

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

IMAGE. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft. Heft 16

2012

<https://doi.org/10.25969/mediarep/16545>

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 16*, Jg. 8 (2012), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/16545>.

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=52

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 16 vom Juli 2012

IMAGE 16

Inhalt

Jörg R.J. Schirra.....	2
<u>Editorial</u>	
Matthias Meiler	5
<u>Semiologische Überlegungen zu einer Theorie des öffentlichen Raums. Textur und Textwelt am Beispiel der Kommunikationsform Kleinplakat</u>	
Claus Schlaberg	55
<u>„Bild“. Eine Explikation auf der Basis von Intentionalität und Bewirken</u>	
Asmaa Abd Elgawad Elsebae.....	68
<u>Computer Technology and its Reflection on the Architecture and Internal Space</u>	
Julian Wangler	85
<u>Mehr als einfach nur grau. Die visuelle Inszenierung von Alter in Nachrichtenberichterstattung und Werbung</u>	
<u>Impressum</u>	110

Jörg R.J. Schirra

Editorial

Verehrte Leserinnen und Leser,

mit dieser 16. Ausgabe von IMAGE stellen wir Ihnen wieder eine Reihe von bildwissenschaftlichen Beiträgen aus ganz verschiedenen Bereichen zur Verfügung. Matthias Meiler untersucht die Kommunikationsform »Kleinplakat« als exemplarischen Orientierungspunkt für seine »semiologischen Überlegungen zu einer Theorie des öffentlichen Raums«. Auch Claus Schlaberg operiert in seinem Text aus einer vor allem semiotischen und formalen Perspektive und schlägt Explikationen von Eigenschaften vor, die zueinander in Familienähnlichkeiten stehen und als relevant dafür erachtet werden, dass etwas als ein Bild klassifiziert wird. Hingegen kehrt das Thema »Räumliches« bei Asmaa Abd Elgawad Elsebae wieder, allerdings in einer disziplinär hoch-gemischten Herangehensweise aus informatischen, architektonischen und designerischen Perspektiven. Ans Herz legen möchte ich Ihnen schließlich Julian Wanglers Analyse der Repräsentationstypologien von Alter in unterschiedlichen Medienenergeugnissen: »Mehr als einfach nur grau«.

Das aktuelle Themenheft, das wie üblich als gesonderter Band erscheint, ist der Semiotik gewidmet und bietet die folgenden fünf Beiträge:

- 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 Corançan« – Sprechende Beine«

In eigener Sache sei schließlich noch auf die folgenden beiden bildwissenschaftlich relevanten Ereignisse hingewiesen: Zum einen hat das *DFG-Netzwerk Bildphilosophie* im vergangenen März in Kiel eine weitere Tagung organisiert, die dem Thema *Auf dem Sprung zum dynamischen Bild: Folge, Serie und »philosophical toy«* gewidmet war. Ein Tagungsband ist im Entstehen und soll demnächst beim Halem-Verlag von Lars Grabbe, Dimitri Liebsch und Patrick Ruppert-Kruse herausgegeben werden.

Zum anderen ist das vom DFG-Netzwerk in den vergangenen drei Jahren entwickelte *Glossar der Bildphilosophie* in einer ersten Entwicklungsstufe nun online und mit rund 100 Einträgen über die Webseiten der *Gesellschaft für interdisziplinäre Bildwissenschaft* (GIB) allgemein verfügbar, was bekannt zu geben mir, als Sprecher der Glossargruppe des Netzwerks, natürlich ein ganz besonderes Vergnügen ist.

Sicher wird die Charakterisierung des Glossars – wie des DFG-Netzwerkprojekts insgesamt – als ›bildphilosophisch‹ unter Bildwissenschaftlern ein gewisses Stirnrunzeln auslösen: Wäre hier wie dort nicht einfach ›bildwissenschaftlich‹ treffender? Nun, ganz falsch wäre es sicher nicht, von einem ›bildwissenschaftlichen Glossar‹ zu sprechen, denn in der Tat befassen sich die Texte dieser Online-Publikation mit den wichtigen Begriffen der Bildwissenschaft. Allerdings geht es nicht vorrangig darum, diese Begriffe auf die eine oder andere Weise in ihrem oft jeweils recht fachspezifischen Kontext zu verwenden oder auch weiterzuentwickeln, auch wenn es eines der langfristigen Ziele des Glossars ist, diese Anwendungen der Fachbegriffe mit ihren speziellen Voraussetzungen und Auswirkungen für Bildforscher mit anderem fachlichem Hintergrund sowie für bildwissenschaftliche Laien transparenter zu machen. Denn auch die Unterscheidungsgewohnheiten, mit denen Bildwissenschaftler solche Phänomene in der Welt, die sie wissenschaftlich interessieren, abgrenzen, unterteilen und in Beziehungen zueinander setzten, sind zwar durchweg mehr oder weniger stark mit expliziten Begründungen versehen, immer aber auch in tradierten und daher klärungsbedürftigen Zusammenhängen eingewurzelt.

Die Hauptintention des Glossars ist es vielmehr, die bildwissenschaftlich relevanten Begriffe selbst – als für eine gemeinsam zu nutzende Unterscheidungspraxis vorgeschlagene Werkzeuge – übersichtlich zusammenzustellen, sie zu erläutern, miteinander in Beziehung zu setzen und in ihrer – gegebenenfalls kontextgebundenen – Sinnhaftigkeit auszuloten. Kurz: Über sie soll in ihrer je besonderen Rolle für die Bildwissenschaft reflektiert werden. Eine solche ›begriffskartografische‹ und begriffskritische Zielsetzung wäre nun aber eine ganz klassische Aufgabe einer entsprechenden Abteilung der Philosophie, so wie die ›Philosophie der Physik‹ sich mit den in der Physik entwickelten Begriffen reflektierend beschäftigt, oder die ›Philosophie der Psychologie‹ mit jenen der Psychologie.

Eine ›Philosophie der Bildwissenschaft‹ als akademisch etablierte Teildisziplin gibt es (noch) nicht, nicht zuletzt der ›Jugend‹ der Bildwissenschaft als eigenständiger Forschungsdomäne wegen. Gleichwohl sind bestimmte

begriffliche Aspekte von Bildern oder Bildgebräuchen durchaus in verschiedenen philosophischen Teilgebieten betrachtet worden, etwa der Ästhetik oder der Semiotik, allerdings nicht in dem auf die kritische Begleitung der Begriffsentwicklung und -verwendung in der Bildwissenschaft im heutigen Sinn bezogenen Zusammenhang. Für letzteren aber möchten wir, in Abgrenzung zu jenen hinsichtlich Bildern sehr viel spezifischeren philosophischen Teilgebieten, den Ausdruck ›Bildphilosophie‹ verwendet wissen. In diesem Sinne möge das *Glossar der Bildphilosophie* viele Nutzer finden.

Im Namen aller Herausgeber wünsche ich Ihnen eine anregende Lektüre der vorliegenden Ausgabe von IMAGE.

Mit besten Grüßen

J.R.J. Schirra

Matthias Meiler

Semiologische Überlegungen zu einer Theorie des öffentlichen Raums. Textur und Textwelt am Beispiel der Kommunikationsform Kleinplakat¹

Abstract

This paper consolidates reflections from different disciplinary perspectives, synergising them under the umbrella of semiology (L. Jäger). Hence will be reconstructed, what is called the public space. Using the example of small placards (understood as a special form of communication (W. Holly)) the textual and non-textual constitutions of public space will be focused, discussing in which way these two phenomena bidirectionally interact. In order to do so, different types of signs have to be analysed: Here only written-language, pictorial and architectural signs, as resources of semiosis, can be analysed in their function of constituting space. This consideration is entirely framed by a holistic and action-theoretical understanding of communication (i.a. K. Ehlich).

Der Beitrag führt verschiedene disziplinäre Überlegungen zusammen, um sie unter dem Dach der Semiologie (L. Jäger) für eine empirisch angeleitete Rekonstruktion dessen, was als ›öffentlicher Raum‹ bezeichnet werden kann,

¹ Für prüfende Augen und kritische Kommentare zum Manuskript danke ich Christine Domke, Klaus Sachs-Hombach, Robby Rösner und Martin Boldt. Für Erweiterungen des Korpus auf u.a. die Stadt Mannheim danke ich Yvonne Reißmann.

fruchtbar zu machen. Dafür wird anhand der Kommunikationsform (W. Holly) Kleinplakat sowohl die textuelle wie die nicht-textuelle Konstitution des öffentlichen Raums in den Blick genommen und beide in ihrem wechselseitigen Zusammenspiel herausgearbeitet, indem vor allem die sprachlichen, bildlichen und architektonischen Semioseressourcen in ihrer textur- und textweltkonstituierenden Funktion herangezogen werden (u.a. K. Ehlich).

1. Fragestellung und Methode

Die Frage, was *Räume* oder *Orte* (in metaphorischer oder auch nicht-metaphorischer Lesart) sind und wie sie gefasst werden müssen, um für theoretische oder empirische Betrachtungen fruchtbar gemacht zu werden, wurde in den Geistes- und Kulturwissenschaften seit dem letzten Jahrzehnt u.a. unter dem Label des *spatial turn* verstärkt diskutiert (vgl. z.B. DÖRING/THIELMANN 2009; GLASZE/MATTISSEK 2009).² Entsprechend den Interessen unterschiedlicher Wissenschaften, Subdisziplinen oder auch nur wissenschaftlicher Schulen werden und müssen die Konzeptualisierungen dieser neu zu erschließenden Kategorienlandschaft unterschiedlich konturiert werden. Gerade die kommunikativen Ansätze bedürfen für Orts- und Raumzusammenhänge nicht-metaphorischer Lesart einer konsistenten theoretischen Basis, um die entsprechenden Verwebungen unterschiedlicher kommunikativer Phänomene *im Raum* adäquat fassen zu können (vgl. dazu die umfassende Kritik von HARD 2008).

Hier soll mit einer zeichentheoretischen, genauer: semiologischen Perspektive (vgl. JÄGER 1994) ein relevanter (wenn nicht *der* relevante) Wirklichkeitsausschnitt in den Blick genommen werden, der, mit der idiomatischen Phrase öffentlicher Raum benannt, schon mit einer prominenten kommunikationswissenschaftlichen Kategorisierung (»öffentlich«) in der alltäglichen Benennungspraxis aufwartet und sich damit von anderen Räumen (mindestens den »nicht-öffentlichen« Räumen) abgrenzt. Ich plädiere mit dieser Perspektive dafür, die zeichenvermittelte Verfasstheit der nicht-textuellen Weltwahrnehmung³ (gleichsam als Form der Kommunikation verstanden; vgl. KESSEL-

² Entsprechend den schnelllebig proklamierten *turns* der jüngsten Wissenschaftsgeschichte (vgl. EHLICH 2007: 603; MÜNKER 2009: 18), die jeweils auf Unterschiedliches abheben, könnte hier genauso auch vom *pictorial turn* (vgl. MITCHELL 2009: 320ff.; SACHS-HOMBACH 2009: 7ff.), *cultural turn* (vgl. HÖRNING/WINTER 1999) oder *medial/material turn* (vgl. GUMBRECHT/PFEIFFER 1995; KOCH/KRÄMER 2009: 11ff. oder auch die Debatte um den Spur-Begriff: vgl. z.B. JÄGER 2001; KRÄMER/KOGGE/GRUBE 2007) ausgehend in das Gegenstandsfeld eingeleitet werden. Mit dem Blickwinkel aber auf den (nicht-metaphorisch verstandenen) Komplex »Raum« unter der Überschrift des *spatial turn* scheinen mir die anderen, genannten Wenden – vor allem mit der semiologischen Perspektive – schon mit im Boot, wenngleich die Schwerpunktsetzung freilich unterschiedlich stark ausfallen muss.

³ Die Luhmannsche Unterscheidung von *Wahrnehmung* als Operation des Bewusstseinssystems und *Kommunikation* als eigenes System (das selbst nicht wahrnehmen kann, sondern höchstens über Wahrnehmung kommunizieren kann und dahingehend mit dem Bewusstsein strukturell gekoppelt ist und sich beide wechselseitig bedingen) ist insofern hier nicht (mit-)vollzogen, als jede Wahrnehmung des öffentlichen Raums hier nicht als Wahrnehmung im Luhmannschen

HEIM/HAUSENDORF 2007: 339f.) in ihrer Interdependenz zur textuellen Kommunikation⁴ in den Blick zu nehmen und damit die Leistungsfähigkeit von unterschiedlichen Zeichen und unterschiedlichen Zeichenarrangements bei der Herstellung von Kommunikationssituationen zu erfassen (vgl. HAUSENDORF 2010; MEILER i.V.).⁵ Für den hier fokussierten Gegenstand bedeutet das also die Frage zu stellen und zu beantworten zu suchen, wie etwas materialiter Gegebenes als ›öffentlicher Raum‹ semantisierbar wird.

2. Semiologischer Analyserahmen

Hannah Arendt (vgl. 1981: 49ff.) unterscheidet den öffentlichen Raum in seiner historisch rekonstruierbaren, funktionellen Gewachsenheit ganz entschieden vom Privatraum. Anthropologisch ist aber wohl die Unterscheidung zwischen einem ›Innen‹ und ›Außen‹ erst einmal die ursprünglichere⁶ und in ihrer kulturellen Überformung⁷ liefert diese – mit den kommunikationswissenschaftlichen Kategorien ›öffentlich‹ vs. ›nicht-öffentlich‹ fassbar – die präzisere Unterscheidung. Werden doch mit der Dichotomie ›privat‹ vs. ›nicht-privat‹ thematische bzw. domänenspezifische Unterscheidungen verbunden (vgl. DÜRSCHIED/WAGNER/BROMMER 2010: 65, 25ff.), wohingegen mit ›öffentlich‹ vs. ›nicht-öffentlich‹ kommunikationsstrukturell die antizipierte bzw. antizipierbare »Kontrollierbarkeit des Rezipientenkreises« bzw. »Kontrollierbarkeitsannahme auf Seiten [der] Produzenten« beschrieben werden kann (ROTH 2008: 329).

Von dieser Unterscheidung jedenfalls, die ich – egal wie man sie beschreibt oder rekonstruiert – für eine anthropologisch zentrale Unterscheidung halte, die in einer Weise (in je und je unterschiedlicher kultureller Ausprägung) unsere Weltwahrnehmung und unser Denken leitet wie kaum eine andere (vgl. WARNKE/GERHARD 2006: 14), soll hier eine Seite, das ›Äußere‹, das ›Öffentliche‹ in den Blick genommen werden, um den Deutungshorizont, der sich mit der idiomatischen Phrase ›öffentlicher Raum‹ verbindet, über den

Sinne einer Bewusstseinsoperation aufgefasst wird, sondern (schon) als »laufende Reproduktion der Unterscheidung von Mitteilung (Selbstreferenz) und Information (Fremdreferenz) unter Bedingungen, die ein Verstehen (also: weitere Verwendungen im Kommunikationsprozeß) ermöglichen« (LUHMANN 1999: 23). Somit wird hier davon ausgegangen, dass jede Wahrnehmung eines menschengemachten Raums immer schon diese Unterscheidung von Mitteilung und Information vornimmt, um daran anzuschließen – also Kommunikation ist.

⁴ Die Schwierigkeit dieser Abgrenzung ist zentral verbunden mit den facettenreichen Textbegriffen der Textlinguistik (z.B. KLEMM 2002 und KNOBLOCH 1990 und im Gegensatz dazu EHLICH 2007c).

⁵ In der Textlinguistik herrschen relativ unsystematisch nebeneinander eine ganze Reihe von Situationsbegriffen, die hier nicht diskutiert werden können (vgl. HEINEMANN 2000: 350ff.).

⁶ Vgl. SCHMAUKS 2002: 18; grundlegend dazu LEROI-GOURHAN 1988: 395ff. oder auch LUHMANN 1999: 14.

⁷ Archäologische Untersuchungen zur Stadtforschung zeigen unterschiedliche Problemlösungsstrategien einer architektonischen Verdauerung der Unterscheidungsoperation zwischen dem Außen und dem Innen: Es gibt z.B. Funde von neolithischen Städten, in denen es keine Wege zwischen den Häusern gab und der Zugang zu ihnen nur über die Dächer ermöglicht war (vgl. FALK 2005: 5).

Weg seiner semiologischen Verfasstheit auch in seiner konzeptuellen Begrifflichkeit herauszuarbeiten.⁸

Dafür sollen vor allem die zeichentheoretischen Überlegungen Ludwig Jägers fruchtbar gemacht werden, der mit seinem Konzept der Transkriptivität (JÄGER 2002; 2004a) im Rahmen seiner Theorie des semiologischen Konstruktivismus (JÄGER 1997; 2001) für ein *Konzept der Semiose* plädiert, das zentral auf *inferentieller Bezugnahme*⁹ beruht (vgl. JÄGER 2008a: 309f.).¹⁰ Kulturelle Bedeutungsgenerierung erfolgt danach prinzipiell in »*binnensemiotischen* Bezugnahmen« (JÄGER 2008a: 290, Herv. im Original), die intramedial oder intermedial, mit- und gegeneinander Ein- und Umschreibungen oder kurz ›Transkriptionen‹ stiften; d.h. indem z.B. mit gesprochener Sprache auf gesprochene Sprache Bezug genommen wird oder indem sich jemand mit Schriftsprache auf Bilder bezieht, werden damit Zeichen durch Zeichen anders, neu oder unsemantisierbar gemacht: es entsteht Bedeutung (vgl. JÄGER 2002: 29ff.; 2004a: 72ff.).¹¹ Dieser Gedanke verbunden mit der Peirceschen (vgl. PEIRCE 1986: 200) Idee von der Untrennbarkeit der »*Modi des Objektbezugs*«¹² (JÄGER 2008a: 296) – der *Modi* oder *Momente* also der Ikonizität, Indexikalität und Symbolizität (vgl. auch NAGL 1992: 42ff.; STEINSEIFER 2010a; 2010b) – verspricht ein präzises semiologisches Instrumentarium bereitzustellen, um die Semiosen der Weltwahrnehmung und damit auch Welterzeugung zu rekonstruieren und das gerade weil mit dem transkriptionstheoretischen Blickwinkel nicht nur die Verhältnisse zwischen Zeichen, sondern auch das

⁸ Mit Luhmann (vgl. 1998: 44ff.) muss dabei natürlich festgehalten werden, dass mit jeder Selektion einer *Unterscheidung* beide Seiten der Unterscheidung als »Verweisungsüberschuß« bewahrt bleiben (LUHMANN 1998: 49; vgl. LUHMANN 1999: 32). Dass dieser Überschuss im Horizont des Begriffs ›öffentlicher Raum‹ hier lediglich als alltagsweltlicher Ausgangspunkt hermeneutischen Denkens präsent sein und nicht konsequent als analytische und analysierte Kontrastfolie danebengehalten werden kann, ist dem begrenzten Rahmen der Arbeit geschuldet.

⁹ Ohne eine *referentielle Bezugnahme* kann freilich auch das nicht gedacht werden, vielmehr bedingen sich referentielle und inferentielle Bezugnahme gegenseitig (vgl. JÄGER 2008a: 309f.), wengleich der Inferenz – da argumentiert er mit Brandom (vgl. z.B. 2001: 9) – für den Aufbau kultureller Semantik Vorrang vor der Referenz eingeräumt wird (vgl. JÄGER 2010: 306).

¹⁰ Hier greift Jäger (vgl. 2001; 2008a) Überlegungen von Peirce (vgl. 1998) und dem authentischen de Saussure (vgl. 2003a; 2003b) auf. Ersterer sieht die Möglichkeiten der drei *Objektrelationen* eines Zeichens (Ikon, Index, Symbol) als untrennbar miteinander verbunden und wechselseitig voneinander abhängig an (vgl. JÄGER 2008a: 300). Zweiterer entwirft ein Zeichenmodell, das ohne *materiale Zeichenformen* der Entäußerung (*Aposème*) nicht gedacht werden kann und untrennbar mit den *mental*en *Deutungshorizonten* (*Parasème*-Netzwerke, in denen Bedeutungen mit ihrer materialen Gestalt in Differenzbeziehung zueinander organisiert sind) verbunden ist und somit von der Annahme der immerwährenden Bezugnahme von Zeichen auf Zeichen (vgl. Peirces Begriff des *Interpretanten*; vgl. NAGL 1992: 39f.) ausgeht, die soziokulturelle Bedeutung nur in diesem komplexen Wechselspiel hervorbringen kann (vgl. z.B. JÄGER 2008b: 60ff.).

¹¹ Vgl. zur Anwendung des Transkriptivitätskonzepts z.B. DOMKE 2010b, HOLLY 2009; 2010; 2011d, STEINSEIFER 2010a oder auch STÖCKL 2011.

¹² Wenn Peirce (1998: 64) vom »Objekt« spricht, sind natürlich nicht ausschließlich konkret materielle Dinge und Gegenstände gemeint. Präzise betrachtet meint ›Objekt‹ nicht einmal die gegenständliche Welt, sondern im Gegenteil nur »ein weniger entwickeltes Zeichen [...], denn an Stelle des aktuell durch das Zeichen vermittelten Wissens beinhaltet das Objekt nur das dem gegenwärtigen Semioseereignis vorhandene Vorwissen vom Repräsentierten« (NÖTH 2000: 63). Bezogen auf Bilder beschreibt das auch Sachs-Hombach, wenn er sagt, »dass die unmittelbaren Bezugspunkte von Bildern nicht raumzeitliche Gegenstände, sondern Begriffe sind« (SACHS-HOMBACH 2003: 171).

Verhältnis der drei Zeichenmomente in einem Zeichen bei der Herstellung von Bedeutung thematisierbar werden.¹³

Mit der Unterscheidung einer *semiologischen* von einer *semiotischen* zeichentheoretischen Tradition hebt Jäger (vgl. 1994: 300f.) mit der Bevorzugung der Semiologie¹⁴ darauf ab, Sprache als das zentrale erkenntnis- und Ich-konstituierende Zeichensystem zu begreifen, das ebenso konstitutiv für die Verwendung anderer »Arten (intentionaler) Zeichen« ist (JÄGER 1994: 300) und sich nur durch seine materiale Entäußerung und Verfasstheit zum »bildenden Organ des Gedankens« entwickeln konnte (JÄGER 1994: 309ff.).¹⁵ Mit Rückgriff u.a. auf Humboldt setzt Jäger also drei Unterscheidungs Momente zwischen der semiotischen und der semiologischen Tradition zentral:

(1) Der Geist ist keine autonome, *selbstmächtige Seele*, die, um erkenntnisfähig zu sein, auf das *Bezeichnungsvermögen des Leibes* verzichten könnte. Der Geist bedarf vielmehr, um sich seiner selbst bewusst zu werden, einer externen Spur seiner Tätigkeit. Er bedarf der Sprache. (2) Im sprachlichen Bezeichnungsprozeß findet der Laut (Signifikant) nicht bereits fertige Begriffe (Signifikate) vor, die er nur zu repräsentieren hätte (semiotisches Modell), sondern der Prozeß der *Begriffsbezeichnung* ist zugleich ein Prozeß der *Begriffsbildung* (semiologisches Modell). (3) Die Sprache ist als semiologisches Vermögen das *bildende Organ des Gedanken*; sie ist nicht bloß ein Mittel des Gedankenausdrucks (Werkzeug des Geistes), sondern sie ist das Medium der Gedankenerzeugung (Organ des Geistes). (JÄGER 1994: 309f.)

