

⁴³ Das lautmalerische Wortspiel ›ultung bultung‹ kann nur annähernd wiedergegeben werden: Psys Ideen sind ›hervor-ragender‹ als seine Muskeln.

⁴⁴ Die Bedeutung dieses Bescheidenheitstopos ist vermutlich die: Ich gehöre zwar nicht zur obersten Klasse von Gangnams Society, aber ich weiß immerhin Bescheid, wobei hier ein ›glissement sémantique‹ zum Erotischen stattfindet: wenigstens da – worauf es jetzt ankommt – bin ich kompetent. Dabei klingt mit an, dass er dank *Gangnam Style* vom ›älteren Bruder‹ selbst zum ›Überflieger‹ (›fliegenden‹ Mann) wird. Die Aussage, mehr als Muskeln (zum ›Rennen‹), nämlich originelle Ideen (zum ›Fliegen‹) zu haben, bezieht Psy auch auf sich selber; er weiß, dass er nicht die Figur eines Sportlers oder Tänzers hat.

⁴⁵ Traditionsgemäß beginnt in Korea die Zählung des Lebensalters bei der Geburt ohnehin mit eins; man ist bei der Geburt in Korea ein Jahr alt; ist man also z.B. 27, so in ›Wirklichkeit‹ doch nur 26.

⁴⁶ Georg Heyms *Gott der Stadt* aus dem Jahr 1910 ist freilich viel dämonischer; zur ›participation mythique‹ vgl. LEVI-BRUHL 1951: 68ff.

[V]
»Über dem rennenden Mann ist der fliegende Mann.«
Baby, baby!
Ich bin ein Mann, der sich ein bisschen auskennt.
»Über dem rennenden Mann ist der fliegende Mann.«
Baby, baby!
Ich bin ein Mann, der sich ein bisschen auskennt.
You know what I'm saying?⁴⁷



Abb. 19:
Unschuld. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 03.08

Wie häufig in der Brautwerbung⁴⁸ ist der Kandidat ein Angeber, zumal die Beteuerungen seiner Kompetenz beim Tanz allmählich in die seiner Potenz hinüberspielen. Dank seiner obszönen Gestik (vgl. Abb. 19) ahnt man, was er meint, und soll sie, die die Unschuldige, Ahnungslose *spielt*,⁴⁹ ahnen, was er vorhat, wenn er sagt, er kenne sich da »ein bisschen« aus: »You know what I'm saying?« (V, 7).

Zu dieser rhetorischen Frage vergleiche man die Fahrstuhlszene (vgl. Abb. 20), deren eindeutige Sexsymbolik Psy anstandshalber an eine andere Figur delegiert hat. Das Bild bestätigt jedoch, dass es vor allem um Sex geht, wenn der Held »richtig« spielt. Die Filmhandlung (die die Umworbene freilich nicht kennt) straft den Helden zwar der Lüge, ironisiert ihn, aber diese Negativität wird in Musik und Tanz aufgehoben.

⁴⁷ Strophe V hat das Reimwort »nom« = »Mann«, aber etwas pejorativer als »sanaï«.

⁴⁸ Vgl. DINZELBACHER 1992: 112. »Brautwerbung« besitzt dank anthropologischer Konstanten zu allen Zeiten und in allen Kulturen ähnliche Strukturen: Mangel, Suche, Begegnung, Anrede (»Mein schönes Fräulein, darf ich [...]« [GOETHE 1986: S.609]), Schönheitspreis, Eigenlob, Paarungswunsch etc.

⁴⁹ Das bedeuten die vor der Brust zusammengeführten Zeigefinger. Junge Frauen finden diese Unschuldsbeteuerungen durchaus auch schon lächerlich, aber man macht es eben so.



Abb. 20:
Sexsymbolik. Screenshot *Gangnam Style*, Timecode 01.57

3. Gesamtkunstwerk

Was ich erzählerisch vorgeführt habe, ist die narrative ›Oberfläche‹ einer klassischen Strukturanalyse à la Roland Barthes (vgl. 1964: 214f.): Man nimmt den Text auseinander und setzt ihn wieder so zusammen, dass und damit man sieht, wie er ›funktioniert‹. Ich hoffe, diese Tiefenstruktur schon in meiner Erzählung vermittelt zu haben. Das Musikvideo ist jedoch ein »Gesamtkunstwerk« (vgl. SÖRING 1997), womit ich neben seiner Multimedialität und interaktiven Performanz auch meine, dass es seine Bauelemente poetisch frei, ›musikalisch‹, disponiert, nicht streng nach der Logik von Anfang und Ende oder Ursache und Wirkung. So klingt z.B. in einer Ouvertüre schon das Motiv an, das sich erst im Laufe der Opernhandlung voll entfaltet. Kein Werk ist dazu verpflichtet, das Geheimnis seiner ›Mache‹ zu enthüllen, sich zu *erklären*. »Bilde, Künstler! Rede nicht!«, fordert Goethe (1987a: 95). Daher *kann* die Erfolgsmusik schon beginnen, bevor überhaupt ihre ›inventio‹ im Pferdestall zu Seoul (und nicht bei Ochs und Esel zu Bethlehem – Psy ist ein Heilsbringer!) gezeigt wird, daher *kann* der Held von sich – als dem Supertypen – und seiner Traumfrau singen, während er noch ganz andere und gar nicht rühmliche Abenteuer besteht und ihr noch nicht einmal begegnet ist.

Der Interpret hat die Aufgabe, die ›Schaltungen‹ zu erkennen, wo die Paradigmata in den Handlungsverlauf, das Syntagma, einrasten und es voranbringen.⁵⁰ Paradigmata sind Wertkomplexe, hier z.B. die Tugenden einer Frau, die Fähigkeiten eines Mannes oder aber die ›Macht und Pracht‹ Gangnams. Wer an dieser Macht partizipiert, hat in Korea – konkret gesprochen – mehr Chancen auf dem Heiratsmarkt. Immer noch werden junge Frauen auf die besten Universitäten geschickt, nur um den erfolgversprechenden oder möglichst schon begüterten jungen Mann fürs Leben zu finden. Gemessen an dem ungemeinen Luxus Gangnams, ist unser Held samt seiner Braut nicht gerade ein Underdog – auch kein »Top Dog« (WIDMER 2010) –, sondern durchaus mittelmäßigen Charakters: Er stapelt etwas hoch, und sie ist nicht

⁵⁰ Vgl. JAKOBSON 1989: 94: »Die poetische Funktion projiziert das Prinzip der Äquivalenz von der Achse der Selektion auf die Achse der Kombination«.

gerade so gestylt, dass man ihr eine große Karriere prophezeien würde. Das ist schon mal rührend.

Allerdings gilt es zu bedenken, dass Psy selber mit *Gangnam Style* der Tigersprung gelungen ist. Siegesicher – »So ist die Jugend...« – feiert er sich in seinem unerwarteten Erfolgsschlager von Anfang an selbst. Er bildet die Spitze einer Pyramide von unzähligen koreanischen Sängern und Tänzern, Sängerinnen und Tänzerinnen, die die Marke »K-Pop« kreiert haben. Das koreanische Fernsehen ist sehr nahe an der Jugendkultur, was meinerseits nicht unbedingt als Kompliment gedacht ist. Der tanzende Junge in der Spielplatzszene z.B. ist in Korea bereits ein wohldressierter Star, »Little Psy«, Hwang Min-Woo mit Namen (vgl. Abb. 21).⁵¹



Abb. 21:

Little Psy »I'm good at anything!« Screenshot von <http://www.youtube.com/watch?v=8tEFsrc9FDM> [letzter Zugriff: 13.12.2013]

Während die Brüder und Schwestern in Nordkorea super gestylte Parademärsche oder je nach Bedarf Freudentänze oder Klagelieder aufführen (müssen/wollen/dürfen), exzelliert 50 km jenseits der Landesgrenze der K-Pop Südkoreas in der Unterhaltungskunst: im Gesang, vor allem aber auch in der Choreographie. Den lieben langen Tag und die Nacht hopsen unzählige Tanzgruppen mit größtem Elan über den Bildschirm, werden Musikwettbewerbe ausgefochten usw.

Was bemerkt das Publikum, was bemerken die Mitläufer (des Pferdegalopps) von all dem? Nicht viel, zumal wenn man des Koreanischen nicht mächtig ist. Man könnte hier eine reduktive Hermeneutik postulieren oder aber eine Hermeneutik der Universalismen. Beide Konzeptionen können das Argument entkräften, dass ich *Gangnam Style* überinterpretiere. Auch die schlichtesten Gemüter – hatte Dürrenmatt (vgl. 1955: 142) noch geschrieben: die Nutzer von »Leihbibliotheken« – verstehen dank der zahlreichen Wiederholungen, dass es hier ein bestimmendes Prinzip gibt, eine Pfeife, nach dem man tanzen soll, oder *man tanzt einfach* den *Gangnam Style*. Das Ritual reicht (vielen) schon – wie in der katholischen Kirche oder im Islam. Wie zu bemer-

⁵¹ <http://www.youtube.com/watch?v=8tEFsrc9FDM> [letzter Zugriff: 13.12.2013].

ken war, belege ich den Universalismus des Weltschlagers mit zahlreichen Zitaten, die in Psys urbaner ›Legende‹ allesamt den Heine-Vers (1968: 91) bestätigen: »Es ist eine alte Geschichte / Doch bleibt sie immer neu«. Auch die lustigen Figurenkonstellationen und schließlich die Verbindung von Psy und Partnerin in der Schlusszene sind allgemein verständlich.

Wozu da noch die vielen Zitationen und Anspielungen? Nicht zuletzt sollen und können sie ein Werk der Popkultur aufwerten! Kanon und Klischee sind nicht so weit auseinander. Das könnte mutmaßlichen Vertretern der Intelligenz und Hochkultur Berührungssängste nehmen. Auch kann es für Koreaner interessant sein, welche reiche Assoziationen ein koreanischer Exportschlager im deutsch-europäischen Weltbild auslöst – ›feed back‹. Umgekehrt gilt: Wer seine eigene Kultur hinreichend reflektiert und generalisiert, d.h. auf Oberbegriffe bringt, kann auch fremde Kulturen verstehen, die auf der entsprechenden Ebene – die zu finden wäre – vergleichbar sind (vgl. MATTHES 2003: 328). Das Fremde rückt so in die Kategorie des Anderen ein, wird zu einer Variante der Weltkultur.

Mitnichten muss Psy seine Komposition völlig durchdacht haben. *Gangnam Style* ist ein Glückstreffer, bei dem sich alles wundersamer Weise zu einem Ganzen rundet. Da der koreanische Pferde- oder Reitertanz jedoch in der Handlung verankert, in einer spezifischen Situation und Lokalität, Gangnam, begründet ist, dürfte seine Übertragung auf andere Themen bzw. seine Generalisierung zu einer Gattung, wie z.B. Walzer oder Rock 'n' Roll, schwer fallen. Das ist der Pferdefuß des Click Hits. *Gangnam Style* ist ein verheißungsvolles Unikat – alle Nachahmungen und Parodien bezeugen dies (und auch Psys neuer Hit *Gentlemen*), weil sie eben den ›genetischen Code‹ des *Gangnam Style* nicht erfassen, den Kairos seiner Erfindung verpassen.

Wie eingangs schon bemerkt, fehlen mir die Worte, um fachgerecht von der ohne Zweifel mitreißenden Musik zu sprechen, dem hämmernden Rhythmus usw. Bemerkenswert scheint mir indes, dass Psy eine eindrucksvolle Stimme hat, die dank der Tonalität des Koreanischen, anders als z.B. im Falle anderer asiatischer Sprachen, in der westlichen Hemisphäre gut zu rezipieren ist. Das »op, op, op« von ›Oppan‹ hat zwar nichts mit dem deutschen »Hoppe, hoppe Reiter« (einem sog. Knierreitvers) zu tun, rhythmisiert aber gleichwohl den Pferdegalopp und animiert zum regressiv-kindlich-unschuldigen Vergnügen des Mitmachens: »Infantiltraining« würde es Carl Einstein (vgl. KIEFER 1994: 480) nennen. ›Kindlichkeit‹ setzt sich seit dem Auftritt von Little Psy im Ross und Reiter-Spiel des Tanzes isotopisch fort. Während im Hip Hop meist einzeln getanzt wird, ist *Gangnam Style* ein Gruppentanz (mit möglichen Partnertanzeinlagen);⁵² d.h. er ermöglicht in der Interaktion mit dem Sänger ein Gemeinschaftserlebnis; daher auch die vielen Flashmobs und Großveranstaltungen. In seiner Oxforder Rede betonte Psy, dass er im Unterschied zur bisherigen Pop- oder Rockmusik das Motto »participation instead of exhibition« beherzigt habe. Der Refrain »Hey sexy lady« ist

⁵² Neben dem ›Pferdegrundschrift‹ gibt es Aerobic-Einlagen und was ich ein ›Umbalzen‹ der Partnerin nennen möchte, d.h. die Sidesteps aus der Hüfte.

international leicht mitzusingen, ein universaler Brunftschrei, den jeder junge Mann drauf hat, und welche Frau möchte heutzutage nicht ›sexy‹ und ›lady‹ sein?

Ist das Sexismus? Man müsste da den ›kleineren Bruder‹, Herrn Brüderle, fragen...⁵³ Durchweg wird das männliche Imponiergehabe lächerlich gemacht bis hin zu der (albernen) Szene, wo Psy, auf der Toilette sitzend, seine männlichen Qualitäten preist, aber die weiblichen Figuren bleiben gleichwohl Staffage, nachgeordnet. Dennoch ist die Eroberung der Frau das wichtigste, wenn auch nur vordergründige Ziel der männlichen Jugend, weil nämlich die hübsche U-Bahn-Prinzessin lediglich als Verzichtprämie dient, wenn das große Ganze, der Mythos, das ›Königreich‹ – ›Gangnam‹ – nicht erreicht wird –, so wie sich auch Marilyn Monroe alias Sugar in *Some Like It Hot* am Ende damit abfindet, dass es nicht Shell-Junior, sondern wieder nur ein Trompeter ist. Nur wenigen gelingt der Aufstieg (Aszensus) auf den Olymp – Psy selber hat es geschafft. Der Rest singt, schreit und tanzt sich die unterbewusste Frustration vom Leibe und vergisst, dass vor dem Lokal (oder in der Tiefgarage) eben nicht ein rotes Mercedes-Cabrio parkt – oder gar ein Porsche.⁵⁴ – Und wenn sie nicht gestorben sind, dann hopsen sie morgen noch.

Literatur

- ANONYM (SZ): Mädchentheorie (zu Slavoj Žižek). 16.01.2013. In: *Süddeutsche Zeitung*, 13, 2013a, S. 11
- ANONYM (SZ): Dieter Zetsche... 17.01.2013. In: *Süddeutsche Zeitung*, 14, 2013b, S. 10
- ANZ, THOMAS; HEINRICH KAULEN (Hrsg.): *Literatur als Spiel. Evolutionsbiologische, ästhetische und pädagogische Konzepte*. Berlin [De Gruyter] 2009
- BARTHES, ROLAND: L'activité structuraliste. In: BARTHES, ROLAND (Hrsg.): *Essais critiques*. Paris [Seuil] 1964, S. 213-220

⁵³ Deutsche Politiker der Gegenwart stolpern häufig über zwei Dummheiten: Sie plagieren bei ihrer Doktorarbeit (Karl-Theodor zu Guttenberg, Annette Schavan u.a.) oder sie leisten sich einen Sexismus, wie z.B. der FDP-Politiker Rainer Brüderle, der nach einem Glas Wein (oder mehr) nicht übersehen konnte, dass die ihn interviewende *Stern*-Reporterin, Laura Himmelreich, ein Dirndl ›gut ausfüllen‹ könne (man beachte: der weibliche Dresscode des *Stern* ist geradewegs ›diminutiv‹ zu nennen), vgl. <http://www.stern.de/politik/deutschland/stern-portraet-ueber-rainer-bruederle-der-herrenwitz-1964668.html> [letzter Zugriff: 28.04.2013]. Das (schwäbische) Diminutivum von ›Bruder‹, ›Brüderle‹, also ›kleiner Bruder‹, wird allerdings im Koreanischen nicht lexikalisiert; der jüngere Bruder wird einfach mit Vornamen gerufen, hier: ›Rainer‹. Ich selber könnte aber zu dem (im Verhältnis zu mir) etwas älteren Brüderle rechtens ›Oppan‹ sagen, was dann freilich wie ›Hey Alder‹ klänge.

⁵⁴ Dass es sich im Video um einen SLK handelt, ist signifikativ. Die jungen aufstrebenden Leute in Gangnam denken über SLK oder Audi TT kaum hinaus. Ein Porsche 911 wäre mehr als doppelt so teuer. Er wäre die Königskutsche des Märchens; vgl. aber KIEFER 2011: 240.

- BRECHT, BERTOLT: Die Dreigroschenoper (Nach John Gays ›The Beggar's Opera‹). In: BRECHT, BERTOLD: *Werke. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe*. Herausgegeben von Werner Hecht. Bd. 2: Stücke 2. Berlin [Suhrkamp] 1988a, S. 229-322
- BRECHT, BERTOLT: Mahagonny, Songspiel. In: BRECHT, BERTOLD: *Werke. Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe*. Herausgegeben von Werner Hecht. Bd. 2: Stücke 2. Berlin [Suhrkamp] 1988b, S. 323-392
- BRÜDER GRIMM: Der gestiefelte Kater. In: RÖLLECKE, HEINZ (Hrsg.): *Kinder- und Hausmärchen. Ausgabe letzter Hand*. Mit einem Anhang sämtlicher, nicht in allen Auflagen veröffentlichten Märchen. Stuttgart [Reclam] 2009a, S. 819-824
- BRÜDER GRIMM: Hans im Glück. In: RÖLLECKE, HEINZ (Hrsg.): *Kinder- und Hausmärchen. Ausgabe letzter Hand*. Mit einem Anhang sämtlicher, nicht in allen Auflagen veröffentlichten Märchen. Stuttgart [Reclam] 2009b, S. 388-393
- DINZELBACHER, PETER (Hrsg.): *Sachwörterbuch der Mediävistik*. Stuttgart [Kröner] 1992
- DÜRRENMATT, FRIEDRICH: *Griechen sucht Griechin. Eine Prosa Komödie*. Frankfurt/M. [Ullstein] 1955
- GOETHE, JOHANN WOLFGANG: Faust. Eine Tragödie. In: GOETHE, JOHANN WOLFGANG: *Sämtliche Werke nach Epochen seines Schaffens*. Münchner Ausgabe. Herausgegeben von Karl Richter, Herbert G. Göpfert, Norbert Miller und Gerhard Sauder. Bd. 6,1: Weimarer Klassik 1798-1806. München [Hanser] 1986, S. 535-673
- GOETHE, JOHANN WOLFGANG: Bilde, Künstler... In: GOETHE, JOHANN WOLFGANG: *Sämtliche Werke nach Epochen seines Schaffens*. Münchner Ausgabe. Herausgegeben von Karl Richter, Herbert G. Göpfert, Norbert Miller und Gerhard Sauder. Bd. 9: Epoche der Wahlverwandtschaften. München [Hanser] 1987a, S. 95
- GOETHE, JOHANN WOLFGANG: Die Leiden des jungen Werthers. In: GOETHE, JOHANN WOLFGANG: *Sämtliche Werke nach Epochen seines Schaffens*. Münchner Ausgabe. Herausgegeben von Karl Richter, Herbert G. Göpfert, Norbert Miller und Gerhard Sauder. Bd. 1,2: Der junge Goethe 1757-1775. München [Hanser] 1987b, S. 197-299
- GOETHE, JOHANN WOLFGANG: Der Schatzgräber. In: GOETHE, JOHANN WOLFGANG: *Sämtliche Werke nach Epochen seines Schaffens*. Münchner Ausgabe. Herausgegeben von Karl Richter, Herbert G. Göpfert, Norbert Miller und Gerhard Sauder. Bd. 4,1: Wirkungen der Französischen Revolution 1791-1797. München [Hanser] 1988, S. 864
- HAARMANN, HARALD: *Universalgeschichte der Schrift*. Frankfurt/M. [Tolkemitt bei Zweitausendeins] 1990
- HEINE, HEINRICH: Ein Jüngling liebt... (Buch der Lieder XXXIX). In: HEINE, HEINRICH: *Sämtliche Schriften*. Herausgegeben von Klaus Briegleb. Bd. 1. München [Hanser] 1968, S. 90-91

- HESS-LÜTTICH, ERNEST W.B.: Spatial turn. Zum Raumkonzept in Kulturgeographie und Literaturtheorie. In: *Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache. Intercultural German Studies*, 35, 2009, S. 114-128
- HESS-LÜTTICH, ERNEST W.B.; NILÜFER KURUYAZICI; ŞEYDA OZIL; MAHMUT KARAKUS (Hrsg.): *Metropolen als Ort der Begegnung und Isolation. Interkulturelle Perspektiven auf den urbanen Raum als Sujet in Literatur und Film*. Frankfurt/M. [Lang] 2011
- HEYM, GEORG: Gott der Stadt. In: HEYM, GEORG: *Dichtungen und Schriften. Gesamtausgabe*. Herausgegeben von Karl L. Schneider. Bd. 1. München [Beck] 1964, S. 192
- HICKETHIER, KNUT: *Film- und Fernsehanalyse*. 3., überarbeitete Auflage. Stuttgart [Metzler] 2001
- JAKOBSON, ROMAN: Linguistik und Poetik. In: HOLENSTEIN, ELMAR; TARCISIUS SCHELBERT (Hrsg.): *Ausgewählte Aufsätze 1921-1971*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1989, S. 83-121
- JEAN PAUL: Die unsichtbare Loge. In: JEAN PAUL: *Werke*. Herausgegeben von Norbert Miller. Bd. 1,1. München [Hanser] 1960, S. 7-469
- KELLER, RUDI: *Zeichentheorie. Zu einer Theorie semiotischen Wissens*. Tübingen [Francke] 1995
- KIEFER, KLAUS H.: *Wiedergeburt und Neues Leben. Aspekte des Strukturwandels in Goethes Italienischer Reise*. Bonn [Bouvier] 1978
- KIEFER, KLAUS H.: *Diskurswandel im Werk Carl Einsteins. Ein Beitrag zur Theorie und Geschichte der europäischen Avantgarde*. Tübingen [Niemeyer] 1994
- KIEFER, KLAUS H.: Werbung und Bildung. Beispiel ›Porsche Carrera‹. In: KIEFER, KLAUS H. (Hrsg.): *Die Lust der Interpretation. Praxisbeispiele von der Antike bis zur Gegenwart*. Baltmannsweiler [Schneider Hohengehren] 2011, S. 227-281
- KIEFER, KLAUS H.: ›Le Corancan‹. Sprechende Beine. In: *IMAGE*, 16, 2012, S. 92-113
- KUHN, HUGO: Tristan, Nibelungenlied, Artusstruktur. In: *Bayerische Akademie der Wissenschaften. Philosophisch-Historische Klasse. Sitzungsberichte*, 5, 1973, 39 S.
- LEVY-BRUHL, LUCIEN: *Les fonctions mentales dans les sociétés inférieures*. 9. Auflage. Paris [PUF] 1951
- LOCKE, JOHN: *An Essay Concerning Human Understanding*. 2 Bde. Herausgegeben von J. W. Yolton. London [Dent] 1974
- MATTHES, JOACHIM: Vergleichen. In: WIERLACHER, ALOIS; ANDREA BOGNER (Hrsg.): *Handbuch interkulturelle Germanistik*. Stuttgart [Metzler] 2003, S. 326-330
- NIETZSCHE, FRIEDRICH: Also sprach Zarathustra. Ein Buch für Alle und Keinen. In: NIETZSCHE, FRIEDRICH: *Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe in 15 Bänden*. Herausgegeben von Giorgio Colli und Mazzino Montinari. Bd. 4. Berlin [De Gruyter] 1980a

- NIETZSCHE, FRIEDRICH: Die fröhliche Wissenschaft. In: NIETZSCHE, FRIEDRICH: *Sämtliche Werke. Kritische Studienausgabe in 15 Bänden*. Herausgegeben von Giorgio Colli und Mazzino Montinari. Bd. 3. Berlin [De Gruyter] 1980b, S. 343-651
- NÖTH, WINFRIED: *Handbuch der Semiotik*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart [Metzler] 2000
- ORWELL, GEORG: *Nineteen Eighty-Four. A Novel*. Harmondsworth [Penguin] 1979
- PROPP, VLADIMIR: *Morphologie des Märchens*. Übersetzt von Christel Wendt. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1975
- SACHS-HOMBACH, KLAUS; RAINER TOTZKE (Hrsg.): *Bilder – Sehen – Denken. Zum Verhältnis von begrifflich-philosophischen und empirisch-psychologischen Ansätzen in der bildwissenschaftlichen Forschung*. Köln [Halem] 2011
- SALOMO FRIEDLAENDER/MYNONA: 'ne Jungfrau ist ein süßes Stückchen Fleisch... In: GEERKEN, HARTMUT (Hrsg.): *Dich süße Sau nenn ich die Pest von Schmargendorf. Eine Anthologie erotischer Gedichte des Expressionismus, geordnet nach Positionen, Situationen, Körperteilen, Organen und Persionen*. München [Renner] 1985, S. 121
- SÖRING, JÜRGEN: Gesamtkunstwerk. In: FRICKE, HARALD; KLAUS GRUBMÜLLER; JAN-DIRK MÜLLER; KLAUS WEIMAR (Hrsg.): *Reallexikon der deutschen Literaturwissenschaft*. Bd. 1. Berlin [De Gruyter] 1997, S. 710-712
- WALTHER VON DER VOGELWEIDE: Vrô Welt, ir sult dem wirte sagen... In: WALTHER VON DER VOGELWEIDE: *Gedichte*. Mittelhochdeutscher Text und Übertragung. Herausgegeben, ausgewählt, übersetzt und kommentiert von Peter Wapnewski. 7., überarbeitete Auflage. Frankfurt/M. [Fischer] 1971, S. 102
- WIDMER, URS: *Top Dogs*. 17. Auflage. Frankfurt/M [Verlag der Autoren] 2010

Psy: Gangnam Style

오빠 강남스타일
Oppan Gangnam Style!
강남스타일
Gangnam Style!