Ruft man sich jetzt wieder den Untersuchungsgegenstand ins Gedächtnis, wird schnell klar, dass entsprechend der semiologischen Perspektive Sprache (vornehmlich visuelle Sprache: also Schrift)¹⁶ im öffentlichen Raum zwar eine prominente und entscheidende Rolle spielt, aber gleichsam weder als »pure Schriftzeichen« (SCHMITZ 2004: 60) noch ohne Bezugnahmen auf andere Zeichenressourcen¹⁷ und Zeichenqualitäten Verwendung findet; sondern ganz im Gegenteil allein über die »intermedialen« und »intramedialen« Bezugnahme-

¹³ Natürlich muss von Gemeinschaftlichkeit, Gesellschaftlichkeit und Geschichtlichkeit (vgl. LINKE 2008: 30) als Grundbedingung aller kommunikativen Semiosen ausgegangen werden. Dieser Gedanke findet sich auch schon bei Peirce (1986: 196), wenn er von »Erfahrung« spricht (vgl. auch PAPE 1998: 27ff.). Als konstitutiver Gedanke ist er ebenso für Jäger (1997; 2001) und Ehlich (1991; 1998) nicht wegzudenken.

¹⁴ Zu den Schwierigkeiten des Begriffs »Semiologie« hinsichtlich der Abgrenzung und Differenzierung zu und von anderen Wissenschaften siehe z.B. FEHR 2003: 177ff. und NÖTH 2000: 3.

¹⁵ In geistesgeschichtlicher und wissenschaftsgeschichtlicher Perspektive arbeitet Jäger (1994) heraus, wie die semiotische Mainstream-Tradition einem mittelalterlichen Solipsismus und Repräsentationismus verpflichtet ist und bis in den (Chomsky-)Kognitivismus des 20. Jahrhunderts fortwirkt; während für die semiologische Tradition mit Bezug auf z.B. Hamann, Herder, Humboldt und Hegel ein Zeichenbegriff konturiert werden kann, der einen »konstitutiven Zusammenhang zwischen der *kognitiven Domäne* der Sprache und ihren *funktionalen*, z.B. kommunikativen Anwendungen« sieht und ebenso »zwischen der Genese von *Subjekt, Geist* und *Bewußtsein* und der Entfaltung *zeichenförmiger Entäußerungssysteme* wie der Sprache« (JÄGER 1994: 296).

¹⁶ Von mündlichen Sprachvorkommen einerseits und andererseits taktilen Zeichensystemen für Sehbehinderte, die für diese Gruppe natürlich geradezu essentiell ist, muss an dieser Stelle aus verschiedenen Gründen abgesehen werden, was die prinzipielle Wichtigkeit einer solchen Perspektive nicht negieren soll! Vgl. zum Hörbaren und Taktilen im öffentlichen Raum z.B. DOMKE (2010a; 2010b).

¹⁷ Die neutralere Bezeichnung Ressource wird hier verwendet, da nicht immer klar ist, inwieweit unterschiedlichen Zeichentypen das Attribut »System«, also eine Gegliedertheit ihrer Mittel und Zwecke (vgl. EHLICH 1996: 955, 962f.) unterstellt oder zugeschrieben werden kann.

praktiken ›öffentlicher Raum‹ als Bedeutung erst hervorgebracht wird (s.o.). Zwei weitere Zeichenressourcen müssen hierbei vor allem in den Blick genommen werden: *Bilder* bzw. *bildhafte Zeichen* und *architektonische Zeichen* (im Sinne Ecos 1994: 295), wenngleich – vor allem unter der Prämisse, dass ›Alles‹ Zeichen sein oder werden kann¹⁸ – andere semiologische Qualitäten, wie Materialität und Farbigkeit, ebenso mitbedacht werden müssen, aber hier nicht im Zentrum stehen können.

Das leitende Erkenntnisinteresse speist sich dabei von der Frage, welchen Anteil welche Zeichen an der kommunikativen Verfertigung des öffentlichen Raums im Produktions- und Rezeptionsprozess haben. Der entscheidende Ausgangspunkt dafür ist vor allem die je unterschiedliche Typizität der zum Tragen kommenden Zeichensysteme und Zeichenressourcen (vgl. z.B. HOLLY 1996: 11).¹⁹ Gerade den Charakteristika und Potenzialen *bildlicher* Zeichen wurde in jüngster Zeit verstärkt Aufmerksamkeit beigemessen und z.B. als *visualistic*, *pictorial* oder auch *iconic turn* nicht nur wissenschaftspolitisch thematisiert (vgl. SACHS-HOMBACH 2009: 7ff.). Die sich jüngst zentral unter der Federführung Klaus Sachs-Hombachs (vgl. 2003; 2005) konstituierende Bildwissenschaft, entworfen als »interdisziplinär[es]« und »integratives Forschungsprogramm« (SACHS-HOMBACH 2009:11), diskutiert dabei u.a. die Fragen nach dem anthropologischen Status der Bildfähigkeit im Vergleich zur Sprachfähigkeit²⁰ (vgl. SACHS-HOMBACH/SCHIRRA 2009: 418ff.) und die nach der Kultur(in)varianz von Bildern (vgl. SACHS-HOMBACH/SCHIRRA 2009: 395ff.). In diesem Kontext entwirft Sachs-Hombach (vgl. 2003: 96ff.) eine Matrix (in der hier wiedergegebenen Terminologie vgl. HOLLY 2011a: 33), die Zeichen entlang zweier Pole verortet und sowohl eine phylo- als auch eine ontogeneti-

¹⁸ »Die weiter gefaßte Zeichenkonzeption hingegen versteht Repräsentation *auch* (oder sogar *nur*) als einen Prozeß des Verweisens von Zeichen auf Zeichen. Das Bezeichnete liegt für sie nicht einfach jenseits der Zeichen in einer noch nicht zeichenhaften Welt. Auch Gedanken und Wahrnehmungen sind als mentale Repräsentationen Zeichen, denn sie sind zeichenhaft verbunden mit all jenen Gedanken und Wahrnehmungen, die im Wissen und in der Erinnerung des Wahrnehmenden mit ihnen assoziiert sind« (NÖTH 2009: 237, Herv. im Original).

¹⁹ Hollys (vgl. 1996; 1997) Ansatz mag dabei einen anderen Gegenstand betreffen – Kommunikationsformen nämlich – aber das Grundsätzliche, die Frage nach dem Wie und Warum verschiedene Zeichen mittels verschiedener Medien aufgrund ihrer verschiedenen Materialitäten und damit Leistungsfähigkeiten soziokulturell usuell in eine Kombination zueinander gebracht werden, kann oder muss als anthropologische Fragestellung verstanden werden. Sie ist also damit auch in diesem Rahmen relevant und muss als Spannungsfeld der »beid[en] elementaren Prägekräfte der Kommunikation, Medialität und Kulturalität« verstanden werden (vgl. HOLLY 2011a: 38).

²⁰ Jäger (2006b) argumentiert vor dem Hintergrund neurobiologischer Befunde für eine Gleichrangigkeit (anstatt eines Vorrangs einer Zeichenart) sowohl bildlich-gestischer als auch sprachlich-akustischer Zeichen. Zudem plausibilisiert er eine phylogenetische Vorgängigkeit der Entwicklung visuell-gestischer Zeichenpraxen und zeigt, dass diese erst allmählich von den sprachlich-akustischen Praxen abgelöst wurden. Damit ist aber prinzipiell über die Unterschiede von Sprache und Bild nichts gesagt, weil Jäger nur zwei unterschiedliche Spracharten (akustische und gestische) in den Blick nimmt und mit beiden relativ wahrnehmungsfremde Zeichensysteme betrachtet, die als wesentliches Bestimmungsmerkmal eine sequenzielle Organisiertheit aufweisen, die für prototypische, materiell-flächige Bilder an sich nicht gilt (vgl. SACHS-HOMBACH 2003; STÖCKL 2004a). Jäger (2006b) argumentiert hier letztlich nur ein weiteres Mal und hier zudem phylogenetisch für ein prinzipiell als intermedial und transkriptiv zu begreifendes Kommunikations- und Menschenbild bzw. -verständnis (vgl. JÄGER 1997; 2001).

sche Entwicklung der Zeichenpraxen abbildet: von der *wahrnehmungsnah-körpergebundenen* zur *körperunabhängig-arbiträren* Zeichenpraxis.

Zeichenarten	wahrnehmungsnah	arbiträr
körpernah, temporär	Gestik, Mimik	Lautsprache
körperunabhängig, fixiert	Bild, Film	Schriftsprache, abstrakte Symbole

Bezieht man die Erklärkraft dieser Matrix auf kommunikative Phänomene im Allgemeinen, an denen immer unterschiedliche Zeichentypen beteiligt sind (vgl. JÄGER 2002; STÖCKL 2011: 46ff.), bietet sie einen guten Ausgangspunkt, um die Leistungsfähigkeit²¹ dieser Zeichentypen in ihren Anteilen an der kulturellen Bedeutungskonstitution zu beschreiben – eine Perspektive, die Werner Holly seit den 1990er Jahren postuliert.²² In text- und medienlinguistischen Zusammenhängen ist dieser Prämisse einer ganzheitlichen Perspektive (im Gegensatz zu bildwissenschaftlichen Bemühungen) mit einem Textverständnis begegnet worden, das u.a. sprachliche *und* bildliche Anteile semantisch und funktional integriert (vgl. SCHMITZ 2005: 196; STEINSEIFER 2010a: 326f.).²³

Als grundlegendste Zeichenressource, die hier Beachtung finden muss, müssen natürlich die nach Eco (vgl. 1994: 295ff.) als ›architektonisch klassifizierbaren Zeichen angesehen werden. Er bindet dabei die Zeichenhaftigkeit architektonischer Gebrauchsgegenstände (vom Löffel über Kleider, Treppen bis hin zu Gebäudekomplexen und Stadtvierteln) zurück an die Signifikation ihrer Funktion (vgl. ECO 1994: 301ff.) und unterscheidet dann zwischen der *Denotation* einer vor allem formbestimmten, *primären Funktion oder Utilitas* (vgl. ECO 1994: 306ff.)²⁴ und der *Konnotation* von einem möglichen Komplex weiterer ›symbolischer‹ Funktionen (vgl. ECO 1994: 310ff.) eines Objekts.²⁵

²¹ Stöckl (vgl. 2004a: 245ff.) z.B. legt eine ausführliche Gegenüberstellung der Funktionalität und Potenzialität von Sprache und Bildern vor (vgl. auch STÖCKL 2011: 48ff.).

²² Vgl. z.B. HOLLY 1996; 1997; 2000; 2011a; 2011b oder auch HOLLY/PÜSCHEL 2007.

²³ Vgl. freilich in jeweils unterschiedlichen theoretischen Rahmen und damit Terminologien z.B. auch FIX 2007, HOLLY 2009, SCHMITZ 2005; 2007a; 2011, STÖCKL 2004a; 2011. Zu den Bemühungen um eine Einrichtung einer linguistischen »Subdisziplin« mit dem Label der »Bildlinguistik« ist zu sagen (KLEMM/STÖCKL 2011: 11), dass damit den Problemen von perspektivenverengenden logozentrischen Ansätzen wieder mit einer Perspektivenverengung geantwortet wird, die dezidiert auf »komplexe Zusammenhänge von Bild und Sprache« abhebt, anderes damit gleichsam wieder ausblendet (KLEMM/STÖCKL 2011: 12).

²⁴ Den Begriff der *Utilitas* übernimmt Eco (1994: 310) ohne exakten Verweis von Giovanni Klaus Koenig. Er findet sich aber auch schon unter den drei Hauptprinzipien *firmitas* (Festigkeit), *utilitas* (Nützlichkeit) und *venustas* (Schönheit) in den *De architectura libri decem* des römischen Architekten Vitruv (vgl. 1964: 44ff.).

²⁵ Einerseits kann hier mit Wittgensteins (vgl. 1971: 43) sog. Gebrauchstheorie der Bedeutung angeschlossen werden oder mit Barthes (1988a: 190f.) gesprochen: »die Funktion eines Objekts [wird] immer zumindest zum Zeichen dieser Funktion« und andererseits kann mit Peirce (vgl. 1986: 200) festgehalten werden, dass natürlich beide unterschiedenen Funktionen symbolische Momente aufweisen, die konnotierten Funktionen aber in weitaus größerem Maße soziokulturell geprägte/konventionalisierte, d.h. symbolischere Funktionen sind, als die vor allem im Peirceschen Sinne indexikalisch geprägten Utilitates.

Mit diesen zeichentheoretischen Kategorien und Konzepten kann in geeigneter Weise die Leistungsfähigkeit und Eigenlogik der unterschiedlichen zu fokussierenden Zeichen erfasst werden. Besonders die Ebene der Bedeutungsgenerierung ist damit differenziert. Aber nur wenig gerät die je spezifische Handlungsqualität in den Blick, die den semiologischen Arrangements als Produkte gesellschaftlicher Konstruktionsprozesse produktiv und rezeptiv inhärent ist. Dafür kann das funktionalpragmatische Konzept der *sprachlichen Prozeduren* (vgl. z.B. EHLICH 1991; 2007a) in erweiterter Perspektive²⁶ für Kommunikationshandlungen fruchtbar gemacht werden, indem allgemein von *kommunikativen Prozeduren* ausgegangen wird, die u.a. in verschiedene Bereiche semiologischer Prozeduren unterschieden werden können.

Als »Handlungseinheit unterhalb der Stufe des Sprechakts, aus der sich die Akte zusammensetzen« (EHLICH 2007a: 1) werden sprachliche Prozeduren als (meta-)kommunikative Mittel verstanden, die dem allgemeinen Handlungszweck der »Sprecher-Hörer-Koordination« dienen (HOFFMANN 2003: 21). Mit der an Bühler (vgl. 1982: 48ff.) angelehnten Feldereinteilung unterscheidet Ehlich (vgl. 1991: 138ff.):

Feld	Prozedur	Zweck
Operationsfeld	bearbeitende / operative Prozedur	Organisation und Strukturierung des (gemeinsamen) Wissens
Symbolfeld	nennende / symbolische Prozedur	Wissensaktualisierung
Zeigfeld	zeigende / deiktische Prozedur	Orientierung im Verweisraum
Lenkfeld	expeditive Prozedur	Eingreifen in die Hörertätigkeit
Malfeld	malende / expressive Prozedur	Hervorrufen einer emotionalen (Gleich-)Gestimmtheit

Inwieweit bei der Weitung des Konzepts diese Felder-Unterscheidung für die zu differenzierenden semiologischen Prozeduren (hier vor allem bildliche und architektonische) übertragen werden kann, muss die Analyse erproben.

3. Forschungsstand zum öffentlichen Raum

Neuere Untersuchungen zum öffentlichen Raum, die vor allem semiotischen und linguistischen Erkenntnisinteressen verpflichtet sind,²⁷ thematisieren die Relationen zwischen textuellen und nicht-textuellen Entitäten in unterschiedlicher Weise und gewichten somit auch die Relevanz textueller und nicht-

²⁶ Als linguistische Schule ist die Funktionale Pragmatik in ihrer Kategorienbildung noch ziemlich logozentrisch und lässt die Perspektivenerweiterung, die in nahezu allen linguistischen Subdisziplinen vollzogen wurde, mit nur wenigen Ausnahmen (vgl. z.B. SAUER 2004: 29) noch vermissen (vgl. z.B. EHLICH 2011: 44, Herv. M.M.: »Textartenklassifikation wäre ein notwendig transdisziplinäres Unternehmen auf der Grundlage einer verlässlichen Vorverständigung über die Sprachlichkeit von Text.«). Für einen einführenden Überblick in die Funktionale Pragmatik siehe z.B. EHLICH 1991, KNOBLOCH 2010 und REHBEIN 2001.

²⁷ Untersuchungen wie BESAND 1995 oder VOESTE 2005 haben mit ihrer fachlich anderen Ausrichtung für diese Untersuchung hier keine Relevanz. Auch die Arbeiten in POSNER/KRAMPEN 1995 oder der Aufsatz von FIX 2008 sind nur wenig am Raum als zeichenhaft-kommunikativ konstituierter Größe orientiert.

textueller Entitäten an der kommunikativen Herstellung des öffentlichen Raums in unterschiedlicher Weise. Schmauks legt eine semiotische Studie vor, die die Orientierung *im* (öffentlichen) »Raum der Fortbewegung« (vor allem für Fußgänger) thematisiert (SCHMAUKS 2002: 1). An der Frage, *wie* dieser Raum für Akteure wahrnehmbar²⁸ und nutzbar wird, ist sie aber nicht interessiert.

Scollon/Scollon entwerfen den Analyserahmen der »geosemiotics«, die die »visualemiotics«, die »interactionorder«, »placesemiotics« und die »socialaction« (SCOLLON/SCOLLON 2003: 9f.) umfasst. Diese Zeichenressourcen bringen in ihrem diskursiv-konvergierenden Zusammenspiel ein je und je raumzeitspezifisches »semiotic aggregate« hervor: »Each of these are separate [capabilities] of different semiotic actions but together they form a place which we can read and which tells us, for example, what sort of shopping might be done in that area of the city« (SCOLLON/SCOLLON 2003: 175). Mit ihrem Fokus auf Diskurse im öffentlichen Raum gerät aber die semiologische Konstruktion des Raumes und seines Öffentlichkeitscharakters nicht oder nur sehr marginal in den Blick (vgl. SCOLLON/SCOLLON 2003: 180ff.).

Ebenso diskursanalytisch ausgerichtet sind die Untersuchungen von Warnke (2003) und Warnke/Gerhard (2006), bieten aber mit dem Konzept der *Textur* einen Begriff, an den angeschlossen werden kann, wenn zwischen einer *textuellen* und einer *nicht-textuellen* (produktiven und rezeptiven) kommunikativen Konstruktion des Raums unterschieden werden soll. Wenn gleich der Texturbegriff in beiden Aufsätzen nicht einheitlich bestimmt wird, wird er vor dem Hintergrund eines logozentrischen Textbegriffs als vornehmlich »außersprachlich« bzw. »nicht-sprachlich« konturiert (vgl. WARNKE 2003: 368f.; WARNKE/GERHARD 2006: 15).²⁹ Von den Schwierigkeiten abgesehen, die mit dem Texturbegriff³⁰ verbunden sind, wie er in diesen beiden Aufsätzen vorgestellt wird, halte ich ihn für eine produktive Unterscheidung, wenn man *einerseits* den Textbegriff nicht endlos ausdehnen möchte und z.B. auch Gehwege und Fassaden als Texte auffassen will (vgl. KLEMM 2002) und *andererseits*, wenn nicht unspezifisch nur von Zeichen im öffentlichen Raum die

²⁸ Die prinzipielle Frage, auf welcher anthropologischen Basis die Akteure Raum wahrnehmen und sich darin orientieren, beschreibt sie ausgehend von Bühlers (vgl. 1982: 102ff.) *Origo*-Begriff sehr wohl (vgl. auch SCHMAUKS 1995: 167f.), aber die Semiosen, die zur (Re-)Produktion des Raums an sich beitragen, werden bei ihr nicht thematisiert.

²⁹ Scheint der Texturbegriff bei Warnke (vgl. 2003: 368f.) nur eine Art spezifischer Ausdrucksseite (realisiert im öffentlichen Raum) eines (irgendwie ursprünglicheren) Textes zu sein, wird er bei WARNKE/GERHARD 2006: 15 wesentlich vager gehalten als »ein strukturiertes Gewebe der Materialisierung von Informationen«, das mit Sprachlichkeit gar nichts mehr gemein zu haben scheint, da vornehmlich architektonische Konfigurationen in den Blick genommen werden, dennoch aber mit den *textlinguistischen* Textualitätskriterien von DE BEAUGRANDE/DRESSLER 1981 analysiert wird.

³⁰ Der Begriff »Textur« erscheint mir davon abgesehen aber auch deswegen besonders geeignet, da er in den allgemeinen und naturwissenschaftlichen Zusammenhängen, in denen er andernorts Anwendung findet, die innere Gegliedertheit des öffentlichen Raums auf semiologischer Ebene darstellen kann: »innerer Aufbau [...] (Geol.) räumliche Anordnung [...] (Chemie, Technik) gesetzmäßige Anordnung [...] (Bot.) Struktur, Gefüge« (DUDEN UW: 1676). Der vage, auf anderes abzielende Texturbegriff von Faryno (vgl. 1995: 656) ist für die Zwecke dieser Arbeit nicht fruchtbar.

Rede sein soll und so zwischen einer Gehwegplatte, dem Gehweg, der Fußgängerzone, einem ›B‹ auf einem Bäcker-Schild, dem Schild, dem Schildsprachtext, dem Schildsprachbildtext etc. etc. *nicht* unterschieden werden kann (vgl. AUER 2010). Mit Hausendorf/Kesselheim (2008: 41) kann dabei die ausstehende Unterscheidung zwischen Texten im öffentlichen Raum und der Textur des öffentlichen Raums damit gezogen werden, dass Texte über »Abgrenzungshinweise« verfügen, die »den Anfang und das Ende der Lektüre« »suggerieren« (z.B. die materiellen Grenzen eines Schildes), wohingegen sich die Textur, so wie sie m.E. verstanden werden muss, gerade durch ihre augenscheinliche Unabgeschlossenheit auszeichnet und nie ein ›Ende der Lektüre‹ in Sicht ist, da sich die Menschen ja in ihr bzw. Teilen von ihr fortbewegen. Komplexität kann man der Textur also gerade nicht aufgrund ihrer Grenzen (z.B. innerhalb eines abgeschlossenen Gehwegs) zuschreiben, sondern gerade die Grenzenlosigkeit der Barrieren- und Wegenetze, die sich durch die Städte und Länder zieht, lässt sowohl quantitativ als auch qualitativ komplexe Strukturen sukzessiv sichtbar werden.

Schmitz (2004: 72) wiederum nimmt »Text-Bild-Gefüge« oder präziser: Sprach-Bild-Gefüge in den Blick und versucht anhand einer systematischen Beschreibung der Funktionssynergien der beiden Zeichentypen den Begriff der »Text-Bild-Sorten« stark zu machen (SCHMITZ 2004: 66). Keine Beachtung finden bei ihm die systematischen Beziehungen der Sprach-Bild-Gefüge oder allgemein der Texte in Bezug auf die sie umgebende, semiologisch erschließbare Materie, spricht: die Textur.