[I]
낮에는 따사로운 인간적인 여자
Eine Frau, die tagsüber menschliche Wärme zeigt,
커피 한잔의 여유를 아는 품격 있는 여자
Eine Frau mit Klasse, die die Ruhe bei einer Tasse Kaffee zu schätzen weiß,
밤이 오면 심장이 뜨거워지는 여자
Eine Frau, deren Herz heiß wird, wenn die Nacht kommt,

그런 반전 있는 여자
Eine Frau, die sich zu verwandeln versteht.

[II]

나는 사나이
Ich bin ein Kerl,
낮에는 너만큼 따사로운 그런 사나이
Ein Kerl, der tagsüber so warm ist wie du,
커피 식기도 전에 원샷 때리는 사나이
Ein Kerl, der seinen Kaffee in einem Zug austrinkt, bevor er kalt wird,
밤이 오면 심장이 터져버리는 사나이
Ein Kerl, dessen Herz platzt, wenn die Nacht kommt,
그런 사나이
So ein Kerl bin ich.
아름다워 사랑스러워
So schön, so lieb!
그래 너 hey 그래 바로 너
hey Ja du, hey, ja genau du, hey!
아름다워 사랑스러워
So schön, so lieb!
그래 너 hey 그래 바로 너 hey
Ja du, hey, ja genau du, hey!
지금부터 갈 때까지 가볼까
Lass uns bis zum Ende gehen!
오빤 강남스타일
Oppan Gangnam Style!
읍읍읍읍읍 오빤강남스타일
Op op op op op Oppan Gangnam Style!
강남스타일
Gangnam Style!
읍읍읍읍읍 오빤강남스타일
Op op op op op Oppan Gangnam Style!
Eh- Sexy Lady!
오오오오 오빤 강남스타일
Oh oh oh oh oh Oppan Gangnam Style!
Eh- Sexy Lady!
오오오오
Oh oh oh oh!

[III]

정숙해 보이지만 놀 땐 노는 여자
Eine Frau, die ruhig aussieht, aber wenn sie spielt, richtig spielt,
이때다 싶으면 묶었던 머리 푸는 여자
Eine Frau, die ihre Haare löst, wenn der richtige Zeitpunkt kommt,

가렸지만 웬만한 노출보다 야한 여자
Eine Frau, die, obwohl sie anständig angezogen ist, schärfer aussieht als halb-
nackt,
그런 감각적인 여자
So eine sensible Frau!

[IV]
나는 사나이
Ich bin ein Kerl,
점잖아 보이지만 놀 땐 노는 사나이
Ein Kerl, der ruhig scheint, aber richtig spielt, wenn er spielt,
때가 되면 완전 미쳐버리는 사나이
Ein Kerl, der völlig verrückt wird, wenn der richtige Zeitpunkt kommt,
근육보다 사상이 울퉁불퉁한 사나이
Ein Kerl, dessen Ideen markanter sind als seine Muskeln,
그런 사나이
So ein Kerl bin ich.
아름다워 사랑스러워
So schön, so lieb!
그래 너 hey 그래 바로 너 hey
Ja du, hey, ja genau du, hey!
아름다워 사랑스러워
So schön, so lieb!
그래 너 hey 그래 바로 너 hey
Ja du, hey, ja genau du, hey!
지금부터 갈 데까지 가볼까
Lass uns bis zum Ende gehen!
강남 스타일
Oppan Gangnam Style!
강남 스타일
Gangnam Style!
윽윽윽윽윽 오빤강남스타일
Op op op op op Oppan Gangnam Style!
강남 스타일
Gangnam Style!
윽윽윽윽윽 오빤강남스타일
Op op op op op Oppan Gangnam Style!
Eh- Sexy Lady!
오오오오 오빤 강남스타일
Oh oh oh oh Oppan Gangnam Style!
Eh- Sexy Lady!
오오오오
Oh oh oh oh!
Eh-

[V]

뛰는 놈 그 위에 나는 놈

»Über dem rennenden Mann ist der fliegende Mann.«

Baby, baby!

나는 뭘 좀 아는 놈

Ich bin ein Mann, der sich ein bisschen auskennt.

뛰는 놈 그 위에 나는 놈

»Über dem rennenden Mann ist der fliegende Mann.«

Baby, baby!

나는 뭘 좀 아는 놈

Ich bin ein Mann, der sich ein bisschen auskennt.

You know what I'm saying?

오빠 강남스타일

Oppan Gangnam Style!

Eh- Sexy Lady!

윽윽윽윽윽 오빠강남스타일

Op op op op op Oppan Gangnam Style!

오빠 강남스타일

Oppan Gangnam Style!

Eh- Sexy Lady!

윽윽윽윽윽 오빠강남스타일

Op op op op op Oppan Gangnam Style!

Eh-

오빠 강남스타일

Oppan Gangnam Style!

Evangelos Kourdis/
Evripides Zantides

Graphism and Intersemiotic Translation. An Old Idea or a New Trend in Advertising?

Abstract

When visualizing verbal language, graphic design plays a prominent role as a major component for intersemiotic translation. To examine the relationship between verbal and non-verbal semiotic systems, the present research sets up a pilot study on three advertisements that use verbal language as part of their iconic messages, that is images made out of typographic elements, and examines how viewers respond to this form of visual information. Additionally it investigates, with the use of eye-tracking, where viewers look and compares scientific results of ›areas of interests‹ with the respondents' answers. It is suggested that even though these advertisements are classified as having a dominant iconic element made out of letterforms, the linguistic semiotic system seems to attract more the consumers' attention. This provides a platform for future research as altering the existing graphic design parameters of the advertisements examined would probably provide different results.

1. Intersemiotic Translation. Language Remains Necessary

Halfway through the previous century, the distinguished linguist and semiotician Roman Jakobson introduced the term *intersemiotic translation*, and the term *transmutation* as its synonym, defining it as »the interpretation of verbal

signs by means of signs of non-verbal systems« (JAKOBSON 2001: 139). Since then, many things have changed as regards the way this term is approached. Although a number of researchers have agreed with the observation made by Eco (2001: 67), that » [Jakobson] does not deal with other cases of transmutation between systems other than verbal languages«, just as many researchers strongly support that intersemiotic translation should not necessarily include verbal semiotic systems. The latter view seems to be winning over more and more researchers who study intersemiotic translation as a communication practice and foresee that its broad scope can result in significant communication benefits. Pym (2010: 108) observes that »Jakobson, rather like Eco, recognizes translation as operating in a very wide sense [...] (but) theories of semiosis are not always as revolutionary as they might appear«.

It seems that a kind of intersemiotic translation that relies solely on non-verbal systems is not really adopted as an advertising strategy. This is because advertisers often take care to include a verbal message (advertising slogan) in their advertisements, in an effort to overcome the ambiguity of the visual semiotic system in which they invested most in the wake of the technological revolution: that of the image. It may be that, as Mitchell (1986: 43) states, »the history of culture is in part the story of a protracted struggle for dominance between pictorial and linguistic signs, each claiming for itself certain proprietary rights on a ›nature‹ to which only it has access«. What seems to be interesting in advertising design is to investigate verbal and non-verbal semiotic systems from the perspective of graphic communication, which is looking at how graphic design parameters such as typefaces, grid, placement, font size etc. might influence eye navigation and consequently perception and interpretation. As Guidère (2000: 28) also states, »the linguistic signs of advertising texts are directly dependent on the iconic signs of the image«.

Looking at visual culture over the last two decades, there has been a trend for advertisers to increasingly invest in secondary semiotic systems that are iconic, such as colour and graphics. Semiotic researchers such as Roland Barthes (1964) and Groupe µ (1992) focused on the autonomy of these semiotic systems from very early on. In this paper we will study advertisements in which intersemiotic translation is achieved between the semiotic system of language and that of graphics.

2. Intersemiotic Translation and Advertising

It is true that monosemiotic texts are hard to find today. Advertising in particular has always drawn the interest of researchers who wanted to study the communicative dimension and success of combining different semiotic systems. This synergy, which researchers such as Kress and van Leeuwen (2001: 1–4) called *multimodality*, can undoubtedly be connected with intersemiosis, since different semiotic systems can convey the same message, especially when a message needs to be emphasized. Naturally, multimodality has been

profoundly connected with multimedia. However, as Torresi (2009: 8) states: »multimodality is achieved within each advertising text, even in the case of texts that are traditionally excluded from the definition of ›multimedia‹, such as print advertisements«. Multimodality focuses on the coexistence of different semiotic systems, whereas intersemiotic translation focuses on the same message being redundantly conveyed using different semiotic systems. Ira Torresi remarks about this phenomenon that:

In the case of print ads, advertisers [...] usually build up rich and highly structured multimodal frameworks, where redundancy plays an important part as it not only reiterates the message across time and space [...] but also ensures that the message gets through to the reader by simultaneously repeating it, or scattering its components, across several co-occurring sensory channels and modes of expression. (TORRESI 2008: 66)

Advertisers therefore do not merely use many different semiotic systems, but in fact repeat a message, usually the main verbal message or advertising slogan, using different semiotic systems.

3. Graphism and Advertising

When visualizing verbal language, graphic design draws and brings together knowledge from relevant, as well as appropriate, theoretical, historical and practical design references, in order to produce an effective visual outcome. When assigning visual iconicity to spoken language, it is not only the linguistic aspect of the advertising concept that matters, but also the way it is implemented. Walker (2001: 172) remarks that »the graphic presentation of written language can have a considerable effect on how it is read, interpreted and understood by readers, and it is important that designers and writers find out what kinds of graphic presentation may help readers to get the message.«

Whether for print or screen applications, all required graphic elements of an advertisement should be carefully defined and placed in the right hierarchical order and aesthetics. According to Goddard (1998: 6) »the root of the word ›advertisement‹ is the Latin verb ›advertere‹, meaning ›to turn towards‹. We believe that graphic design contributes greatly to this task, i.e., of making a specific target audience ›turn towards‹ something«. Typically, in an advertisement, what needs to be done first is to catch the viewers' attention and offer them a fascinating reading experience. As regards the starting point from which a page or screen is read, Carter et al. (2007: 62) mention that, when establishing a visual hierarchy from the most prominent to the least prominent element, »a designer carefully considers the relative importance of each element in the message, the nature of the reader, the environment in which the communication will be read, and the need to create a cohesive arrangement of forms within the typographic space«. Gestalt theory and design theory provide ways to achieve these arrangements of graphic elements, for example through similarity, contrast or location. As Moore and Fitz state,

Gestalt psychology principles of figure-ground segregation, symmetry, closure, proximity, good continuation, and similarity provide a simple yet powerful analytic vocabulary for discussing page layout and graphics. The six principles apply readily to typography, white space, data tables and maps, the relation between graphics and text, and other facets of textual design. (MOORE/FITZ 1993: 389)

Behrens also refers to these principles as one of the reasons that also artists embraced gestalt theory »is that it provided, in their minds, scientific validation of age-old principles of composition and page layout« (BEHRENS 1998: 301).

Graphic design in the context of advertising plays a major role. It constructs and visualizes a mental idea, a concept that needs to successfully reach its audience. There are unlimited combinations of graphic elements and any variation in the image, type, and space of an advertisement would lead to a different visual outcome and, in turn, to a different interpretation. Usually the major constituents of a typical advertisement are: headline, caption/sub-heading, illustration/photograph/image, body copy, logo/symbol/namestyle, slogan, and name/address/website. In an advertisement, the semiology, placement, and design of these components—apart from their conceptual identification—are deeply rooted in the culture they are built for, not only linguistically and independently, but also in synergy with each other. They have mutual references and support, and explain each other through a visual dialogue. Depending on the intended effect and the target audience of the advertisement, the selection of typefaces and styles for headlines, sub-headings or body copy is essential.

Typography has a multimodal nature of its own, adding connotative meanings to the verbal text that is being visualized. Van Leeuwen (2006: 154) suggests that »typography can be seen as a semiotic mode, systematic, multimodal and able to realize not just textual, but also ideational and interpersonal meaning«. For example, because of the differences in its design, historic and use references, a headline in upper-case Times New Roman has a different semiotic aspect than the same headline in upper-case VERDANA of the same size, colour, kerning and weight. While the first one was based on Old Style fonts and designed under the supervision of Stanley Morison in the early 1930s for newspaper use, the second one is a humanist sans-serif typeface designed by Matthew Carter in the mid 1990s for maximising legibility of text on screen. While the first one carries the prestige, seriousness, and tranquillity of reading in print, the second one has clarity, simplification, and popularity for screen based work/web design. At the same time, when constructing images for an advertisement, the set-up of a photograph is a study on its own, where many semiotic features take place. Kress and van Leeuwen (cf. 2006) refer to linguistic messages that are influenced by visual characteristics, and assign semiotic values to colour, horizontal and vertical composition, photographic angle, perspective, close-ups, framing, salience, and the position of images in relation to text.

In general, an advertisement needs to attract attention and convince. It is important that all graphic elements promote a strong concept, the macro- and micro-semiotics and design principles that apply each time taking into consideration the nature of the advertising brief, the suggested design solution, the target audience, and the expected outcomes.



Fig. 1:
Advertisement of the mobile telecommunications company Cosmote

4. When Words Create Images

We will be studying three advertisements that appear during 2011 in Greek newspapers and magazines, simultaneously circulating in Greece and Cyprus, and have a particular feature: the advertisers have used the verbal message primarily as an iconic system. The iconic dimension of the semiotic system of language has been noted by many linguists and semioticians. Petrilli (2007:

324) remarks that »if verbal language itself is a conventional system, its method is mainly iconic«. Torresi, too, says that

no text can be said to be exclusively verbal: even words printed on paper or viewed on a computer screen have a visual dimension (the layout) and a tactile one (the paper, or the pressure of the fingers on the keyboard). (TORRESI 2008: 71)

The first advertisement (see fig. 1) is a composition prepared by the mobile telecommunications company Cosmote. The advertisement's verbal messages are divided into two categories: a) the messages written in green and white that are inside the green box, which is in turn penetrated by another box in which the company's name is dominant. These verbal messages are at the bottom of the advertisement and stand out visually from the rest of the composition because of the coloured boxes in which they have been placed; and b) the main advertising message¹ »επειδή και στις γιορτές θέλεις να μιλάς ασταμάτητα από το εξωτερικό ...« (meaning »because you want to phone all the time from abroad even during the festive season«), which is found in the top, left-hand part of the advertisement. This message has not been placed in a box and is in total harmony, chromatically speaking, with the advertisement's iconic message.

What makes this advertisement peculiar is the fact that the iconic message is constructed with the help of the semiotic system of language. This practice is not unfamiliar, particularly where the depiction of the Eiffel Tower is concerned, given that in Guillaume Apollinaire's² *Calligrammes* (1913) in the early 20th century, one of his poems was written in the form of the Eiffel Tower.³ In the Cosmote advertisement, the Christmas trees, moon and Eiffel Tower are formed using verbal messages that are semantically related to the advertisement's theme, namely that »when travelling abroad during the festive season, you can rely on Cosmote«. Furthermore, parts of the main verbal message are intersemiotically translated by means of the iconic message. Thus, the utterance »γιορτές« (meaning the »festive season«) is intersemiotically translated by the Christmas trees and the utterance »εξωτερικό« (meaning »abroad«) by the Eiffel Tower. Note that in these intersemiotic translations—where verbal signs are translated by iconic signs, which are, in turn, formed using verbal signs—there is also the rhetoric device of metonymy, since the concept of »festive season« is not only represented by Christmas trees in daily practice and the concept »abroad« is not only identified with the Eiffel Tower (which in turn is a metonymy for Paris) and, by extension, France. Another innovative aspect of this advertisement is that the verbal messages that make up the iconic message seem to be text messages that one would normally send friends or relatives during the holidays, such as »Hi! Guess where I'm calling from? I'm at the Eiffel Tower«, and so on.

¹ We should point out here that we do not examine all the verbal messages in our study of the three advertising compositions; instead, we focus on the main advertising message, or slogan, which, together with the graphics, forms part of the intersemiotic translation.

² Cf. http://en.wikipedia.org/wiki/Guillaume_Apollinaire [accessed June 5, 2013].

³ Cf. http://en.wikipedia.org/wiki/Eiffel_Tower [accessed June 5, 2013].



Fig. 2:
Advertisement of the Nestlé Company

Moreover, one might claim that the pictorial composition, which is made up of verbal messages and takes up 3/5 of the advertisement, also denotes a famous tourist attraction in Paris, the lit-up Eiffel Tower. We do not think that night-time, which is indicated in the advert by the moon, was a random choice, since it is at night that one can enjoy Christmas trees and the Eiffel Tower all lit up. In other words, even though it is formed using the semiotic system of language, the advertising composition also functions intertextually⁴ and intericonically, reminding the consumer of a known or familiar image. As Petrilli (2010: 245) notes, »the problem of iconicity has attracted attention largely because of its suggestive power, its power of evocation«.

The second advertising composition (see fig. 2) that we examine is from Nestlé and advertises the wholewheat cereal brand Fitness. Even

⁴ »Intertextuality« is a key term in semiotic studies, a practice favoured by advertisers, since »the notion of intertextuality refers to close relationships of content and/or form between texts. No text stands on its own. It is always linked to other texts« (MARTIN/RINGHAM 2006: 108).

though this is not specified in the advertisement, the product mainly targets women, judging from the female shape shown on the product's box and in the advertisement's iconic message. The main verbal message is *»τώρα όλα τα φερμουάρ κλείνουν εύκολα«* (meaning *»now all zips go up easily«*). The utterances that are intersemiotically translated in this advertising message are ›zips‹ and ›go up‹. The first utterance, ›zip‹ is intersemiotically translated by the slider and two rows of teeth, which are, in turn, formed using verbal messages consisting of the months of the year. Once again, the verbal message produces an iconic result which implies that the more months one eats this cereal product, the slimmer they will be and, hence, the more easily the zip of their (tight-fitting) clothing will go up. We can claim that the utterance ›go up‹ is intersemiotically translated, since the zip's slider has fastened most of the teeth and is almost all the way up.

Iconicity is more evident in this advertisement since the majority of the composition is taken up by a photographic message. The verbal-iconic aspect is confined inside the photographic message and, furthermore, only to the zip's teeth. It is interesting to note that, although Roland Barthes (1961: 127–128) believed that photographs and texts are two co-operative structures whose units are heterogeneous and can therefore not be mixed, we see that the opposite applies here: that graphics make it possible for two heterogeneous units to mix and to produce a single result.

The third advertising composition (see fig. 3), a print advertisement of the Greek National Tourism Organisation, presents another peculiarity. The advertisement's main verbal message, *»ευχαριστούμε«* (meaning *»thank you«*), is formed using other verbal messages: the names of all the volunteers who have participated in the Advertising Self-Regulation Council's committees since 1/1/2010, as we are informed in the additional verbal messages at the bottom right-hand area of the advertisement. Thus, in what appears a rather unusual choice, verbal messages produce an iconic result that is another verbal message—in fact, the main verbal message in the advertisement. The advertisers' choice reminds us of Petrilli's (2010: 245) observation that *»the iconic dimension of signs is present in verbal language not only at the level of sound (use of onomatopoeia) and lexicon (where the icon effect is only virtual), but even more significantly at the syntactical level«*. It is true that we would not be able to decode this verbal message if we did not read it from top to bottom, from left to right, and if the word *»ευχαριστούμε«* was not divided into syllables in line with Greek grammatical rules (EY-XA-PI-ΣΤΟΥ-ME). This message has been placed on the left-hand side of the advertisement, iconically covering only the part of the photograph that depicts land, whose darker colour makes it an ideal background for bringing out this unusually designed message. The message can be read in two ways: there is the external reading of the expression ›thank you‹ and the internal reading of a list of names.

The advertisement features a scenic background of a beach with waves crashing onto the shore. Overlaid on the left and center is a large, dense list of names in Greek, arranged in several columns. The names appear to be a list of donors or sponsors. At the bottom right, there is a text box with the following content:

ένα μεγάλο ευχαριστώ
για την εθελοντική συμμετοχή σας
και την αυθόρμητη προσφορά σας
στης Επιτροπής του Συμβουλίου
Ελέγχου Επικοινωνίας στο 1/1/2010
και τις θερμότερες ευχές μας
για ένα άρσερό καλοκαίρι.

ΣΕΕ

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Το Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας είναι μη κερδοσκοπική εταιρεία που ασκεί τη δράση της με σκοπό
εθελοντικά προκειμένου να εφορμάκεται η προώθηση των διατάξεων του Ελληνικού Κώδικα Δ. Συμβουλίου Επικοινωνίας (Ε.Κ.Ε.Ε.)
Εταίρος: μέλος του ΣΕΕ είναι οι φορείς των Διακριθέντων και των Διακριζόμενων εταιρειών καθώς και άλλων των Μέσων Μαζικής
Επικοινωνίας.

Αστυερναίου 2, Μαρούσι, 151 25, Τηλέφωνο: 210 6996331-332 email: info@see.gr

Fig. 3:
 Advertisement of the Greek National Tourism Organisation

We must emphasize that the third advertisement is characterized by a singular form of intersemiotic translation. The use of graphics had turned the main verbal message into an iconic product; in other words, the two semiotic sys-

tems coexist, but produce an interpretation. The verbal message is, in essence, a type of self-translation.

5. An Exploration of Consumers' Perspective

In the framework of our survey we also examined the viewers' responses through an exploration that was not aimed at giving solid results, but to examine preliminary responses. To conduct this pilot study, we selected a sample of forty Cypriot respondents, eleven men and twenty-nine women, and showed them the three advertisements we had chosen. We then asked them a number of questions in a questionnaire, which included open-ended, closed-ended and mixed questions (see Appendix). The respondents' answers were analysed using the statistical program SPSS 19. The sample's social parameters are the respondents' sex (eleven men and twenty-nine women were chosen), their age group (18–30 and 31–55), their occupation or status (university students and academic personnel). The selected sample was not fully stratified for it to be representative and for the answers to be statistically significant. It nevertheless provides information on consumer trends through the percentages shown in cross-tabulations.

The first question in the questionnaire asks respondents whether they like the three advertisements that were chosen. This is a general, introductory question intended to assess the advertising composition's aesthetic appeal. Eighty percent of the respondents replied in the affirmative and 20% in the negative, which proves that the advertisements are successful from an aesthetic perspective.