Auer (2010: 271), den die »Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache« interessiert und dessen zentrale Kategorien sich auf Überlegungen Bühlers (1982: 154ff.) stützen, fasst »Raum als Möglichkeit sozialen Handelns« auf, der »Möglichkeiten bestimmter Aktions- bzw. Interaktionsroutinen in sich« trägt (AUER 2010: 274f.) und in dem Schrift erst nötig wird, wenn *nicht* mehr unterstellt werden kann, dass ›alle‹ über ein Handlungswissen verfügen, das einen spezifischen »Ort« betrifft und dieser »Raum« »für bestimmte Nutzer erst interpretiert [werden muss] und [ihm dann] Handlungstypen zugewiesen werden« müssen (AUER 2010: 275). Neben der nur impliziten und vagen Unterscheidung zwischen Ort und Raum fällt bei Auer (vgl. 2010: 274ff.) auf, dass Kommunikation und Wissen über (kommunikatives) Handeln nur über Texte – einem Begriff, den er aber mit einem äußerst weiten Zeichenbegriff umgeht (vgl. AUER 2010: 282f.) – wahrnehmbar, mitteilbar und tradierbar ist. Das Schweigen zum Textbegriff und die damit als präsupponiert erscheinenden Annahmen über die wahrnehmungsbasierte Aktivierung von Wissen, die nur über irgendwie elaborierte Zeichen/Zeichenkonstellationen möglich zu sein scheint, verspricht bezüglich des Problems der Ortsgebundenheit (die in einem weiten Begriff der Indexikalität

aufgeht) der Zeichen im öffentlichen Raum nur wenig analytische Ordnung (vgl. AUER 2010: 276ff.).³¹

Mit präziseren Unterscheidungen arbeitet Domke (2010a; 2010b)³² in ihrer systemtheoretischen Raumkonzeption, die sie für text- bzw. medienlinguistische Zusammenhänge entwirft:

Wenn Räume auf sozialen Konstruktionen beruhen und Mensch, Materie und Tier umfassen können, sind es kommunikative Verfahren, die die Räume als bestimmte Räume wahrnehmbar werden lassen. Nicht der Raum, sondern die beobachtbare Kommunikation über ihn wird dann zum Gegenstand der Analyse und damit die Verfahren sprachlich-symbolischer Generierung von Räumen. (DOMKE 2010a: 261)

Um Teil der Kommunikation werden zu können, muss alles im System bereitgestellt, also kommunikativ anschlussfähig hervorgebracht werden. Der Boden in der Bahnhofshalle mag für das soziale System ›Gespräch‹ vor der Abfahrt ›Umwelt‹ sein und in keiner Weise von zwei sich gerade unterhaltenden Reisenden interaktiv relevant gesetzt werden; am Bahnsteigrand oder vor Aufgängen [...] wird der Boden jedoch durch die Markierung und Einkerbung, die zur Leitorientierung des Blindenstocks dient, zum Bestandteil der institutionellen Bahnhofskommunikation und kann durch einen Nutzer als relevantes Orientierungszeichen über Richtungen und Wegabzweigungen und damit als Kommunikation »aktualisiert« (DE CERTEAU 1988: 190) werden. (DOMKE 2010a: 262)³³

Der öffentliche Raum ist somit das Ergebnis kommunikativer Zuschreibungen und wird als sozialer Raum erkennbar durch Kommunikation, die aus geographisch definierbaren Orten Räume mit bestimmten Eigenschaften macht. Durch Gebots- und Verbotsschilder, Richtungs- und Orientierungszeichen wird die Möglichkeit der Nutzung durch die Öffentlichkeit angezeigt. (DOMKE 2010a: 263)

Was Domke mit dieser Perspektive entgeht, ist die Tatsache, dass der Bahnhofshallenboden im obigen Beispiel sehr wohl im System ›Gespräch‹ relevant ist. Zwar wird er im Gespräch nicht durch Selbst- und Rückbezüglichkeit relevant gesetzt und so zum Teil des Systems (vgl. LUHMANN 1998: 77), aber zentrale Bedingung der Möglichkeit der Herstellung der Kommunikationssituation ›Bahnhofsgespräch‹ ist der Boden dennoch, egal ob er zum Blindenleitsystem gehört und/oder von Sehbehinderten wahrgenommen wird. Die Bahnhofstextur als wahrgenommene und semantisierte Oberfläche konstituiert die basale Möglichkeit zum je spezifischen Gespräch mit. Wie und in welcher Weise dabei durch die Textur und/oder die »Textwelt« (DOMKE 2010b: 85) se-

³¹ Wichtig, bedenkenswert und weiterführend sind aber seine Ausführungen zur diskursanalytischen Dimension (im Sinne FOUCAULTS 1977) der Zeichenverwendung im öffentlichen Raum (dazu auch SCOLLON/SCOLLON 2003), der aber auch hier nur äußerst wenig Aufmerksamkeit beigemessen werden kann.

³² Sie bezieht sich zwar wie Auer (2010) u.a. auch auf Bühlers (vgl. 1982: 159f.) Kategorie der (nicht-)symphysischen Zeichen, systematisiert diese Unterscheidung aber für die Weiterentwicklung des Kommunikationsformenkonzepts (vgl. HOLLY 1996; 2011b) in einem stringenteren, medienlinguistischen Kategorienapparat.

³³ Zu Domkes (vgl. 2010a: 267) Unterscheidung zwischen Ort und Raum, die sie mit Rückgriff auf Michel de Certeau (vgl. 1988: 217ff.) vornimmt, sei angemerkt, dass Orte nur als (wissenschaftliche) Rekonstruktionen beschrieben werden können, die mit jeder Beobachtung in den Raumstatus überführt werden und somit selbst nicht beobachtbar sind. Das impliziert wohl auch de Certeau (1988: 218), wenn er schreibt: »Im Verhältnis zum Ort wäre der Raum ein Wort, das ausgesprochen wird, das heißt, von der Ambiguität einer Realisierung ergriffen und in einen Ausdruck verwandelt wird, der sich auf viele verschiedene Konventionen bezieht; er wird als Akt einer Präsenz (oder einer Zeit) gesetzt und durch die Transformationen verändert, die sich aus den aufeinanderfolgenden Kontexten ergeben.«

miologisch ein Raum, ein öffentlicher Raum, ein Bahnhoofsraum lesbar gemacht wird, sollen die folgenden Kapitel rekonstruieren.

Aus der konversationsanalytisch inspirierten Multimodalitätsforschung (vgl. SCHMITT 2007)³⁴ kommend, legen Heiko Hausendorf und Wolfgang Kesselheim system- und interaktionstheoretische Überlegungen vor, die die kommunikative »Situierung als Interaktionsaufgabe« (HAUSENDORF 2010: 170) konzeptualisieren, die auf »raumbasierte Kommunikation« (KESSELHEIM/HAUSENDORF 2007: 340) als relevante Konstitutionsressource zurückgreifen muss. Sie weisen dabei mit Ehlich (1994a: 19) darauf hin, dass architektonische Erscheinungsformen – wie Texte auch – »Verdauerungen« von Kommunizierbarem sind (vgl. KESSELHEIM/HAUSENDORF 2007: 339) und als »Anschlussmöglichkeiten« (HAUSENDORF 2010: 172) für Interaktionen unterschiedlichster Art bereitstehen und darin relevant gesetzt werden können:

Wenn wir uns für Situierung interessieren, dürfen wir also solche nicht interaktiven, als nicht an Kopräsenz gebundenen, sondern kommunikativ-dauerhaften Konstitutionen von Räumlichkeit nicht übersehen. In ihnen vor allem vollzieht sich hintergründig die gesellschaftliche Rahmung von Interaktion. (HAUSENDORF 2010: 172)

»Die Situierung kommt so gesehen zwangsläufig einer Aktivierung räumlicher Anschlussmöglichkeiten gleich« (HAUSENDORF 2010: 186). Unsystematisch erscheint mir aber die Differenzierung zwischen Interaktionen und Texten in ihrer Zugehörigkeit zur »Raum-Kommunikation«. Während Texte, die im Museum die Exponate beschreiben, hinzugezählt und im Rahmen der Raumkommunikation analysiert werden, können Interaktionen davon gelöst werden (vgl. KESSELHEIM/HAUSENDORF 2007). Diese Analyseentscheidung ist aber »nur« aufgrund der Verdauerung von Raum und Text zu treffen, verdeckt die Unterschiedlichkeit der semiologischen Verfasstheit von beidem und damit auch die Unterschiedlichkeit im kommunikativen und handlungspraktischen Umgang mit Raum und Text, die Hausendorf (vgl. 2010: 185ff.) auch betont.

Hier soll im Folgenden fokussiert werden, was Hausendorf (2010: 190f.) als einen Aspekt der »Situierungsaktivitäten« von Interaktionen kennzeichnet, nämlich die »Ko-Aktivierung« von »wahrnehmungs-, bewegungs- und handlungsrelevanten Markierungen« im Raum (HAUSENDORF 2010: 192); genauer: nicht die Ko-Aktivierung als »Interaktionsaufgabe« (HAUSENDORF 2010: 169) soll das zentrale Thema sein, sondern das, woran die interaktiven Ordnungsherstellungen der Akteure mit diesen Ko-Aktivierungshandlungen³⁵ anschließen, also die »Markierungen«, die – auch wenn Hausendorf (2010) und auch Kesselheim/Hausendorf (2007) diesen Begriff weiträumig umgehen – als Zeichen konzeptualisiert werden müssen.

³⁴ Arbeiten wie die von Mondada (2007) oder De Stefani/Mondada (2010) nehmen den die Interaktion umgebenden Raum in seinem prägenden Einfluss gar nicht oder kaum in den Blick, sondern konzeptualisieren ihn nur als relevant, wenn er als Produkt *interaktiver Bearbeitung* erscheint.

³⁵ Ob bei der interaktiven Herstellung der Situierung die *Ko-Aktivierung* der verdauerten raumgebundenen Kommunikation tatsächlich den *Ko-Orientierungen* (Wahrnehmungsraum), den *Ko-Ordinierungen* (Bewegungsraum) und den *Ko-Operationen* (Handlungsraum) nachsteht (vgl. HAUSENDORF 2010: 191ff.), was ich bezweifle, kann hier nicht diskutiert werden.

I. Exkurs: eine Kommunikationsform, das Kleinplakat

An dieser und an späterer Stelle (siehe II. Exkurs) soll ›weiterschauend‹ ein Gegenstand fokussiert werden, der in idealer Weise das hier diskutierte Problem auf einer anderen Ebene empirisch beleuchten kann. Mit dem *Kleinplakat*³⁶ ist eine Kommunikationsform³⁷ im öffentlichen Raum gegeben, die mit der spezifischen Verbindung medialer und soziokultureller Parameter drei Ausdifferenzierungen herausgebildet³⁸ hat: illegale, semilegale und legale Kleinplakate (exemplarische Beispiele siehe Anhang A1 bis A6). In ihrer historischen Genese lassen sie sich rekonstruieren als Kombination von medialen und soziokulturellen Parametern von *Graffiti* (vgl. z.B. MEIER 2007; NEUMANN 1991; SIEGL 2003; A5) und *Street Art* (vgl. z.B. KRAUSE/HEINECKE 2006; REINECKE 2007; A6) mit denen *konventioneller Plakate* (vgl. z.B. FUDER 1999; KAMPS 1999; A1 und A2). Mit dieser spezifischen Verbindung haben sie sich als geeignet erwiesen, sowohl privaten (semilegalen und illegalen) als auch institutionellen (legalen) Zweckbereichen, d.h. entsprechenden Textsorten, als *Potenzialitätsrahmen* zu dienen (vgl. HOLLY 2004: 2), als Rahmen »kommunikativer Möglichkeiten« (HOLLY 1997: 68).

Als Kommunikationsform, die durch ihre Plakatierungsmedialität direkt, d.h. ohne weitere technische Medien, auf das aufgebracht wird, das in Kapitel 4 als Textur beschrieben werden wird, ergibt sich die unmittelbare Relevanz der Kleinplakate für das hier fokussierte Problem. Diese stellt sich auch im Vergleich zu anderen Kommunikationsformen, wie Schildern, Tafeln und Ampeln, dar, die für grundsätzlich andere »Textsortenfamilien« (HOLLY 2011b: 157) und damit Bedürfnis- und Problembearbeitungen disponiert sind. Ebenso stellt die Herstellungstechnik des Bedruckens von bzw. Farbauftrags auf Papier die Basis dafür dar, dass die typischen, analog verdauerbaren Zeichentypen Schriftsprache, Typografie, verschiedene Bildertypen, Farbcodes etc. in den unterschiedlichen Textsorten der Kleinplakate zu finden sind.

Inwieweit diese Kommunikationsform mit ihren Textsorten und den jeweiligen darin zur Anwendung kommenden Zeichen Anteil am öffentlichen Raum, d.h. an seiner Textur und der darin auftretenden Textwelt, hat, wird im II. Exkurs schlaglichtartig beleuchtet. Ebenso kommt damit auch die Perspektive auf den gesellschaftlichen Diskurs im Sinne Foucaults (1977) in den Blick,

³⁶ Auf die Benennung, Beschreibung und Differenzierung der Kommunikationsform *Kleinplakat* kann an dieser Stelle nicht detailliert und vertiefend eingegangen werden, da sie den Rahmen der Arbeit um einiges sprengen würden. Ich werde daher die Ergebnisse meiner Bachelorarbeit (vgl. MEILER 2009) so konzise wie möglich da heranziehen, wo sie für die Zwecke dieser Arbeit nötig werden.

³⁷ Kommunikationsformen werden hier im Sinne Hollys (z.B. 1996; 1997) verstanden als »medial bedingte kulturelle Praktiken« (HOLLY 2011a: 38). Der Begriff geht auf Ermert (1979) zurück, ist aber in der Kommunikationswissenschaft und (Medien-/Text-)Linguistik kaum in seiner ordnungsstiftenden Qualität erkannt worden. Zur Wissenschaftsgeschichte dieser Kategorie siehe MEILER i.V.

³⁸ Natürlich müsste korrekterweise davon gesprochen werden, dass nicht das Kleinplakat als Kommunikationsform etwas herausbildet, sondern dass über die produktiven und rezeptiven Akteursgruppen Kommunikationsformen als kommunikative Trampelpfade, als Phänomene der dritten Art herausgebildet werden (vgl. KELLER 1982: 4ff. oder KELLER 2003: 87ff.).

der – schon konzeptionell – nicht nur auf massenmediale Kommunikate beschränkt werden kann (vgl. auch ROTH 2008).

4. Textur des öffentlichen Raums

In diesem Kapitel soll exemplarisch rekonstruiert werden, wie materialiter gegebene Zeichen Raumsemiosen konstituieren und dabei einen spezifischen Raum, den öffentlichen Raum durch seine Nutzer hervorbringbar, (re-)produzierbar machen. Im Folgenden wird also für die Frage, wie der öffentliche Raum als solcher lesbar (gemacht) wird, zu explizieren sein, welche transkriptiven Bezugnahmen (vgl. JÄGER 2004a; 2006a) zwischen den semiologischen Elementen der Textur des öffentlichen Raums (und ihren Peirceschen Objektbezügen, vgl. 1998: 64ff.) Bedingung für dessen Konstitution sind. Dabei sei mit hermeneutischer Perspektive betont, dass diese transkriptiven Bezugnahmen nicht von den Zeichen selbst gestiftet werden, sondern ausschließlich von den Zeichenproduzenten im Zuge des Zuverstehen-Gebens und von den Zeichenrezipienten im Zuge des Verstehens hergestellt werden (vgl. aus linguistischer Sicht z.B. HERMANNNS 2003: 144ff.; JÄGER 1997: 207ff.).

Dass sich die Menschen im öffentlichen Raum zurechtfinden, sich orientieren können, ihn auch als solchen wahrnehmen und eben nicht als nicht-öffentlichen Raum nutzen, erscheint unmittelbar evident. Was aber nicht unmittelbar evident erscheint, ist, warum sie dies tun bzw. tun können. Wie in Kapitel 2 schon thesenhaft eingeführt, gründet sich die wahrnehmungsbasierte Konstitution des öffentlichen Raums schon auf eine spezifische semiologische Textur und nicht (ausschließlich) auf textuell organisierte Zeichen (die spezifische »Textwelt«, DOMKE 2010a: 258).



Abb. 1:
Elemente der Textur des öffentlichen Raums (Chemnitz)

Abb. 1 lässt u.a. eine Ampelkreuzung mit Fußgängerüberweg und Radweg, ein Gleisbett einer Straßenbahnlinie, zahlreiche Masten (darunter Ampelmasten und Masten für die Oberleitung der Straßenbahn) und einige Markierungen erkennen.³⁹ Für die Beschreibung der Textur sind die Leuchtanzeigen der Ampelanlagen sowie das (weiße) Kommunikat am Ampelmast entsprechend der oben gegebenen Einschränkungen nicht konstitutiv und bleiben deswegen hier erst einmal unbeachtet.

Aus dem sichtbaren Ausschnitt können vor allem für den als solchen erkannten Gehweg zwei raumkonstituierende syntagmatische Relationen⁴⁰ unterschieden werden, die als transkriptive Operationen zentrale Eigenschaften des Gehwegs evident werden lassen (vgl. JÄGER 2006a): eine *Ähnlichkeits-*

³⁹ All diese Dinge – das sei an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich erwähnt – können nur aufgrund soziokultureller Zugehörigkeit zu einer Gesellschaft, in der diese materialen Arrangements eine (alltagsweltliche) Rolle spielen, als solche erkannt und benannt werden. Hier wird auch Jägers Unterscheidung zwischen Semiotik und Semiologie deutlich, in der die Semiologie paradigmatisch den Sprachzeichen eine »*primäre, erkenntniskonstitutive Funktion*« gegenüber anderen Zeichen zuschreibt (JÄGER 1994: 301, Herv. im Original; vgl. dazu auch EHLICH 1998).

⁴⁰ Zu den syntagmatischen tritt eine *paradigmatische Relation*, wenn bedacht wird, dass nicht nur die in Abb. 1 sichtbaren Steine als potenzieller Gehwegbelag in Frage kommen, sondern eine ganze Reihe kulturell mehr oder weniger stereotype Gehwegbeläge möglich sind, die hinsichtlich ihrer *Materialität* sicher ähnliche Eigenschaften aufweisen müssen, aber dabei durchaus eklatant differente *Konnotationen* hervorrufen können (vgl. ECO 1994: 312). Im größeren Rahmen der Stadtplanung verweist Roland Barthes (vgl. 1988b: 204) auf die Tragweite *syntagmatischer* und *paradigmatischer* Organisation von Stadtteilen bzw. Vierteln.

relation und eine *Differenzrelation*. Einerseits lässt die Aneinanderreihung *ähnlicher* Steine, die als Subzeichen lesbar sind, eine einheitliche ebene Fläche wahrnehmbar werden, die mit davon zu *unterscheidenden* Steinen, Farben, Materialitäten in Relation treten und diese Fläche spezifisch begrenzen und ihr damit eine Ausrichtung verleihen. Die dauerhafte *Materialität* wiederum der einzelnen Gehwegsteine lässt im Wortsinne eine *Verdauerung* (vgl. EHLICH 1994a) aufgrund von Witterungs- und Belastungsbeständigkeit dieser Textureinheit erkennen und verweist damit schon auf ihre Funktionalität. Zudem steht ›diese wahrnehmbare Fläche‹ in nicht unerheblichem Zusammenhang zu ihrem *Kontext*, um als Gehweg erkannt zu werden. Sowohl die Situierung ›unter freiem Himmel‹ als auch die relative Nähe zu einer ›Straße‹, die wohl ähnlichen Konstitutionsbedingungen unterworfen ist, zeichnen diese Fläche in ihren Eigenschaften als Gehweg aus.

Hier lässt sich jetzt mit den Peirceschen »Modi der Objektreferenz« (JÄGER 2008a: 300) *ikonizität*, *indexikalität* und *symbolizität* anschließen (vgl. STEINSEIFER 2010b: 412). Mit den eben thematisierten »Eigenschaften des Zeichenträgers« (STEINSEIFER 2010a: 334), die für die Konstitution des Zeichens ›Gehweg‹ relevant sind, ist vor allem »ein *ikonisches Moment*« (STEINSEIFER 2010a: 334, Herv. im Original) angesprochen. Die »zeichenkonstitutive Beschaffenheit« eines Ikons ist nach Peirce »unabhängig« »von einer existentiellen Beziehung zu seinem Objekt« (PEIRCE 1998: 64). Somit sind mit dem Begriff des Ikons primär die Eigenschaften der Zeichen fokussiert und nicht Ähnlichkeits- oder Nachahmungsrelationen, die nur das Ergebnis und nicht den Ausgangspunkt der ikonischen Semiosen darstellen (vgl. STEINSEIFER 2010a: 334f.). Was den Gehweg betrifft, geraten also seine über die dargestellten, transkriptiven Operationen wahrnehmbaren Eigenschaften (wie z.B. die ebene Flächigkeit, Begrenztheit, Ausgerichtetheit sowie verschiedene Kontextbedingungen und Materialitäten) in den Blick, deren Selektion und Zuordnung – worauf u.a. Steinseifer (vgl. 2010a: 334) hinweist – im erfahrungsbasierten Wahrnehmungsprozess schon von *symbolischen Momenten* durchsetzt ist und nur daher Ähnlichkeitsschlüsse⁴¹ zu anderen begrenzten und ausgerichteten Ebenen (z.B. im öffentlichen Raum) durch den Passanten gezogen werden können.⁴² Die beschriebenen Eigenschaften des Gehwegs verweisen nun in ihrem offensichtlichen Artefaktcharakter auf die *indexikalischen Momente* der Semiose. »Der Index ist physisch mit seinem Objekt verbunden« (PEIRCE 1986: 199), das Zeichen ist damit ein Resultat seiner *Betroffenheit* von einem ›Objekt‹ (vgl. NAGL 1992: 44). Wenn der Gehweg also im Hinblick auf seine Indexikalität betrachtet wird, müssen die Bedingungen und Tatsachen seiner Pro-

⁴¹ Diese müssen als ›wahrnehmungsnah‹ und auch durchaus ›körpergebundene‹ Kommunikationsprozesse (vgl. SACHS-HOMBACH 2003: 96) betrachtet werden, die der Bildwahrnehmung nicht unähnlich sind (vgl. STEINSEIFER 2010a: 334).

⁴² Hier ist auch schon der Schluss angelegt, in den ähnlichen Eigenschaften auch ähnliche Funktionen zu erkennen, z.B. die der Fortbewegung im Allgemeinen. Eine mehr oder weniger eindeutige Texturelement-Funktion-Zuschreibung kann aber erst mit der Hinzunahme des *symbolischen Moments* rekonstruiert werden.

duktion (als Objekt(e) des Index' ›Gehweg‹) thematisiert werden. An dieser Stelle bietet sich ein Vergleich der Texturelementbenennung *Gehweg* mit dem *Schnupfen* als Krankheitsbezeichnung an: Hinsichtlich der Ikonizität verhalten sich die Eigenschaften (s.o.) des Gehwegs, wie ›die laufende Nase‹ zum Schnupfen. In ihrer Indexikalität, ihren institutionellen Produktionsbedingungen⁴³ also, sind die Gehwegeigenschaften ähnlich wie ›die laufende Nase‹ so komplex⁴⁴ (ermittelter Bedarf, institutionelle Entscheidungsprozesse, Produktionshandlungen etc.), dass diese indexikalische Komplexität, als Grund für die ikonische Qualität, verkürzt wird zu einer symbolischen Qualität, die das Indexikalische nicht ausklammert, es aber für die Interpretation nicht notwendig nachvollziehen lässt, für die Semiose also nicht konstitutiv erscheint.⁴⁵ Die spezifische Subzeichenkombination, die die Gehwegeigenschaften wahrnehmbar werden lässt, wird so zum Symbol des Gehwegs als spezifisch begehbarer Raum, wie ›die laufende Nase‹ zum Symbol des Schnupfens wird. So gefasst wird das *symbolische Moment* der Gehwegsemiose – mit Eco könnte man auch sagen: »die Denotation der primären *Utilitas*« (ECO 1994: 311, Herv. im Original), dass nämlich der spezifische Texturausschnitt mit dem idiomatischen Begriff ›Gehweg‹ sofort (und erst dadurch) funktionell bestimmt ist – als das Moment der Semiose sichtbar, das die evidenten (ikonischen) Eigenschaften des Gehwegs mit den (indexikalischen) Produktionsbetroffenheiten insofern verbindet, als es zwischen ihnen eine funktionelle Kopplung (um-zu-Relation) etabliert, die das Moment der Indexikalität gleichsam unsichtbar erscheinen lässt. Mit Jäger (2006a: 45) könnte man bei dieser Transparenz des Indexikalischen auch von »epistemischer Evidenz« sprechen, die auf »der semiologischen Ebene der Attribuierung von Sinn« den »Modus der Vertrautheit« oder anders: den Anschein »*unmittelbarer Gewissheit* der semantischen Geltung von Zeichen meint (einen Zustand, der freilich durchaus irritierbar ist)«. ⁴⁶

Ein weiterer Vergleich soll helfen, dies zu verdeutlichen: Das indexikalische Moment ist bei einem Trampelpfad insofern von dem eines Gehweges verschieden, als es den Trampelpfad gibt, *weil* gegangen *wird* und es den

⁴³ Historisch betrachtet ist die ›Betroffenheit‹ oder die ›physische Verbindung‹ der (Geh-)Wege mit ihren Objekten, also letztlich ihren Funktionen eine andere: *Wege entstanden aus Spuren* – erst die technischen *Möglichkeiten* und die damit hand-in-hand-gehenden soziokulturellen *Bedürfnisse* verändern dieses Verhältnis hin zu dem heutigen, komplexen institutionellen Vermittlungsprozess des (Aus-)Baus von Wege- und Straßensystemen (vgl. SCHMAUKS 2002: 10ff.).

⁴⁴ Der Grund für diese *indexikalische Komplexität* liegt in der Art und Weise der ›physischen Verbindung‹ zum Objekt, wie sie auch beim unten folgenden Vergleich zwischen Trampelpfad und Gehweg differenziert werden wird. Die ›physische Betroffenheit‹ des Gehwegs ist nämlich entscheidend und vielfältig *institutionell* vermittelt.

⁴⁵ Dies charakterisiert auch Pape als im Peirceschen Sinne indexotypisch: »Es ist der Index des Abdrucks eines Fußes im Sand, der zum dynamischen Auslöser der Ausbildung einer Symbolisierung wird«. »Er [Peirce] will zeigen, dass Indices eine doppelte semiotische Funktion haben können, ja dass dies sogar für die meisten Indices der Fall ist. Sie präsentieren nicht nur Relationen [Indexikalität], sondern stets auch konkret geformte [Ikonizität], symbolisch interpretierbare Eigenschaften [Symbolizität]« (PAPE 2007: 50).

⁴⁶ Der epistemischen steht dabei die *diskursive Evidenz* gegenüber, die »der *rhetorischen* Ebene der pragmatischen Inszenierung kultureller Semantik zu[zu]ordnen« ist (JÄGER 2006a: 45, Herv. im Original).

Gehweg gibt, *damit* gegangen werden kann. Aber im symbolischen Moment oder der primären Utilitas gleichen beide einander: sie denotieren den gesellschaftlichen Zweck oder die Funktion eines spezifischen Fortbewegungsraums. Die Differenz in der Indexikalität ist aber der Grund dafür, dass in den beiden Zeichen ›Trampelpfad‹ und ›Gehweg‹ die Rolle der Symbolizität in der Semiose unterschiedlich gewichtet ist. Während sich beim Trampelpfad die indexikalischen Momente beim Begehen »selber als Prozeduren sichtbar« (JÄGER 2006a: 47) machen⁴⁷ und deswegen der Trampelpfad hauptsächlich als Index erscheint, bleiben die indexikalischen Momente beim Gehweg »als Verfahren« tendenziell »unsichtbar« oder »transparent« (JÄGER 2006a: 46f.). Wenn Indexikalität bei der Gehwegsemiose entscheidend wirksam wird, dann – wie Steinseifer (vgl. 2010b: 417f.) mit Rückgriff auf Maas (1985) formuliert – nur in Form einer ›diskursiven Indexikalität‹, die eine aktuelle Identifikation zwischen einem Texturausschnitt und dem Konzept ›Gehweg‹ mit vorgängigen »Situationen der Ausdrucksverwendung« (STEINSEIFER 2010b: 418) oder anders: mit vorgängigen »Erfahrung[en]« (PEIRCE 1986: 196) mit *prototypisch ähnlichen* Texturausschnitten⁴⁸ in Verbindung setzt, die »im Erfahrungshorizont des Sprechers/Hörers symbolisch« gebunden sind/wurden (MAAS 1985: 74).⁴⁹ Damit tritt bei der Gehwegsemiose das symbolische Moment in den Vordergrund, das die Gehwegs-»Bedeutungen« mit den spezifischen Texturausschnitten vor allem konventionell, d.h. »durch ihre Verwendung verknüpft« (PEIRCE 1986: 193).

Seine symbolische Geltung erlangt der je beobachtete Texturausschnitt letztlich aber erst vollends, wenn er die konventionelle Verbindung zwischen der spezifischen Texturkonstellation und dem »Nadelöhr« (BOEHM 1995: 24) einer idiomatischen Wendung⁵⁰ wie *Gehweg* oder *Bürgersteig* stiftet (vgl. JÄGER 1994: 300) und erst damit das an diesen Wörtern⁵¹ kondensierte

⁴⁷ Sichtbar werden diese Produktionsbedingungen des Trampelpfads natürlich nur, weil es Allgemeinwissen ist, dass Menschen beim Laufen auf entsprechenden Untergründen Spuren hinterlassen und dass Pflanzen, die zu oft niedertreten werden, absterben; kurz: weil das einfache trampelpfad-hervorbringende Gehen nicht institutionell vermittelt ist, wie es die Produktionsbedingungen und -weisen des Gehwegs sind.

⁴⁸ Hier zeigt sich wieder die ikonische Basis der Semiose, die gleichsam symbolisch überformt ist (vgl. STEINSEIFER 2010a: 334).

⁴⁹ »Natürlich gibt es für Angehörige einer Sprachgemeinschaft niemals absolut reine Indices. Ohne symbolisch oder ikonisch vermittelte Bezüge, die in der *Erinnerung* des Sprechers und Hörers *räumlich situierte Erinnerungen, Diskurse und Wahrnehmungen* mobilisieren, kommen wir beim Spurenlesen nicht weiter« (PAPE 2007: 51, Herv. M.M.).

⁵⁰ Mit Feilke (vgl. 1996: 202ff.) ist von einer *e*-idiomatischen Prägung zu sprechen: Die Ausdrücke ›Gehweg‹ oder ›Bürgersteig‹ sind zwar intern semantisch (mehr oder weniger) motiviert, haben sich aber extern (d.h. im Gebrauch im Laufe der Zeit) als geeignete und feste Ausdrücke herausgebildet, um den oben besprochenen Texturausschnitt zu bezeichnen. In diesem Sinne könnte hier auch von »sprachlicher Indexikalität [, die] ganz allgemein die *referentielle Funktion* der Sprache« umfasst, gesprochen werden (vgl. NÖTH 2000: 186, Herv. im Original).

⁵¹ Dass die Benennung oder Benennbarkeit des Texturausschnitts eine entscheidende Rolle für eine vereindeutigende Funktionszuschreibung spielt, wird z.B. darin ersichtlich, dass Farbenblinde auf diese Explizitmachungen angewiesen sind, wenn sie wie z.B. in Abb. 1 den farblichen Unterschied zwischen Fuß- und Radweg nicht bemerken. Explizierungen in diesem Sinne stellen auch Beobachtungen von Nutzungen bzw. Semiosen Dritter im öffentlichen Raum dar, die – da

soziokulturelle Konzept ›Gehweg‹ abrufen und die Semiose dadurch eine Zwecks- oder Funktionszuschreibung, letztlich eine komplexe, gesellschaftlich ausgearbeitete, begriffliche Transkription im Jägerschen (vgl. 2010: 306ff.) Sinne ermöglicht.⁵²

In einigen Aspekten wurden in den obigen Absätzen schon unterschiedliche Handlungsqualitäten angesprochen, die den architektonischen Zeichenarrangements wie dem Gehweg und die ihn umgebenden Zeichen der Textur inne wohnen. An dieser Stelle soll dies vor allem unter Berücksichtigung der handlungskonstitutiven Prozeduren (vgl. EHLICH 2007a) in den Blick genommen werden. Mit der Sprechakttheorie in Austinscher (1981) und vor allem Searlescher (vgl. 1983: 38ff.) Prägung ist für die Sprachwissenschaft (vgl. EHLICH 1996: 960f.) und ebenso für die Bildwissenschaft (vgl. SACHS-HOMBACH 2003: 164) ein paradigmatischer Kategorienrahmen expliziert worden, in dem kommunikatives Handeln und kommunikative Handlungen seitdem beschrieben werden.⁵³ Dabei ist es sinnvoll, terminologisch zu scheiden zwischen den *Akten* der Äußerung, der Proposition und der Illokution⁵⁴ und den durch sie konstituierten Sprech- oder allgemeiner Kommunikations*handlungen* (vgl. EHLICH 1991: 138). Wenn nun, wie in Kapitel 2 angekündigt, die *semiologischen Prozeduren* des Gehwegs beschrieben werden sollen, müssen also diese Begriffe mitbedacht werden. Verstehen wir den Gehweg als Kommunikationshandlung, so weisen wir ihm (a) einen Produktionsakt,⁵⁵ (b) einen Propositionsakt und (c) einen Illokutionsakt zu. Bezüglich (a) und (b) haben vor allem die obigen Überlegungen zu den Peirceschen Objektbezügen Aufschluss gegeben. Wobei beim propositionalen Akt die *Referenz*⁵⁶ als Bezugnahme auf die Ecosche »*Utilitas*« (ECO 1994: 311) gedacht werden muss, der mit der *Prädikation* weiterführende Bestimmungen zukommen.⁵⁷ So be-

sie soziokulturell verankerte Funktionen erkennbar werden lassen können – auch als Korrektiv eigener Annahmen wirksam werden können.

⁵² Das könnte auch frame-semantisch gefasst werden, indem die wahrnehmbaren Textur(- und Textwelt-)elemente als eine Gruppe von *Füllwerten* verstanden werden, die in ihrer Zusammenstellung und Positionierung den *Frame* ›(öffentlicher) Gehweg‹ nahelegen (vgl. z.B. ZIEM 2009).

⁵³ Für die vorgängig zu tätige Unterscheidung zwischen *Handeln* und *Verhalten* und für die Konturierung eines sinnvollen Handlungsbegriffs für eine linguistische Pragmatik arbeiteten Holly/Kühn/Püschel (1984: 288ff.) die folgenden, fruchtbaren Bestimmungskriterien für Handlungen heraus: Sinnhaftigkeit, Gerichtetheit, Kontrollierbarkeit, Regelmäßigkeit, Verantwortbarkeit, Komplexität, Interpretationsabhängigkeit.

⁵⁴ Der aus mehreren Gründen problematische Begriff der Perlokution kann an dieser Stelle nicht thematisiert und diskutiert werden (vgl. dazu z.B. HOLLY 1979).

⁵⁵ Beim Produktionsakt als Äquivalent zum sprechakttheoretischen Äußerungsakt muss gerade bei Textur-elementen wie Gehwegen oder Straßen eine Segmentierung in Abschnitte vorgenommen werden, um sie als zweckbezogene Handlungen begreifen zu können. Gerade das Zusammenspiel solcher unterschiedlicher Segmente als Textur des öffentlichen Raums ist nämlich als »transintentional« (BUCHER 2005: 189) oder mit Keller (1982: 7) als »Phänomen der dritten Art« zu kennzeichnen.

⁵⁶ Um den referentialistischen Gestus der Sprechakttheorie zu umgehen, wird der Akt der Referenz nicht als »Identifikation eines Objekts« verstanden (SEARLE 1983: 45), sondern vielmehr – wie auch der Peircesche Objektpol (vgl. NÖTH 2000: 63) – inferentiell, als Bezugnahme auf (weitere) Zeichen bzw. Begriffe.

⁵⁷ Eine analoge Charakterisierung liefert Sachs-Hombach (vgl. 2003: 164ff.) für den propositionalen Gehalt sowohl der komplexen wie auch der elementaren Bildverwendung, die er beide als stark kontextabhängig beschreibt.

deutet das für den Gehweg, dass mit diesem Texturausschnitt auf die funktionale Disposition referiert wird, einen Fortbewegungsraum für Fußgänger zu bieten, während aufgrund spezifischer Eigenschaften des Texturausschnitts dieser Funktion bzw. diesem Fortbewegungsraum verschiedene Informationen zugeordnet oder über sie prädiiziert werden können wie z.B. *öffentlich* vs. *nicht-öffentlich*, *beschädigt* vs. *nicht-beschädigt*, *neuer* vs. *älter* und dergleichen mehr. Hierin wird deutlich, dass man sich damit schon im Bereich »architektonischer Konnotation« befindet (ECO 1994: 310) und nicht mehr nur »primär[e] Gebrauchsfunktion[en]« im Blick hat (ECO 1994: 307; s.u.). Der Illokutionsakt (c) muss bei den Elementen der Textur des öffentlichen Raums – ähnlich der basalen Bildillokution⁵⁸ – primär als »Zeigehandlung« begriffen werden (SACHS-HOMBACH 2003: 164) und zwar als Handlung des Zeigens bzw. »Veranschaulichen[s]«⁵⁹ (SACHS-HOMBACH 2003: 184) der primären *Utilitas* der jeweiligen, segmentierbaren Texturausschnitte.

Wie können diese Handlungsaspekte im funktionalpragmatischen Sinne als prozedural konstituiert beschrieben werden? Im Kapitel 2 wurden fünf Arten von Prozeduren unterschieden (operative, symbolische, deiktische, expeditiv, expressive Prozeduren; vgl. EHLICH 1991: 138ff.). Nun ist an dieser Stelle mit dem erweiterten, semiologischen Prozedurbegriff (s.o.) zu fragen, inwieweit es erwartbar ist, dass sich in den unterschiedlichen Semiose-Ressourcen in gleicher Weise diese fünf Aufgaben-Felder zur Bearbeitung spezifischer Zweckbereiche herausgebildet haben (vgl. EHLICH 1991: 139). Dies ist einerseits mit der unterschiedlichen Relevanz, dem Elaboriertheitsgrad und damit der spezifischen Leistungsfähigkeit der einzelnen Zeichenarten zu bezweifeln und andererseits auch aufgrund der prinzipiell unterschiedlichen Produktions- und Rezeptionsbedingungen von Sprache (in deren Zusammenhang der funktionalpragmatische Prozedurbegriff ja entwickelt und ausdifferenziert wurde) und Zeichen wie Bildern oder den hier betrachteten architektonischen Zeichen der Textur. Während Sprache (auch in ihrer verdauerten Form) auf *Sequenzialität* bzw. *Linearität* als (auch mentale) Verarbeitungsbe-

⁵⁸ Eine Parallelisierung von Bildsemiosen und Textursemiosen ist mit Sachs-Hombachs (vgl. 2003: 86ff.) Konzept des Bildes als wahrnehmungsnahes Zeichen gerechtfertigt, da es auf *gestaltpsychologischen Wahrnehmungskompetenzen* aufbaut, die mit der oben beschriebenen symbolischen Überformung der Ikonizität implizit auch schon thematisiert wurden und als Basis der »Fähigkeit gelten, überhaupt etwas als etwas erkennen zu können« (SACHS-HOMBACH 2003: 89). Dabei ist zu bemerken, dass diese Parallelisierung in besonderem Maße und vor allem für das zweidimensionale Bild gilt, das mit den Mitteln der Perspektive die Wahrnehmung einer Dreidimensionalität durch eine »mentale Operation« hervorrufen will und das seit der Renaissance wohl »kanonische Geltung« besitzt (EHLICH 2007b: 606, Herv. im Original).

⁵⁹ Schmitz (vgl. 2007b: 421ff.) argumentiert in seinem »Austinschen« Artikel über Bildakte gegen die simplifizierende Annahme einer basalen Bildillokution des Zeigens/Veranschaulichens und plädiert dafür, auch die Bildillokutionen in die »fünf grundlegend[en] Kategorien« (SCHMITZ 2007b: 423) der Searlschen (1983) Sprechakttheorie zu differenzieren: *Assertive*, *Direktive*, *Kommissive*, *Expressive* und *Deklarative*. In seinen Analysen gelingt es ihm aber nicht, Bildern losgelöst vom Gesamtkommunikat, also ohne Bezug auf andere Zeichenressourcen, diese fünf Illokutionstypen zuzuschreiben. Bilder stellen sich so als viel stärker kontextgebunden dar, als das bei primär sprachlich verfassten Kommunikationsakten der Fall ist (vgl. STÖCKL 2011: 49f.) und aufgrund ihrer »semantischen Dichte« und dem damit verbundenen »Bedeutungsüberschuss« lassen sich »konkrete und eindeutige [Bild]akte« »nicht vollziehen« (STÖCKL 2011: 50; vgl. STÖCKL 2004: 247).

dingung beruht (vgl. EHLICH 2007b: 614f.; HAUSENDORF 2009: 193f.), unterscheiden sich davon Bilder und auch die Textur, indem sie prinzipiell eine »holistische Wahrnehmung« bedingen (EHLICH 2007b: 615; vgl. SCHMITZ 2011: 31f.; STÖCKL 2004a: 246). Bezüglich der *symbolischen Prozedur*, die »die Aktualisierung von (Welt-)Wissenspartikeln« (EHLICH 2007a: 1) beim Rezipienten (mit Nennwörtern wie z.B. »Stein«, »Gehweg«, »grau«, »laufen«) bearbeitet, kann mit den Überlegungen zur Ikonizität, Indexikalität und Symbolizität (s.o.) festgehalten werden, dass die begrifflich-konzeptuelle Aktualisierung »Gehweg« einem Semiosekomplex aufruft, in dem Referenz und Prädikation semiologisch »gewissermaßen ineinander geschoben sind« (SACHS-HOMBACH 2003: 167), da sowohl die primäre Utilitas als auch die ihr zukommenden Informationen (s.o.) denselben materialen Zeichen eingeschrieben sind und nur interpretativ voneinander getrennt werden können. Referenz und Prädikation müssen nun als durch einzelne nennende, wenngleich semantisch basale Prozeduren aufgebaut verstanden werden. Die Zeichen oder Zeichennachbarschaften, die in Abb. 1 als Grenzzeichen bzw. Grenzen durch Differenzrelationen lesbar werden, können als nennende Prozeduren aufgefasst werden, die so etwas wie »Begrenztheit« aktualisieren, wie in ähnlicher Weise »zusammenhängende Flächigkeit« durch spezifische Ähnlichkeitsrelationen lesbar wird. Diese basalen Semantiken aber erlangen ihre Transkription als »Gehweggrenze« oder »Gehwegfläche« bis hin zu deren Integration zum »Fortbewegungsraum für Fußgänger« erst im Zusammenhang der konventionellen Kopplung des spezifischen Texturausschnitts und der idiomatischen Benennung, die kategoriell oberhalb der Prozeduren, nämlich auf der Ebene der propositional geprägten Kommunikationshandlungen angesiedelt ist.