The second question asks respondents what the observed advertisements' key characteristic is, i.e., distinguish between linguistic and iconic elements, and we summarized the results according to their answers. With this question we aim to find out whether and how the peculiarity of the graphics and design of these advertisements are noticeable. The distribution of the respondents' answers shows us that there is a particularly high degree of polysemiosis. In particular, 22.5% of respondents named the semiotic system of typography to be the main feature of the compositions, 20% the semiotic system of language, 17.5% the iconic semiotic system, 15% spoke about letters or words being used to form an image, and a high percentage, 25%, mentioned other characteristics for the three advertisements, like hierarchy of information, logos, colours, visual rhythm, confusion in eye navigation, and complicated design in general.

The third question (see tab. 1) attempts to make it clear whether respondents classify these advertisements as textual or visual and asks them to justify their views. We found out that while most respondents (60%) described the advertisements as visual compositions, a significant percentage (40%) considered them to be primarily textual. A large proportion of respondents justified their views by saying that in these specific advertisements the

text is regarded as an image (37.5%), while other respondents believed that the image (35%) or language (27.5%) was dominant.

3.a. Do you think the advertising compositions are more textual or visual?		3.b. Justification			Total
		More images	More text	Text as image	
Textual	Count	1	11	4	16
	% within Q3.a.	6.3%	68.8%	25.0%	100.0%
	% within Q3.b.	7.1%	100.0%	26.7%	40.0%
Visual	Count	13	0	11	24
	% within Q3.a.	54.2%	0%	45.8%	100.0%
	% within Q3.b.	92.9%	0%	73.3%	60.0%
Total	Count	14	11	15	40
	% within Q3.a.	35.0%	27.5%	37.5%	100.0%
	% within Q3.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tab. 1:

Cross-tabulation of the question asking respondents whether they consider the advertising compositions to be more textual or visual, and of the justification they provided for their views

The fourth question asks respondents to specify which semiotic system they think is dominant in the advertising compositions they have before them (language, image, colour, graphics or something else). Twenty-five percent of the respondents thought the dominant system to be the graphics, 20% image, and 15% language. It is interesting to note that 4 out of 10 respondents believed that there are two dominant semiotic systems and not just one, made out of two major combinations, those of image & language and language & graphics.

In the fifth question (see tab. 2) we asked respondents whether they believe language is imbued with iconic significance. We then ask them to justify their answers. Even though the overwhelming majority of respondents answered in the affirmative (90%), judging from their justifications they did not understand the question, since a large proportion of those who answered 'yes' (44.4%) believe that the text can be translated by means of an image, 19.4% answered that images are more direct, 11.1% that there are more meanings to be found in images and 8.3% that the image is a more specific semiotic system than the others. In other words, the respondents focused on the advantages of the image rather than the iconic dimension of language, which they may not have ever pondered over before.

5.a. Do you believe that language is imbued with iconic significance?		5.b. Justification					Total
		More info in the picture	Picture is more direct	Picture is more specific	Text can be translated into picture	Other	
No	Count	0	2	0	0	2	4
	% within Q5.a.	0%	50.0%	0%	0%	50.0%	100.0%
	% within Q5.b.	0%	22.2%	0%	0%	25.0%	10.0%
Yes	Count	4	7	3	16	6	36
	% within Q5.a.	11.1%	19.4%	8.3%	44.4%	16.7%	100.0%
	% within Q5.b.	100.0%	77.8%	100.0%	100.0%	75.0%	90.0%
Total	Count	4	9	3	16	8	40
	% within Q5.a.	10.0%	22.5%	7.5%	40.0%	20.0%	100.0%
	% within Q5.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Tab. 2:
Cross-tabulation of the question whether respondents believe language to be imbued with iconic significance, and of the justification they provided for their views

The sixth question is of translational interest and asks respondents whether some images ›translate‹ the advertisement’s verbal message. The respondents are then asked to specify the images they are referring to. They are essentially being asked to say whether they are aware of the existence of intersemiotic translation in the advertising compositions examined. A positive response was obtained from 81.6% of the respondents, but we note that the answers are very widely spread when it comes to pinpointing the advertisements in which this phenomenon was noted. Thus, 38.5% of the respondents said that intersemiotic translation was present in the third advertisement, 11.5% mentioned the first and third advertisements, 11.5% the second and third advertisements, 7.7% the first, 15.4% the second, 3.8% the first and second and 11.4% all three of the advertisements. The fact that 4 out of 10 respondents mentioned the third advertisement proves how much the iconicity of the verbal message increases when it is easy to read, when it takes up a large part of the composition and when it is short (only one word).

The seventh question asks respondents to say why the advertisers chose graphics to convey a message iconically. More than half of the respondents (54.1%) believe that the use of graphics makes an advertisement more interesting and interactive, while 18.9% provide the same reason, but use a different word, saying that the advertisement becomes more direct. Moreover, 13.5% consider graphics to be an alternative solution that departs from the usual advertising practices, 8.1% state that it makes the advertisement more memorable and a smaller percentage, 5.4%, consider the use of graphics in an advertisement to be an easier process.

8.a Do you think that the advertisements you have before you are innovative?		8.b Justification					Total	
		Alternative solution	More interesting/ attractive	More memorable	Easier to process	More direct		other
No	Count	0	2	0	4	7	9	22
	% within Q8.a.	0%	9.1%	0%	18.2%	31.8%	40.8%	
	% within Q8.b.	0%	50.0%	0%	50.0%	87.5%	71%	
Yes	Count	2	2	1	4	1	3	13
	% within Q8.a.	15.4%	15.4%	7.7%	30.8%	7.7%	23%	
	% within Q8.b.	100.0%	50.0%	100.0%	50.0%	12.5%	29%	
Total	Count	2	4	1	8	8	12	35
	% within Q8.a.	5.7%	11.4%	2.9%	22.9%	22.9%	34.2%	
	% within Q8.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Tab. 3:
Cross-tabulation of the question whether respondents consider the advertising compositions to be innovative, and of the justification they provided for their views

In the eighth question (see tab. 3), respondents are asked to say whether they believe the advertisements they have before them to be innovative, and to justify their answers. With this question, we aim to determine whether these advertising choices, which are based on intersemiotic translation and graphics, are unusual to the viewers’ perspective. Interestingly, 62.9% of the respondents did not think that the three advertisements were innovative, even though 80% had stated earlier that they liked the advertisements. A large number of the respondents whose response was negative (55.3%) consider this form of advertisements to be weak as they felt it should be easier to decode an advertisement’s message. Of those who answered in the affirmative, the majority (30.8%) thought that decoding the message was easy, 15.4% thought this form of advertisements was a positive alternative solution, another 15.4% consider the three advertisements as an interesting and attractive process, and 7.7% answered that the advertisements were easy to memorise.

9.a. Do you think that the advertisements you have before you are successful?		9.b. Justification					Total	
		Alternative/ smart	More interesting/ attractive	More memorable	Easier to process	More direct		Other
No	Count	1	0	0	2	1	1	5
	% within Q9.a.	20.0%	0%	0%	40.0%	20.0%	20.0%	
	% within Q9.b.	33.3%	0%	0%	20.0%	33.3%	20.0%	
Yes	Count	2	2	1	8	2	4	19
	% within Q9.a.	10.5%	10.5%	5.3%	42.1%	10.5%	21.1%	
	% within Q9.b.	66.7%	100.0%	100.0%	80.0%	66.7%	80.0%	
Total	Count	3	2	1	10	3	5	24
	% within Q9.a.	12.5%	8.3%	4.2%	41.7%	12.5%	20.8%	
	% within Q9.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	

Tab. 4:
Cross-tabulation of the question whether respondents consider the advertising compositions are successful, and of the justification they provided for their views.

The ninth question (see tab. 4) asks respondents to say whether they think these advertising choices were successful or not. Strangely, although most of the respondents (62.9%) had not thought the advertisements to be innovative when asked previously, in this question a larger percentage (79.2%) thought that these three advertisements manage to communicate their intended messages successfully. The respondents justified their responses by saying that the advertisements' success is based on the fact that the advertising message is easily decoded and understood (42.1%), whilst most (40%) of those whose response was negative (20.8%) believed the opposite.

In the tenth question (see tab. 5), respondents are asked if they would change anything in the advertising composition they have before them. This question essentially asks respondents to indirectly point out the advertisement's weakness, given that the fact that an advertisement is innovatively peculiar does not mean that it cannot be improved to increase its chances of success. In this question, all the respondents answered in the affirmative. More specifically, 37.5% believed that the advertisement should have more clarity and simplicity, 16.7% felt that it needed less text and more images, 16.7% that a different design should have been chosen, another 16.7% that the advertisement should have been even more innovative, while 12.5% recommended other changes.

10.a. Would you change anything in the advertisements you have before you?		10.b. Justification					Total
		Less text	Different design	More clarity/ simplicity	More innovative	Other	
Yes	Count	4	4	9	4	3	24
	% within Q10.a.	16.7%	16.7%	37.5%	16.7%	12.5%	100.0%
	% within Q10.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	16.7%	16.7%	37.5%	16.7%	12.5%	100.0%
Total	Count	4	4	9	4	3	24
	% within Q10.a.	16.7%	16.7%	37.5%	16.7%	12.5%	100.0%
	% within Q10.b.	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% of Total	16.7%	16.7%	37.5%	16.7%	12.5%	100.0%

Tab. 5: Cross-tabulation of the question whether respondents would change anything in the advertisements they were looking at, and of the justification they provided for their views

6. Eye Tracker and the Advertisements

Since the analysis of signs is a highly subjective process, we thought that it would be interesting to corroborate the respondents' answers with the aid of technology. Thus, by using an eye tracker on all the respondents and for each advertisement separately, we noted that their attention was focused mainly

on the verbal message, even though 60% of them believed that the visual and not the textual was dominant in the advertisements.

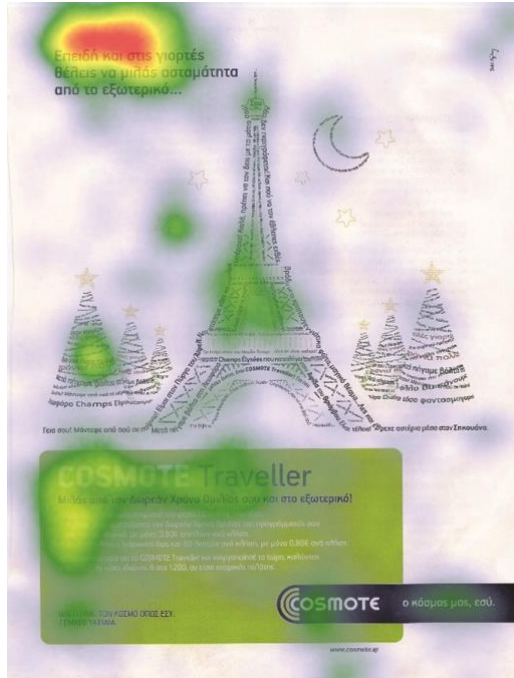


Fig. 4:
Advertisement of the mobile telecommunications company Cosmote

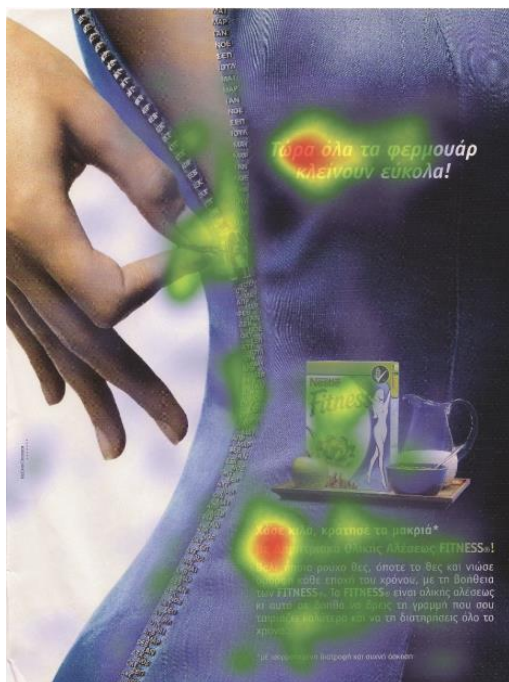


Fig. 5:
Advertisement of the Nestlé Company

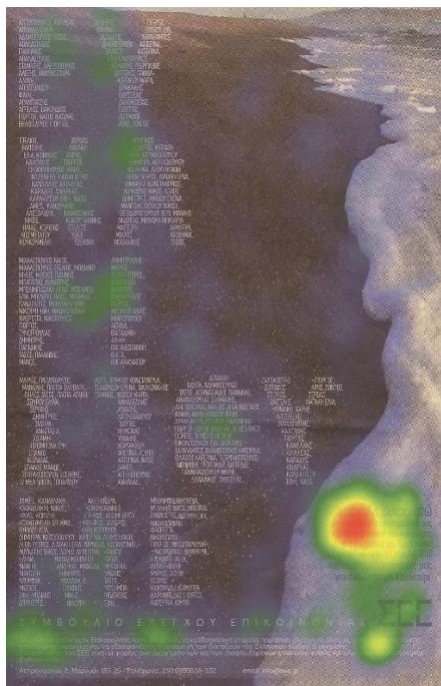


Fig. 6:
Advertisement of the Greek National Tourism Organisation

In these three advertisements, whose verbal messages produce an iconic result, the respondents appear to assign more significance to the advertising slogan (see fig. 4, 5, and 6), although the advertisements' singularity does seem to have been understood.

In our opinion, the results from the eye-tracker seem to support the view of many linguists and semioticians that the semiotic system of language plays a primary role in polysemiotic texts—a primary role that Ferdinand de Saussure (1979: 45), had pointed out in the very beginning of the twentieth century. De Saussure felt language to be the most important of all semiotic systems. His opinion was shared by many other prominent semioticians: Jakobson (1970: 511) noted that linguistics has a narrower scope, but that, on the other hand, any human communication involving non-verbal messages presupposes a circuit of verbal messages, without the opposite being possible.

Greimas and Courtés (1993: 398) emphasize the primacy of the linguistic system, claiming that natural languages have a special status compared with other semiotic systems. This occurs because, during the translation process, they alone can be used as target languages for all the other semiotic systems, whereas the opposite rarely happens. Similarly, Eco (1994: 263), after posing many questions on the dynamics of semiotic systems, concluded that every theory of meaning and communication has only one, primary object, and that is language, whereas all other semiotic systems are incomplete approximations and adulterated snapshots of semiotic devices. Lastly, Barthes (1964: 40) makes sure to mention that linguists and the public are in

disagreement over the matter, since the former consider the image to be a weak, fledgling system when compared with language, while the latter believe that the advertising message cannot exhaust the ineffable wealth of the image.

Even though the results from the eye-tracker sustain many of the pre-mentioned aspects of linguists and semioticians we need to consider that the issue of eye navigation is not of priority or importance between verbal and non-verbal semiotic systems but also a matter of comprehension and graphic design. Thus, advertisements with images designed to appear first in the visual hierarchy order would probably give different eye-tracker results.

7. Concluding Remarks

After studying the advertisements, we note that while all stand out for their peculiarity, they do have significant differences. Thus, the first advertisement differs from the second in that the entire iconic message in the first advertisement was formed using verbal messages, whereas in the second advertisement the verbal messages form a part of the iconic message. In the third advertising composition, the verbal message was formed iconically, however using verbal messages.

The main advertising message is usually found in the upper zone of the composition, in the space that is not taken up by the iconic message. In the first two advertisements, there is intersemiotic translation between the main verbal message/advertising slogan and the graphically-aided iconic construction. In the third advertisement, the two semiotic systems become one and the same.

The prominent role that graphics play as a major component of intersemiotic translation compared with language in the advertising text shows us that semiotic systems which were considered to have a secondary function—and hence were of secondary importance—can play a primary role in advertising practice and can result in communicative and, consequently, financial benefits for advertisers. Yet, even though these advertisements are classified as having a dominant iconic element, it seems that the linguistic semiotic system draws the consumers' attention first. Perhaps this is because, as Barthes (1964: 43) says, the verbal semiotic system (written or spoken language) is the most effective mode to transmit a message (information).

This pilot study on the specific advertisements provides a platform for further and more stratified research. Eye-tracker experiments can be done on advertisements where non-verbal semiotics systems are emphasised through design and other graphic parameters, as well as investigating how the meaning and design of verbal messages might also interfere on eye-navigation and comprehension of adverts.

Appendix

Questionnaire

Sociological information

1. Sex: male female
2. Age: 18-30 31-55
3. Occupation

Questions

1. Do you like the advertisements you have before you? (general, introductory question aimed at assessing the composition's aesthetic appeal)

2. What is the main feature/characteristic of the advertisements you have before you?

3.a Do you think the advertising compositions are more textual or visual?
textual visual

3.b Why?

4. Which semiotic system do you think is dominant in the advertisements you have before you?

- language image
colour graphics
other (state which)

5.a Do you believe that language is imbued with iconic significance?
Yes No

5.b Why?

6.a Do any images ›translate‹ the advertisement's verbal message? (intersemiotic translation)

- yes no

6.b If yes, then which?

.....

7. Why do you think the advertisers chose graphics to convey a message iconically?

8.a Do you think that the advertisements you have before you are innovative?
yes no

8.b Why?

9.a Do you think that the advertisements you have before you are successful?
yes no

9.b Why?

10.a Would you change anything in the advertisements you have before you?
yes no

10b. If yes, what would you change and why?
.....

References

- BARTHES, ROLAND: Le message photographique. In: *Communications*, 1, 1961, pp. 127–138
- BARTHES, ROLAND: La rhétorique de l'image. In: *Communications*, 4, 1964, pp. 40–51
- BEHRENS, ROY R.: Art, Design and Gestalt Theory. In: *Leonardo*, 31(4), 1998, pp. 299–303
- CARTER, ROB; BEN DAY; PHILLIP MEGGS: *Typographic Design. Form and Communication*. Hoboken [Wiley & Sons] 2007
- ECO, UMBERTO: *Theory of Semiotics*. Translated by E. Kallifatidi. Athens [Gnosi] 1994
- ECO, UMBERTO: *Experiences in Translation*. Translated by A. McEwen. Toronto [U of Toronto P] 2001
- GROUPE μ: *Traité du signe visuel. Pour une rhétorique de l'image*. Paris [Seuil] 1992
- GODDARD, ANGELA: *The Language of Advertising. Written Texts*. London [Routledge] 1998
- GREIMAS, ALGIRDAS-JULIEN; JOSEPH COURTÉS: *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Paris [Hachette] 1993

- JAKOBSON, ROMAN: La linguistique. In: UNESCO (ed.): *Tendances principales de la recherche dans les Sciences Sociales et Humaines*. Bd. 1. Paris [Mouton] 1970, pp. 504–556
- JAKOBSON, ROMAN: On Linguistic Aspects of Translation. In: VENUTI, LAWRENCE (ed.): *The Translation Studies Reader* (1959). New York [Routledge] 2001, pp. 138–143
- KRESS, GUNTHER; THEO VAN LEEUWEN: *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London [Hodder Education] 2001
- KRESS, GUNTHER; THEO VAN LEEUWEN: *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2nd edition. London [Routledge] 2006
- MARTIN, BRONWEN; FELIZITAS RINGHAM: *Key Terms in Semiotics*. London [Continuum] 2006
- MITCHELL, WILLIAM JOHN THOMAS: *Iconology. Image, Text, Ideology*. Chicago [U of Chicago P] 1986
- MOORE, PATRICK; CHAD FITZ: Using Gestalt Theory to Teach Document Design and Graphics. In: *Technical Communication Quarterly*, 2(4), 1993, pp. 389–410
- PETRILLI, SUSAN: Interpretative Trajectories in Translation Semiotics. In: *Semiotica*, 163(1), 2007, pp. 311–345
- PETRILLI, SUSAN: *Sign Crossroads in Global Perspective. Semioethics and Responsibility*. New Brunswick [Transaction Publishers] 2010
- PYM, ANTHONY: *Exploring Translation Theories*. London [Routledge] 2010
- TORRESI, IRA: Advertising. A Case for Intersemiotic Translation. In: *Meta*, 3(1), 2008, pp. 62–75
- TORRESI, IRA: Advertising. In: BAKER, MONA; GABRIELE SALDANHA (eds.): *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*. London [Routledge] 2009, pp. 6–10
- SAUSSURE, FERDINAND DE: *Cours de linguistique générale*. Μαθήματα Γενικής Γλωσσολογίας. Translated by F. D. Apostolopoulos. Athens [Papazisis] 1979
- VAN LEEUWEN, THEO: Towards a Semiotics of Typography. In: *Information Design Journal and Document Design*, 14(2), 2006, pp.139–155
- WALKER, SUE: *Typography and Language in Everyday Life. Prescriptions and Practices*. Harlow [Longman] 2001

Martin Fricke

Quantitative Analyse zu Strukturmerkmalen und -veränderung im Medium Comic am Beispiel: *Action Comics*

Abstract

How 73 years of comic history can influence the formal structure of a single comic series, is a very interesting and intriguing question from an image science point of view. However, these kinds of studies are rarely conducted and there is still a lot to explore in the medium of comic. The following work is the outcome of applying recent theoretical comic research methods in a practical manner. For the analysis the parameters are derived from the standard film analysis protocol, modified for the actual comic analysis protocol. We compare panel size and panel semiotic, camera perspective, shot (field of view), and the proportion of textual sections to show tendencies and development of the comic series and mentioned parameters.

Wie sich 73 Jahre Comicgeschichte auf die formale Gestaltung einer speziellen Comic-Serie ausüben, scheint aus einem bildwissenschaftlichen Standpunkt heraus betrachtet keine uninteressante Frage zu sein. Dennoch wirkt es, als wären derartige Untersuchungen zum Medium Comic bislang noch Mangelware im Fundus des bildwissenschaftlichen Sektors.

Die vorliegende Arbeit ist das Ergebnis jüngster Theoriemethoden der Comicforschung, welche hier praktische Anwendung finden. Die Analyse bedient sich dabei der Elemente eines modifizierten Filmanalyseprotokolls, indem Größe und Semiotik der einzelnen Panel, Kameraperspektiven, Einstellungsgrößen und der Einsatz verwendeter Textzeichen miteinander vergli-

chen werden. Das Resultat dieses Vergleichs gibt Aufschluss über eventuelle Entwicklungen und Tendenzen im Kontext der untersuchten Parameter und im Rahmen der untersuchten Comic Serie.

1. Einleitung

Die Schaffung von »Superman« in der Comic-Serie *Action Comics*⁷⁵ im Jahr 1938 durch Jerry Siegel und Joe Schuster ist gleichzeitig die Geburtsstunde des ersten gezeichneten Superhelden. In kürzester Zeit wuchs der Mann aus Stahl zur amerikanischen Popikone heran, und mit ihr einher ging die Öffnung eines eigenen Marktes für Comics (vgl. SCHÜWER 2008).

Ab den 70er Jahren beginnen Wissenschaftler, sich noch intensiver mit Comics auseinanderzusetzen. Das Interesse am Gegenstand wächst und neben der Literaturwissenschaft und der Kunstwissenschaft, beschäftigen sich auch Medienwissenschaftler, Soziologen, Psychologen, Ethnologen, etc. mit der Thematik (vgl. GRÜNEWALD 2000). Nicht zuletzt besteht in der noch jungen Bildwissenschaft ein regelrechter Bedarf an systematischen Auseinandersetzungen mit dem Medium Comic. Die vorliegende Arbeit ist das Ergebnis, diesem Bedarf nachzukommen und jüngst entwickelte Methoden der Comicforschung anhand praktischer Untersuchungen zu fundieren. Wie kam es zur Wahl der Comic-Serie *AC*?

Zum einen spielt die Entstehung des Superman-Charakters und dessen Auswirkung auf das moderne Comic-Universum eine wichtige Rolle. Ein anderer, und wohl ausschlaggebender Faktor war ein Neustart fast aller Comic-Serien des amerikanischen Verlags DC-Comics 2011, zu dem u.a. auch die *AC*-Serie zählt. Die neu gestarteten Serien begannen mit der Narration wieder am Anfang. Dieses Ereignis macht einen Vergleich zwischen der ersten Ausgabe *AC* Vol. 1 #1 und der neuen ersten Ausgabe *AC* Vol. 2 #1 umso interessanter. Eine Analyse der grundlegenden Strukturen genannter Comics soll Aufschluss über eine mögliche Entwicklung geben und somit eventuelle Tendenzen des Genres aufzeigen.