Das spezifische Handlungsmoment dieser wie auch der anderen Prozeduren muss nun darin gesehen werden, dass die einzelnen Subzeichenkonstellationen, die letztlich über Ähnlichkeits- und Differenzrelationen z.B. »Begrenztheit«, »Flächigkeit« und »Ausgerichtetheit« lesbar machen, als gesellschaftlich ausgearbeitete Zweckbearbeitungsmittel z.B. des Anzeigens von Fortbewegungsräumen für Fußgänger zu verstehen sind, die mit diesem Wissen sowohl (institutionell vermittelt) produziert als auch (individuell) rezipiert werden. Dabei scheint gerade bei den semiologischen Mitteln der Textur eine Zweck- und damit Prozedurenkombination⁶⁰ prägend zu sein, was auch ein Indiz für die begrenzte Leistungsfähigkeit der architektonischen Zeichen ist. Denn den gleichen Mitteln, denen, wie eben beschrieben, eine symbolische Komponente innewohnt, sind auch *operative Prozeduren* inhärent, die das zu aktualisierende Wissen organisieren (vgl. EHLICH 2007a: 2). So wird durch die jeweilige *flächige Anordnung* der Gehwegsteine erst die Möglichkeit und da-

⁶⁰ Auch im Bereich der sprachlichen Prozeduren können die Grenzen nicht strikt gezogen werden und so müssen Zuordnungen eines Ausdrucks zu mehreren Prozeduren bzw. Feldern und auch Feldtranspositionen beschrieben werden (vgl. EHLICH 1994b: 73ff.). Im Falle der architektonischen Zeichen scheint die Prozedurenkombination jedoch systematisch und ein Spezifikum dieses Zeichentyps zu sein, der sich also – so könnte man vielleicht sagen – im funktionalpragmatischen Sinne durch eine *Felder-Konvergenz* auszeichnet.

mit aber auch die Notwendigkeit für Ähnlichkeits- und Differenzrelationen hergestellt und somit die Basis für ›ebene Fläche‹ und ›Grenze‹ als symbolischer Prozedur gelegt. Zugleich liegt in diesen Mitteln auch eine *deiktische Prozedur*, die die ›Ausgerichtetheit‹ des Gehwegs als richtungsanzeigend verstehbar werden lässt und somit Anteil an der Aufmerksamkeitsausrichtung und der »Orientierungstätigkeit« des Rezipienten in seinem »Wahrnehmungsraum« hat (EHLICH 2007a: 1). Mit Goffman kann auch vom »Abtastbereich des Individuums« (GOFFMAN 1974: 34), das sich im öffentlichen Raum bewegt und orientiert, gesprochen werden. Für diese Orientierungsleistung koordiniert der Einzelne u.a. seinen Abtastbereich mit den *Rezeptionsräumen* (vgl. DOMKE 2010a: 269), die Texturelemente wie Gehwege, Straßen und Fassaden aufgrund ihrer materialen Beschaffenheit eröffnen, um sie gleichsam in *Benutzungsräume* zu überführen (vgl. DOMKE 2010a: 272), indem sie z.B. begangen oder befahren werden. In diesem Sinne sind diesen semiologischen Mitteln der Texturkonstitution auch *expeditiv Prozeduren* eingeschrieben, mit denen »direkt in die ablaufenden Hörertätigkeiten« oder im Fall des öffentlichen Raums allgemeiner: in die Nutzertätigkeiten eingegriffen werden soll (EHLICH 2007a: 1), schließlich sind die Grenzmarkierungen zwischen z.B. Gehwegen, Fahrradwegen und Straßen dafür gedacht, alle drei Verkehrsteilnehmergruppen anzuhalten, sich in getrennten Fortbewegungsräumen aufzuhalten.⁶¹

»Mittels der *malenden Prozedur* drückt der Sprecher eine affektive Befindlichkeit aus, die er so dem Hörer kommuniziert, um eine vergleichbare Befindlichkeit bei ihm zu erzeugen« (EHLICH 2007a: 1, Herv. M.M.). Etwas Vergleichbares bei Texturelementen zu rekonstruieren erachte ich im Rahmen dieser Arbeit für wenig aussichtsreich. Es ließe sich wohl argumentieren, dass verschiedene Aspekte »vom Komplex der ›zweiten Funktionen‹ (die konnotiert werden)« (ECO 1994: 312, Herv. M.M.) als expressive Prozeduren begriffen werden könnten, wie z.B. Eco Stuhlhaftigkeit und Thronhaftigkeit in ihrer unterschiedlichen Wirkung bestimmt (vgl. ECO 1994: 311). Es stellen sich dort aber eklatante Probleme einer Produzenten-Rezipienten-Asymmetrie ein, die den Zweck einer emotionalen (Gleich-)Gestimmtheit nur schwer rekonstruierbar erscheinen lassen. Ich gehe daher hier davon aus, dass für die semiologische Ressource der architektonischen Zeichen in ihren Mittel-Zweck-Relationen der Aspekt des Malfeldes nicht oder nur wenig ausgebildet wurde, was unter dem Primat der Utilitates plausibel erscheint.⁶²

Mit Blick auf das Konnotative sind vielmehr weitere symbolische Aspekte zu beschreiben, die den Zeichen gerade aufgrund ihrer Materialität und ihres Kontextes als eine *soziokulturelle Spur* eingeschrieben sind (vgl. KRÄMER

⁶¹ Mit diesem gesellschaftlichen Wissen um den expeditiven Prozedurenanteil ist in die Kommunikationshandlung ›Gehweg als Fortbewegungsraum anzeigen‹ dann natürlich auch ein appellativer Aspekt integriert, der mit der Textwelt der STVO dann auf höherer Ebene auch eine gesetzlich fixierte Texturtranskription erfährt.

⁶² Wie der Komplex der zweiten, konnotierten, symbolischen Funktionen handlungstheoretisch, d.h. prozedural gefasst werden kann und ob das überhaupt möglich oder nötig ist, muss an anderer Stelle und mit einer intensiven Auseinandersetzung mit design- und architekturwissenschaftlichen Überlegungen geklärt werden.

1998: 79). Wurden bisher die mit den Texturelementen »verbundenen Bedeutungen, die für [...] den funktionalen Gebrauch disponieren« (ECO 1994: 300), beschrieben, werden im je und je konkreten Gebrauch »mittels einer Reihe von Nebenzeichen« (ECO 1994: 311) über diese Referenzen noch weitere Informationen prädiert, die als texturcharakteristisch rekonstruiert werden müssen. Allen Texturelementen ist eine *Funktionskonvergenz* eigen,⁶³ die die metaleptische Benennung als *öffentlicher Raum* erst ermöglicht, hinter die zum großen Teil aber nur noch analytisch zurückgetreten werden kann (vgl. JÄGER 2004b: 46f.). Am Beispiel des Gehwegs aus Abb. 1 wurden oben schon materiale Aspekte angesprochen: die Steine des Gehwegs erweisen sich schon allein aufgrund ihrer Verwendung »unter freiem Himmel« als witterungsbeständig, damit einher geht eine begängnisresistente Dauerhaftigkeit, die sich nicht nur in einer Formstabilität, sondern auch in einer Farbkonstanz z.B. der farblich markierten Radwegsteine ausdrückt. Außerdem lässt die kontextuelle Einbettung in ein Nebeneinander mit anderen artifiziellen »Wegen, Barrieren und Übergängen« (SCHMAUKS 2002: 16) ähnlicher Eigenschaften die allgemeine Funktion erkennbar werden, einen Raum zu konstituieren, der durch semiosegeleitete, kommunikative Wahrnehmungsprozesse als Nutzungsdispositiv lesbar wird und zwar für unbegrenzt viele, einander potenziell fremde, über einen langen Zeitraum hinweg, kurz: *für die Öffentlichkeit*.⁶⁴ Die antizipierbare »Kontrollierbarkeit des Rezipientenkreises« der Textur des öffentlichen Raums (ROTH 2008: 329) ist denkbar niedrig und schwierig, weswegen sich nicht ohne Grund eine *quantitativ* arbeitende Verkehrsplanung als Wissenschaft herausgebildet hat.

Diese Funktionskonvergenz, die die Basis für den Öffentlichkeitscharakter ist, lässt den öffentlichen Raum im Ganzen, d.h. einschließlich der in Kapitel 5 zu besprechenden Textwelt, als »Kompromißgebilde« (HOLLY 1990: 72), als Phänomen der dritten Art erscheinen, der aus »kollektiv[en] Konsequenzen von Handlungen, die nicht intendiert sind« (ECO 1994: 71) heraus erwächst. So ist das semiologische Zusammenspiel von unterschiedlichen Fassaden, diversen Fortbewegungsräumen mit ihren Beleuchtungsanlagen und mithin der in diese Textur implementierten Textwelt, also der öffentliche Raum als Ganzes, ein Produkt unterschiedlicher Handlungen mit unterschiedlichen Zielen, die unterschiedlich zu bearbeitende Bedürfnisse im Blick haben. Dass daraus eine überindividuell nutzbare Gestalt, ein gesellschaftlicher Lösungsvorschlag erwächst, ist auf gesellschaftliche Zwecke, nicht auf individuelle Ziele/Intentionen zurückzuführen (vgl. EHLICH 1996: 962).

⁶³ Diese allgemeine Funktionskonvergenz ist auf unterschiedlichen Ebenen beobachtbar. So zeigt sich z.B., dass es unterschiedliche Fortbewegungsräume gibt, welche aber alle der Fortbewegung dienen; dass unterschiedliche Bepflanzungen ähnliche Funktionen haben können und – auf höherer Ebene – dass der öffentliche Raum als Ganzes, von den Regenfallrohren bis zu den Gullydeckeln, als ein auf Dauerhaftigkeit und Nutzbarkeit ausgelegtes Nutzungsdispositiv für einander potentiell Fremde gelesen werden kann.

⁶⁴ Öffentlich bzw. nicht-öffentlich sind also als charakteristische Eigenschaft eines Raums zu verstehen, die als sekundäre, d.h. konnotierte Funktionsbestimmungen, die der primär denotierten Utilitas zukommen, über sie (inferentiell) prädiert werden.

Die drei Fragen »Wo bin ich?«, »Wie geht es weiter?«, »Welche Struktur hat die Gegend in der ich bin?« (SCHMAUKS 2002: 2) veranschaulichen das diesem Zweckbereich zugrundeliegende Problem, das mit der »zunehmend[en] Mobilität des Einzelnen in der Gegenwart [an] Relevanz« gewinnt (DOMKE 2010a: 263) und erkennbar wird durch die »Quantität und Diversität« (DOMKE 2010a: 264) der »Gebrauchsanleitung[en]« (AUGÉ 1994: 113) als Symptom des »immensen Bedarf[s] an [...] Lösungen für die Notwendigkeit der Orientierung, Verteilung und (An)Ordnung der Anwesenden an öffentlich zugänglichen Orten« (DOMKE 2010a: 264). Mindestens ebenso symptomatisch für diesen Bedürfnis- bzw. Zweckkomplex – und wohl auch als phylogenetisch vorgängig zu betrachten – sind aber *neben* der »Textwelt« (DOMKE 2010a: 259) die in diesem Kapitel dargestellte Textur, die in ihrer semiologischen Ausdifferenzierung, wie sie sich (nicht nur) in deutschen Dörfern/Städten/Metropolen darstellt, unterschiedliche »Handlungsräume« (AUER 2010: 275) einer spezifisch öffentlichen Qualität als herstellbar bereitstellt und so basale »Situierungsaktivitäten« für darin ablaufende Kommunikationen vorstrukturiert (HAUSENDORF 2010: 190).

Durch diesen gemeinsamen Zweckbereich teilen die nicht-textuellen Entitäten im öffentlichen Raum ihre Eigenschaft, *empraktisch* an (anderen, nicht-kommunikativen) Handlungen beteiligt zu sein, mit Bereichen der Textwelt, wie das DOMKE (vgl. 2010a: 264) und auch AUER (vgl. 2010: 289f.) mit Rückgriff auf BÜHLER (vgl. 1982: 155ff.) herausarbeiten. Die Textur muss sogar so konzeptualisiert werden, dass ihr Anteil an den Handlungen im öffentlichen Raum weniger *empraktisch* als vielmehr *subsidiär* in einem basalen, situationalisierenden Sinne ist. Dabei sind gerade die Eigenarten der architektonischen Zeichen, dass sie aus dem »Zustand« der »Transparenz«, »in dem die Kommunikation nicht »gestört« ist, also das Zeichen [...] als Medium nicht im Fokus der Aufmerksamkeit steht«, nur selten heraustreten, um in ihrer »Materialität«, d.h. auch in ihrer indexikalischen Produktionsbetroffenheit »wahrgenommen« zu werden (JÄGER 2010: 318), der zentrale Grund für ihren basal-subsidiären Charakter und die Möglichkeit, sie in dieser Rolle als analytisch relevant zu übersehen.

5. Implementierung einer Textwelt in die Textur

Der Begriff der Implementierung wurde aus zwei Gründen ausgewählt, um das Verhältnis zwischen Textur und Textwelt heuristisch zu beschreiben: (1) impliziert er ein zeitliches Nacheinander, das phylogenetisch zu lesen ist. Es erscheint plausibel, davon auszugehen, dass sich in der Entwicklung wachsender, zusammenlebender Gemeinschaften die Textur aufgrund der unternehmen Unterscheidung zwischen Außen und Innen, zwischen dem Öffentlichen und dem Nicht-Öffentlichen zeitlich vor eben jener Textwelt entwickelt hat, die nötig wurde, als z.B. die Größe der Siedlungsräume den Bedarf

für eine Textwelt, welcher Art auch immer, weckte (vgl. AUER 2010). (2) Zudem erscheint mir die lateinische Wurzel ›implere‹ (anfüllen) dieser deverbalen Ableitung dazu geeignet, den in (1) angenommenen Entwicklungsschritt zu versinnbildlichen (vgl. DUDEN UW: 871). So wird die emergente Textur – auch heute noch – nur um eine Textwelt erweitert oder angefüllt, sofern ein Bedarf dafür besteht. Welcher Art dieser Bedarf ist, wird noch zu klären sein.

Zuvor soll aber anhand der Abb. 2 erläutert werden, in welchen Relationen die Textur und die Textwelt zueinander stehen und inwieweit die Textur als Bedingung der kommunikativen Funktionalität der Textwelt erachtet werden muss.



Abb. 2:
Textur und Textwelt (Chemnitz)

In der obigen Abb. lassen sich zentrale Elemente bzw. Zeichen der Textur, wie sie in Kapitel 4 auf Basis der Abb. 1 diskutiert wurden, wiederfinden. Hinzu tritt aber eine viel reichere Textwelt, welche auf unterschiedliche Weise in die Textur implementiert ist. Erkennbar sind Ampelsignale, Bodenindikatoren des Blindenleitsystems, Verkehrszeichen, Richtungsschilder, Linienkennzeichnungen an Straßenbahnen (daran: Werbung), Plakate und übergroße Leuchtschriftzüge an Hauswänden und auf Dächern.

Sinnfällig erscheint als erstes die schlichte, *materiale Implementierung* der Textwelt in die Textur (mit DOMKE 2010a: 268 kann man auch von materialer Ortsgebundenheit sprechen). Unterschiedliche Masten und andere Trägerkonstruktionen wie Plakataufsteller und Leuchtkästen sind (als Textur-elemente) die »Textträger« (SANDIG 2006: 323) der Kommunikate, die als ers-

tes die Bedingung der Möglichkeit einer spezifischen Wahrnehmbarkeit bearbeiten und damit gleichsam schon als Produkt komplexer gesellschaftlicher Entwicklungs- und Ausdifferenzierungsprozesse angesehen werden müssen, die diese Problemlösungsvorschläge hervorgebracht haben.⁶⁵ Gerade auch deswegen sind diese texttragenden Elemente natürlich mehr als nur Materie: Sie denotieren ebenso wie der Gehweg eine Utilitas. So macht der Aufsteller das Plakat als Plakat lesbar bzw. wahrnehmbar, genauso wie das Plakat den Aufsteller als Aufsteller lesbar macht; selbiges gilt für Schilder und Ampelsignale usw. Damit verweist die *materiale* gleichsam auf eine *funktionale Implementierung* und kann von dieser freilich nicht getrennt werden. So kann eine Kommunikationsformenfamilie ausgemacht werden, die dahingehend ähnliche materiale Implementierungslösungen liefert, da die Texte, die darin prozessiert werden, *institutionell* vermittelt und damit *autorisiert* sind (sozialer Status), aber grundlegend zwei unterschiedliche Zweckbereiche (oder gesellschaftliche Bedürfnisse unterschiedlicher Domänen) bedienen:

- empraktische Kommunikate: Orientierungshinweise (vgl. DOMKE 2010a: 264),
- nicht-empraktische Kommunikate: Werbung (vgl. DOMKE 2010b: 97ff.).

»Im öffentlichen zugänglichen Raum konkurriert Werbung mit anderen Typen der Kommunikation, deren Struktur sie (teilweise) für sich einsetzen kann, sowie vor allem mit den vom Adressierten vollzogenen Handlungen wie Gehen, Reisen, Einkaufen« (DOMKE 2010b: 98). Doch bevor das Verhältnis dieser beiden Typen zueinander bestimmt werden kann, muss zunächst die spezifische Abhängigkeit zwischen der Textur und der empraktischen »Textsortenfamilie« (HOLLY 2011b, 157), wie sie DOMKE (2010a) in den Blick nimmt, erörtert werden. In Abb. 2 sind eine ganze Reihe von Verkehrszeichen zu sehen, die Regeln vorschreiben und Richtungs- und Orientierungshilfen bereitstellen. Was dabei leicht übersehen wird, wenn von der textbasierten Konstitution des öffentlichen Raums gesprochen wird, die hauptsächlich auf die Ebene der Adressierung im Text abhebt (vgl. DOMKE 2010a: 263), ist, dass jede textbasierte Raumkommunikation etwas benötigt, worauf sie operieren kann. Jede Raumtranskription benötigt ein Raum-→Präskript« (vgl. JÄGER 2002: 29ff.), um Bedeutung um- bzw. einzuschreiben.⁶⁶ Die *texturbasierte* Generierung des öffentlichen Raums, wie sie im vorherigen Kapitel beschrieben wurde, stellt

⁶⁵ Hier könnte auf die »Geschichte der amtlichen Verkehrszeichen« (KRAMPEN 1995: 3; vgl. KRAMPEN 1988) verwiesen werden, wengleich diese Geschichte nicht das hier fokussierte Problem diskutiert oder überhaupt wahrnimmt. So muss eine Geschichte der »Textträger« (SANDIG 2006: 323) erst noch geschrieben werden. Diese ist gleichsam zu begreifen und zu konzeptualisieren als eine Geschichte der Kommunikationsformen im Sinne HOLLYS (vgl. 2011b: 160), die die soziokulturellen Bedürfnisse in ihrer Wechselwirkung mit dem technischen Medienmaterial thematisieren muss (vgl. zum hier vertretenen Medienbegriff HABSCHEID 2000; HOLLY 2000; HOLLY 2011b; HOLLY/PÜSCHEL 2007).

⁶⁶ Wenn auch in anderer Perspektive spricht auch Johansen (1995: 24) von der »Abhängigkeit«, das die Textwelt »in ein anderes System eingebettet« sein muss bzw. eingebettet ist.

dieses Präskript bereit, das wie in Abb. 2 z.B. durch das *Einbahnstraßen*-Schild ausschnittshaft semantisch spezifiziert wird. Da keine bzw. kaum eine »Kontrollierbarkeit des Rezipientenkreises« (ROTH 2008: 329) angenommen werden kann und somit kein geteiltes Wissen über die Nutzbarkeit der entsprechenden Straße vorausgesetzt werden kann (vgl. AUER 2010: 275) und da »face-to-face-Kommunikation funktional und ökonomisch dispräferiert ist« (DOMKE 2010a: 264), um diese Intersubjektivität mit allen Ortsfremden herzustellen, werden »medial übertragene Mitteilungen« (DOMKE 2010a: 264) wie das in Abb. 2 erkennbare Schild genutzt, um diesen Ausschnitt des öffentlichen Raums durch eine (mindestens landesweit) kodifizierte Regel als einen bestimmten Fortbewegungsraum zu spezifizieren. Damit dies erfolgreich prozessiert werden kann, bedarf es natürlich erstens des Fortbewegungsraums und zweitens einer entsprechenden Positionierung⁶⁷ des Schildes in Relation zu diesem Raum, damit die verdauerte Transkription widerspruchsfrei nachvollzogen bzw. aktualisiert werden kann. Diese Positionierung schließlich generiert einen Rezeptionsraum (DOMKE 2010a), der mit der Ausrichtung des Fortbewegungsraums koordiniert sein muss, damit Wahrnehmbarkeit auch über eine größere Distanz hinweg gewährleistet werden kann. Auch darin sind operative, expeditiv und deiktische Prozeduren zu sehen, die wesentlich daran beteiligt sind, die Kommunikationshandlung *Einbahnstraße* zu ermöglichen.

An den – wie aus Abb. 2 ersichtlich – vielfältigen und wichtigen *Rezeptionsräumen* der Schilder, die als ausgearbeitete Zwecke zur Koordinierung des Straßenverkehrs und der Orientierung ihrer Teilnehmer angesehen werden müssen und die nahezu den gesamten öffentlichen Raum prägen und auch an seiner Herstellung wesentlich beteiligt sind, an diesen Räumen also »schmarotzt« nun eine andere Textsortenfamilie, nämlich die werbende, indem sie, wie oben schon zitiert, sich bestimmte Eigenschaften der empirischen Kommunikate zunutze macht (vgl. DOMKE 2010b: 97f.), um um »Aufmerksamkeit«, die »Währung des Mediensystems« (SCHMIDT 2002: 112, Herv. im Original), auch hier im öffentlichen Raum zu kämpfen. Dies wird in idealer Weise mit dem *HL komm*-Schriftzug deutlich, der in Abb. 2 über dem *Einbahnstraßen*-Schild erkennbar wird.