2. Methodische Vorgehensweise

Es gibt viele unterschiedliche Ansätze zur Definition von Comics, wie bspw. Scott McCloud, Maurice Horn und auch William Labov in ihren Ausführungen zum Gegenstand beweisen. Für den Zweck der hier vorliegenden Untersuchung wird von den grundlegendsten Elementen eines Comics ausgegangen. Den dafür geeigneten Ansatz liefert Jakob Dittmar in seiner Abhandlung zur Comic-Analyse: das »Comic ist eine Sequenz von Bildern oder Bildelementen, die einen Handlungsstrang oder Gedankenflug erzählen« (DITTMAR 2008: 43).

⁷⁵ Fortan mit »AC« abgekürzt.

Das Comic stellt also ein narratives Medium dar, welches mit Einzelbildern und Texten Erzählung vermittelt. Das bedeutet zugleich, dass jedes Einzelbild im Kontext zu allen anderen Bildern verstanden werden muss. Die vollständige Untersuchung eines Comics sollte demnach mit einer Analyse des Werkes als Ganzes beginnen und an der Bilderfolge bis hin zum Einzelbild darlegen, welche Merkmale die inhaltlichen Zusammenhänge herstellen (vgl. KRAFFT 1978). Das Instrumentarium der Filmwissenschaft in Bezug auf die Analyse von Sequentialität von Bildern und das Zusammenwirken von Bildern und Texten lässt sich mit entsprechenden Anpassungen der Methodik auf die Analyse von Comics anwenden. Daher scheint die Wahl, eine modifizierte Filmanalyse als Comic-Analyse zu verwenden, naheliegend.

Die Vorlage der Untersuchung stellt Martin Herbers mit seiner Methode des Comicprotokolls (vgl. HERBERS 2012). Diese untergliedert Herbers in zwei Bereiche: das Comicprotokoll erster Abteilung und das Comicprotokoll zweiter Abteilung. Im Bereich der ersten Abteilung erfolgt eine individuelle Beschreibung aller Panel⁷⁶. Im Protokoll zweiter Abteilung findet daraufhin eine detaillierte Zusammenfassung der im Panel verwendeten Text- und Bildzeichen statt.

In vorliegender Untersuchung wurden Strukturmerkmale und -veränderungen der visuellen Repräsentation der Comic-Serie *AC* mit Hilfe dieser Protokolle analysiert. Die Kategorien des Comicprotokolls erster Abteilung (Panel-Nr., Visuelle Repräsentation, Panelgröße, Panelsemiotik, Indizien⁷⁷, Einstellungsgröße und Kameraperspektive) wurden vollständig in die Analyse mit einbezogen. Hinsichtlich des Comicprotokolls – zweiter Abteilung limitiert sich die Analyse auf die Kategorien der Schrift-Text-Zeichen (auktoriale sprachvisualisierende Zeichen und figurengebundene sprachvisualisierende Zeichen). Das Analysieren tonvisualisierender Zeichen entfällt, da in den untersuchten Comics auf solche verzichtet wurde.

3. Analyse

3.1 Panelgröße

Die Panelgröße wird oft als direkter Quantifizierer von Handlungsdauer und Signifikator von Handlungsraum bezeichnet (vgl. HERBERS 2011). Stets in Relation zur gesamten Seite, wächst mit zunehmender Panelgröße Erzählzeit und Bedeutung der dargestellten Szene (vgl. HERBERS 2011). Die Parameter zur Ermittlung der Panelgröße wurden am Vorkommen der unterschiedlichen Größen bemessen und sind wie folgt bestimmt: Die Panelgröße, die am häu-

⁷⁶ »Panel« ist der Terminus für Einzelbild in der Comic-Analyse.

⁷⁷ Indizien bezeichnen Bildelemente, welche aufgrund ihrer Sequentialität einen Zusammenhang der Erzählung konstruieren (vgl. DITTMAR 2008). Demnach sind sie ein essentielles Element für ein kontextuelles Verständnis der Narration. Aufgrund ihrer Signifikanz ist das Indiz in das Protokoll mit aufgenommen, in vorliegender Untersuchung jedoch nicht berücksichtigt worden.

figsten gewählt wurde, ist der Quantität halber mit der Größeneinheit ›Normal‹ betitelt worden⁷⁸. Die Panelgröße ›Normal (schmal)‹ charakterisiert dieselbe Höhe, der als ›Normal‹ betitelten Panel, besitzt allerdings maximal 2/3 der horizontalen Länge. Die Panelgröße ›Normal (quadratisch)‹ wurde gewählt, sobald Panellänge (horizontal) und Panelhöhe optisch gleiche Maße besitzen. Gesetzt den Fall, dass die Panellänge die Maße der Panelhöhe übersteigt, wurde für die Panelgröße die Bezeichnung ›Normal (rechteckig)‹ verwendet. ›Multipanel‹, wie oben bereits erwähnt setzen sich aus mindestens zwei Panel zusammen, und werden von auktorialen, sprachvisualisierenden Zeichen begleitet. Eine weitere Kategorie nehmen die sogenannten ›Splashpanel‹ ein. Diese Form der Darstellung tritt eher seltener auf, da sie eine gesamte Seite, manchmal auch zwei Seiten, oder zumindest einen sehr großen Teil der Seite in Anspruch nimmt. Der Panelrand ist im Regelfall der Seitenrand. Zu den weniger verwendeten Panelgrößen zählt zudem noch die Form des ›Rund‹ Panel und des ›abgeschrägt (rechteckigen)‹ Panel.

Der Analyse nach zu urteilen, ist eine signifikante Abweichung der genutzten Panelgröße im Vergleich beider Comics zu verzeichnen (siehe Tab. 1). Am auffälligsten ist dabei die Verschiebung des Standard-Panel von ›Normal‹ im AC Vol. 1 auf ›Normal (rechteckig)‹ im AC Vol. 2. Dennoch bleibt zu vermerken, dass man sich nicht komplett vom Standard entfernt hat, da auch die Panelgröße ›Normal‹ im AC Vol. 2 immerhin die zweitmeiste Darstellungsform repräsentiert. Eine weitere Auffälligkeit zeigt sich in der Nutzung von Splashpanel und stilistisch experimenteller Darstellungen, wie die trichterförmigen ›abgeschrägt (rechteckigen)‹ Panel im AC Vol. 2. Demnach könnte man davon ausgehen, dass sich beide Kategorien erst im Laufe der Comicgeschichte entwickelt haben.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Panel(N: gesamt)	96	122
Panelgröße:		
Normal	54	39
Normal (schmal)	5	12
Normal (rechteckig)	17	61

⁷⁸ Die Wahl der Parameter in dieser Kategorie bedarf einer Erklärung zum Verständnis der weiteren Untersuchung. Ausgangspunkt für die Panelgröße stellt das AC Vol. 1 #1. Die hier definierten Größenformate wurden für eine sinnvolle Analyse auf die Untersuchung mit das AC Vol. 2 #1 übertragen. Somit entspricht bspw. die Größeneinheit ›Normal‹ im AC Vol. 2 #1 denselben Definitionsrahmen, der bereits im AC Vol. 1 #1 Geltung fand.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Normal (quadratisch)	17	3
Multipanel	3	-
Splashpanel	-	3
Rund	-	1
abgeschrägt (rechteckig)	-	3

Tab. 1:
Panelgröße

3.2 Panelsemiotik

Unter dem Aspekt der Panelsemiotik wird in der Analyse eine Untersuchung des Panelrands und aller damit im Zusammenhang stehender Elemente verstanden. Der Panelrand bestimmt das einzelne Panel in seiner Funktion und somit zu einem gewissen Anteil auch die Narration (vgl. HERBERS 2011). In der vorliegenden Analyse wurden zwei Kategorien von Parametern gewählt: ›Normaler Rand (schwarz)‹ und ›Runder Rand‹. Unter ›Normaler Rand (schwarz)‹ sind alle Panel mit einem gleichen, schwarzen Rand einzuordnen. Panel mit einem runden oder abgerundeten Rand werden der Kategorie ›Runder Rand‹ zugeordnet. Zudem wurde die Unterkategorie ›Besonderheiten‹ mit aufgenommen, um spezielle stilistische Mittel, welche über den Panelrand hinaus gehen mit aufzuzeigen. Gemeint sind damit im einzelnen Panel, welche durch figurengebundene, sprachvisualisierende Zeichen miteinander verbunden sind, Panel, deren Rand durch Bildelemente unterbrochen sind, und ›Follow-up Panel‹. Diese besondere Form der Darstellung beschreibt eine bestimmte Sequenz aus mehreren aufeinander folgenden Panel, die das selbe Bildmotiv beschreiben, also den exakt gleichen Moment im erzählerischen Raum festhalten.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Panel(N: gesamt)	96	122
Panelsemiotik:		

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Normaler Rand (schwarz)	95	121
Runder Rand	1	1
Besonderheiten:		
durch figuren-gebundene, sprach-visualisierende Zeichen verbundene Panel	2	4
von Bildelementen durchbrochene Panel	-	23
Follow-up Panel	-	7

Tab. 2:
Panelsemiotik

Wie bereits aus Tabelle 2 ersichtlich, zeigen beide Comics bezüglich des Panelrands keine Diskrepanzen auf. Genauer betrachtet, ähneln sie sich im Aufbau sogar sehr genau. Sowohl *AC Vol.1* als auch *AC Vol. 2* verwenden die gleiche Kategorie ›Rand‹ für die Gesamtheit der Panel. Ästhetisch unterscheiden sich allerdings die Struktur der Ränder beider Comics (siehe Anhang 6.1 und 6.2). Interessant ist außerdem die Beobachtung um die Einführung der ›Follow-up Panel‹ und der durch Bildelemente durchbrochenen Panel in *AC Vol. 2* als neue Stilmittel.

3.3 Einstellungsgrößen

Die Kategorie der Einstellungsgröße wurde direkt aus der Filmanalyse übernommen. »Sie definiert sich an der Größe des abgebildeten Menschen im Verhältnis zur Bildgrenze« (HICKETHIER 2012: 56). In Abhängigkeit zur Panelgröße kann die Einstellungsgröße als gestalterisches Mittel vielerlei unterschiedliche Wirkungen entfalten. Beispielsweise wirkt ein Wechsel der Einstellungsgröße bei gleichbleibender Panelgröße emphatischer als ein synchroner Wechsel beider Größen (siehe Anhang S. 85-87: Panel 1-5 und S. 112f.: Panel 57-59). Während der Analyse haben sich sechs unterschiedli-

che Einstellungsgrößen herauskristallisiert⁷⁹: ›Panoramaaufnahme‹, ›Totale‹, ›Halbtotale‹, ›Halbnahe‹, ›Großaufnahme‹ und ›Detailaufnahme‹.

Wie schon im Punkt 3.2, »Panelsemiotik«, so zeigen sich auch hier eindeutige Gemeinsamkeiten in Bezug auf den Gebrauch verschiedener Einstellungsgrößen (siehe Tab. 3). Die ›Halbnahe‹ ist somit die am meisten verwendete Einstellungsgröße in beiden Fällen. Auch die ›Halbtotale‹ nimmt eine wichtige Position als zweit meist verwendete Einstellungsgröße ein. Die ›Panoramaaufnahme‹, ›Großaufnahme‹ und ›Detailaufnahme‹ stellen neue Parameter dar, welche es in der ersten Ausgabe *Action Comics* nicht gegeben hat. Mit 20 Panel gebührt der ›Großaufnahme‹ als neu hinzugekommene Einstellungsgröße in *AC Vol. 2*, ein besonderer Status. In der Schaffung von Suspense spielt sie eine signifikante Rolle.

Angesichts der hier vorliegenden Ergebnisse könnten beide Kategorien (›Halbnahe‹ und ›Halbtotale‹) als Standard-Einstellungsgrößen für die *Action Comics*-Serie vermutet werden. Um diese Annahme zu stützen, bedarf es hingegen weitere Untersuchungen anderer Ausgaben der Serie.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Panel (N: gesamt)	96	122
Einstellungs-größe:		
Panorama-aufnahme	-	2
Totale	8	13
Halbtotale	36	30
Halbnahe	51	56
Großaufnahme	-	20
Detailaufnahme	-	1

Tab. 3:
Einstellungsgrößen

⁷⁹ Für eine detaillierte Definition hier aufgeführter Einstellungsgrößen siehe BORSTNAR/PABST/WULFF 2008: 106.

3.4 Kameraperspektive

Gleich der Einstellungsgröße wurde auch die Kategorie der Kameraperspektive aus der Filmanalyse übernommen. In der Comic-Analyse erfüllt sie dabei denselben Zweck, d.h. auch hier werden im Zuge der Narration dem Rezipient in der Regel verschiedene Standpunkte im Handlungsraum präsentiert (vgl. HICKETHIER 2012). Mit ihr entsteht, ausgehend von der menschlichen Wahrnehmung, eine Relation zwischen Panel und Bildelementen, die eine Positionierung dieser im dargestellten Handlungsraum ermöglicht.

Die hier verwendeten Kameraperspektiven wurden gemäß konventionalisierter Normen der Filmanalyse gewählt (vgl. HICKETHIER 2012). Die Untersuchung ergab eine Vielzahl von verwendeten Kameraperspektiven, Varianten und Kombinationen (siehe Tab. 4).

Ein Blick auf die Ergebnisse der Analyse zeigt auch hier eine Gleichverteilung auf der Ebene des Parameters mit der meisten Verwendung. Demnach zählt die ›Normalsicht‹, unter Vorbehalt weiterer Untersuchungen, als Standard-Kameraperspektive in dieser Comic-Serie. Eine Differenzierung zeigt sich hingegen im Gebrauch von ›Untersicht‹ und ›Aufsicht‹. Während 1938 viel mit der ›Aufsicht‹ und der Variante ›leichte Aufsicht‹ gearbeitet wurde, gibt es in 2011 einen paradigmatischen Wechsel zur ›Untersicht‹ und der Variante ›leichte Untersicht‹ zu beobachten. Kombinationen der Kameraperspektive bilden auch eine neue Form dramaturgischer Stilmittel. Sie werden seltener gebraucht und finden ihren Einsatz vermehrt zum Klimax der Narration.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Panel (N: gesamt)	96	122
Kamera-perspektive:		
Aufsicht (Vogel-perspektive)	6	5
Aufsicht (Topshot)	1	-
Normalsicht	66	67
Untersicht	2	9
Schrägsicht	-	1

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Varianten:		
leichte Aufsicht	17	7
leichte Schrägsicht	1	-
leichte Untersicht	2	25
Kombinationen:		
Normalsicht/leichte Schrägsicht	-	5
Untersicht/leichte Schrägsicht	-	1
leichte Untersicht/leichte Schrägsicht	-	1
Aufsicht (Vogelperspektive)/ leichte Schrägsicht	1	1

Tab. 4:
Kameraperspektiven

3.5 Schrift-Text-Zeichen

In der letzten Kategorie liegt der Fokus der Analyse auf dem Vergleich zwischen der Nutzung von Text-Zeichen in Relation zur Anzahl der Panel. Anhand dieser Untersuchung lassen sich Entwicklungen über den Gebrauch von ›auktorialen, sprachvisualisierenden Zeichen‹ (Blocktexte) und ›figurengebundenen, sprachvisualisierenden Zeichen‹ (Sprechblasen, Denkblasen, etc.) ausmachen.

Tabelle 5 (siehe unten) zeigt eine deutliche Tendenz der Konsolidierung von Schrift-Text-Zeichen auf der Ebene der ›figurengebundenen, sprachvisualisierenden Zeichen‹, welche zugleich in beiden Comics die tra-

gende Rolle der Narration übernehmen. In *AC Vol. 2 #1* wird sogar völlig auf auktoriale Narration verzichtet. Stattdessen wird hier die Narration mehr über die Ebene der Bild-Zeichen (ohne Schrift-Text-Zeichen) vermittelt.

	AC Vol. 1 (1938)	AC Vol. 2 (2011)
Panel (N: gesamt)	96	122
Schrift-Text-Zeichen:		
Panel – auktoriale, sprachvisualisierende Zeichen	40	-
Panel – figuren- gebundene, sprach- visualisierende Zeichen	77	93
Kombination aus auktorialen & figuren- gebundenen Zeichen	23	-
Panel – ohne Schrift- Text-Zeichen	2	29

Tab. 5:
Schrift-Text-Zeichen

4. Schlussbetrachtung

Welches Fazit kann der Analyse entnommen werden? Zusammengefasst, lassen die einzelnen Untersuchungen eine relative Konstante innerhalb der Struktur der *Action Comics*-Serie erkennen. Vier von fünf untersuchten Kategorien zeigen, dass 73 Jahre Comicgeschichte nicht zwangsläufig einen Comic grundlegend verändern, sondern dass tradierte Strukturmerkmale der Präsentation auch im Zuge technologischer Innovation beibehalten werden



können. Stilistische und dramaturgische Innovationen, wie beispielsweise die Einführung von Follow-up Panel, Splashpanel, das Überschreiten von Panelrand durch Bildelemente und das Hinzufügen der Großaufnahme sind dennoch Indizien einer Weiterentwicklung des Comics. Es ist eine Transformation erkennbar, die an moderner Technologie, einer anspruchsvollen Leserschaft und nicht zuletzt am Markt orientiert ist. An dieser Stelle soll nochmals darauf hingewiesen werden, dass sich diese Analyse formal auf einen Vergleich einzelner Aspekte der visuellen Repräsentation bezieht, gewissermaßen das Gerüst des Comics im visuellen Kontext untersucht. Im Fall einer Einzelbild-Analyse ist dagegen mit hoher Wahrscheinlichkeit von einer Vielzahl stilistisch-ästhetischer Veränderungen auszugehen.


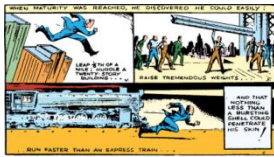
Literatur



- BORSTNAR, NILS; ECKHARDS PABST; HANS JÜRGEN WULFF: *Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft*. 2. Auflage. Konstanz [UTB] 2008
- DITTMAR, JAKOB F.: *Comic-Analyse*. Konstanz [UVK] 2008
- GRÜNEWALD, DIETRICH: *Comics*. Tübingen [Niemeyer] 2000
- HERBERS, MARTIN R.: Comicanalyse: Bilder, Wörter und Sequenzen. In: PETERSEN, THOMAS; CLEMENS SCHWENDER (Hrsg.): *Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation*. Köln [Herbert von Halem] 2011, S. 72-86
- HICKETHIER, KNUT: *Film- und Fernsehanalyse*. 5. Auflage. Stuttgart [Metzler] 2012
- KRAFFT, ULRICH: *Comics lesen. Untersuchung zur Textualität von Comics*. Stuttgart [Klett-Cotta] 1978
- SCHÜWER, MARTIN: *Wie Comics erzählen. Grundriss einer intermedialen Erzähltheorie der grafischen Literatur*. Trier [Wissenschaftlicher Verlag] 2008

Anhang



A) Comicprotokoll – erster Ordnung. *Action Comics* Vol. 1 #1 (1938)



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
1	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Raumkapsel	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)
2	1	<p>WHEN THE VEHICLE LANDED ON EARTH, A PASSING MOTORIST, DISCOVERING THE SLEEPING BABE WITHIN, TURNED THE CHILD OVER TO AN ORPHAN-AGE</p> 	Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Raumkapsel, auktoriale Narration	Halbnahe	Aufsicht (Top-Shot)

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
3	1		Normal	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbtotale	Normal-sicht
4	1		Normale Höhe, doppelte Länge (zusammengefasstes Panel, bestehend aus drei eigenständigen Panel)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
5	1		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	/	/
6	1		Normal	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbnahe	Normal-sicht


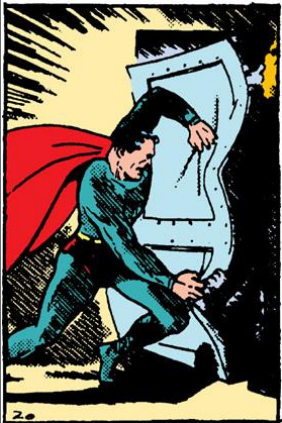
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
7	1	<p>A SCIENTIFIC EXPLANATION OF CLARK KENT'S AMAZING STRENGTH</p> <p>KENT HAD GONE FROM A BLUNT MAN TO A MAN OF PHYSICAL STRENGTH WHOSE MUSCLES WERE AS FIRM AS MARBLE.</p> <p>HE HAD BEEN BORN WITH THE PHYSICAL STRENGTH OF AN OX.</p> <p>LION REACHING THE PEAK OF HIS STRENGTH.</p> <p>THE GRASSHOPPER LEADS WHAT TO MAN WOULD BE THE SIZE OF SEVEN SMALL CITY BLOODE.</p>	Normale Höhe, doppelte Länge (zusammengefasstes Panel, bestehend aus zwei eigenständigen Panel)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbtotale	Aufsicht (Vogelperspektive)/ leichte Untersicht
8	2	<p>A TIRELESS FIGURE RACES THROUGH THE NIGHT. SECONDS COUNT. . . DELAY MEANS FORFEIT OF AN INNOCENT LIFE.</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman mit scheinbar befreiter Geisel, auktoriale Narration	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
9	2		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman mit scheinbar befreiter Geisel, auktoriale Narration	Halbtotale	Normal-sicht
10	2		Normal (in zwei Panel geteilt)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, figurengebunden sprachvisualisierende Zeichen (Sprechblase)	Halbnahe	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
11	2		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, figurengebunden sprachvisualisierende Zeichen (von nun an als Sprechblase oder Denkblase bezeichnet)	Halbnahe	Normal-sicht
12	2		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Sprechblase	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
13	2		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bediensteter des Gouverneurs, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
14	2		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bediensteter des Gouverneurs, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


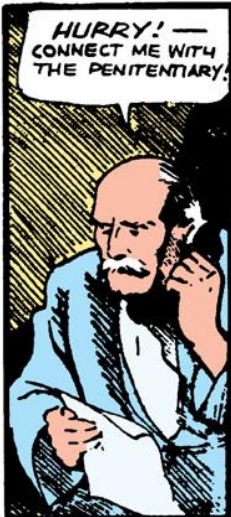
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
15	2		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs	Halbtotale	leichte Aufsicht
16	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Sprechblase, Stahltür	Halbnahe	Normal-sicht

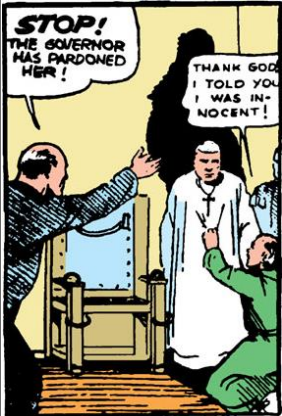

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
17	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bediensteter des Gouverneurs, Sprechblase, Stahltür	Halbnahe	Normal-sicht
18	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Stahltür	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
19	3		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Stahltür	Halbtotale	Normal-sicht
20	3		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
21	3	<p>BELIEVING THE GOVERNOR MENACED BY A MADMAN, THE BUTLER PRODUCES A CONCEALED WEAPON!</p> <p>REACH FOR THE CEILING, QUICK!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Sprechblase, Pistole	Halbnahe	Normal-sicht
22	3	<p>PUT THAT TOY AWAY!</p> <p>I WARN YOU! TAKE ANOTHER STEP AND I SHOOT!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Sprechblase, Pistole	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
23	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Pistole	Halbnahe	Normal-sicht
24	4		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Bedienteter des Gouverneurs, Pistole, Uhrzeit	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
25	4		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Uhrzeit, Gouverneur, Superman, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
26	4		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Gouverneur, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
27	4		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase	Halbtotale	Normalsicht
28	4		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase	Halbnahe	Normalsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
29	4	 <p>NEXT MORNING AS KENT LEAVES FOR THE NEWSPAPER UPON WHICH HE WORKS AS A REPORTER . . .</p> <p>HAVE YOU HEARD? THE CURRY GIRL IS INNOCENT!</p> <p>LET'S SEE THE PAPER!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase, Zeitung, Clark Kent (alias Superman)	Halbnahe	Normal-sicht
30	4	 <p>GOOD! IM NOT MENTIONED!</p> <p>THE DAILY STAR</p> <p>CURRY GIRL RELEASED</p> <p>INVESTIGATION ALREADY IN FULL SWING</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase, Zeitung, Clark Kent	Halbnahe	leichte Aufsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
31	4		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbtotale	leichte Aufsicht
32	5		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration, Sprechblase, Clark Kent, Zeitungsredakteur, Schreibtisch	Halbtotale	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
33	5	 <p>Panel 33 shows Clark Kent, wearing his signature blue suit and glasses, standing at a desk. He is asking a man in a brown suit, who appears to be an editor, if he has ever heard of Superman. The editor's response is "WHAT!". The desk has a typewriter and a telephone. A nameplate on the desk reads "EDITOR".</p>	Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase, Clark Kent, Zeitungsredakteur, Schreibtisch	Halbnahe	Normal-sicht
34	5	 <p>Panel 34 shows Clark Kent continuing his conversation with the editor. He explains that reports have been streaming in about a fellow with amazing strength named Superman, who he claims actually exists. He asks the editor to handle the assignment. The editor looks skeptical and asks if Kent can handle it. Clark Kent replies that he can't find anything about Superman, but he has some information.</p>	Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase, Clark Kent, Zeitungsredakteur, Schreibtisch	Halbnahe	Normal-sicht