Es ist unmittelbar evident, dass es gerade heute für Orientierungshilfen im öffentlichen Raum einen großen Bedarf gibt. Aber schon früh hat sich dieser Bedarf und damit seine notwendige Bearbeitung eingestellt – er durchzieht die Entwicklung der menschlichen Kultur von Beginn an (KRAMPEN 1988: 24ff.; vgl. SCHMAUKS 2002: 6ff.). Und auch der »Werbung als ein eigenständiges und autonomes gesellschaftliches Funktionssystem« (SCHMIDT 2002: 103) kann trotz ihrer häufigen Lästigkeit ihr konstitutiver Stellenwert in unserer aktuellen gesellschaftlichen und ökonomischen Ordnung nicht abgesprochen

⁶⁷ Dies charakterisiert den Zweckbereich der empirischen bzw. subsidiären Kommunikation im öffentlichen Raum im Kontrast zu den nicht-empirischen und den transgressiven Zweckbereichen durch seine inhaltliche Ortsgebundenheit (vgl. DOMKE 2010a: 268).

werden. Die Texte, die diese beiden Zweckbereiche bearbeiten, konstituieren im öffentlichen Raum damit zwei Mainstream-Diskurse im Foucaultschen Sinne:

Niemand kann in die Ordnung des Diskurses eintreten, wenn er nicht gewissen Erfordernissen genügt, wenn er nicht von vornherein dazu qualifiziert ist. Genauer gesagt: nicht alle Regionen des Diskurses sind in gleicher Weise offen und zugänglich; einige sind stark abgeschirmt [...], während andere fast allen Winden offenstehen und ohne Einschränkung jedem sprechenden Subjekt verfügbar erscheinen. (FOUCAULT 1977: 26)

Erfordernisse dieser Art betreffen in den Teilen der bisher in den Blick genommenen Textwelt vor allem Fragen der institutionellen Abhängigkeit, die z.B. Aspekte der Standardisierung, der politischen und ökonomischen Macht und damit auch thematische Restriktionen nach sich ziehen und die sich allein schon in der *Teilhabe* an bzw. der *Zugänglichkeit* zu Vorrichtungen zur materialen Implementierung von Texten in die Textur widerspiegeln.⁶⁸ Im Kontrast dazu lässt sich nun, wie im Exkurs I schon angesprochen, ein Bereich anderer Texte ausmachen, die sich entgegen dieser Kontroll- und Einschränkungsmechanismen – Foucault spricht von den »Regeln einer diskursiven ›Polizei« (FOUCAULT 1977: 25) – im öffentlichen Raum beobachten lassen und als transgressive Kommunikate (vgl. AUER 2010: 287f.; SCOLLON/SCOLLON 2003: 147ff.) bezeichnet werden können. Von den nicht-empraktischen Kommunikaten unterscheiden sie sich nicht so stark hinsichtlich ihrer ›Schmarotzerstrategien« als vielmehr hinsichtlich ihrer materialen Implementierungsweisen, die sie in der Textur situieren. Graffiti, Street Art und Kleinplakate (siehe Exkurs II) werden – wie für letztere die Beispiele im Anhang zeigen – ohne unterstützendes Medienmaterial *direkt* auf die Textur gesprayed, plakatiert oder anderweitig aufgebracht. Sie erscheinen dadurch als illegal applizierte oder transgressive Texte, die den öffentlichen Raum »in nicht autorisierter Weise karikieren und subvertieren« (AUER 2010: 287; vgl. SCOLLON/SCOLLON 2003: 147). Dies verweist darauf, dass die Systematisierung des Verhältnisses zwischen Textur und Textwelt nicht allein nach der funktionalen Implementierung (Grad der inhaltlichen Ortsgebundenheit) *oder* nach der Art ihrer materialen Implementierung (Elaboriertheit der Textträger) vorgenommen werden kann, *sondern immer beide Aspekte* im Blick haben muss, weil letztlich beide Aspekte ihre Funktionsweise wesentlich bestimmen. Daraus ergibt sich folgende Matrix, die die Kommunikationsformen im öffentlichen Raum in vier Kommunikationsformenfamilien differenziert:

⁶⁸ Zur Diskursforschung Foucaultscher Prägung siehe z.B. WARNKE 2007. Zur *Teilhabe* an Diskursen z.B. Dell Hymes' (1996) Konzept der *Voice* bei Warnke/Spitzmüller (vgl. 2008: 34ff.).

		materiale Implementierung (die den sozialen Status impliziert)	
		(Legalität)	
funktionale Implementierung	Subsidiarität	unterstützendes Medienmaterial (nicht-transgressiv)	kein unterstützendes Medienmaterial (transgressiv)
	empraktisch	Verkehrszeichen, Hausbeschilderung, Anzeigetafeln etc	legale Kleinplakate
	nicht-empraktisch	konventionelle Werbekommunikationsformen	illegale und semilegale Kleinplakate, legale und illegale Graffiti, Street Art

Jede Kultur hat die Tendenz, die von ihr konstruierte Gegenkultur entweder zu eliminieren oder zu integrieren. [...] Kommt es zur Integration, so werden kulturspezifische Codes auf das vorher ausgegrenzte Wirklichkeitssegment übertragen. Dies führt nicht nur zur Veränderung des Wirklichkeitssegments, sondern auch zu einer zunehmenden Elaborierung der betreffenden Codes. (POSNER 1991: 59)

Diese Beobachtung Roland Posners erklärt, warum der Grad der Transgressivität nur eine ungenaue Differenzierung der Kommunikationsformenfamilien liefern würde und daher in der Matrix nur in Klammern beigelegt ist. Die Legalität bzw. Illegalität kann nämlich nicht zwangsläufig auf das Fehlen von unterstützendem Medienmaterial zurückgeführt werden, sondern ergibt sich je nach soziokultureller Prägung als eine Kombination von *Nicht-Empraxis* und *direkter Aufbringung* auf die Textur. Das »zentral Kulturelle« neigt also dazu, »peripher Kulturell[es]« oder »Gegenkulturell[es]« zu adaptieren (POSNER 1991: 56) und so »Formen von diskursiver Gegenmacht« (ENDRES 2005: 224) in seine eigenen Zweckbearbeitungsstrategien zu integrieren, was sich sowohl für die Street Art (vgl. REINECKE 2007: 157) als auch für die Kleinplakate (siehe Exkurs II) festhalten lässt.

II. Exkurs: Zeichen in Textur und Textwelt am Beispiel Kleinplakat

Im Folgenden soll exemplarisch eine Kommunikationsform mit ihren drei Spielarten (legales, semilegales, illegales Kleinplakat) in den Blick genommen werden, um Tendenzen des Zusammenspiels textueller und nicht-textueller Zeichenverwendung exemplarisch zu verdeutlichen. Das Kleinplakat ist dafür ideal geeignet, da es sich durch eine relative Stabilität hinsichtlich der *medientechnischen Parameter* (Plakatierung) und einer breiten Ausdifferenzierung hinsichtlich des *sozialen Status* der möglichen Zweckbearbeitungen (öffentlich, legal bis illegal, privat bis institutionell) auszeichnet. Entsprechend der Plakatierungsmedialität ergibt sich für die Kleinplakate (als Kommunikationsformen im Sinne Hollys (vgl. z.B. 1997; 2011b) betrachtet) ein spezifisches *Zeichenspeicherungspotenzial* (vgl. HOLLY 2000: 84), das vor allem *linear-statische* und *flächig-statische* Zeichen ermöglicht, die primär *optisch* wahrgenommen werden und die *räumlich-statische* Textur benötigen, um situiert und damit wahrnehmbar zu werden (vgl. HOLLY 1996: 11). Inwieweit diese Parameter genutzt und damit in eine spezifische Ordnung gebracht werden,

ist eine Frage der angestrebten Zweckbearbeitung und im Wesentlichen von den jeweiligen primären Textfunktionen der in ihnen prozessierten Textsorten abhängig (vgl. BRINKER 2010: 126ff.). Dass sie aber in irgendeiner Weise bearbeitet werden müssen, man könnte also auch sagen, dass ein spezifischer *prozeduraler Zwang*⁶⁹ besteht, ist das Resultat der »Eigengesetzlichkeit« der jeweiligen Kommunikationsform (ROTH 2008: 342).

Bezüglich der drei, nach sozialem Status unterscheidbaren Kleinplakatausprägungen lässt sich eine charakteristische Zeichenverteilung beobachten, die m.E. symptomatisch für alle Texte im öffentlichen Raum (in den unterschiedlichsten Kommunikationsformen) ist. Dabei können die Zeichentypiken des legalen Kleinplakats (z.B. A3) und die des illegalen Kleinplakats (z.B. A1, A2, A5, A6) als Pole verstanden werden, zwischen denen ein Übergangsbereich besteht.

Komm.-form Zeichen	legales Kleinplakat (institutionell)	semilegales Kleinplakat (privat)	illegales Kleinplakat (privat bis institutionell)
Schrift	knapper, phrasenhaft	umfänglicher, Satzgefüge möglich	umfänglicher, Satzgefüge möglich
Bildertypen	ikonisch <i>standardisierter</i> , wahrnehmungsferner/ Piktogramme	wahrnehmungsnäher/ Bilder, Fotografien	weniger piktografisch standardisiert, <i>wahrnehmungsnäher</i> / Bilder, Fotografien
(Verhältnis zu den) architek. Zeichen	Utilitas: <i>relevant</i> , z.B. Benutzungsraum <hr/> (materiale u. inhaltliche Ortsgebundenheit)	Utilitas: strategisches Interesse/Rezeptionsraum (bzw. Utilitas ist <i>unwesentlich</i>) <hr/> (materiale, strategische u. schwache inhaltliche Ortsgebundenheit)	Utilitas: strategisches Interesse/Rezeptionsraum (bzw. Utilitas ist <i>unwesentlich</i>) <hr/> (materiale u. strategische Ortsgebundenheit)

Wie bereits in Kapitel 5 beschrieben, stellen die funktional bestimmten Zeichen der Textur die Bedingung der Möglichkeit textueller Raumkonstitution bzw. Raumtranskription dar. So sind die architektonischen Zeichen oder vielmehr das Verhältnis der Texte zu den architektonischen Zeichen auch die Basis und die Ursache der bipolaren Zeichentypiken der Texte im öffentlichen Raum. Für das Kleinplakat ist das Fehlen implementierender Medienmaterials oder implementierender Textträger konstitutiv. Im Lichte der semiologischen Überlegungen Jägers (vgl. 2004a: 41ff.) lassen sich diese Texte dabei aus der Perspektive der sich im öffentlichen Raum Fortbewegenden auch als *transkriptive Störung* beschreiben.⁷⁰ So verschieben die Kleinplakate durch

⁶⁹ Holly (vgl. z.B. 2002: 2455; 2004: 2; 2011c: 234) verweist im Rahmen der (sekundären bzw. Fernseh-)Audiovisualität auf die notwendige Kontrolle der zur Verfügung stehenden medialen Parameter hin. In einer (Re-)Konzeptualisierung der Kommunikationsformenkategorie im Lichte der funktionalpragmatischen Prozeduren spreche ich von *Prozedurenzwängen* (MEILER in Vorb.), die sich systematisch immer aus dem jeweiligen Mediendispositiv ergeben (zum Dispositivbegriff siehe z.B. HICKETHIER 1995).

⁷⁰ Jägers Überlegungen beruhen zwar auf einer Betrachtung der Sprachmedialität, lassen sich aber m.E. hier auf den öffentlichen Raum übertragen. Mit dem Begriffspaar »Störung und Transparenz« (der Index »t« steht für transkriptiv) als »Aggregatzustände« kommunikativer Prozesse macht Jäger (2004b: 59) deutlich, warum transkriptive Semantisierungsprozesse (wie das

die durch sie hervorgerufenen aufmerksamkeitsbindenden Semiosen die wahrgenommene Textur (siehe z.B. A2 oder A3) aus dem Modus der Transparenz heraus und provozieren eine transkriptive Bearbeitung, die (mindestens) den Inhalt der Texte und ihren Anbringungsort in der Textur miteinander in Verbindung setzen (muss bzw. kann) (vgl. JÄGER 2010: 317).⁷¹ Bei dieser transkriptiven Bearbeitung kann sich der Anbringungsort in der Textur und damit dessen Utilitas als *relevant* oder *unwesentlich* für die primäre Textfunktion erweisen. Mit Domke (vgl. 2010a: 268) kann hier zwischen *inhaltlicher* (A3) und *ausschließlich materialer* Ortsgebundenheit (A1) unterscheiden werden. Damit bleibt aber die *strategische* Bindung (A2, A4) eines Textes an seinen Ort⁷² ausgeblendet, die gerade im Falle von persuasiver Kommunikation kommerzieller oder auch politischer Art zur schmarotzenden Bindung von Aufmerksamkeit wesentlich zu sein scheint (vgl. DOMKE 2010b: 98). Dass diese Form der Aufmerksamkeitsbindungsstrategien vielfältig vor allem im illegalen Bereich gewählt wird, ist als Reaktion auf institutionelle Kontrollmechanismen zurückzuführen, die die herrschende (Massen-)Medienlandschaft prägen. Gerade für vor allem regional agierende politische (Rand-)Gruppen stellt das illegale Kleinplakat eine geeignete Diskursnische dar, um ihre Statements auch trotz des Ausschlusses aus den Mainstream-Diskursen publik zu machen (vgl. mit Blick auf Weblogs z.B. ENDRES 2005).

Vor allem die illegalen Kleinplakate zeigen in ihren Platzierungen (A5, A6), dass diese Nische möglicher Gegendiskurse nicht systematisch an die (vor allem deiktischen) Prozeduren der architektonischen Zeichen anschließen, also nicht ausschließlich und gezielt ausgearbeitete Rezeptionsräume besetzen, die sich aus der Ausgerichtetheit der Fortbewegungsräume ergeben und auch nicht zwangsläufig an ausgerichteten Rezeptionsräumen von legalen Texten Anteil haben wollen, wie das z.B. A2 zeigt. Vielmehr sind sie auch systematisch an Orten zu finden, die üblicherweise nicht aufmerksamkeitsfokussiert sind, wie z.B. die Rückseite von Straßenschildern (vgl. auch

Verstehen von gesprochenen Äußerungen) oft problemlos verlaufen. Im Modus der *Transparenz* scheint es, als läge die Bedeutung unmittelbar in den Äußerungen und wäre intersubjektiv geteilt. Erst wenn in der Kommunikation *Störungen* auftreten, die eine *transkriptive* Bearbeitung, d.h. eine wechselseitige Bedeutungsaushandlung, erfordern (daher *Störung*), wird deutlich, dass in der Kommunikation zwei unterschiedliche Deutungshorizonte materialiter wahrnehmbare Äußerungen hinsichtlich ihrer eigenen Erfahrungen transkribieren, d.h. ihnen Bedeutung beimessen (vgl. JÄGER 2004b: 60ff.).

⁷¹ Dass derartige Störungen nicht nur die Textur, sondern ebenso die Textwelt betreffen, zeigt die Abb. A2 im Anhang. Die transkriptiven Bezüge, die bei derartigen Störungen lesbar werden, können durch inhaltliche Relationen zwischen Kleinplakat und parasitär besetztem Text vielfältiger und provokativer werden. Wie z.B. deutlich wird – das sei hier nur erwähnt –, wenn das Kleinplakat *Rudolf Heß Gedenkwochen* im Anhang auf einem Straßenschild platziert wurde, das einem Chemnitzer Rabbiner (Hugo Fuchs) gewidmet ist, der im KZ Buchenwald inhaftiert war.

⁷² Ein anderer Fall strategischer Ortsbezüglichkeit ist in der Graffiti-Szene gegeben, in der die Gefahr der Produktionsbedingungen eines Graffito von Bedeutung ist, um in der jeweiligen Peergroup »Erstaunen und Achtung« zu erlangen und um »sich ein Image von Risiko- und Einsatzbereitschaft« zu erarbeiten (MEIER 2007: 200f.). Auch dafür wurden illegale Kleinplakate (A5), oft funktionalisierte Postaufkleber, als geeignete Kommunikationsform erkannt, um die eigenen *Tags* (eine Graffiti-Textsorte, die eine schnell zu schreibende Form des Szenenamens darstellt) möglichst weit in der Stadt zu verteilen, was neben der Gefährlichkeit der Produktionsbedingungen ebenso zu »Ruhm und Ansehen« in der Peergroup beitragen kann (REINECKE 2007: 24f.).

REINECKE 2007: 110f.). *Rekreierend* und *übersteigernd* werden damit also, vor allem inspiriert durch die Graffiti-Szene und als Fortwirkung der Street Art (vgl. z.B. KRAUSE/HEINECKE 2006: 58f.; REINECKE 2007: 47ff.), Praktiken des Werbediskurses im öffentlichen Raum für die eigenen Zwecke adaptiert (vgl. KIMMINICH 2007: 52). Und entsprechend Posners (vgl. 1991: 59; s.o.) Beobachtungen sind diese Formen der »Varietät und Redundanz« (LUHMANN 2004: 94) schon seit einiger Zeit unter den Begriffen des *Guerilla Marketing* oder der *Ambient Media* hegemonial vereinnahmt worden (vgl. LEVINSON 1990; WEHLEIT 2005).

Systematisch betrachtet führen die nahegelegten Bildsemiosen die Verbindung des Textes zur Textur als Anbringungsort weiter, indem sie zur Textur gerade keine *funktionelle* Verbindung herstellen. Eine andere Typik zeichnen die Bildverwendungen der legalen Kleinplakate, indem sie systematisch auf die umgebende Textur oder auch die Textwelt Bezug nehmen, wie das bei den beiden Texten in A3 ersichtlich wird. Dass diese Bezugnahme mit Piktogrammen und nicht z.B. mit fotorealistischen Darstellungen der jeweiligen Textur- oder Textweltelemente gestiftet wird, liegt klar – trotz aller Probleme, die sich mit der angenommenen Universalität der Verstehbarkeit von Piktogrammen ergeben (vgl. DEWAR 1995: 44ff.) – in den Vorteilen einer schnellen Les- und Verstehbarkeit auch aus größerer Distanz (vgl. DEWAR 1995: 44; STÖCKL 2004a: 246). Der konventionalisiert-symbolische Anteil einer solchen Bildsemiose lässt der Bedeutungszuschreibung zu dem stark ikonisch-standardisierten Zeichen nur wenig Spielraum (vgl. SCHMITZ 2004: 71), der zudem durch eine enge funktionale Verbindung zur Utilitas des jeweiligen Texturausschnitts weiter vereindeutigt wird. In diesem Sinne sind es hier vor allem die symbolischen Bildprozeduren, die die architektonischen Prozeduren semiologisch aufgreifend fortführen, semantisch spezifizieren, allgemein also transkribieren.

Entsprechend einer semiologischen »Arbeitsteilung« (SCHMITZ 2011: 32ff.; STÖCKL 2011: 48) beim Aufbau von Kommunikationshandlungen kommt den sprachlichen Anteilen im Gegensatz zu den schnell lesbaren, aufmerksamkeitsbindenden Bildsemiosen der letzte Schritt semantischer Vereindeutigungstranskription zu. Die schriftlichen Phrasen in den Texten von A3 bearbeiten *primär elaborativ* (vgl. STÖCKL 2011: 59) die letzten Uneindeutigkeiten piktografischer Bedeutungsgenerierung und machen z.B. klar, dass nicht prinzipiell das Hineinsehen in Mülltonnen verboten ist. Dies geschieht in den beiden Beispielen mit phrasenhaften Imperativen und einer minimalen Argumentation. Die Sparsamkeit, mit der die schriftsprachlichen Mittel hier eingesetzt werden können – mit Schmitz (2011: 37) könnte man von »elliptischer Modularität« sprechen –, ist wiederum auf die starke Rückbindung der Textfunktion an den Kontext, also letztlich an die situationskonstitutive Textur zurückführbar (vgl. AUER 2010: 288ff.). »Die Ökonomie der Kommunikation verknüpft die Vorteile der Schrift [...] mit denen nichtschriftlich-visueller Zeichen« (SCHMITZ 2004: 61) und man darf darunter dann nicht nur bildliche Zeichen verstehen, sondern gleichsam die die (bereits vorfindbare, basal seman-

tisierte) Textur konstituierenden architektonischen Zeichen, von deren Vorteilen ebenso profitiert wird und die in ähnlicher Intensität in die Kommunikation eingebunden werden.

Somit ist der Grad der Empraxis und nicht der Grad der Legalität die ausschlaggebende Triebfeder der realisierten Zeichentypik im Text. Die illegalen oder die semilegalen Kleinplakate, die allesamt nicht-empraktisch nicht oder nur strategisch an die Textur rückgebunden sind, können daher auch umfänglichere Sprachanteile aufweisen (A1, A2, A4), da es bei ihnen nicht um eine rasche, subsidiäre Semiose geht, sondern vor allem darum, Aufmerksamkeit (möglichst dauerhaft) zu binden (Varietät) und in irgendeiner Form eine Spur im Gedächtnis der Rezipienten zu hinterlassen (Redundanz).

In diesem Sinne lassen sich m.E. Parallelen zwischen den empraxisvarianten Zeichentypiken, die sich an den Textsorten des Kleinplakats ablesen lassen, und den übrigen Texten im öffentlichen Raum ziehen. Entsprechend der einzelnen, hier betrachteten Zeichentypen lässt sich diese Tendenz als drei dichotom zu spezifizierende Gradienten beschreiben (siehe Matrix oben):

- Schrift: knapper bis umfänglicher,
- Bild: wahrnehmungsferner bis wahrnehmungsnäher,
- architektonische Zeichen: empraktische bis nicht-empraktische Relevanz.

6. Zusammenfassung

Raum wurde hier verstanden als eine origo-abhängige, wahrnehmungsbasierte Konstruktion. Die Wahrnehmung menschengemachten Raums basiert in diesem Sinne auf komplexen, gesellschaftlich ausgearbeiteten Problemlösungen, die verdauerte Zeichenarrangements in den Prozess wechselseitig angeleiteter Semantisierungshandlungen, also in Kommunikation einbinden. Der öffentliche Raum ist im Lichte dieses theoretischen Rahmens dann als Produkt vielschichtiger Transkriptionsprozesse rekonstruiert worden und es wurde exemplarisch am Gehweg expliziert, wie diese Transkriptionen aufgehoben und idiomatisch kondensiert in den Begriff des »öffentlichen Raums« eingehen.

Damit wurde mit einer semiologischen Perspektive (JÄGER 1994) gezeigt, dass losgelöst von textueller Kommunikation ein wesentlicher Anteil an der Situationsherstellung der Textur zuzurechnen ist, die durch architektonische Semiosen konstituiert wird. Unterschieden wurde dabei mit Eco (1994) zwischen der denotierten Utilitas eines Texturelements und ihren Konnotationen. Die Letzteren sind dabei primär an der Herstellung des Öffentlichkeitscharakters des öffentlichen Raums beteiligt. Die Peirceschen (1986) Momente des Objektbezugs boten dabei einen detaillierten Apparat zur Herausarbeitung der Bedingungen der Bedeutungskonstitution der architektonischen Zeichen. Mit der funktionalpragmatischen Perspektive wurden die semiologi-

schen Charakteristika als stark institutionell vermittelte Problem- bzw. Zweckbearbeitungshandlungen rekonstruiert, die sich semiologischer Mittel bedienen, die – im Vergleich zu den sprachlichen Prozeduren – durch eine starke Felder-Konvergenz gekennzeichnet sind. Dahingehend ähneln sich die architektonischen Zeichen und die Bildzeichen.

Die textuelle Konstitution des öffentlichen Raumes bedarf – betrachtet als komplexer raumkonstituierender Transkriptionsprozess – eines Raum-Präskripts, in das bzw. in dem Bedeutung ›ein- und umgeschrieben‹ werden kann (JÄGER 2002; 2004). Das Raum-Präskript ›Textur‹ gibt dafür eine Reihe von Bedingungen vor, die zusammen mit den jeweiligen Textfunktionen die gesellschaftlich ausgearbeitete Lösung des Problems der zweckadäquaten Wahrnehmbarkeit eines Kommunikats bedingen. Mit medienlinguistischer Perspektive (DOMKE 2010a) wurde dabei zwischen einer funktionalen und einer materialen Implementierung der Textwelt in die Textur unterschieden. Dies ermöglichte es, die Texte des öffentlichen Raums vier Kommunikationsformenfamilien zuzuordnen (HOLLY 2011b) (s. Matrix, Abschnitt 5).

In den Exkursen wurden davon anhand des Kleinplakats zwei Ausformungen in den Blick genommen, die sich dadurch auszeichnen, ohne unterstützendes Medienmaterial in die Textur plakatiert zu werden, dennoch aber nicht (mehr) nur eine Diskursnische illegaler Kommunikation zu etablieren, sondern auch durch eine inhaltliche Ortsgebundenheit zu Anteil haben an der empraktischen Bearbeitung des Problems der »Orientierung, Verteilung und (An)Ordnung der Anwesenden« (DOMKE 2010a: 264). Ebenso wurde anhand des legalen, semilegalen und illegalen Kleinplakats herausgearbeitet, wie sich entlang der Achse ›*Empraxis*–*Nicht-Empraxis*‹ spezifische Zeichentypiken der Verbindung architektonischer, bildlicher und sprachlicher Zeichen ausmachen lassen, die als paradigmatisch für alle Texte im öffentlichen Raum angenommen werden (siehe Matrix im II. Exkurs). Diese Hypothese bedarf aber weiterer empirischer Untersuchungen.

Untersuchungen, die an den hier abgesteckten Analyserahmen anschließen, würden auch sowohl in diachroner wie synchroner Perspektive⁷³ weitere und interessante, vor allem auch kulturvergleichende Arbeitsfelder finden; – dabei die Ebene der Diskursaggregationen in Kommunikationsformen des öffentlichen Raums im Blick zu behalten, halte ich für eine der fruchtbaren Aspekteerweiterungen, die der aktuellen Diskursforschung von systematischem Nutzen sein können. Weiterhin ist nicht nur der Fokus auf den öffentlichen Raum, wie er hier umrissen wurde, von Interesse, sondern ebenso auch die Untersuchung spezifischer nicht-öffentlicher Räume (private

⁷³ Gerade für die diachrone Perspektive wären Rekonstruktionen interessant, die die (sozialen, kulturellen, politischen, ökonomischen, ...) Bedingungen von »dynamic resemitisation[s]«, wie sie Ventola (2011: 236) für private Wohnungen beschreibt, im öffentlichen Raum aufdecken. Diese sind für öffentliche Räume natürlich in größeren »cycles of resemitisation« zu denken (VENTOLA 2011: 236), als das für nicht-öffentliche Räume anzunehmen ist: »Eine Welt, die Platz für Öffentlichkeit haben soll, kann nicht nur für eine Generation errichtet oder nur für die Lebenden geplant sein; sie muß die Lebensspanne sterblicher Menschen übersteigen« (ARENDETT 1981: 54).

Wohnungen) oder halb-öffentlicher Räume (Institutionen) und wie diese semiologisch konstituiert werden in Abhängigkeit der *unterschiedlichen Kontrollierbarkeitsannahmen* (ROTH 2008) über Rezipient bzw. Nutzer (z.B. für private Wohnungen VENTOLA 2011).

Unabdingbar sind ebenso weitere empirisch fundierte und theoretisch reflektierte Überlegungen zur Handlungsspezifik der jeweiligen semiologischen Ressourcen (prozedural gedacht: Felder-Konvergenz vs. Felder-Differenzierung), wenn eine *holistische* Kommunikationsforschung einmal die unterschiedlichen Stellenwerte aller beteiligten kommunikativen Praktiken und Prozesse einschätzen können will. Eine so verstandene Kommunikationswissenschaft hat (als vielleicht einzige Kulturwissenschaft die Aufgabe) den großen Gestus in kleinen, eklektischen Analysen fruchtbar zu machen.

Literatur

- ARENDDT, HANNAH: *Vita activa oder Vom tätigen Leben*. 2. Auflage. München [Piper] 1981
- AUER, PETER: Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache. In: DEPPERMANN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin [de Gruyter] 2010, S. 271-298
- AUGÉ, MARC: *Orte und Nicht-Orte. Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit*. 2. Auflage. Frankfurt/M. [Fischer] 1994
- AUSTIN, JOHN L.: *Zur Theorie der Sprechakte (How to do things with Words)*. 2. Auflage. Stuttgart [Reclam] 1981
- BARTHES, ROLAND: Semantik des Objekts. In: BARTHES, ROLAND (Hrsg.): *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1988a, S. 187-198
- BARTHES, ROLAND: Semiologie und Stadtplanung. In: BARTHES, ROLAND (Hrsg.): *Das semiologische Abenteuer*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1988b, S. 199-209
- DE BEAUGRANDE, ROBERT-ALAIN; WOLFGANG ULRICH DRESSLER: *Einführung in die Textlinguistik*. 2. Auflage des 1973 erschienenen Buches *Einführung in die Textlinguistik* von Wolfgang Dressler. Tübingen [Niemeyer] 1981
- BESAND, ANJA: Werbung auf dem Campus. Eine Untersuchung der Werbeplakate studentischer Hochschulgruppen. In: BARINGHORST, SIGRID; BIANCA MÜLLER; HOLGER SCHMIED (Hrsg.): *Macht der Zeichen – Zeichen der Macht. Neue Strategien politischer Kommunikation*. Frankfurt/M. [Lang] 1995, S. 71-89
- BOEHM, GOTTFRIED: Bildbeschreibung. Über die Grenzen von Bild und Sprache. In: BOEHM, GOTTFRIED; HELMUT PFOTENHAUER (Hrsg.): *Beschreibungskunst – Kunstbeschreibung. Ekphrasis von der Antike bis zur Gegenwart*. München [Fink] 1995, S. 23-40

- BRANDOM, ROBERT B.: *Begründen und Begreifen. Eine Einführung in den Inferentialismus*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2001
- BRINKER, KLAUS: *Linguistische Textanalyse. Einführung in die Grundbegriffe und Methoden*. 7., durchgesehene Auflage. Berlin [Schmidt] 2010
- BUCHER, HANS-JÜRGEN: Macht das Internet uns zu Weltbürgern? Globale Online-Diskurse: Strukturwandel der Öffentlichkeit in der Netzwerk-Kommunikation. In: FRAAS, CLAUDIA; MICHAEL KLEMM (Hrsg.): *Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven*. Frankfurt/M. [Lang] 2005, S. 187-218
- BÜHLER, KARL: *Sprachtheorie. Die Darstellungsfunktion der Sprache*. Stuttgart [Gustav Fischer] 1982
- DE CERTEAU, MICHEL: *Kunst des Handelns*. Berlin [Merve] 1988
- DEPPERMAN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin [de Gruyter] 2010
- DEWAR, ROBERT E.: Verkehrsschilder: Forschungsstand und Verbesserungsmöglichkeiten. In: *Zeitschrift für Semiotik* 17(1-2), 1995, S. 35-63
- DIEKMANN-SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011
- DOMKE, CHRISTINE: Texte im öffentlichen Raum: Formen medienvermittelter Kommunikation auf Bahnhöfen. In: BUCHER, HANS-JÜRGEN; THOMAS GLONING; KATRIN LEHNEN (Hrsg.): *Neue Medien – neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation*. Frankfurt/M. [Campus] 2010a, S. 256-281
- DOMKE, CHRISTINE: Der Ort des Textes – Überlegungen zur Relevanz der Platzierung von Kommunikaten am Beispiel von Flughäfen. In: STÖCKL, HARTMUT (Hrsg.): *Mediale Transkodierungen. Metamorphosen zwischen Sprache, Bild und Ton*. Heidelberg [Winter] 2010b, S. 85-104
- DÖRING, JÖRG; TRISTAN THIELMANN: (Hrsg.): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. 2. Auflage. Bielefeld [transcript] 2009
- DUDEN UW = *Duden. Deutsches Universalwörterbuch*. 6. überarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim [Bibliographisches Institut & Brockhaus] 2007
- DÜRSCHIED, CRISTA; FRANZ WAGNER; SARAH BROMMER: *Wie Jugendliche schreiben. Schreibkompetenz und neue Medien. Mit einem Beitrag von Saskia Waibel*. Berlin [de Gruyter] 2010
- ECO, UMBERTO: *Einführung in die Semiotik*. 8. unveränderte Auflage. München [Fink] 1994
- EHLICH, KONRAD: Funktional-pragmatische Kommunikationsanalyse. Ziele und Verfahren. In: FLADER, DIETER (Hrsg.): *Verbale Interaktion. Studien zur Empirie und Methodologie der Pragmatik*. Stuttgart [Metzler] 1991, S. 127-143
- EHLICH, KONRAD: Form und Struktur schriftlicher Kommunikation. In: GÜNTHER, HARTMUT; OTTO LUDWIG (Hrsg.): *Schrift und Schriftlichkeit. Ein*

- interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung*. 1. Halbband. Berlin [de Gruyter] 1994a, S. 18-41
- EHLICH, KONRAD: Funktionale Etymologie. In: BRÜNNER, GISELA; GABRIELE GRAEFEN (Hrsg.): *Texte und Diskurse. Methoden und Forschungsergebnisse der Funktionalen Pragmatik*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 1994b, S. 67-82
- EHLICH, KONRAD: Sprache als System versus Sprache als Handlung. In: DASCAL, MARCELO; DIETFRIED GERHARDUS; KUNO LORENZ; GEORG MEGGLE (Hrsg.): *Sprachphilosophie. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband. Berlin [de Gruyter] 1996, S. 952-963
- EHLICH, KONRAD: Medium Sprache. In: STROHNER, HANS; LORENZ SICHELSCHEMIDT; MARTINA HIELSCHER (Hrsg.): *Medium Sprache*. Frankfurt/M. [Lang] 1998, S. 9-21
- EHLICH, KONRAD: Prozedur (Eintrag aus dem Metzler-Lexikon Sprache). In: EHLICH, KONRAD: *Sprache und sprachliches Handeln*. Band 2: *Prozeduren des sprachlichen Handelns*. Berlin [de Gruyter] 2007a, S. 1-2
- EHLICH, KONRAD: Sind Bilder Texte? In: EHLICH, KONRAD: *Sprache und sprachliches Handeln*. Band 3: *Diskurs – Narration – Text – Schrift*. Berlin [de Gruyter] 2007b, S. 603-618
- EHLICH, KONRAD: Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung. In: EHLICH, KONRAD (Hrsg.): *Sprache und sprachliches Handeln*. Band 3: *Diskurs – Narration – Text – Schrift*. Berlin [de Gruyter] 2007c, S. 483-507
- EHLICH, KONRAD: Textartenklassifikation. Ein Problemaufriss. In: HABSCHIED, STEPHAN (Hrsg.): *Textsorten, Handlungsmuster, Oberflächen. Linguistische Typologien der Kommunikation*. Berlin [de Gruyter] 2011, S. 33-46
- ENDRES, B. ODILE: Neue Diskurse durch neue Medien. Die Rolle der Warblogs in der Berichterstattung zum Irakkrieg. In: FRAAS, CLAUDIA; MICHAEL KLEMM (Hrsg.): *Mediendiskurse. Bestandsaufnahme und Perspektiven*. Frankfurt/M. [Lang] 2005, S. 219-244
- ERMERT, KARL: *Briefsorten. Untersuchungen zu Theorie und Empirie der Textklassifikation*. Tübingen [Niemeyer] 1979
- FALK, HARRY: Wege zur Stadt: Eine Einleitung. In: FALK, HARRY (Hrsg.): *Wege zur Stadt. Entwicklung und Formen urbanen Lebens in der alten Welt*. Bremen [Hempfen] 2005, S. 1-24
- FARYNO, JERZY: Die Sinne und die Textur der Dinge. In: GUMBRECHT, HANS ULRICH; K. LUDWIG PFEIFFER (Hrsg.): *Materialität der Kommunikation*. 2. Auflage. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1995, S. 654-665
- FEHR, JOHANNES: Saussure: Zwischen Linguistik und Semiologie. Ein einleitender Kommentar. In: DE SAUSSURE, FERDINAND: *Linguistik und Semiologie. Notizen aus dem Nachlaß. Texte, Briefe und Dokumente*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2003a, S. 16-226
- FEILKE, HELMUTH: *Sprache als soziale Gestalt. Ausdruck, Prägung und die Ordnung der sprachlichen Typik*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1996

- FIX, ULLA: Textstil und KonTextstile. Stil in der Kommunikation als umfassende Semiose von Sprachlichem, Parasprachlichem und Außersprachlichem. In: FIX, ULLA: *Stil – ein sprachliches und soziales Phänomen. Beiträge zur Stilistik*. Herausgegeben von Irmhild Barz, Hannelore Poethe und Gabriele Yos. Berlin [Frank & Timme] 2007, S. 87-113
- FIX, ULLA: Nichtsprachliches als Textfaktor. Medialität, Materialität, Lokalität. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik* 3(36), 2008, S. 343-354
- FOUCAULT, MICHEL: *Die Ordnung des Diskurses. Inauguralvorlesung am Collège de France – 2. Dezember 1970*. Frankfurt/M. [Ullstein] 1977
- FUDER, DIETER: Kommunikative und ästhetische Funktionen des Plakats in ihrer geschichtlichen Entwicklung. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX; HANS-WERNER LUDWIG; DIETRICH SCHWARZE; ERICH STRAßNER (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 1. Halbband. Berlin [de Gruyter] 1999, S. 985-1001
- GLASZE, GEORG; ANNIKA MATTUSSEK: *Handbuch Diskurs und Raum. Theorien und Methoden für die Humangeographie sowie die sozial- und kulturwissenschaftliche Raumforschung*. Bielefeld [transcript] 2009
- GOFFMAN, ERVING: *Das Individuum im öffentlichen Austausch. Mikrostudien zur öffentlichen Ordnung*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1974
- GUMBRECHT, HANS ULRICH; K. LUDWIG PFEIFFER: *Materialität der Kommunikation*. 2. Auflage. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1995
- HABSCHEID, STEPHAN: »Medium« in der Pragmatik. Eine kritische Bestandsaufnahme. In: *Deutsche Sprache*, 2, 2000, S. 126-143
- HARD, GERHARD: Der Spatial Turn, von der Geographie her beobachtet. In: DÖRING, JÖRG; TRISTAN THIELMANN: (Hrsg.): *Spatial Turn. Das Raumparadigma in den Kultur- und Sozialwissenschaften*. Bielefeld [transcript] 2009, S. 263-315
- HAUSENDORF, HEIKO; WOLFGANG KESSELHEIM: *Textlinguistik fürs Examen*. Göttingen [Vandenhoeck & Ruprecht] 2008
- HAUSENDORF, HEIKO: Das pragmatische Minimum: Materialität, Sequenzialität, Medialität. In: LINKE, ANGELIKA; HELMUTH FEILKE (Hrsg.): *Oberfläche und Performanz. Untersuchungen zur Sprache als dynamische Gestalt*. Tübingen [Niemeyer] 2009, S. 187-199
- HAUSENDORF, HEIKO: Interaktion im Raum. Interaktionstheoretische Bemerkungen zu einem vernachlässigten Aspekt der Anwesenheit. In: DEPPERMANN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin [de Gruyter] 2010, S. 163-197
- HEINEMANN, WOLFGANG: Aspekte der Textsortendifferenzierung. In: BRINKER, KLAUS; GERD ANTOS; WOLFGANG HEINEMANN; SVEN F. SAGER (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 1. Teilband. Berlin [de Gruyter] 2000, S. 523-546
- HERMANN, FRITZ: Linguistische Hermeneutik. Überlegungen zur überfälligen Einrichtung eines in der Linguistik bislang fehlenden Teilfaches. In:

- LINKE, ANGELIKA; HANSPETER ORTNER; PAUL R. PORTMANN-TSELIKAS (Hrsg.): *Sprache und mehr. Ansichten einer Linguistik der sprachlichen Praxis*. Tübingen [Niemeyer] 2003, S. 125-163
- HICKETHIER, KNUT: Dispositiv Fernsehen. Skizze eines Modells. In: *montage a/v*, 1(4), 1995, S. 63-83
- HOFFMANN, LUDGER: Funktionale Syntax: Prinzipien und Prozeduren. In: HOFFMANN, LUDGER (Hrsg.): *Funktionale Syntax. Die pragmatische Perspektive*. Berlin [de Gruyter] 2003, S. 18-121
- HOLLY, WERNER: Zum Begriff der Perlokution. Diskussion, Vorschläge und ein Textbeispiel. In: *Deutsche Sprache*, 7, 1979, S. 1-27
- HOLLY, WERNER; PETER KÜHN; ULRICH PÜSCHEL: Für einen sinnvollen Handlungsbegriff in der linguistischen Pragmatik. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 12, 1984, S. 275-312
- HOLLY, WERNER: *Politikersprache. Inszenierungen und Rollenkonflikte im informellen Sprachhandeln eines Bundestagsabgeordneten*. Berlin [de Gruyter] 1990
- HOLLY, WERNER: Alte und neue Medien. Zur inneren Logik der Mediengeschichte. In: RÜSCHOFF, BERND; ULRICH SCHMITZ (Hrsg.): *Kommunikation und Lernen mit alten und neuen Medien. Beiträge zum Rahmenthema »Schlagwort Kommunikationsgesellschaft« der 26. Jahrestagung der Gesellschaft für Angewandte Linguistik GAL e.V.* Frankfurt/M. [Lang] 1996, S. 9-16
- HOLLY, WERNER: Zur Rolle von Sprache in Medien. Semiotische und kommunikationsstrukturelle Grundlagen. In: *Muttersprache*, 107, 1997, S. 64-75
- HOLLY, WERNER: Was sind ›Neue Medien‹ – was sollen ›Neue Medien‹ sein? In: BOEHNKE, KLAUS; WERNER HOLLY; GÜNTHER VOß (Hrsg.): *Neue Medien im Alltag*. Opladen [Leske & Budrich] 2000, S. 79-106
- HOLLY, WERNER: Fernspezifik von Präsentationsformen und Texttypen. In: LEONHARD, JOACHIM-FELIX; HANS-WERNER LUDWIG; DIETRICH SCHWARZE; ERICH STRAßNER (Hrsg.): *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*. 3. Teilband. Berlin [de Gruyter] 2002, S. 2452-2464
- HOLLY, WERNER: *Fernsehen*. Tübingen [Niemeyer] 2004
- HOLLY, WERNER; ULRICH PÜSCHEL: Medienlinguistik: Medialität von Sprache und Sprache in Medien. In: REIMANN, SANDRA; KATJA KESSEL (Hrsg.): *Wissenschaften im Kontakt. Kooperationsfelder der Deutschen Sprachwissenschaft*. Tübingen [Narr] 2007, S. 147-162
- HOLLY, WERNER: Der Wort-Bild-Reißverschluss. Über die performative Dynamik der audiovisuellen Transkriptivität. In: FEILKE, HELMUTH; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Oberfläche und Performanz*. Tübingen [Niemeyer] 2009, S. 93-110
- HOLLY, WERNER: Besprochene Bilder – bebildertes Sprechen. Audiovisuelle Transkriptivität in Nachrichtenfilmen und Polit-Talkshows. In:

- DEPPERMAN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin [de Gruyter] 2010, S. 359-382
- HOLLY, WERNER: Medialität und Intermedialität in Computerkommunikationsformen. In: MORALDO, SANDRO (Hrsg.): *Internet.com. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im World Wide Web. Band 2: Medialität, Hypertext, digitale Literatur*. Rom [Aracne] 2011a, S. 27-55
- HOLLY, WERNER: Medien, Kommunikationsformen, Textsortenfamilien. In: HABSCHIED, STEPHAN (Hrsg.): *Textsorten und sprachliche Handlungsmuster: Linguistische Typen der Kommunikation*. Berlin [de Gruyter] 2011b, S. 144-163
- HOLLY, WERNER: Politische Inszenierungen. Gutenberg am Anfang vom Ende – ein audiovisueller Dementiversuch. In: *Mitteilungen des deutschen Germanistenverbandes*, 3(58), 2011c, S. 227-237
- HOLLY, WERNER: Bildüberschreibungen. Wie Sprechtexte Nachrichtenfilme lesbar machen (und umgekehrt). In: DIEKMANN-SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011d, S. 233-253
- HÖRNING, KARL H.; RAINER WINTER: Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. In: HÖRNING, KARL H.; RAINER WINTER (Hrsg.): *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1999, S. 7-12
- HYMES, DELL: *Ethnography, Linguistics, Narrative Inequality. Toward an Understanding of Voice*. London [Taylor & Francis] 1996
- JÄGER, LUDWIG: Die Linguistik des Innern. Historische Anmerkungen zu den zeichen- und erkenntnistheoretischen Grundlagen der kognitivistischen Sprachwissenschaft. In: JÄGER, LUDWIG; BERND SWITALLA (Hrsg.): *Germanistik in der Mediengesellschaft*. München [Fink] 1994, S. 291-326
- JÄGER, LUDWIG: Die Medialität der Sprachzeichen. Zur Kritik des Repräsentationsbegriffs aus Sicht des semiologischen Konstruktivismus. In: LIEBER, MARIA; WILLI HIRDT (Hrsg.): *Kunst und Kommunikation. Betrachtungen zum Medium Sprache in der Romania. Festschrift zum 60. Geburtstag von Richard Baum*. Tübingen [Stauffenburg] 1997, S. 199-220
- JÄGER, LUDWIG: Zeichen/Spuren. Skizze zum Problem der Sprachzeichenmedialität. In: STANITZEK, GEORG; WILHELM VOßKAMP (Hrsg.): *Schnittstelle: Medien und Kulturwissenschaften*. Köln [DuMont] 2001, S. 17-31
- JÄGER, LUDWIG: Transkriptivität. Zur medialen Logik der kulturellen Semantik. In: JÄGER, LUDWIG; GEORG STANITZEK (Hrsg.): *Transkribieren. Medien/Lektüre*. München [Fink] 2002, S. 19-41
- JÄGER, LUDWIG: Die Verfahren der Medien: Transkribieren – Adressieren – Lokalisieren. In: FOHRMANN, JÜRGEN; ERHARD SCHÜTTPELZ (Hrsg.): *Die Kommunikation der Medien*. Tübingen [Niemeyer] 2004a, S. 69-79

- JÄGER, LUDWIG: Störung und Transparenz. Skizze zur performativen Logik des Medialen. In: KRÄMER, SYBILLE (Hrsg.): *Performativität und Medialität*. München [Fink] 2004b, S. 35-74
- JÄGER, LUDWIG: Schauplätze der Evidenz: Evidenzverfahren und kulturelle Semantik. Eine Skizze. In: CUNTZ, MICHAEL; BARBARA NITSCHKE; ISABELL OTTO; MARC SPANIOL (Hrsg.): *Die Listen der Evidenz*. Köln [DuMont] 2006a, S. 37-52
- JÄGER, LUDWIG: Bild/Sprachlichkeit. Zur Audiovisualität des menschlichen Sprachvermögens. In: *Sprache und Literatur in Wissenschaft und Unterricht*, 98, 2006b, S. 2-24
- JÄGER, LUDWIG: Medium Sprache. Anmerkungen zum theoretischen Status der Sprachmedialität. In: *Mitteilungen des Deutschen Germanistenverbandes*, 54(1), 2007, S. 8-24
- JÄGER, LUDWIG: Indexikalität und Evidenz. Skizze zum Verhältnis von referentieller und inferentieller Bezugnahme. In: WENZEL, HORST; LUDWIG JÄGER (Hrsg.): *Deixis und Evidenz*. Freiburg [Rombach] 2008a, S. 289-315
- JÄGER, LUDWIG: Aposème und Parasème: Das Spiel der Zeichen – Saussures semiologische Skizzen in den »Notes«. In: *Zeitschrift für Semiotik*, 30(1-2), 2008b, S. 49-71
- JÄGER, LUDWIG: Intermedialität – Intramedialität – Transkriptivität. Überlegungen zu einigen Prinzipien der kulturellen Semiosis. In: DEPPERMANN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*. Berlin [de Gruyter] 2010, S. 301-323
- JOHANSEN, JØRGEN DINES: Verkehrsampeln: Paradigma und Testfall der Zeichentheorie. In: *Zeitschrift für Semiotik*, 17(1-2), 1995, S. 9-33
- KAMPS, JOHANNES: *Plakat*. Tübingen [Niemeyer] 1999
- KELLER, RUDI: Zur Theorie des sprachlichen Wandels. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 10, 1982, S. 1-27
- KELLER, RUDI: *Sprachwandel. Von der unsichtbaren Hand in der Sprache*. 3., durchgesehene Auflage. Tübingen [Francke] 2003
- KESSELHEIM, WOLFGANG; HEIKO HAUSENDORF: Die Multimodalität der Ausstellungskommunikation. In: SCHMITT, REINHOLD (Hrsg.): *Koordinationen. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen [Narr] 2007, S. 339-375
- KIMMINICH, EVA: Selbst(er)findung, Selbstgestaltung, Selbstbehauptung: eine Kulturprogrammstörung. In: KIMMINICH, EVA; MICHAEL RAPPE; HEINZ GEUEN; STEFAN PFÄNDER (Hrsg.): *Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground*. Bielefeld [transcript] 2007, S. 51-73
- KLEMM, MICHAEL: Ausgangspunkt: Jedem seinen Textbegriff? Textdefinitionen im Vergleich. In: FIX, ULLA; KIRSTEN ADAMZIK; GERD ANTOS; MICHAEL KLEMM (Hrsg.): *Brauchen wir einen neuen Textbegriff? Antworten auf eine Preisfrage*. Frankfurt/M. [Lang] 2002, S. 17-29