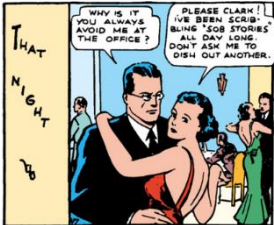

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
35	5		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Sprechblase (wird im nächsten Panel von auktorialer Narration aufgegriffen)	Halbtotale	Normalsicht
36	5		Normal	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration (aufgegriffen von Sprechblase aus vorhergehendem Panel), Superman, gewalttätiger Mann, Sprechblase	Halbtotale	Normalsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
37	5		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, gewalttätiger Mann, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
38	5		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, gewalttätiger Mann, Sprechblase	Halbtotale	leichte Aufsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
39	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, gewalt-tätiger Mann, Sprech-blase, Messer	Halbnahe	Normal-sicht
40	6	<p>WITH A SHARP SNAP THE BLADE BREAKS UPON SUPERMAN'S TOUGH SKIN!</p> 	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, gewalt-tätiger Mann, Sprech-blase, Messer	Halbnahe	Normal-sicht


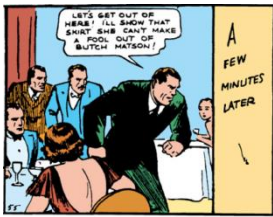
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
41	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, gewalt-tätiger Mann, Sprech-blase	Halb-totale	Normal-sicht
42	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Sprech-blase	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
43	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Sprechblase	Halbtotale	Normalsicht
44	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Lois Lane	Halbtotale	Normalsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
45	6	 <p>Panel 45 shows Clark Kent and Lois Lane in a social setting. Lois is kissing Clark on the cheek. A woman in a green dress is talking to Clark. The text in the panel includes: 'THAT NIGHT', 'WHY IS IT YOU ALWAYS AVOID ME AT THE OFFICE?', 'PLEASE CLARK I'VE BEEN SCORING BLIND "SOB STORIES" ALL DAY LONG. DONT ASK ME TO OISH OUT ANOTHER.', 'NICE-LOOKIN' DAME THERE, EH? GUESS I'LL CUT IN!', 'WAIT, BUTCH! SUPPOSE HER ESCORT DONT LIKE IT?', 'SO WHAT? IF HE GETS NASTY I'LL PUSH HIS FACE IN!', 'THIS IS GOIN' TO BE GOOD!'.</p>	Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Lois Lane	Halbnahe	Normal-sicht
46	6	 <p>Panel 46 shows three men at a table. One man is talking to another, who is talking to a third man. The text in the panel includes: 'NICE-LOOKIN' DAME THERE, EH? GUESS I'LL CUT IN!', 'WAIT, BUTCH! SUPPOSE HER ESCORT DONT LIKE IT?', 'SO WHAT? IF HE GETS NASTY I'LL PUSH HIS FACE IN!', 'THIS IS GOIN' TO BE GOOD!'.</p>	Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Butch, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


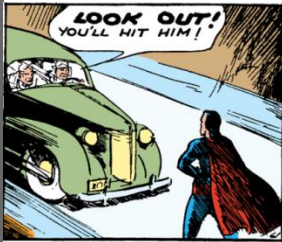
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
47	7	<p>I SAID RUN ALONG, I'M CUTTIN' IN! BUT THIS IS NOT A ROBBER'S DANCE TRYIN' T'GET FLID? MOVE QUICK IF Y KNOW WHAT'S GOOD FOR YA! CLARK! ARE YOU GOING TO STAND FOR THIS?</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Butch, Lois Lane, Clark Kent, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
48	7	<p>RELUCTANTLY KENT ADHERES TO HIS ROLE OF A WEAKLING. BE REASONABLE. DANCE WITH THE FELLOW AND THEN WE'LL LEAVE RIGHT AWAY YOU CAN STAY AND DANCE WITH HIM IF YOU WISH BUT I'M LEAVING NOW! YEAH? YOU'LL DANCE WITH ME AND LIKE IT!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Butch, Lois Lane, Clark Kent, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
49	7		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Butch, Lois Lane, Clark Kent, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
50	7		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Butch, Lois Lane, Clark Kent, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


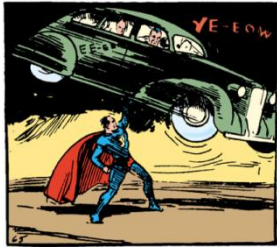
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
51 + 52	7		Normal (zwei sequentielle Panel mit Verbund aus figurengebundenen sprachvisualisierenden Zeichen)	Normaler Rand (schwarz), an einer Stelle durch Figurengebundene sprachvisualisierende Zeichen durchbrochen	Clark Kent, Sprechblase	P. 51: Halbnahe P. 52: Halbtotale	P. 51: Normal-sicht P. 52: leichte Aufsicht
53	7		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Auktoriale Narration	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
54	7		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Auktoriale Narration	Halbtotale	Aufsicht (Vogelperspektive)
55	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Auktoriale Narration	Halbtotale	leichte Schrägsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
56	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Entführer, Sprechblase	Halbtotale	Normal-sicht
57	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Entführer, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


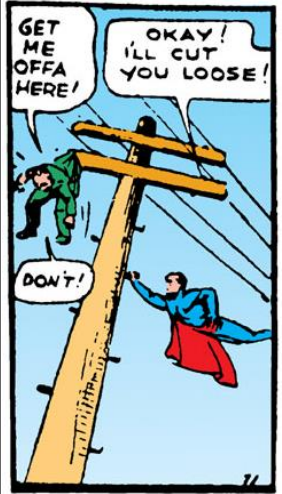
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
58	8		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Auto, Sprechblase	Totale	Normal-sicht
59	8		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Auto, Sprechblase	Halbtotale	Aufsicht (Vogel-perspektive)



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
60	8	 <p>A comic panel showing Superman in his red and blue suit leaping through the air, having just jumped over a car. The car is on the ground below, and the background is dark. The caption at the top reads: "SUPERMAN HURDLES THE ONCOMING AUTO."</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Auto	Halbtotale	Normal-sicht
61	8	 <p>A comic panel showing two men in a car. The man on the left is shouting, and the man on the right is driving. The caption at the top reads: "IT'S THE DEVIL HIMSELF!". The man on the left says: "BUTCH! STEP ON THE GAS! HE'S CHASING AFTER US !!!".</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Auto	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
62	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Auto, Superman	Halbtotale	leichte Aufsicht
63	9		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Auto, Superman	Totale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
64	9		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Auto, Superman, Entführer	Totale	Normal-sicht
65	9		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Auto, Superman, Entführer	Totale	Normal-sicht

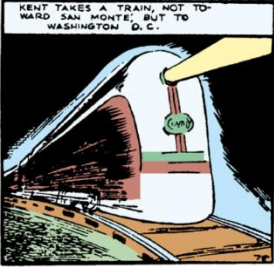

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
66	9		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Butch, Sprechblase	Halbnahe	leichte Aufsicht
67	9		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Butch, Sprechblase	Halbtotale	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
68	9		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Butch, Sprechblase, Strommast	Halbtotale	leichte Aufsicht
69	10		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Butch, Sprechblase, Strommast	Halbtotale	Untersicht


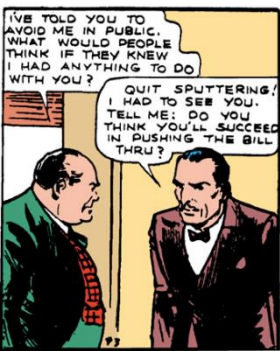
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
70	10		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Lois Lane	Halbnahe	Normalsicht
71	10		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Lois Lane	Halbtotale	leichte Aufsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
72	10		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Lois Lane	Halbnahe	leichte Aufsicht
73	10		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane	Halbnahe	Normal-sicht


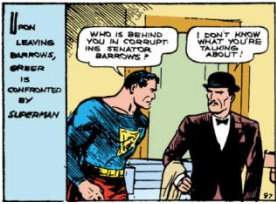
Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
74	10		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Lois Lane	Halbnahe	Normal-sicht
75	10		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, auktoriale Narration	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
76	10		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	auktoriale Narration	Halbtotale	leichte Untersicht
77	11		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, auktoriale Narration	Halbnahe	leichte Aufsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
78	11	<p>UPON LEAVING THE SENATE CHAMBERS, CLARK SNAPS A PICTURE OF A FURTIVE MAN SPEAKING SWIFTLY TO SENATOR BARROWS.</p> <p>WHEN CAN I SEE YOU?</p> <p>I TOLD YOU NEVER TO SPEAK TO ME IN PUBLIC! ...UH, MY HOME... TONIGHT AT 8:30</p>	Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, auktoriale Narration	Halbtotale	Normal-sicht
79	11	<p>AT THE MORGUE OF A LOCAL NEWSPAPER</p> <p>WHO'S THE CHAP SPEAKING TO SENATOR BARROWS?</p> <p>WHY, THAT'S ALEX GREER, THE SLICKEST LOBBYIST IN WASHINGTON. NO ONE KNOWS WHAT INTERESTS BACK HIM.</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, auktoriale Narration	Halbnahe	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
80	11		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, auktoriale Narration (bereitet Sprechblase im nächsten Panel vor)	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)
81	11		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Senator Barrows, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
82	11		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Senator Barrows, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	leichte Aufsicht
83	11		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Senator Barrows, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
84	11		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
85	12		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
86	12		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	leichte Aufsicht
87	12		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbtotale	leichte Aufsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
88	12		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase, Stromleitung	Halbtotale	leichte Aufsicht
89	12		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase, Stromleitung	Totale	Untersicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
90	13		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	leichte Aufsicht
91	13		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase, Stromleitung	Halbtotale	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
92	13		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase, Stromleitung, Kapitol	Halbtotale	leichte Aufsicht
93	13		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Kapitol, Sprechblase	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
94	13		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbnahe	Normalsicht
95	13		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Alex Greer, Sprechblase	Halbtotale	leichte Aufsicht/ leichte Schrägsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
96	13		Normal (rechteckig)	Abgerundeter Rand (schwarz)	Superman	Halbnahe	Normal-sicht

**B) Comicprotokoll – erster Ordnung. *Action Comics*
Vol. 2 #1 (2011)**



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
1	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Zwei Charaktere im Vordergrund, zwei im Hintergrund, Glastisch, Gläser, (teurer) Alkohol	Halbnahe	Normal-sicht/ leichte Schrägsicht
2	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Zwei Charaktere im Vordergrund, zwei im Hintergrund, Glastisch, Gläser, (teurer) Alkohol	Halbnahe	Normal-sicht/ leichte Schrägsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
3	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Halbnahe	leichte Aufsicht
4	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Halbnahe	Schrägsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
5	1		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Großaufnahme	Normal-sicht
6	2		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Polizei	Panoramaaufnahme	Unter-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
7	2		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei	Halbnahe	Normal-sicht
8	2		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei	Halbtotale	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
9	2		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei	Großaufnahme	Normal-sicht
10	2		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei, Assistent (Antagonist)	Halbtotale	leichte Untersicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
11	3		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei, Assistent (Antagonist), Sprechblasen	Halbnahe	Normal-sicht
12	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Assistent (Antagonist), Sprechblase	Halbnahe	leichte Untersicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
13	3		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei	Halbtotale	leichte Untersicht
14	3		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Polizei, Superman	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
15	3		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Halbnahe	Normal-sicht
16	4 + 5		Splash-Panel	Normaler Rand (schwarz) über gesamte Seite/ Bildelement ragt über Panel hinaus/ extra positionierte Überschrift ragt in Panel hinein	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan), Polizei	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)

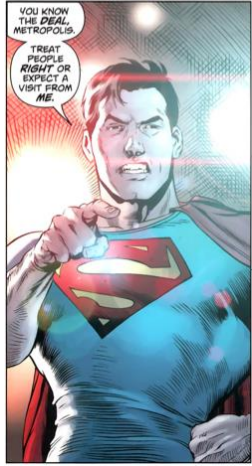

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
17	6		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan), Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
18	6		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblasen	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
19	6	 <p>A close-up panel of Superman's face. His eyes are glowing red. A speech bubble above him says "STELL NICHT TALK?" and "OKAY?". A speech bubble below him says "YOU HAD YOUR CHANCE SUENHORNEN".</p>	Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblasen, Superman	Großaufnahme	Normal-sicht
20	6	 <p>A wide shot panel showing a city street at night. Superman is in the foreground, and several police officers are visible in the background. A speech bubble is present above the police officers.</p>	Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase, Superman, Polizei	Halbnahe	Unter-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
21	7		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Polizei	Halbnahe	Untersicht
22	7		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Totale	Normal-sicht


Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
23	7		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Halbnahe	Untersicht
24	7		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
25	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)
26	8		Normal	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman, Antagonist (Mr. Glenmorgan)	Halbnahe	leichte Aufsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
27	8	 <p>YOU KNOW THE DEAL METROPOLIS. TREAT PEOPLE RIGHT OR EXPECT A VISIT FROM ME.</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht
28	8	 <p>SOMY MOVE! STAY WHERE YOU ARE!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Polizei, Sprechblase	Halbtotale	Normal-sicht/ leichte Schrägsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
29	9		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Polizei, Sprechblase	Halbnahe	leichte Untersicht
30 + 31	9		P. 30: Normal P. 31: Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)/ Panel durch Sprechblase verbunden/ Follow-up Panel	Superman, Polizei, Sprechblase	Halbtotale	leichte Untersicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
32	9		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Großaufnahme	Normal-sicht
33	9		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
34 +35	10		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement (P. 35) ragt über Panel hinaus, in vorheriges Panel hinein	Superman	P. 34: Halbtotale P. 35: Halbnahe	P. 34: Normal-sicht P. 35: leichte Untersicht
36	10		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblase	Halbnahe	Normal-sicht


Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
37	11		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor (Antagonist), General Lane	Totale	Normal-sicht
38	11		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor (Antagonist), General Lane	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
39	11	 <p>YOU BOASTED YOU COULD DELIVER SUPERMAN, AND YOU HAVE UNTIL 8 PM.</p> <p>BEYOND THAT TIME, YOUR OUTRAGEOUS CONSULTANCY FEE IS MORE THAN WE'RE PREPARED TO ACCEPT.</p> <p>AM I CLEAR, LUTHOR?</p> <p>I COULD HAVE SPENT A FEW MORE DOLLARS ON PROPS AND DRAINED YOUR ENTIRE STEEL SOLDIER BUDGET DRY.</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor (Antagonist), General Lane	Großaufnahme	Normal-sicht
40	11	 <p>BUT I LOVE MY COUNTRY, AND IN RETURN ALL I ASK IS INFORMATION, SAM.</p> <p>I CAN PROVE TO YOU ONCE AND FOR ALL THAT A MONSTER WALKS 1997PPF AMONG US.</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor (Antagonist), General Lane	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
41 + 42	12		<p>P. 41: Normal (rechteckig) P. 42: Rund</p>	<p>P. 41: Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus, in P. 42 hinein P. 42: Runder Rand (weiß)/ unterbrochen durch Gedankenblase</p>	Abrissbirne, Superman	<p>P. 41: Halbtotale P. 42: Detailaufnahme</p>	Normalsicht
43	12		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Abrissbirne	Halbtotale	Normalsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
44	12		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Abrissbirne, Lex Luthor, General Lane	Halbnahe	leichte Untersicht
45	12		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor, General Lane	Großaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
46	13		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Abrissbirne	Halbtotale	Normal-sicht
47	13		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Abrissbirne	Halbnahe	Normal-sicht




Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
48	13		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Panzer	Halbnahe	Normal-sicht
49	13		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Panzer, Geschoss	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
50 + 51	14		P. 50: Normal (rechteckig) P.51: Normal	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement aus P. 51 ragt in P. 50 hinein	Geschoss, Superman	Halbnahe	Normal-sicht
52	14		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Geschoss, Superman	Halbnahe	leichte Unter-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
53	14		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Abrissbirne	Halbnahe	Normal-sicht
54	15		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Panzer, Sprechblasen	Halbnahe	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
55 + 56	15		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement aus P. 56 ragt über Panel hinaus & in P. 55 hinein	Sprechblasen, Superman, Panzer	Halbtotale	P. 55: leichte Aufsicht P. 52: leichte Untersicht
57	16		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Panzer	Totale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panel-semiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kamera-perspektive
58	16		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Panzer, Sprechblasen	Halbnahe	Normal-sicht
59	16		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Panzer, Superman, Menschenhorde	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
60	16		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Menschenhorde, Superman	Halbnahe	Normal-sicht
61 + 62 + 63 + 64 + 65	17		P. 61: Splash-panel P.62: Normal P.63: Normal (schmal) P.64: Normal P.65: Normal (rechteckig)	P. 61: Rand bildet Seitenrand P. 62: Bildelemente ragen in P. 61 & 63 P. 64 & 65: Normaler Rand (schwarz)	Polizei, Heli-Dronen, Superman	P. 61: Totale P. 62-65: Halb-totale	P. 61: Normal-sicht P. 62: Normal-sicht P. 63: Aufsicht (Vogelperspektive) P. 64: leichte Untersicht P. 65: Normal-sicht
66	18		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Luftschiff	Panoramaaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
67	18		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Luftschiff	Halbtotale	Untersicht
68	18		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Großaufnahme	Untersicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
69	18		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman	Halbtotale	Untersicht
70 +71 + 72	18		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)/ Follow-up Panel	Superman/ Clark Kent (alias Superman)	Halbnahe	leichte Untersicht


Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
73	19		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent	Halbnahe	Normal-sicht
74	19		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin, Wäschekorb	Halbtotale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panel-semiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
75	19		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Wäschekorb	Halbnahe	Normal-sicht
76	19		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
77	19		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin, Wäschekorb	Halbnahe	Normal-sicht
78	20		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin, Wäschekorb	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
79	20		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin	Halbnahe	leichte Untersicht
80	20		Normal (quadratisch)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin	Großaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
81	20	 <p>THAT MEN AND A WOMAN IN A... ...PICK UP! PICK UP! COME ON, THAT'S... ...JIMMY OLSEN! ...CLARK KENT!</p> <p>...PICK UP! PICK UP! COME ON, THAT'S... ...JIMMY OLSEN! ...CLARK KENT!</p> <p>...PICK UP! PICK UP! COME ON, THAT'S... ...JIMMY OLSEN! ...CLARK KENT!</p>	Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Vermieterin	Halbtotale	leichte Untersicht
82	20	 <p>...PICK UP! PICK UP! COME ON, THAT'S... ...JIMMY OLSEN! ...CLARK KENT!</p>	Normal	Normaler Rand (schwarz)	Clark Kent, Sprechblasen	Großaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
83	21		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht
84	21		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
85	21		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Großaufnahme	Normal-sicht
86	21		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Großaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
87	21		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblasen, Schnellzug	Totale	leichte Untersicht
88 + 89	22		P. 88: Normal (rechteckig) P. 89: Normal	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement aus P. 88 ragt in P. 89 hinein	Sprechblasen, Clark Kent	P. 88: Halbnah P. 89: Großaufnahme	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
90	22		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	leichte Untersicht
91	22		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Sprechblasen	Großaufnahme	Normal-sicht


Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
92	22		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	-(aus Kontext heraus erschließbar)	Großaufnahme	leichte Untersicht
93	22		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
94	22		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	-(aus Kontext heraus erschließbar)	Großaufnahme	leichte Untersicht
95	23		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Stahltür	Großaufnahme	Aufsicht (Vogelperspektive)



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
96	23		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Stahltür	Halbnahe	Normal-sicht
97	23		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Stahltür	Totale	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
98	23		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht
99	23		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Schnellzug	Totale	leichte Untersicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
100	24		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht
101	24		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	leichte Aufsicht

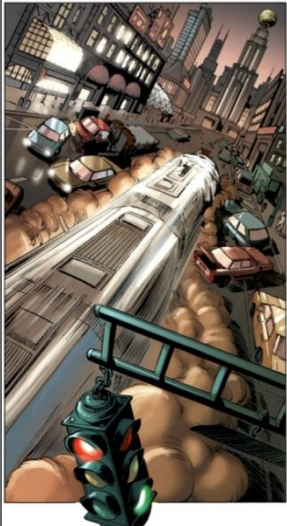

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
102	24		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman, Schnellzug	Halbtotale	Normal-sicht
103	24		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Schnellzug	Großaufnahme	Normal-sicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
104	25		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelemente ragen über Panel hinaus	Lois Lane, Jimmy Olsen, Sprechblasen, Schnellzug	Halbnahe	leichte Aufsicht
105	25		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Superman, Schnellzug	Großaufnahme	leichte Aufsicht



Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
106 + 107 + 108	25		P.106: Normal P. 107 & P. 108: Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ P. 106 innerhalb von P. 107 positioniert/ P. 107 & 108 durch Bildelement verbunden/ Follow-up Panel	Lois Lane, Jimmy Olsen, Superman, Schnellzug	P. 106: Großaufnahme P.107: Totale P. 108: Halbtotale	P. 106: Normal-sicht P. 107: Untersicht P. 108: leichte Aufsicht
109	25		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Schnellzug	Halbnahe	Untersicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
110	25		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman, Schnellzug	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)
111 + 112 + 113	26		Abge-schrägt (rechteckig)	Ränder trichterförmig angeordnet (schwarz)/ P. 112: Bildelemente ragen über Panel hinaus	Superman, Schnellzug	P. 111 & 112: Halbtotale P. 113: Halbnahe	P. 111: leichte Untersicht/ leichte Schrägsicht P. 112: Normal-sicht P. 113: Normal-sicht/ leichte Schrägsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
114	27		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman, Schnellzug	Totale	Untersicht/ leichte Schrägsicht
115	27		Normal (schmal)	Normaler Rand (schwarz)	Lois Lane, Jimmy Olsen, Schnellzug	Halbnahe	Normal-sicht/ leichte Schrägsicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
116	27		Normal	Normaler Rand (schwarz)/ Bildelement ragt über Panel hinaus	Superman, Schnellzug	Totale	Aufsicht (Vogelperspektive)/ leichte Schrägsicht
117	28		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor, General Lane	Halbtotale	leichte Untersicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panelsemiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
118	28		Normal (rechteckig)	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor, General Lane	Halbnahe	Normal-sicht
119	28		Normal	Normaler Rand (schwarz)	Lex Luthor	Großaufnahme	Normal-sicht

Panel-Nr.	Seitenzahl	Visuelle Repräsentation	Panelgröße	Panel-semiotik	Indizien	Einstellungsgröße	Kameraperspektive
120 + 121	28		Normal	Normaler Rand (schwarz)/ Sprechblase verbindet Panel	Lex Luthor, General Lane	Halbnahe	leichte Untersicht
122	29		Splash-Panel	Normaler Rand (schwarz)	General Lane	Halbtotale	leichte Untersicht

Franz Reitinger

Die ›ultimate‹ Theorie des Bildes

»Da ich nicht alles auf einmal sagen kann,
muss ich von etwas Bestimmten reden«
frei nach Hans Magnus Enzensberger

Abstract

Is it possible or even desirable to conceive a type of image studies without any object reference to historical object? What is the status of object-oriented knowledge at all in the face of the claim for truth made by the sciences? Are the great explanatory models hatched out by philosophers and physicists sufficient to cover the need for visual knowledge of today's information societies? Is it necessary to consider the time-space grid extended to such a degree that nature becomes naked being, biosphere naked life and humanity naked existence? How much visual knowledge may tribes, language communities, cultures, nations, institutions, parties, associations, milieus and environments, families, generation-cohorts, taste and interest groups require for themselves? And is the explicit knowledge of specialized learning less valuable than the speculative output of the new theory-based disciplines? Does the ›truth-knowledge‹ of these disciplines really go without any ›fact-knowledge‹, as they tend to suggest? And if so, of what good could a blind, non-iconic theory be to our visual cultures? The subsequent contribution traces running research lines and points out questions that may help to assess prevailing mindsets in German-speaking centres of excellence.

Ist eine historische Bildwissenschaft ohne Objektbezug denkbar und wünschenswert? Welchen Stellenwert nimmt das Objektwissen angesichts des Wahrheitsanspruchs der Wissenschaften überhaupt ein? Ist der Wissensbedarf heutiger Informationsgesellschaften mit den großen Welterklärungsmodellen der Philosophie und der Physik bereits gedeckt? Ist es sinnvoll, das

Zeit-Raum-Raster soweit auszudehnen, dass Natur zum inerten Sein, Biosphäre zum vegetativen Leben und der Mensch zur nackten Existenz enträt? Wie viel visuelles Wissen dürfen Völker, Kulturen, Nationen, Institutionen, Parteien, Verbände, Milieus, Sippschaften, Alterskohorten, Kult- und Geschmacksgemeinschaften für sich in Anspruch nehmen? Und ist der Wert dieses explizierten Fachwissens niedriger einzustufen als das Wahrheitswissen neuerer Theoriedisziplinen? Ja, kommt entsprechend postuliertes Wahrheitswissen tatsächlich ohne Faktenwissen aus, wie diese Disziplinen immer wieder behaupten, und welchen Nutzen sollte ein solches von allen objektiven Bezügen freies Denken für unsere visuellen Kulturen haben? – Der vorliegende Beitrag rückt Kernfragen der historischen Bildwissenschaften in den Mittelpunkt, wie sie durch jüngere Entwicklungen im Umfeld deutscher Exzellenzinitiativen provoziert werden.



Abb. 1:
Im Krebsgang?, *Procambarus Alleni*, Salzburg 2012, Fotografie. – Salzburg, Fabio Löcker

1. Die »ultimate« Theorie des Bildes

Es ist rührend, im Vorwort einer 1971 an der Universität München eingereichten Dissertation auf eine Liste jener Agenden zu stoßen, die der angehende und bald auch vom Tod hingeraffte Kunsthistoriker Wolfgang Steinitz aufgrund des unzureichenden Wissensstands seiner Zeit nicht zu leisten vermochte. Mit seinem Thema »*Les Cris de Paris*« und die *Kaufrufdarstellung in der Druckgraphik bis 1800* hatte sich Steinitz ohnehin weit über seinen Fachbereich hinausgelehnt, dessen namhafte Vertreter seit Jahrzehnten über spitzfindige »Melancholia«-Studien nicht wesentlich hinausgekommen zu sein

scheinen. Nun aber musste er feststellen, dass er außerstande gewesen sei, herauszufinden ›welche Stellung diese Blätter im Gesamtwerk des Künstlers einnehmen. Auch der Mangel an brauchbaren kunstsoziologischen Untersuchungen der Druckgraphik, die Auflagenhöhe und die Preise, also die kommerziellen Aspekte betreffend, ferner die Einflüsse des Publikumsgeschmackes auf die Darstellung oder Einflüsse von Tagesereignissen und die anderen Faktoren in ihren wechselseitigen Beziehungen und Beeinflussungen, zudem – bei diesem besonderen Thema – das Verhältnis des einzelnen Künstlers zum ›niedereren‹ Volk und dessen Stellung innerhalb der städtischen Gemeinschaft, ließen viele Fragen unbeantwortbar bleiben.‹ Es scheint glaubhaft, dass Steinitz vor einer Aufgabe stand, die in seiner Epoche unter normalen Umständen nicht zu leisten war. Seitdem hat sich unglaublich viel getan, mehr noch freilich in ganz anderer Hinsicht.

2. Theorien ohne Gegenstand

Die Vorherrschaft der Kathederphilosophie in den humanwissenschaftlichen Fächern scheint gebrochen, der Gegenstand der Philosophie nur mehr einer von vielen Gegenständen im Kreis der Disziplinen, und dennoch kann kein Zweifel bestehen, dass die akademische Welt heute in einem Maße wie nie zuvor von Begriffswissenschaften beherrscht wird, die objektorientierten, investigativen Ansätzen reserviert, ja bisweilen sogar ablehnend gegenüberstehen. War das Denken in anschauungsarmen Begriffen noch bis in die sechziger Jahre des vorigen Jahrhunderts eine Domäne der Philosophen gewesen, so hat sich dieses Denken seither über neue Disziplinen wie die Kultursoziologie und die Sprachphilosophie im gesamten Feld der Human- und Geisteswissenschaften breitgemacht. Innerhalb weniger Jahrzehnte hat die Hegemonie der Begriffe, sei es als Universalgrammatik, Diskursanalyse oder Systemtheorie, unsere Vorstellung von den Dingen grundlegend verändert.

Lange Zeit war es Aufgabe der Philosophie gewesen, die Vielfalt der Dinge zu Kondensaten wie ›Sein‹ und ›Welt‹ zu verdichten oder auf Kategorien von Raum und Zeit zurückzuführen. Aus ihren begrifflichen Essenzen und Substraten konnte man weder einen Bauplan, eine Fahranleitung noch irgendeine Rezeptur gewinnen und zwar nicht, weil die pragmatische Dimension praxisbezogener Anwendung davon unberührt geblieben wäre. Vielmehr war es die kognitive Verfasstheit des Philosophierens selbst, das nichts oder nur wenig hergab, was im konkreten Leben einzulösen gewesen wäre. Im Vergleich zu den sprachlichen Universalcontainern vormaliger Ideengeber nehmen sich die hermetischen Begrifflichkeiten der jüngeren Zeit erst recht wie synthetische Konstrukte und undurchsichtige Derivate aus. Was sich anschießt, als ›Theorie‹ zur übergreifenden Wissenschaftssprache zu werden, ist indes weniger ein Kind der klassischen Philosophie als ein Ableger der abstrakten Wissenschaften des 19. Jahrhunderts: der Physik, der Mathematik und der Chemie. Der von den neuen Laborsprachen ausgehenden Faszination ist

es zuzuschreiben, dass sich im Inneren des universitären Fächerkanons eine technofine Literarität ausbilden konnte, die anstelle des anschaulichen Denkens in analogen Bildern die experimentelle Erzeugung von synthetischen Nomenklaturen und Definitiven setzte.

Während die trockene Endung in Ballistik oder Semiotik noch eine auf vielseitigem Erfahrungswissen beruhende Lehre in Aussicht stellte und Philologie, Ikonologie nebst anderen ›Logiken‹ etwas wie fachliche Fundierung versprochen, tendieren objektlose Ismen-Theorien vom Typ ›die Wissenschaft von...‹ heute zu einer Reifizierung ihres Methodenansatzes. Dabei ließen selbst so allgemein gefasste Begriffe wie ›Existenz‹ oder ›Struktur‹ noch die Ahnung eines Objektbezugs erkennen, wie sie jüngeren Theorien vollends abhanden gekommen zu sein scheint. Von ihrer begrifflichen Tektonik her besehen ist zwischen dem esoterischen Quasibegriff des ›Kokovorismus‹ und der Methodenlehre des ›Dekonstruktivismus‹ kein großer Unterschied mehr auszumachen. Beide definieren sich nicht durch einen bestimmten Gegenstandsbereich, sondern durch eine mehr oder weniger begrifflich untermauerte Absicht oder Praxis im Sinne etwa einer Glaubens-, Stil- oder Denkrichtung. Angesichts einer wachsenden Zahl an objektlosen Theoriefächern drängt sich förmlich der Vergleich mit den nominalen Finanzwerten des modernen Börsenkapitalismus auf, denen kein erkennbarer Realwert entspricht.

Objektorientierte Ansätze sind demgegenüber mehr denn je legitimationsbedürftig. Dieser über jedes normale Maß einer akademischen Begründungsnotwendigkeit hinausgehende Legitimationsdruck wird in die Objektwissenschaften hineingetragen und gewinnt für deren Außenwahrnehmung so sehr an Relevanz wie er für deren innere Verfassung nebensächlich bleibt. Schnell sind Leser und Rezensenten aus dem Nahbereich der Universitäten mit Etikettierungen wie ›naiv‹, ›unwissenschaftlich‹ oder ›kompilatorisch‹ zur Hand. Dabei kümmert es sie kaum, ob die ihnen vorliegende Arbeit eine willkürliche Zusammenstellung vermeintlicher Fakten ist oder auf dem sorgfältigen Abgleich von unterschiedlichen Quellen und Informationen beruht. Es bleibt deshalb auch uneinsichtig, woher die akademische Stimmung wider den epistemischen Gegenstand in den Wissenschaften herrührt wie überhaupt, woher die Agenden und Parolen stammen, die an Jungakademiker ausgegeben und unter ihnen herumgereicht werden. Um an die Wurzel des hier konstatierten Phänomens zu gelangen, reicht es jedenfalls nicht, sich diesem gegenüber kritisch oder sonst wie rezeptiv zu verhalten. Werden wir doch mit Tendenzen konfrontiert, die über den engeren Bereich der Wissenschaften hinaus auf wissenssoziologisch und bildungspolitisch relevante Gegebenheiten verweisen.

3. Spielräume des Theoretischen

Die Vorbildwirkung, die heute von anikonischen Bilddiskursen ausgeht, ist enorm. Sicherlich sind die Verlockungen eines über ein Amalgam von Auto-

rennamen und Werktiteln zugänglichen essenziellen und in manchen Fällen vielleicht auch essentiellen Instantwissens, das einem den langen Weg des Erwerbs von Kenntnissen erspart, keineswegs neu. Im disziplinären Gefüge unserer traditionellen Universitäten waren ihren Entfaltungsmöglichkeiten allerdings noch spürbare Grenzen gesetzt. Die neue Unübersichtlichkeit wissenschaftlicher Strukturen scheint dagegen gerade derartigen begriffswissenschaftlichen Ansätzen förderlich zu sein.

Auf allen Ebenen der höheren Bildung wurden in den letzten zwanzig Jahren Theorie-Lehrstühle eingerichtet, die nach außen hin unter Etikettierungen wie ›methodisch‹, ›epistemologisch‹ oder ›medientheoretisch‹ ähnliche Zielsetzungen verfolgen. Während man meinen möchte, den dort lehrenden Theorie-Beauftragten wäre es vornehmlich darum zu tun, die Studenten mit den geläufigsten Wissensdiskursen und den darin zur Anwendung gelangenden Begriffen, Methoden und Konzepten bekannt zu machen, ist es vielfach die Botschaft von der Hegemonie der Begriffe und der Habitus des Theoretisierens selbst, den sie vermitteln.

Die Exponenten der neuen theoretischen Vorzeigedisziplinen pflegen neben den Thesen und Theorien auch den Jargon und das kanonisierte Wissen dieser Disziplinen in ihre transdisziplinären Lehrfelder hineinzutragen. Nur in den seltensten Fällen kommt es dabei zu einem echten Wissensaustausch mit den gastgebenden Fächern. Viel häufiger ist die unkontrollierte Verbreitung des gleichen, jedes Mal wie neu aufgekochten, repetitiven Theoriewissens über alle Fachbereiche hinweg, sodass selbst Kunsthistoriker mit einem Mal zu sagen vermögen, wer Foucault war, und es für sie schließlich zur moralischen Pflicht wird, Foucault zu zitieren (ein politischer Aspekt ist schließlich bei jeder Theorie im Hintergrund mit im Spiel), aber nur eine vage Vorstellung davon besitzen, was etwa mit Schabkunst oder Zyanotypie gemeint sein könnte und welchen Stellenwert diese Künste zu bestimmten Zeiten und in bestimmten Räumen besaßen.

Tatsächlich handelt es sich bei diesen Theorie-Lehrstühlen um wissenschaftspolitisch hochsensible Bereiche, da hier die Leitparolen für den übrigen Wissensbetrieb ausgegeben werden. Die Kehrseite der von diesen Lehrstühlen ausgehenden Begriffsmacht ist eine schleichende Politisierung, die dazu führt, dass über Sonderqualifikationen verfügende Wunschkandidaten in diese Posten gehievt werden, die den ihnen zur Verfügung stehenden institutionellen Rahmen mit Aktivitäten füllen, die nur teilweise durch den offiziellen Lehrauftrag gedeckt sind. Wie die Werteorientierung der in den abgehobenen Sonderbereichen der Methodologie unter unverfänglichen Titeln und irreführenden Etikettierungen agierenden Gender-, Colonial-, Racist-, Fascist-, Queer- oder was sonst noch Studies-SpezialistInnen auch immer ausfallen mag, fest steht, dass deren Hauptaufgabe nicht allein darin besteht, Wissen zu produzieren, sondern auch Meinungen zu implementieren und dauerhaft zu etablieren. Manch einer mag sich so an die berüchtigten Marxismus-Lehrgänge an den Universitäten der ehemals kommunistischen Länder erinnern fühlen, ein Eindruck, der aber doch auch relativiert werden muss, da die

Theorie-Lehrstühle neuerer Prägung in stärker dezentrale Strukturen eingebunden sind, ein Mindestmaß an Mitbestimmung vorsehen und auf quasi legitimistischen Verfahrensregeln beruhen.

Eine katalytische Funktion bei der Etablierung neuer theoretischer Disziplinen fiel auch den über Jahrzehnte an den Universitäten geführten Objektivitäts-Debatten zu. Anhand psychophysischer Reiz- und Reaktionsmuster war es ein Leichtes, die Unmöglichkeit von eindeutigen Wahrnehmungsinhalten nachzuweisen. Obgleich es im Kern dieser Debatten um die Objektivität von Urteilen ging, stand meist rasch auch die Objektbezogenheit und Anschauungsgesättigtheit wissenschaftlicher Diskurse als solcher zur Disposition. Materielle Widerständigkeiten versuchte man kleinzureden.

In den Kulturwissenschaften übernahm man die wahrnehmungspsychologischen Positionen nur allzu bereitwillig, ohne hinreichend gewahr zu sein, dass Bilder als menschliche Artefakte zu allererst den Kriterien von Material, Werk und Ware gehorchen und sich natürlichen oder auch nur naturalisierten Phänomenen nur sehr bedingt – etwa als Modus des Unbestimmten in der Frage ›ist das ein Schinken oder ein Gemälde‹ – an die Seite stellen lassen. Während deutschsprachige Philosophen und Wissenschaftstheoretiker ihren Kollegen aus den anglikanischen Ländern mit Vorliebe historische Empirie und antiquarische Geschichtsschreibung attestierten, gingen sie selber einer sie möglicherweise aufs Glatteis unzureichender Kenntnisse führenden Auseinandersetzung mit den Objektwissenschaften tunlichst aus dem Weg und schufen damit erst die von ihnen konstatierten Theoriedefizite, indem sie die objektorientierte Forschung freimütig den Sachwaltern und Enthusiasten überließen.

Die Verankerung der Begriffswissenschaften in Forschung und Lehre ist mittlerweile so weit fortgeschritten, dass sie selbst auf Dissertations-, Stellen- und Stipendienvergabe Einfluss nimmt. Die meisten Wissenschaftsverlage haben ihr Verlagsprogramm inzwischen weitestgehend auf die Verbegrifflichung der Objektwissenschaften im Zuge des ›Ironic‹ und anderer ›turns‹ ausgerichtet. Man wird es ihnen angesichts des Wegfallens der Kosten für Bildrechte, Reproduktionsgebühren, Farbdruck und aufwendiges Layout wohl auch nicht ganz verübeln können. So beamen sie ihre Leser zurück in eine Zeit, in der der Mangel an verlässlichen Reproduktionen die Mutter aller Überzeichnungen und Fehldeutungen war. Am untersten Ende dieser Entwicklung steht das an die aktuellen Tagesthemen ankoppelnde eindimensionale Schauthesen-Buch als einzige überhaupt noch öffentlich und medial vermittelbare Seinsform des wissenschaftlichen Sachbuches.

4. Theoriendefizite

Den neuen Nominalwissenschaften ist gemeinsam, dass sie allen Forschungen, die auf konkreten und damit der Kontingenz materiellen Seins unterworfenen Gegenständen basieren, mit Geringschätzung begegnen. Stattdessen

schaffen sie sich durch Substanzialisierung von vermeintlichen Kerneigenschaften ihre eigenen wissenschaftlichen Objektbereiche, die von den Dingen losgelöst und begrifflich zu einer aparten Diskurswirklichkeit verwoben werden. Die axiomatische Rede vom Sein des Bildes, von dessen ›Bildlichkeit‹ oder ›Ikonizität‹ erlaubt ihnen dabei, von der äußeren Beschaffenheit der Bilder und ihrer historischen Bedingtheit zu abstrahieren. Es ist interessant zu beobachten, wie der Wille zur Abstraktion sogar sein eigenes Substrat hervorbringt und sich in gut negativdialektisch ins Paradox getriebenen ›Bildern ohne Bilder‹ ein ihm affines Bildformat schafft, das ob seiner besonderen Theorienähe sich vor alle Bilder ›mit Bildern‹ drängt, um ihnen den Rang als vordringlich zu behandelndes, primäres Erkenntnisobjekt abzulaufen.

Von der Satellitenperspektive einer Super-, Hyper-, Mega- oder Makrotheorie herab ist freilich kein Überblick über die Ikonodiversität unserer historischen Bildkulturen zu gewinnen. Am Boden der Phänomene werden die Sachverhalte heterogen und disparat. Ambivalente Tatbestände und inkonsistente Überlieferungslagen zeitigen einen Effekt der Unübersichtlichkeit. Nun ist es in dieser Situation nicht damit getan, die Lesebrille abzunehmen, sich zurückzulehnen und darauf zu beharren, dass eine Rose, eine Rose, eine Rose sei, und jede Fälschung, eine Kopie, ein Original. Schließlich braucht man sich nicht auf die Bodenhöhe eines Pilzesammlers oder Schlangenbeschwörers zu begeben, um zu begreifen, dass es, solange wir leben, auch weiterhin auf die feinen Unterschiede ankommt.

So ist fraglich, ob das Vorhandensein eines begrifflichen Kerns in den Objekten, wie dies die fallweise als Geistes-, Mental-, Human- oder Kulturwissenschaften in Erscheinung tretenden und als trendige ›Turn‹-Disziplinen weiter an ihrem Profil drehelnden Wissenssparten in ihrem quasi naturwissenschaftlichen Gehabe suggerieren, überhaupt als sinnvolle Annahme gelten kann. Wird ein bestimmter Typus, eine bestimmte Gattung denn nicht viel eher durch die Spanne der Möglichkeiten charakterisiert, die in der Differenz zwischen ihren Exemplaren angelegt sind? Was nützt schon der Hinweis, dass es in London einen Königspalast gibt, für die Frage, ob in Berlin das königliche Schloss wieder errichtet werden soll? Und reicht etwa ein Caravaggio in Rom, oder bedarf es noch eines Caravaggios in La Valetta, ja ist Caravaggio überhaupt gleich Michelangelo, Raffael und Leonardo, verzichtbare Variante Ein- und Desselben, wie uns der schemenhafte Blick des in die platonische Höhle zurückkehrenden neuakademischen Thesenjongleurs nahelegen scheint? Es ist natürlich fein, aufgrund von ein paar wenigen Stichproben verallgemeinernde Objektaussagen treffen zu wollen und in der Gewissheit um die glückliche Landung der Arche Noah zu behaupten, es komme weder auf Ort noch Zeit und Zahl an, da ohnedies alles, was uns verschieden dünkt, nur die Anwendungsform ein- und desselben Bausatzes ist. Aber man sage dies einmal einem über das Migrationsverhalten verschiedener Tierarten forschenden Biologen oder auch nur dem Bürgermeister einer von demographischen Schwankungen und Umbrüchen gebeutelten Stadtgemeinde. Auch diesseits der Politik besteht zwischen Menge, Wahrnehmung und Sichtbarkeit

ein nicht wegzudiskutierender Zusammenhang. Vollends absurd werden die bei jeder Gelegenheit herbeibemühten Argumentationsfiguren der inhaltlichen Redundanz, der überflüssigen Variante oder des erdrückenden Details, wenn sie sich auf innovative Arbeiten beziehen, in denen die Wucht der zu Tage beförderten Evidenzen erst das volle Ausmaß der Verdrängung sichtbar werden lässt.

Anstatt die Ergebnisse gegenstandsnaher, bildbezogener Forschungen mit einzubeziehen und auf einem höheren Abstraktionsniveau einer vertieften Reflexion zuzuführen, tendieren nominalistische Diskurse dazu, Bilder von ihren zeitlichen und materiellen Bedingungen loszulösen, zu absorbieren und zum Verschwinden zu bringen. Ein solches Vorgehen mag in bestimmten, klar definierten Diskurszusammenhängen sinnvoll sein, wenn dies aber zum Leitmuster unseres epistemischen Umgangs mit den Bildern wird, dann laufen wir Gefahr, uns der materiellen Grundlagen unseres ikonischen Wissens zu entledigen, ohne uns der Folgen hinreichend gewahr zu sein. Nicht die mangelnde theoretische Bildung sogenannter ›angewandter‹ Forschung wird heute zum Problem, sondern das Verschwinden unserer konkreten Bilderwelten aus dem vom unbedingten Willen zur Abstraktion geprägten wissenschaftlichen Diskurs.

So zählt zur Selbstvergessenheit der heutigen Kultur- und Sprachwissenschaften, wenn deren Exponenten das Hohelied des Bilderwissens anstimmen und die epistemischen Qualitäten der Bilder im selben Moment durch das Herbeizitieren wohlfeiler Großtheorien und die Entlehnung von Fragestellungen und Begrifflichkeiten am Sekundärmarkt der Ideen unterlaufen. Da doch ohnehin alle Erscheinungen nur Spielarten eines einzigen Prinzips sind, erspare sich der Analytiker am besten von vornherein die Mühe, Fragen von Differenz und Pluralität am Bildspeicher der Weltgeschichte abzuarbeiten, denn das kostet Zeit und wer würde ihm den entstandenen Aufwand schon vergüten. Prophylaktisch sei an dieser Stelle betont, dass es uns fern liegt, einer überholten Fachexegetik das Wort zu reden. Die Ansätze zu einer historischen Bildwissenschaft wären spätestens da von klassischen Auslegungsverfahren abzuheben, wo nicht länger immanente Inhalte extrahiert, sondern mit Hilfe von Bildern und um Bilder herum weiterführende Argumente konstruiert und Perspektiven entwickelt werden.

5. Möglichkeit der Bilder

Die Autoren heutiger bildwissenschaftlicher Abhandlungen werden nicht müde, die Erkenntnisfunktion der Bilder zu behaupten. Dabei kommen Bilder in diesen Diskursen oft gar nicht vor, weder als argumentative Hilfen noch als Demonstrations-, geschweige denn als Erkenntnisobjekte. Eigentlich geht es darin gar nicht um Bilder, sondern lediglich um die Möglichkeit von Bildern im Lichte einer disziplinären Logik verpflichteten Denkens. Dies mag weidlich abgehoben klingen, zumal wenn man an die Bedürfnisse der heuti-

gen Wissensgesellschaften denkt. Die pragmatische Seite eines solchen Diskurrierens scheint der Einsicht geschuldet, dass der Status der Bilder fragwürdig geworden ist und innerhalb der akademischen Eliten laufend neu verhandelt werden muss. Sie hat aber auch mit den methodischen Operationen der Thesenbildung, Verifizierung und Widerlegung zu tun, auf die sich der Wahrheitsanspruch der institutionalisierten Wissenschaften gründet.

Freilich sind Bilder nun einmal da, und wenn sich in ihnen Standpunkte und Meinungen auch auf denkbar mannigfache Weise manifestieren, so gibt es doch an ihnen nichts, was auch nur im Entferntesten an eine Hypothese erinnern würde. Die umständlich an sie herangetragenen Theoreme sind deshalb auch weniger Ausdruck besseren Bilderwissens als das Eingeständnis unseres Mangels an Verstehen. Wie sollte eine Beurteilung ihres Bildseins auch auf dem Wege ihrer logischen Entkräftung erfolgen? Käme eine Widerlegung der Bilder doch in jedem Fall ihrer Liquidierung gleich. So kann es in den historischen Bildwissenschaften nur um die Frage gehen, ob und wieweit die betreffenden Bilder epistemisch fruchtbar zu machen sind. Beantworten lässt sich diese Frage allein durch die wissenschaftliche Praxis und die sie zeitigenden Ergebnisse.

Es stimmt nachdenklich, dass nach einer nun schon etliche Jahrhunderte währenden Kritik an den akademischen Spielarten der Pedanterie heute mehr denn je ein scholastisch anmutender Konstruktivismus an den Universitäten die Oberhand behält. Vielleicht passt in diesen Zusammenhang die Beobachtung, dass ältere Menschen den ihnen entgleitenden alltäglichen Lebensvollzügen mit einem immer strikteren methodischen Rigorismus zu begegnen suchen. Ob dieses Verhalten auf institutionelle Formen der Wissensorganisation übertragbar ist, bleibe vorderhand dahingestellt. Systematisch Denken bedeutet indes zunächst nur, dass primäre Kategorien wie Raum und Zeit zugunsten von sekundären topischen Strukturen aufgegeben werden. Es entstehen dabei Ordnungen zweiten Grades, die in ihrer Künstlichkeit der gedanklichen Gliederung der Rede, wie wir sie aus der klassischen Rhetorik her kennen, auffallend nahe kommen. Genau darum aber geht es in den wissenschaftlichen Diskursen: nicht primär um Fragen der Wahrheit und Wahrscheinlichkeit, sondern um rituelle Abläufe im gedanklichen Austausch, ohne die jedes Kollektiv – wie manche behaupten – auseinanderzubrechen drohe. Neue Formen medial unterstützter Darlegung rücken den akademischen Vortrag dabei vollends in die Nähe von kommerzieller Produktpräsentation und technischer Sachverhaltsdarstellung. Vielfach fährt sich der verinnerlichte Imperativ zum Ordnen und Gruppieren in der äußeren Form des schriftlichen Gestaltens fest, wo er als exzessive Gliederungssystematik wiederkehrt.

Die Begriffswissenschaften werden zu Agentinnen eines wortlosen Verschwindens, indem sie anstelle des Wissensschatzes der großen Universalbibliotheken die Selbstevidenz der eigenen Verknüpfungen setzen, in deren logisches Gerüst sich nach Bedarf und gewissen Einlegearbeiten vergleichbar frei verfügbare Namen und Sätze einflicken lassen. In dieser an Aspik oder Terrazzo erinnernden begrifflichen Masse hat die Kunst des schö-

nen Zitats seinen Platz, die den Franzosen dazu bringt, mit der gleichen Selbstverständlichkeit seinen Montaigne, Montesquieu und Rousseau herbeizurufen, wie der Amerikaner auf seine Flagge schwört. Sprachlich drückt sich die Einbettung des Historischen in systematische Zusammenhänge nicht zuletzt in der Vorliebe für das historische Präsens aus.

Begriffsdominierte Arbeiten werden von dem Glauben genährt, das ikonische Wissen könnte problemlos durch logische Operationen ersetzt werden. Anstelle der Bilder finden sich darin meist ihrerseits Bezugnahmen auf Texte, in denen über Bilder geredet wird. Sollten diese Referenztexte von konkreten Bildern handeln, dann darf man von der begründeten Erwartung ausgehen, dass sich die darauf bezugnehmenden Autoren beeilen werden, die Vorläufigkeit dieser Studien als Behauptung hinterherzuschicken, um so ihren krypto-hegemonialen Anspruch auf ein über dem Wissen von den Bildern stehendes Überwissen anzumelden. Es kommt hier eine Rhetorik der letzten Dinge zum Tragen, die wissensethisch bedenklich ist. Hieße eine ultimative Theorie doch nichts weniger als das Ende jedweder Reflexion. Es scheint evident, dass die Ausübung von Wissenschaft auch nach Du Bois-Raymond noch immer vielfach zum Religionsersatz enträt.

Unter der Ägide der Begriffswissenschaften werden auf einer stärker angewandten Ebene Stellvertreterkriege geführt, indem System und Problem gegen anschauungsnahe Erkenntniskategorien wie Merkmale und Motive ins Feld geführt werden. Derart disqualifizierende Unterscheidungen wirken überzogen, wo sie kategorisch werden und den Anspruch auf Unbedingtheit erheben. Warum sollen vorgefertigte Fragestellungen, die man quasi von der Stange aus den aktuellen Medien oder sonst woher übernimmt und auf einen bestimmten Objektbereich appliziert, gut sein, solche, die man sich im Laufe einer intensivierten Auseinandersetzung mit spezifischen Bild-, Text- oder Objektsorten erarbeitet, dagegen schlecht? Und überhaupt, wohin soll uns das zum Ding ohne Eigenschaften verblässende Objekt versachlichten Denkens führen? Ist es nicht eben dieses Denken, das unsere Welt formt? Wenn dies aber so ist, welchen Kräften kann eine als ultimative Theorie daher kommende Wissenschaft ohne Vorstellung in unseren zivilisierten Gesellschaften dienlich sein? – Irgendwie stellt sich die Befürchtung ein, dass die Begriffe lediglich dazu da sein könnten, das Terrain des Gesellschaftlichen für neue Planungswirklichkeiten freizuräumen. So schafft sich auf leere Begriffe fixiertes Denken, wenn es erst einmal in die Führungskader eingerückt ist, ihre eigenen, über kurz oder lang irreversiblen Tatbestände. Es scheint einen Zusammenhang zwischen der Anschauungsarmut um sich greifender Großkategorien, dem Verlust unserer Kulturlandschaften und den entpersönlichten Subsistenzräumen neuerer Prägung zu bestehen, deren gigantomanische Monomanie unseren Blick auf die Welt verstellt.

Wen würde es wundern, wenn sich im wachsenden Selbstgefühl der aus sich heraus geschaffenen Evidenzen ein schaler, spannungsloser Universalismus breit machte: Ist nicht ohnehin längst alles in unserem imaginären Museum vorhanden und in Kopien gespeichert, und wenn schon nicht sofort

verfügbar, so doch jederzeit bestell-, liefer-, abruf- oder sonstwie machbar? – Wer so fragt, dem wird die Wiederauferstehung des unwahrscheinlichsten aller Artefakte aus den Tiefen des Meeres und der Erde, aus der Fülle der Bibliotheken und Archive, aus dem abgeschlagenen Putz jahrhundertalter Wände, ja selbst noch aus unseren durch Architektur und Baubranche stark dezimierten privaten Magazinen, seien es Keller oder Dachböden, wie ein böser Fiebertraum erscheinen.

6. Partieller Bildverlust

Symptomatisch für die hier beschriebenen Tendenzen einer neuen Geschichtsvergessenheit scheint die sich seit einiger Zeit wachsender Beliebtheit erfreuende Kulturanthropologie zu sein, der die Kategorie des Historischen zwischen Grauevorzeit- und Jetztzeitdenken (man fühlt sich irgendwie an die Münchener Gelehrtenzirkel in Thomas Manns *Doktor Faustus* erinnert) weitgehend abhandenkommt. In Rousseaus Nachfolge sind Ur- und Frühzeit – unter verschiedenen Prämissen und mit unterschiedlichen Stoßrichtungen – zur primären Geschichtskategorie des Theoretischen geworden: nicht nur, weil die im Nebel der Schriftlosigkeit entschwindenden Epochen verlockende Interpretationsspielräume bieten, sondern auch, weil sich aus einer solchen fundamentalen Perspektive zentrale Kategorien des Historischen wie Kultur, Zivilisation, Aufklärung, Nation und Moderne bequem aushebeln lassen. Im Antlitz jener fernen Epochen, in denen die Enden von Natur und Kultur durch elementare Zustände des Lebens zusammengehalten werden, können die Kulturwissenschaften auch noch den Anschein naturwissenschaftlicher Fundierung aufrecht erhalten und die Interpretationsbedürftigkeit ihres Datenmaterials – die zu den Kernmerkmalen der Humanwissenschaften zählt – vergessen machen, selbst auf die Gefahr einer Implosion des Historischen hin, die – etwa durch institutionell implementierte Verweigerung der kollektiven Gedächtnisreproduktion – alle unsere sozialen, technischen, künstlerischen und kulturellen Errungenschaften im Laufe zweier oder dreier Generationen zum Verschwinden brächte.

Die Gründerväter des Strukturalismus hatten noch eine objektive Grundorientierung erkennen lassen und sie waren sich auch nicht zu schade, ihre Thesen am Konkreten, Griffigen, Historischen abzuarbeiten. Selbst physiologische und psychologische Erklärungsmuster boten eine erfrischende Alternative, solange Gelehrte wie Ernst Gombrich sich mit ihrem Bilderwissen dafür verbürgten. Heute wird im Alltag deutscher Exzellenzinitiativen hingegen immer mehr das Vergessen zur dominanten Attitüde, die das kokette Bekenntnis zum eigenen schlechten Gedächtnis in den Rang eines Bildungsnachweises erhebt: ›Ach, was wusste Schmidt-Biggemann nicht alles!‹ Aus ungeordnetem Vergessen wird, noch eh man sich's versieht, mutwillige Verdrängung. Natürlich hat es zu allen Zeiten unterschiedliche Wissensorientierungen gegeben. Doch wäre der Habitus des bewussten Diskreditierens, Igno-

rierens oder Übergehens von Forschungsergebnissen, die außerhalb der eigenen Generation und der eigenen akademischen Zugehörigkeiten erbracht werden, heute mehr den je wissensethisch zu hinterfragen und einer kritischen Betrachtung zu unterziehen.

Nicht umsonst beruht ein Großteil dessen, was Kultur ausmacht, auf der Entwicklung von Aufzeichnungsverfahren, die der Zeit stand und Erfahrungen und Erinnerungen über die eigene Generation hinaus evident und abrufbar halten. Die berechnete Kritik an den aktuellen Praktiken eines technisch unterstützten ›Data harvesting‹ zu einer generellen Tugend des Vergessens aufblasen zu wollen, wäre jedenfalls wenig hilfreich. Unschuldiger ist die schöne Kunst des Vergessens schließlich auch heute nur, solange es umfangreiche Speichersysteme gibt, die das individuelle Vergessen hinterfangen und kollektiv absichern. Gerade dies aber ist das Problematische daran: Wer nicht selber bereit ist, Erinnerungsarbeit zu leisten, riskiert, dass das Feld des Historischen von anderen für einen verwaltet wird. Es kann darum auch nicht um die vollkommene Amnesie, den Supergau eines kategorischen ›Delete‹ oder ›Reset‹ gehen, sondern nur um eine neue, eigenverantwortliche Ökonomie des Verfügbarhaltens von Evidenz.

So wie das Erinnern an physische Bedingungen geknüpft ist, ist auch das Vergessen oft nur der Vorbote für die sinnlose Vernichtung von materiellen Gütern und ideellen Werten. Ernüchternd können wir feststellen, dass es vielfach die Abrissbirne ist, die heute Geschichte schreibt. Von der zelthaften Leichtigkeit einer neuen Architektur und dem zeit- und standortlosen Flottieren der Gedanken im nomadischen Denken scheint es unter den Bedingungen einer radikalen Verflachung unserer Zeithorizonte nur noch ein Schritt in eine neue Völkerwanderungszeit.

Es mag verschiedene Gründe haben, warum die alte zeitökonomische Weltordnung aus dem Ruder läuft. Die Bigotterie eines Aufrechnens wechselseitiger Schulden zu kollektiven Sündenregistern ohne Boden ist jedenfalls nicht der geringste. Der mächtigste Feind des Erinnerns wäre demnach nicht einmal so sehr wissenssoziologischer als moralistischer Natur, nämlich die allgemein um sich greifende Hypermoral eines globalisierten Gewissens, das die judeo-christliche Blutopfer-Historie mit ihrem Inventar an Nebukadnezars, Belsarsars und Herodesen bis in die Gegenwart fortschreibt und Geschichte zu einem Tummelplatz von Laren und Dämonen, guten und bösen Ahnen und Hausgeistern verkommen lässt. Das folgende Prinzip sei als ökonomische Faustregel zu deren Eindämmung angedacht: die Opfer in den Himmel des ewigen Gedenkens, die Täter in die Hölle des ewigen Vergessens. Genau dazu ist Religion da. Den moralischen, kulturellen, wissenschaftlichen Leistungen der Menschheit hingegen stehe ein Platz in den Hallen der Geschichte offen. Es können in diese Bilanz selbstverständlich auch Aspekte von Täter- und Opferschaft einfließen, aber es geht nicht hin, dass mehr oder minder planvoll ins Fadenkreuz eines wild gewordenen Regimes geratene Individuen ohne erkennbare Eigenschaften große Teile unserer Gedächtniskapazitäten belegen und blockieren. Werden wir doch, in der Tat, all unser Wissen und

Können benötigen, um die materialisierten und immateriellen Leistungen unserer Kulturen – die nichts mit dem Leistungsbegriff der modernen Arbeitswelt und nicht einmal notwendigerweise etwas mit den zum Teil auch hinterfragbaren Errungenschaften unserer westlich geprägten Zivilisation zu tun haben – zu erkennen und epistemisch abzusichern.

7. Welche Bilder, welche Wissenschaft?

Gegenstandsbereiche lassen sich nach bestimmten Kriterien methodisch eingrenzen. Was aber, wenn es gar nicht erst zu dem Versuch einer Auswahl kommt? – Im abstrakten Denken wird das im Weg stehende Inventar der Dinge nicht länger durchkämmt und gewichtet, sondern großflächig ausgeblendet, bevor es ganz in der Versenkung verschwindet. Dieser Vorgang ist insofern paradox, als ein allgemeiner Geltungsanspruch auf die nicht länger gegenwärtigen Objekte im theoretischen Diskurs erhalten bleibt. Weiterhin wird deren Vorhandensein postuliert, auch wenn sie längst aus der Umgebung und dem Gedächtnis derer verschwunden sind, die sich in cursorischen Punktereden von einer zur nächsten selbstgestrickten These schwingen.

In nominalistischen Diskursen werden Bilder mit dem gängigen Hinweis auf ›Medien‹, ›Bilderflut‹ oder einfach ›Bilder, die uns umgeben‹ durchweg als bekannt vorausgesetzt. Man kann nur vermuten, welche Vorstellungen diesem fortwährenden Reden über ›das Bild‹ zugrunde liegen, doch besteht Grund zur Annahme, dass sich die Bildkenntnis der meisten Autoren unwesentlich von der des vielzitierten ›Normalverbrauchers‹ unterscheidet und über den Kurzzeit-Horizont des aktuellen Tagesgeschäfts nicht wirklich hinausreicht. In kaum einem dieser Texte wird die Frage gestellt, von welchen Bildern soll denn überhaupt die Rede sein? Unhinterfragt schwebt die Banalität unserer Medienwelten als implizite Referenzgröße zwischen den Zeilen im Raum und nimmt vom Denken der Leser Besitz.

Bilder werden von den Agenten der Begriffswissenschaften geradezu reflexhaft den Gegenständen zugeordnet und mit realienkundlichen, kulturmateriellen und objektkünstlerischen Ansätzen quasi in einen Topf geworfen, obgleich ihr Wesen doch ein Zweifaches ist. Diese Neigung findet durch die anhaltende Beachtung von visueller Alltagskultur und Industriedesign ihre mittelbare Bestätigung, im Zuge derer Relikte wie das Fernsehsofa zu Zeitikonen hochstilisiert und die ontologischen Grenzen zwischen Bild und Objekt weitgehend eingeebnet werden. Bildforschung verkommt dabei zur Sample-Wissenschaft, für die das Bild wenig mehr als die Anwendung einer bestimmten Funktion, eines bestimmten Programms, Geräts oder Systems ist. Mit ihren Großkategorien fährt diese über beliebige Bildbestände hinweg, vorzüglich jene, die am leichtesten greifbar sind. Am Ende wird der Anspruch auf Vollständigkeit in einer großzügigen Geste dem EDV-Personal der Katalogisierungsabteilungen überlassen, ohne dass man sich darüber Rechenschaft

ablege, dass es nur vor dem Hintergrund einer gründlichen Kenntnis der Materie möglich ist, ausgewogene Urteile zu fällen.

Trotz oder wegen des Geredes über ›das Bild‹ im Kollektivsingular findet heute – mit wenigen Ausnahmen – keine intellektuelle Auseinandersetzung mit unseren historisch überlieferten Bilderwelten statt. Dabei wusste schon Goethe: Wer die ihm über Generationen zufallenden Güter in Besitz nehmen will, kommt nicht darum herum, sich diese auch gedanklich anzueignen. Gerade das Gegenteil aber ist der Fall. Große Teile unserer Bildüberlieferung werden aufgegeben und veruntreut. Proportional mit dem Verschwinden des Historischen aus dem öffentlichen Bewusstsein steigt die instinktive Gewissheit, einer Generation der Unvergleichlichen anzugehören, die bloß zu vergessen braucht, um sich neu zu erfinden. Kollektiv verordnete Grundhaltungen vom Typ ›heute ist alles besser – vor allem ich‹ lassen den Verdacht aufkommen, die einseitige Einschwörung auf die Jetztzeit funktioniert deshalb so gut, weil sie letztlich nur eine Form der libidinös übersteigerten Selbstwahrnehmung ist.

Auch die Kunstgeschichte leistet die von Goethe den nachfolgenden Generationen gestellte Aufgabe nicht hinreichend. So nimmt es sich wie ein Etikettenschwindel aus, wenn sich das kunsthistorische Institut an der Humboldt-Universität in Berlin über Nacht in ›Institut für Kunst- und Bildgeschichte‹ umbenennt, derweilen unter dem wohlklingenden Header weiterhin die alte Gattungssystematik – etwa bei der Aufstellung seiner Bibliotheksbestände – aufrecht erhalten wird und historische Kategorien des Bildes darin keinen angemessenen Platz finden.

Der angeblich erste Lehrstuhl für die Bildwissenschaften im deutschsprachigen Raum verschreibt sich seit seiner Gründung vor gerade mal fünf Jahren seinerseits einer futuristisch anmutenden Geschichte der technisch vermittelten Bilder im 21. Jahrhunderts, die noch nicht einmal richtig begonnen hat. Weiterhin wird hier einer hermetischen Auslegung des Rimbaud'schen Gebots zur Zeitgenossenschaft gehuldigt, das jene Ungleichzeitigkeit des Gleichzeitigen heraufbeschwor, die den zynischen Kern des Kolonialismus ausmacht. In seiner Unhinterfragtheit mutet der Unbedingtheitsanspruch dieses Gebots geradezu kulthaft an, auch wenn damit lediglich die Selbsthistorisierung der eigenen Kohorte bezweckt sein sollte. Alles was nach dem Schweiß der Zeit riecht, wird unter seinem Diktat vom Industriedesigner optisch entkeimt und vom Medientheoretiker begrifflich entsorgt. In Wahrheit ist ein solcher Lehrstuhl die Schule des Vergessens per excellence, über die die medial omnipräsente Ikone seines Gründers wacht.

Dabei wäre gegen ein weiteres Labor für neue Bildgebungsverfahren und Medientechnologien überhaupt nichts einzuwenden, wenn hier nicht der überzogene Anspruch einer universellen Bildwissenschaft im Raum stünde, die vorgibt, etwas zu leisten, was sie als Institution weder leisten kann noch leisten will, dabei aber einen Großteil der vorhandenen Ressourcen an sich zieht. Schließlich wird es zu keiner wundersamen Vermehrung derartiger Lehrstühle kommen, so wie in naher Zukunft auch keine Ausdifferenzierung

der Bildwissenschaften in solche des einundzwanzigsten, zweiundzwanzigsten und dreiundzwanzigsten Jahrhunderts zu erwarten ist. Damit kommt dieser Lehrstuhl für die Bildwissenschaften des einundzwanzigsten Jahrhunderts einer beinahe totalen Blockade der historischen Bildforschung an den Universitäten gleich. Wer dagegen außerhalb der heute ohnehin schon weit herabgestuften Fächer der ehemaligen Geistes- oder Humanwissenschaften Bildforschung betreibt, riskiert mehr denn je in eine systemische Falle zu tappen.

Besonders fatal ist in diesem Zusammenhang die Kooperation des besagten Lehrstuhls mit einer der großen Privatsammlungen historischer Grafiken, weil erst durch sie die Illusion erzeugt wird, hier würde zeitlich übergreifende Bildforschung geleistet. Dabei ist diese Zusammenarbeit nur das Ergebnis eines leicht durchschaubaren Tauschgeschäfts. Die Privatsammlung wird durch diese Kooperation in den Rang einer universitären Einrichtung gehoben, kommt in den Genuss einer oder zweier Planstellen, sowie eines Förderprogramms zur Digitalisierung ihrer Bestände. Das einzige, was der Lehrstuhl für die Bildwissenschaften des 21. Jahrhunderts dazu beiträgt, ist die Betreuung dieser Digitalisierung, das heißt, eine aus dem Rahmen jeder wissenschaftlichen Tätigkeit fallende Serviceleistung. Im Gegenzug erfährt dieser ›erste‹ unvergleichliche Lehrstuhl eine umfassende historische Legitimierung.

Brisant ist die Tatsache, dass sich die Akademie der Wissenschaften am gleichen Ort ein Institut leistet, das seit Jahrzehnten gute bildhistorische Arbeit verrichtet, das aber unter den Prämissen der ›Realienkunde‹ antiquierten Denkmustern nachhängt und auf Grund einer unnötigen zeitlichen Einschränkung auf die Epoche des Mittelalters wissenschaftspolitisch falsch positioniert ist.

8. Schluss

Es läge an uns, die fortwährenden Klagen ob der Dichte überflüssiger Informationen und der Weitschweifigkeit detailreicher Ausführungen zu relativieren und den verständlichen Wunsch nach Reduktion von Komplexität, nach sprachlicher Substanzialisierung und Verdichtung dort zu hinterfragen, wo Zielsetzungen, Geltungsbereiche, Nebeneffekte und Negativindikationen eines solchen Verlangens nach gedanklich überschaubaren Verhältnissen uneinsehbar bleiben und sich dahinter ein Anspruch auf Unbedingtheit und Absolutheit verbirgt. Ist das erleichternde Gefühl der Klarheit und Übersichtlichkeit womöglich nur ein psychologischer Effekt? Sind die Bedingungen heutiger Urteilsfindung etwa deshalb so unübersichtlich geworden, weil uns das Gefühl für jene Wertigkeiten abhanden gekommen ist, die uns die Kakophonie auf uns einströmender visio-akustischer Simulationen und Stimulanzien von stärker artikulierten Formen des Bilderwissens zu unterscheiden erlauben? Die Kunst des Implizierens im volloralen Sprech der Medien, des irgendwie vor sich Hersagens und doch immer schon so Gemeinhabens, der

absoluten Präzision, die auf jegliche Präzisierung und Ausformulierung verzichten zu können glaubt, ist so witzlos wie die für Deutungen in alle Richtungen offene Aussage, solange sie nicht gezielt als sprachliches Ausdrucksmittel Anwendung findet, etwas zur Überzeichnung, Verschleifung oder bewussten Unterlaufung eingefahrener Vorstellungen.

Den heutigen Bildwissenschaften aber wäre nahezu legen, ihr Augenmerk wieder stärker als bisher auf genuine Bildobjekte anstatt auf die Ausweitung und Übertragung von Bildfunktionen auf beliebige Phänomene des Sehens und des Sichtbaren zu richten, und nicht weiter an der eingespielten Praxis des Exemplifizierens und Illustrierens festzuhalten, sondern im Wissen um die teleobjektiven Eigenschaften der Begriffe die starr gewordenen Wahrnehmungsdistanzen im kontinuierlichen Wechsel vom einen zum anderen Abstraktionsniveau aufzubrechen und zu flexibilisieren. Eine sorgsame Unterscheidung von Konzeptualisierungsvorgängen, Ablichtungsfunktionen und nachträglichen Manipulationen würde diesen Wissenschaften in jedem Fall brauchbare Kriterien zur Beurteilung von Bildern an die Hand geben, brauchbarere vielleicht als so mancher semiologische Werkzeugkasten. Nur wenn wir über die Wertigkeit der auf uns gekommenen Bilderwelten hinreichende Klarheit gewinnen, wird sich schließlich verhindern lassen, dass die Bilder in unseren Köpfen und vor unseren Augen wieder das werden, was sie vor ihrer Konzipierung einmal waren: einfache Materie. Ein geschärftes Bewusstsein um das Prekariat der Bilder wird unumgänglich sein, wenn es nicht dazu kommen soll, dass auf kurz oder lang umfängliche Universen des Bildes aus unserem Wissenshorizont fallen.



Abb. 2:
Amphions Lautenspiel lässt Theben aus Ruinen auferstehen, aquarellierte Federzeichnung, Rotterdam 18. Jhdt., blaue Kachelmatrize. – Rotterdam, Gemeentearchief

Impressum

IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft wird herausgegeben von Klaus Sachs-Hombach, Jörg R.J. Schirra, Stephan Schwan und Hans Jürgen Wulff.

Bisherige Ausgaben

IMAGE 18: Bild und Moderne

Herausgeber: Martin Scholz

MARTIN SCHOLZ: Bild und Moderne

RALF BOHN: Zur soziografischen Darstellung von Selbstbildlichkeit. Von den Bildwissenschaften zur szenologischen Differenz

ALEXANDER GLAS: Lernen mit Bildern. Eine empirische Studie zum Verhältnis von Blickbildung, Imagination und Sprachbildung

PAMELA C. SCORZIN: Über das Unsichtbare im Sichtbaren. Szenografische Visualisierungsstrategien und moderne Identitätskonstruktionen am Beispiel von Jeff Walls »After ›Invisible Man‹ by Ralph Ellison, the Prologue«

HEINER WILHARM: Weltbild und Ursprung. Für eine Wiederbelebung der Künste des öffentlichen Raums. Zu Heideggers Bildauffassung der 30er Jahre

NORBERT M. SCHMITZ: Malewitsch »Letzte futuristische Ausstellung ›0,10‹« in St. Petersburg 1915 oder die Paradoxien des fotografischen Suprematismus. Die medialen Voraussetzungen des autonomen Bildes

ROLF NOHR: Die Tischplatte der Authentizität. Von der kunstvollen Wissenschaft zum Anfassenden

ROLF SACHSSE: Medien im Kreisverkehr. Architektur – Fotografie – Buch

SABINE FORAITA: Bilder der Zukunft in der Vergangenheit und Gegenwart. Wie entstehen Bilder der Zukunft? Wer schafft sie und wer nutzt sie? Bilder als designwissenschaftliche Befragungsform

THOMAS HEUN: Die Bilder der Communities. Zur Bedeutung von Bildern in Online-Diskursen

IMAGE 17

Herausgeber/in: Rebecca Borschtschow, Lars C. Grabbe, Patrick Rupert-Kruse

- REBECCA BORSCHTSCHOW/LARS C. GRABBE/PATRICK RUPERT-KRUSE: Bewegtbilder. Grenzen und Möglichkeiten einer Bildtheorie des Films
- HANS JÜRGEN WULFF: Schwarzbilder. Notizen zu einem filmbildtheoretischen Problem
- LARS C. GRABBE/PATRICK RUPERT-KRUSE: Filmische Perspektiven holonisch-mnemonicischer Repräsentation. Versuch einer allgemeinen Bildtheorie des Films
- MARIJANA ERSTIĆ: Jenseits der Starrheit des Gemäldes. Luchino Viscontis kristalline Filmwelten am Beispiel von *Gruppo di famiglia in un interno (Gewalt und Leidenschaft)*
- INES MÜLLER: Bildgewaltig! Die Möglichkeiten der Filmästhetik zur Emotionalisierung der Zuschauer
- REBECCA BORSCHTSCHOW: Bild im Rahmen, Rahmen im Bild. Überlegungen zu einer bildwissenschaftlichen Frage
- NORBERT M. SCHMITZ: Arnheim versus Panofsky/Modernismus versus Ikonologie. Eine exemplarische Diskursanalyse zum Verhältnis der Kunstgeschichte zum filmischen Bild
- FLORIAN HÄRLE: Über filmische Bewegtbilder, die sich wirklich bewegen. Ansatz einer Interpretationsmethode
- DIMITRI LIEBSCH: Wahrnehmung, Motorik, Affekt. Zum Problem des Körpers in der phänomenologischen und analytischen Filmphilosophie
- TINA HEDWIG KAISER: Schärfe, Fläche, Tiefe. Wenn die Filmbilder sich der Narration entziehen. Bildnischen des Spielfilms als Verbindungslinien der Bild- und Filmwissenschaft

IMAGE 16

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
- MATTHIAS MEILER: Semiologische Überlegungen zu einer Theorie des öffentlichen Raums. Textur und Textwelt am Beispiel der Kommunikationsform Kleinplakat
- CLAUS SCHLABERG: »Bild«. Eine Explikation auf der Basis von Intentionalität und Bewirken
- ASMAA ABD ELGAWAD ELSEBAE: Computer Technology and Its Reflection on the Architecture and Internal Space
- JULIAN WANGLER: Mehr als einfach nur grau. Die visuelle Inszenierung von Alter in Nachrichtenberichterstattung und Werbung

IMAGE 16 Themenheft: Bildtheoretische Ansätze in der Semiotik

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
- DORIS SCHÖPS: Semantik und Pragmatik von Körperhaltungen im Spielfilm
- SASCHA DEMARMELS: Als ob die Sinne erweitert würden... Augmented Reality als Emotionalisierungsstrategie
- CHRISTIAN TRAUTSCH/YIXIN WU: Die Als-ob-Struktur von Emotikons im WWW und in anderen Medien
- MARTIN SIEFKES: The Semantics of Artefacts. How We Give Meaning to the Things We Produce and Use
- KLAUS H. KIEFER: »Le Corancan«. Sprechende Beine

IMAGE 15

JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
HERIBERT RÜCKER: Auch Wissenschaften sind nur Bilder ihrer Maler. Eine Hermeneutik der Abbildung
RAY DAVID: A Mimetic Psyche
GEORGE DAMASKINIDIS/ANASTASIA CHRISTODOULOU: The Press Briefing as an ESP Educational Micro-world. An Example of Social Semiotics and Multimodal Analysis
KATHARINA SCHULZ: Geschichte, Rezeption und Wandel der Fernsehserie

IMAGE 15 Themenheft: Poster-Vorträge auf der internationalen Fachkonferenz »Ursprünge der Bilder. Anthropologische Diskurse in der Bildwissenschaft«

Herausgeber: Ronny Becker, Jörg R.J. Schirra, Klaus Sachs-Hombach

KLAUS SACHS-HOMBACH: Einleitung
MARCEL HEINZ: Born in the Streets. Meaning by Placing
TOBIAS SCHÖTTLER: The Triangulation of Images. Pictorial Competence and Its Pragmatic Condition of Possibility
MARTINA SAUER: Zwischen Hingabe und Distanz. Ernst Cassirers Beitrag zur Frage nach dem Ursprung der Bilder im Vergleich zu vorausgehenden (Kant), zeitgleichen (Heidegger und Warburg) und aktuellen Positionen

IMAGE 14

Herausgeber: Klaus Sachs-Hombach, Jörg R.J. Schirra, Ronny Becker

RONNY BECKER/KLAUS SACHS-HOMBACH/JÖRG R.J. SCHIRRA: Einleitung
GODA PLAUM: Funktionen des bildnerischen Denkens
CONSTANTIN RAUER: Kleine Kulturgeschichte des Menschenbildes. Ein Essay
JENNIFER DAUBENBERGER: »A Skin Deep Creed«. Tattooing as an Everlasting Visual Language in Relation to Spiritual and Ideological Beliefs
SONJA ZEMAN: »Grammaticalization: Within Pictorial Art? Searching for Diachronic Principles of Change in Picture and Language
LARISSA M. STRAFFON: The Descent of Art. The Evolution of Visual Art as Communication via Material Culture
TONI HILDEBRANDT: Bild, Geste und Hand. Leroi-Gourhans paläontologische Bildtheorie
CLAUDIA HENNING: Tagungsbericht zur internationalen Fachkonferenz »Ursprünge der Bilder« (30. März – 1. April 2011)

IMAGE 14 Themenheft: *Homor pictor und animal symbolicum*

Herausgeber: Mark A. Halawa

- MARK A. HALAWA: Editorial. *Homo pictor* und *animal symbolicum*. Zu den Möglichkeiten und Grenzen einer philosophischen Bildanthropologie
- NISAAR ULAMA: Von Bildfreiheit und Geschichtsverlust. Zu Hans Jonas' *homo pictor*
- JÖRG R.J. SCHIRRA/KLAUS SACHS-HOMBACH: Kontextbildung als anthropologischer Zweck von Bildkompetenz
- ZSUZSANNA KONDOR: Representations and Cognitive Evolution. Towards an Anthropology of Pictorial Representation
- JAKOB STEINBRENNER: Was heißt Bildkompetenz? Oder Bemerkungen zu Dominic Lopes' Kompetenzbedingung

IMAGE 13

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
- MATTHIAS HÄNDLER: Phänomenologie, Semiotik und Bildbegriff. Eine kritische Diskussion
- SANDY RÜCKER: McLuhans *global village* und Enzensbergers Netzstadt. Untersuchung und Vergleich der Metaphern
- MARTINA SAUER: Affekte und Emotionen als Grundlage von Weltverstehen. Zur Tragfähigkeit des kulturanthropologischen Ansatzes Ernst Cassirers in den Bildwissenschaften
- JAKOB SAUERWEIN: Das Bewusstsein im Schlaf. Über die Funktion von Klarträumen

IMAGE 12: Bild und Transformation

Herausgeber: Martin Scholz

- MARTIN SCHOLZ: Von Katastrophen und ihren Bildern
- STEPHAN RAMMLER: Im Schatten der Utopie. Zur sozialen Wirkungsmacht von Leitbildern kultureller Transformation
- KLAUS SACHS-HOMBACH: Zukunftsbilder. Einige begriffliche Anmerkungen
- ROLF NOHR: Sternenkind. Vom Transformatorischen, Nützlichen, dem Fötus und dem blauen Planeten
- SABINE FORAITA/MARKUS SCHLEGEL: Vom Höhlengleichnis zum Zukunftsszenario oder wie stellt sich Zukunft dar?
- ROLF SACHSSE: How to do things with media images. Zur Praxis positiver Transformationen stehender Bilder
- HANS JÜRGEN WULFF: Zeitmodi, Prozesszeit. Elementaria der Zeitrepräsentation im Film
- ANNA ZIKA: gottseidank: ich muss keine teflon-overalls tragen. mode(fotografie) und zukunft
- MARTIN SCHOLZ: Versprechen. Bilder, die Zukunft zeigen

IMAGE 11

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
TINA HEDWIG KAISER: Dislokationen des Bildes. Bewegter Bildraum, haptisches Sehen und die Herstellung von Wirklichkeit
GODA PLAUM: Bildnerisches Denken
MARTINA ENGELBRECHT/JULIANE BETZ/CHRISTOPH KLEIN/RAPHAEL ROSENBERG: Dem Auge auf der Spur. Eine historische und empirische Studie zur Blickbewegung beim Betrachten von Gemälden
CHRISTIAN TRAUTSCH: Die Bildphilosophien Ludwig Wittgensteins und Oliver Scholz' im Vergleich
BEATRICE NUNOLD: Landschaft als Topologie des S(ch)eins

IMAGE 10

Herausgeberinnen: Claudia Henning, Katharina Scheiter

- CLAUDIA HENNING/KATHARINA SCHEITER: Einleitung
ANETA ROSTKOWSKA: Critique of Lambert Wiesing's Phenomenological Theory of Picture
NICOLAS ROMANACCI: Pictorial Ambiguity. Approaching ›Applied Cognitive Aesthetics‹ from a Philosophical Point of View
PETRA BERNHARDT: ›Einbildung‹ und Wandel der Raumkategorie ›Osten‹ seit 1989. Werbebilder als soziale Indikatoren
EVELYN RUNGE: Ästhetik des Elends. Thesen zu sozialengagierter Fotografie und dem Begriff des Mitleids
STEFAN HÖLSCHER: Bildstörung. Zur theoretischen Grundlegung einer experimentell-empirischen Bilddidaktik
KATHARINA LOBINGER: Facing the picture. Blicken wir dem Bild ins Auge! Vorschlag für eine metaanalytische Auseinandersetzung mit visueller Medieninhaltsforschung
BIRGIT IMHOF/HALSZKA JARODZKA/PETER GERJETS: Classifying Instructional Visualizations. A Psychological Approach
PETRA BERNHARDT: Tagungsbericht zur internationalen Fachkonferenz »Bilder – Sehen – Denken« (18. – 20. März 2009)

IMAGE 9

- KLAUS SACHS-HOMBACH: Editorial
DIETER MAURER/CLAUDIA RIBONI/BIRUTE GUJER: Frühe Bilder in der Ontogenese
DIETER MAURER/CLAUDIA RIBONI/BIRUTE GUJER: Bildgenese und Bildbegriff
MICHAEL HANKE: Text – Bild – Körper. Vilém Flussers medientheoretischer Weg vom Subjekt zum Projekt
STEFAN MEIER: »Pimp your profile«. Fotografie als Mittel visueller Imagekonstruktion im Web 2.0
JULIUS ERDMANN: My body style(s). Formen der bildlichen Identität im Studivz
ANGELA KREWANI: Technische Bilder. Aspekte medizinischer Bildgestaltung
BEATE OCHSNER: Visuelle Subversionen. Zur Inszenierung monströser Körper im Bild

IMAGE 8

Herausgeberin: Dagmar Venohr

DAGMAR VENOHR: Einleitung
CHRISTIANE VOSS: Fiktionale Immersion zwischen Ästhetik und Anästhesierung
KATHRIN BUSCH: Kraft der Dinge. Notizen zu einer Kulturtheorie des Designs
RÜDIGER ZILL: Im Schaufenster
PETRA LEUTNER: Leere der Sehnsucht. Die Mode und das Regiment der Dinge
DAGMAR VENOHR: Modehandeln zwischen Bild und Text. Zur Ikonotextualität der Mode in der Zeitschrift

IMAGE 7

JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
BEATRICE NUNOLD: Sinnlich – konkret. Eine kleine Topologie des S(ch)eins
DAGMAR VENOHR: ModeBilderKunstTexte. Die Kontextualisierung der Modefotografien von F.C. Gundlach zwischen Kunst- und Modesystem
NICOLAS ROMANACCI: »Possession plus reference«. Nelson Goodmans Begriff der Exemplifikation – angewandt auf eine Untersuchung von Beziehungen zwischen Kognition, Kreativität, Jugendkultur und Erziehung
HERMANN KALKOFEN: Sich selbst bezeichnende Zeichen
RAINER GROH: Das Bild des Googelns

IMAGE 6

JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
SABRINA BAUMGARTNER/JOACHIM TREBBE: Die Konstruktion internationaler Politik in den Bildsequenzen von Fernsehnachrichten. Quantitative und qualitative Inhaltsanalysen zur Darstellung von mediatisierter und inszenierter Politik
HERMANN KALKOFEN: Bilder lesen...
FRANZ REITINGER: Bildtransfers. Der Einsatz visueller Medien in der Indianermission Neufrankreichs
ANDREAS SCHELSKE: Zur Sozialität des nicht-fotorealistischen Renderings. Eine zu kurze, soziologische Skizze für zeitgenössische Bildmaschinen

IMAGE 6 Themenheft: Rezensionen

STEPHAN KORNMESSELER rezensiert: Symposium »Signs of Identity—Exploring the Borders«
SILKE EILERS rezensiert: *Bild und Eigensinn*
MARCO A. SORACE rezensiert: *Mit Bildern lügen*
MIRIAM HALWANI rezensiert: *Gottfried Jäger*
SILKE EILERS rezensiert: *Bild/Geschichte*
HANS JÜRGEN WULFF rezensiert: *Visual Culture Revisited*
GABRIELLE DUFOUR-KOWALSKA rezensiert: *Ästhetische Existenz heute*
STEPHANIE HERING rezensiert: *MediaArtHistories*
MIHAI NADIN rezensiert: *Computergrafik*
SILKE EILERS rezensiert: *Modernisierung des Sehens*

IMAGE 5

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
HERMANN KALKOFEN: Pudowkins Experiment mit Kuleschow
REGULA FANKHAUSER: Visuelle Erkenntnis. Zum Bildverständnis des Hermetismus in der Frühen Neuzeit
BEATRICE NUNOLD: Die Welt im Kopf ist die einzige, die wir kennen! Dalis paranoisch-kritische Methode, Immanuel Kant und die Ergebnisse der neueren Neurowissenschaft
PHILIPP SOLDT: Bildbewusstsein und ›willing suspension of disbelief‹. Ein psychoanalytischer Beitrag zur Bildrezeption

IMAGE 5 Themenheft: Computational Visualistics and Picture Morphology

Herausgeber: Jörg R.J. Schirra

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Computational Visualistics and Picture Morphology. An Introduction
YURI ENGELHARDT: Syntactic Structures in Graphics
STEFANO BORGIO/ROBERTA FERRARIO/CLAUDIO MASOLO/ALESSANDRO OLTRAMARI: Mereogeometry and Pictorial Morphology
WINFRIED KURTH: Specification of Morphological Models with L-Systems and Relational Growth Grammars
TOBIAS ISENBERG: A Survey of Image-Morphologic Primitives in Non-Photorealistic Rendering
HANS DU BUF/JOÃO RODRIGUES: Image Morphology. From Perception to Rendering
THE SVP GROUP: Automatic Generation of Movie Trailers Using Ontologies
JÖRG R.J. SCHIRRA: Conclusive Notes on Computational Picture Morphology

IMAGE 4

- JÖRG R.J. SCHIRRA: Editorial
BEATRICE NUNOLD: Landschaft als Topologie des Seins
STEPHAN GÜNZEL: Bildtheoretische Analyse von Computerspielen in der Perspektive Erste Person
MARIO BORILLO/JEAN-PIERRE GOULETTE: Computing Architectural Composition from the Semantics of the *Vocabulaire de l'architecture*
ALEXANDER GRAU: Daten, Bilder: Weltanschauungen. Über die Rhetorik von Bildern in der Hirnforschung
ELIZE BISANZ: Zum Erkenntnispotenzial von künstlichen Bildsystemen

IMAGE 4 Themenheft: Rezensionen

- Aus aktuellem Anlass:**
FRANZ REITINGER: Karikaturenstreit
Rezensionen:
FRANZ REITINGER rezensiert: *Geschichtsdeutung auf alten Karten*
FRANZ REITINGER rezensiert: *Auf dem Weg zum Himmel*
FRANZ REITINGER rezensiert: *Bilder sind Schüsse ins Gehirn*

Impressum

KLAUS SACHS-HOMBACH rezensiert: *Politik im Bild*
SASCHA DEMARMELS rezensiert: *Bilder auf Weltreise*
SASCHA DEMARMELS rezensiert: *Bild und Medium*
THOMAS MEDER rezensiert: *Blicktricks*
THOMAS MEDER rezensiert: *Wege zur Bildwissenschaft*
EVA SCHÜRMANN rezensiert: *Bild-Zeichen* und *What do pictures want?*

IMAGE 3

KLAUS SACHS-HOMBACH: Editorial
HEIKO HECHT: Film as Dynamic Event Perception. Technological Development Forces Realism to Retreat
HERMANN KALKOFEN: Inversion und Ambiguität. Kapitel aus der psychologischen Optik
KAI BUCHHOLZ: Imitationen. Mehr Schein als Sein?
CLAUDIA GLIEMANN: Bilder in Bildern. Endogramme von Eggs & Bitschin
CHRISTOPH ASMUTH: Die Als-Struktur des Bildes

IMAGE 3 Themenheft: Bild-Stil. Strukturierung der Bildinformation

Herausgeber/in: Martina Plümacher, Klaus Sachs-Hombach

MARTINA PLÜMACHER/KLAUS SACHS-HOMBACH: Einleitung
NINA BISHARA: Bilderrätsel in der Werbung
SASCHA DEMARMELS: Funktion des Bildstils von politischen Plakaten. Eine historische Analyse am Beispiel von Abstimmungsplakaten
DAGMAR SCHMAUKS: Rippchen, Rüssel, Ringelschwanz. Stilisierungen des Schweins in Werbung und Cartoon
BEATRICE NUNOLD: Landschaft als Immersionsraum und Sakralisierung der Landschaft
KLAUS SACHS-HOMBACH/JÖRG R.J. SCHIRRA: Bildstil als rhetorische Kategorie

IMAGE 2: Kunstgeschichtliche Interpretation und bildwissenschaftliche Systematik

Herausgeber: Klaus Sachs-Hombach

KLAUS SACHS-HOMBACH: Einleitung
BENJAMIN DRECHSEL: Die Macht der Bilder als Ohnmacht der Politikwissenschaft. Ein Plädoyer für die transdisziplinäre Erforschung visueller politischer Kommunikation
EMMANUEL ALLOA: Bildökonomie. Von den theologischen Wurzeln eines streitbaren Begriffs
SILVIA SEJA: Das Bild als Handlung? Zum Verhältnis der Begriffe ›Bild‹ und ›Handlung‹
HELGE MEYER: Die Kunst des Handelns und des Leidens. Schmerz als Bild in der Performance Art
STEFAN MEIER-SCHUEGRAF: Rechtsextreme Bannerwerbung im Web. Eine medien-spezifische Untersuchung neuer Propagandaformen von rechtsextremen Gruppierungen im Internet

IMAGE 2 Themenheft: Filmforschung und Filmlehre

Herausgeber/in: Eva Fritsch, Rüdiger Steinmetz

- EVA FRITSCH/RÜDIGER STEINMETZ: Einleitung
KLAUS KEIL: Filmforschung und Filmlehre in der Hochschullandschaft
EVA FRITSCH: Film in der Lehre. Erfahrungen mit einführenden Seminaren zu Filmgeschichte und Filmanalyse
MANFRED RÜSEL: Film in der Lehrerfortbildung
WINFRIED PAULEIT: Filmlehre im internationalen Vergleich
RÜDIGER STEINMETZ/KAI STEINMANN/SEBASTIAN UHLIG/RENÉ BLÜMEL: Film- und Fernsehästhetik in Theorie und Praxis
DIRK BLOTHNER: Der Film. Ein Drehbuch des Lebens? Zum Verhältnis von Psychologie und Spielfilm
KLAUS SACHS-HOMBACH: Plädoyer für ein Schulfach ›Visuelle Medien‹

IMAGE 1: Bildwissenschaft als interdisziplinäres Unternehmen. Eine Standortbestimmung

- KLAUS SACHS-HOMBACH: Editorial
PETER SCHREIBER: Was ist Bildwissenschaft? Versuch einer Standort- und Inhaltsbestimmung
FRANZ REITINGER: Die Einheit der Kunst und die Vielfalt der Bilder
KLAUS SACHS-HOMBACH: Arguments in Favour of a General Image Science
JÖRG R.J. SCHIRRA: Ein Disziplinen-Mandala für die Bildwissenschaft. Kleine Provokation zu einem neuen Fach
KIRSTEN WAGNER: Computergrafik und Informationsvisualisierung als Medien visueller Erkenntnis
DIETER MÜNCH: Zeichentheoretische Grundlagen der Bildwissenschaft
ANDREAS SCHELSKE: Zehn funktionale Leitideen multimedialer Bildpragmatik
HERIBERT RÜCKER: Abbildung als Mutter der Wissenschaften

IMAGE 1 Themenheft: Die schräge Kamera

Herausgeber: Klaus Sachs-Hombach, Hans Jürgen Wulff

- KLAUS SACHS-HOMBACH/HANS JÜRGEN WULFF: Vorwort
KLAUS SACHS-HOMBACH/STEPHAN SCHWAN: Was ist ›schräge Kamera‹? Anmerkungen zur Bestandsaufnahme ihrer Formen, Funktionen und Bedeutungen
HANS JÜRGEN WULFF: Die Dramaturgien der schrägen Kamera. Thesen und Perspektiven
THOMAS HENSEL: Aperspektive als symbolische Form. Eine Annäherung
MICHAEL ALBERT ISLINGER: Phänomenologische Betrachtungen im Zeitalter des digitalen Kinos
JÖRG SCHWEINITZ: Ungewöhnliche Perspektive als Exzess und Allusion. Busby Berkeleys »Lullaby of Broadway«
JÜRGEN MÜLLER/JÖRN HETEBRÜGGE: Out of focus. Verkantungen, Unschärfen und Verunsicherungen in Orson Welles' *The Lady from Shanghai* (1947)