- KLEMM, MICHAEL; HARTMUT STÖCKL: »Bildlinguistik« – Standortbestimmung, Überblick, Forschungsdesiderate. In: DIEKMANN SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011, S. 7-18
- KNOBLOCH, CLEMENS: Zum Status und zur Geschichte des Textbegriffs. In: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 77(20), 1990, S. 66-87
- KNOBLOCH, CLEMENS: Funktionale Pragmatik. Anlässlich: Konrad Ehlich: Sprache und sprachliches Handeln, 3 Bde., Berlin [de Gruyter] 2007. Band 1: Pragmatik und Sprachtheorie, Band 2: Prozeduren des sprachlichen Handelns, Band 3: Diskurs – Narration – Text – Schrift. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 39, 2010, S. 121-138
- KOCH, PETER; SYBILLE KRÄMER: Einleitung. In: KOCH, PETER; SYBILLE KRÄMER (Hrsg.): *Schrift, Medien, Kognition. Über die Exteriorität des Geistes*. 2. unveränderte Auflage. Tübingen [Stauffenburg] 2009, S. 9-26
- KRÄMER, SYBILLE: Das Medium als Spur und als Apparat. In: KRÄMER, SYBILLE (Hrsg.): *Medien. Computer. Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1998, S. 73-94
- KRÄMER, SYBILLE; WERNER KOGGE; GERNOT GRUBE (Hrsg.): *Spur. Spurenlesen als Orientierungstechnik und Wissenskunst*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2007
- KRAMPEN, MARTIN: *Geschichte der Straßenverkehrszeichen. Diachronische Analyse eines Zeichensystems*. Tübingen [Stauffenberg] 1988
- KRAMPEN, MARTIN: Zur Geschichte der amtlichen Verkehrszeichen. In: *Zeitschrift für Semiotik*, 17(1-2), 1995, S. 3-8
- KRAUSE, DANIELA; CHRISTIAN HEINECKE: *Street Art. Die Stadt als Spielplatz*. Berlin [Archiv der Jugendkulturen e.V.] 2006
- LEROI-GOURHAN, ANDRÉ: *Hand und Wort. Die Evolution von Technik, Sprache und Wort*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1988
- LEVINSON, JAY CONRAD: *Guerilla Marketing. Offensives Werben und Verkaufen für kleinere Unternehmen*. Frankfurt/M. [Campus] 1990
- LINKE, ANGELIKA: Kommunikation, Kultur und Vergesellschaftung – Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Kommunikation. In: KÄMPER, HEIDRUN; LUDWIG M. EICHINGER (Hrsg.): *Sprache – Kognition – Kultur. Sprache zwischen mentaler Struktur und kultureller Prägung*. Berlin [de Gruyter] 2008, S. 24-50
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Gesellschaft der Gesellschaft. Erster Teilband: Kapitel 1-3*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1998
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Kunst der Gesellschaft*. 3. Auflage. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1999
- LUHMANN, NIKLAS: *Die Realität der Massenmedien*. 3. Auflage. Wiesbaden [VS] 2004
- MAAS, UTZ: Konnotationen. In: JANUSCHEK, FRANZ (Hrsg.): *Politische Sprachwissenschaft. Zur Analyse von Sprache als kultureller Praxis*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 1985, S. 71-96

- MEIER, STEFAN: ›Stylelife‹. Graffiti als ›typografisches‹ Ausdrucksmittel sozialen Stils. In: KIMMINICH, EVA; MICHAEL RAPPE; HEINZ GEUEN; STEFAN PFÄNDER (Hrsg.): *Express yourself! Europas kulturelle Kreativität zwischen Markt und Underground*. Bielefeld [transcript] 2007, S. 193-208
- MEIER, STEFAN: Von der Sichtbarkeit im Diskurs. Zur Methode diskursanalytischer Untersuchung multimodaler Kommunikation. In: WARNKE, INGO H.; JÜRGEN SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin [de Gruyter] 2008, S. 263-286
- MEILER, MATTHIAS: *Das Kleinplakat. Zur Beschreibung einer Kommunikationsform*. Bachelorarbeit, Chemnitz, 2009
- MEILER, MATTHIAS: *Kommunikationsformenadressen oder: Prozeduren des Situationsvollzugs am Beispiel von Weblogs*. Im Begutachtungsverfahren der *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*/In Vorbereitung
- METTEN, THOMAS: Schrift-Bilder – Über Graffiti und andere Erscheinungsformen der Schriftbildlichkeit. In: DIEKMANN SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien - Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011, S. 73-93
- MITCHELL, WILLIAM J.T.: Vier Grundbegriffe der Bildwissenschaft. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2009, S. 319-327
- MONDADA, LORENZA: Interaktionsraum und Koordinierung. In: SCHMITT, REINHOLD (Hrsg.): *Koordinationen. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen [Narr] 2007, S. 55-93
- MÜNKER, STEFAN: *Philosophie nach dem »Medial Turn«. Beiträge zur Theorie der Mediengesellschaft*. Bielefeld [transcript] 2009
- NAGL, LUDWIG: *Charles Sanders Peirce*. Frankfurt/M. [Campus] 1992
- NEUMANN, RENATE: *Das wilde Schreiben. Graffiti. Sprüche und Zeichen am Rand der Straßen*. 2. Auflage. Essen [Die Blaue Eule] 1991
- NÖTH, WINFRIED: *Handbuch der Semiotik*. 2., vollständig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Stuttgart [Metzler] 2000
- NÖTH, WINFRIED: Bildsemiotik. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2009, S. 235-254
- PAPE, HELMUT: Einleitung. Phänomen und Logik des Zeichens (Syllabus) und Peirces Zeichentheorie. In: PEIRCE, CHARLES SANDERS: *Phänomen und Logik der Zeichen*. 3. Auflage. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1998, S. 7-36
- PAPE, HELMUT: Fußabdrücke und Eigennamen: Peirces Theorie des relationalen Kerns der Bedeutung indexikalischer Zeichen. In: KRÄMER, SYBILLE; WERNER KOGGE; GERNOT GRUBE (Hrsg.): *Spur. Spurenlesen als Orientierungstechnik und Wissenskunst*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2007, S. 37-54

- PEIRCE, CHARLES S.: Die Kunst des Rasonierens. In: PEIRCE, CHARLES S.: *Semiotische Schriften*. Band 1. Herausgegeben und übersetzt von Christian Kloesel und Helmut Pape. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1986, S. 191-201
- PEIRCE, CHARLES S.: *Phänomen und Logik der Zeichen*. 3. Auflage. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1998
- POSNER, ROLAND: Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe. In: ASSMANN, ALEIDA; DIETRICH HARTH (Hrsg.): *Kultur als Lebenswelt und Monument*. Frankfurt/M. [Fischer] 1991, S. 37-74
- POSNER, ROLAND; MARTIN KRAMPEN: *Kommunikation im Straßenverkehr*. Sonderheft der Zeitschrift für Semiotik, 17(1-2), Tübingen [Stauffenburg] 1995
- REINECKE, JULIA: *Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*. Bielefeld [transcript] 2007
- REHBEIN, JOCHEN.: Das Konzept der Diskursanalyse. In: BRINKER, KLAUS; GERD ANTOS; WOLFGANG HEINEMANN; SVEN F. SAGER (Hrsg.): *Text- und Gesprächslinguistik. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbband. Berlin [de Gruyter] 2001, S. 927-945
- ROTH, KERSTEN-SVEN: Interpersonale Diskursrelationen – Überlegungen zu ihrer Integration in die diskurssemantische Forschung. In: WARNKE, INGO H.; JÜRGEN SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin [de Gruyter] 2008, S. 323-358
- SACHS-HOMBACH, KLAUS: *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*. Köln [Halem] 2003
- SACHS-HOMBACH, KLAUS: Konzeptionelle Rahmenüberlegungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2005, S. 11-20
- SACHS-HOMBACH, KLAUS: Einleitung. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2009, S. 7-14
- SACHS-HOMBACH, KLAUS; JÖRG R.J. SCHIRRA: Medientheorie, visuelle Kultur und Bildanthropologie. In: SACHS-HOMBACH, KLAUS (Hrsg.): *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des Visualistic Turn*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2009, S. 393-426.
- SANDIG, BARBARA: *Textstilistik des Deutschen*. 2., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin [de Gruyter] 2006
- SAUER, CHRISTOPH: *Der Stoff, aus dem die Texte sind. Vorläufige Betrachtungen zur Erscheinung und Materie von Texten. Vortrag im Rahmen der Herbst-Akademie der Gesellschaft für Semiotik: Dinge – Zeichen – Gestalten. Moden zwischen Dauer und Wechsel. 2.-4. Oktober 2003 in Kiel*. 2004, S. 1-99

- http://semiotik.biz/export_download.php?id=292 [letzter Zugriff: 23.12.2011]
- DE SAUSSURE, FERDINAND: *Linguistik und Semiologie. Notizen aus dem Nachlaß. Texte, Briefe und Dokumente*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2003a
- DE SAUSSURE, FERDINAND: *Wissenschaft der Sprache. Neue Texte aus dem Nachlaß*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 2003b
- SCOLLON, RON; SUZIE WONG SCOLLON: *Discourses in Place. Language in the Material World*. London [Routledge] 2003
- SCHMAUKS, DAGMAR: Die semiotische Struktur der Wagenstandsanzeiger von Zügen auf deutschen Bahnhöfen. In: *Zeitschrift für Semiotik* 17 (1-2), 1995, S. 165-174
- SCHMAUKS, DAGMAR: *Orientierung im Raum. Zeichen für die Fortbewegung*. Tübingen [Stauffenburg] 2002
- SCHMIDT, SIEGFRIED J.: Werbung oder die ersehnte Verführung. In: WILLEMS, HERBERT (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Opladen [Westdeutscher Verlag] 2002, S. 101-119
- SCHMITT, REINHOLD (Hrsg.): *Koordinationen. Analysen zur multimodalen Interaktion*. Tübingen [Narr] 2007
- SCHMITZ, ULRICH: Schrift und Bild im öffentlichen Raum. In: *Mitteilungen des deutschen Germanistenverbandes*, 51(1), 2004, S. 58-74
- SCHMITZ, ULRICH: Blind für Bilder. Warum sogar Sprachwissenschaftler auch Bilder betrachten müssen. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 69, 2005, S. 187-227
- SCHMITZ, ULRICH: Sehlesen. Text-Bild-Gestalten in massenmedialer Kommunikation. In: ROTH, KERSTEN SVEN; JÜRGEN SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Textdesign und Textwirkung in der massenmedialen Kommunikation*. Konstanz [UVK] 2007a, S. 93-108
- SCHMITZ, ULRICH: Bildakte? How to do things with pictures. In: *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 27, 2007b, S. 419-433
- SCHMITZ, ULRICH: Sehflächenforschung. Eine Einführung. In: DIEKMANN SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele*. Berlin [Erich Schmidt] 2011, S. 23-42
- SEARLE, JOHN R.: *Sprechakte. Ein sprachphilosophischer Essay*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1983
- SIEGL, NORBERT: *Kommunikation am Klo. Graffiti von Frauen und Männern*. Wien [Verlag für Gesellschaftskritik] 1993
- DE STEFANIE, ELWYS; LORENZA MONDADA: Die Eröffnung soziale Begegnungen im öffentlichen Raum: Die emergente Koordination räumlicher, visueller und verbaler Handlungsweisen. In: MONDADA, LORENZA; REINHOLD SCHMITT (Hrsg.): *Situationseröffnungen. Zur multimodalen Herstellung fokussierter Interaktion*. Tübingen [Narr] 2010, S. 103-170
- STEINSEIFER, MARTIN: Prägnanzen. Bilder und ihre Effekte in der pragmatischen Linguistik. In: DEPPERMAN, ARNULF; ANGELIKA LINKE (Hrsg.): *Sprache*

- intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton.* Berlin [de Gruyter] 2010a, S. 325-357
- STEINSEIFER, MARTIN: Ereignisbilder – Zum Verhältnis von Indexikalität, Symbolizität und Ikonizität bei Pressefotografien. In: BOEHM, GOTTFRIED; SEBASTIAN EGENHOFER; CHRISTIAN SPIES (Hrsg.): *Zeigen. Die Rhetorik des Sichtbaren.* München [Fink] 2010b, S. 411-436
- STÖCKL, HARTMUT: *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte. Theorien. Analysemethoden.* Berlin [de Gruyter] 2004a
- STÖCKL, HARTMUT: Typographie: Gewand und Körper des Textes – Linguistische Überlegungen zu typographischer Gestaltung. In: *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, 41, 2004b, S. 5-48
- STÖCKL, HARTMUT: Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz. In: DIEKMANN SHENKE, HAJO; MICHAEL KLEMM; HARTMUT STÖCKL (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele.* Berlin [Erich Schmidt] 2011, S. 45-70
- VENTOLA, EIJA: Semiotisation Processes of Space. From Drawing Our Homes to Styling Them. In: O'HALLORAN, KAY L.; BRADLEY A. SMITH (Hrsg.): *Multimodal Studies. Exploring Issues and Domains.* London [Routledge] 2011, S. 220-238
- VITRUV: *Zehn Bücher über Architektur/De architectura libri decem.* Übersetzt und mit Anmerkungen versehen von Curt Fensterbuch. Berlin [Akademie-Verlag] 1964
- VOESTE, ANJA: Das Spiel der Zeichen im öffentlichen Raum. Eine Dokumentation des praxeologischen Radius der eisenbergischen Theoreme. In: *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie*, 69, 2005, S. 229-238
- WARNKE, INGO H.: Von der Kunst, die Menschenrechte zu schreiben. Die Berliner U-Bahnstation *Westhafen* als Text. In: *Deutsche Sprache*, 4, 2003, S. 364-378
- WARNKE, INGO H.: (Hrsg.): *Diskurslinguistik nach Foucault. Theorie und Gegenstände.* Berlin [de Gruyter] 2007
- WARNKE, INGO H.; ULRIKE GERHARD: Texturen suburbaner Räume im 21. Jahrhundert – Linguistische und stadtgeographische Perspektiven auf den nordamerikanischen Neotraditionalismus. In: BOCK, BETTINA; BJÖRN DUMONT (Hrsg.): *Stadt und Text. Beiträge zum interdisziplinären Kolloquium »Stadt und Text« am Institut für Germanistik der Universität Leipzig im Wintersemester 2005/2006.* Leipzig [FSR Germanistik] 2006, S. 13-35
- WARNKE, INGO H.; JÜRGEN SPITZMÜLLER: Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik – Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen. In: WARNKE, INGO H.; JÜRGEN SPITZMÜLLER (Hrsg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachwissenschaftliche Zugänge zur transtextuellen Ebene.* Berlin [de Gruyter] 2008, S. 3-54

WEHLEIT, KOLJA: *Leitfaden Ambient Media. Grundlagen, Fallstudien und Tipps für erfolgreiches Szenemarketing in jungen Zielgruppen*. Göttingen [Business Village] 2005

WITTGENSTEIN, LUDWIG: *Philosophische Untersuchungen*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1971

ZIEM, ALEXANDER: Frames im Einsatz. Aspekte anaphorischer, tropischer und multimodaler Bedeutungskonstitution im politischen Kontext. In: FELDER, EKKEHARD; MARCUS MÜLLER (Hrsg.): *Wissen durch Sprache. Theorie, Praxis und Erkenntnisinteresse des Forschungsnetzwerkes »Sprache und Wissen«*. Berlin [de Gruyter] 2009, S. 207-244

Anhang



Abb. 3a:
»HIER VERSCHWAND EIN NAZI-AUFKLEBER«
(Chemnitz)



Abb. 3b:
»HIER VERSCHWAND EIN NAZI-AUFKLEBER«
(Chemnitz)



Abb. 4a:
»Rudolf Heß Gedenkwochen« (Chemnitz)



Abb. 4b:
»Rudolf Heß Gedenkwochen« (Chemnitz)



Abb. 5a:
Legale Kleinplakate: »Nicht hineinlehnen!
Unfallgefahr!« (Chemnitz)



Abb. 5b:
Legale Kleinplakate: »Nur bei Grün!« (Leipzig)



Abb. 6a:
Semilegale Kleinplakate: Eine Puma
Handtasche (oben) und ein Kater werden
vermisst (unten) (Chemnitz)



Abb. 6b:
Semilegale Kleinplakate: »Wir wollen einen
sauberen JUNGBUSCH !!!!« (Mannheim)

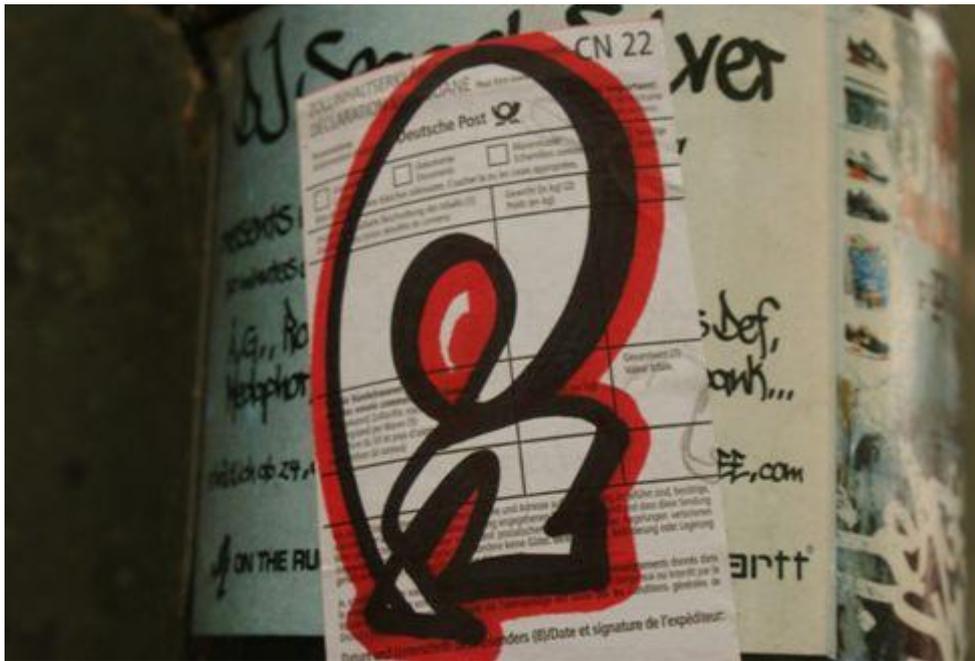


Abb. 7:
Illegales Kleinplakat: Graffiti-Tag auf einem Postaufkleber (Jena)



Abb. 8:
Illegales Kleinplakat: Aufkleber der weltweiten OBEY-Kampagne Shepard Faireys
(vgl. REINECKE 2007: 50ff.) (Chemnitz)

Claus Schlaberg

›Bild‹. Eine Explikation auf der Basis von Intentionalität und Bewirken¹

Abstract

The first part argues that being an image is an (at least) four part relation between the image itself (x_2), properties of recipients (B), the object (x_3), and properties of the object (M). Referring to Grice, Schiffer, and Meggle, a distinction is made between communicativity and non-communicativity (manipulativity) of x_2 regarding to B, x_3 , and M. The second part substitutes *sign* and *image* by explicates that denote properties relevant for x_2 being an image regarding to B, x_3 , and M, making thus clear why images are signs. Intentional relations and causal relations are the basis of this explication (influenced by Posner) that is also meant to give an idea of those properties that are typical of pieces of fine arts and of some other cultural practices. Additionally, it helps in understanding the difference between typical images and more abstract symbols.

Im ersten Abschnitt werden Gründe dafür genannt, Bildsein als mindestens vierstellige Beziehung aufzufassen: als Beziehung zwischen dem Bild (x_2), Rezipienteneigenschaften (B), dem Bildgegenstand (x_3) und Eigenschaften (M) des Bildgegenstandes. Dabei wird – anknüpfend an Grice, Schiffer und Meggle – zwischen Kommunikativität und Nicht-Kommunikativität (Manipulativität) von x_2 bzgl. B, x_3 und M unterschieden. Im zweiten Abschnitt wird die Rede von ›Zeichen‹ und von ›Bildsein‹ ersetzt durch Explikate, die Eigenschaften bezeichnen, welche relevant dafür sind, dass x_2 ein Bild bzgl. B, x_3 und M ist – derart, dass deutlich wird, inwiefern Bilder Zeichen sind. Basis dieser –

¹ Gedankt sei Klaus Sachs-Hombach für eine Formulierungshilfe.

von Posner angeregt – Explikationen sind intentionale Beziehungen und Bewirken. Aus den Begriffspräzisierungen ergeben sich Einsichten sowohl in Bezug auf Eigenschaften, die typisch für Werke Bildender Kunst und einige andere kulturelle Praktiken sind, als auch in Bezug auf eine Abgrenzung zentraler Vertreter der Kategorie ›Bild‹ von eher nur bildhaften Symbolen.

Im Folgenden soll eine Annäherung an unser Verständnis von ›Bild‹ bewerkstelligt werden. Die Aufgabe fällt sowohl unter das philosophische Explizieren (CARNAP 1967: 7f.) als auch unter den Gegenstandsbereich der Semiotik, da Bilder hier als Zeichen begriffen werden. Dabei werden die Prozesse ›innerhalb‹ des Bildrezipienten im Mittelpunkt stehen, die sein Bildsehen als solches ausmachen. Nicht berücksichtigt werden spezifische Eigenschaften von Bildern, die jeweils kausal dazu, dass sie als Bilder gesehen werden, beitragen; diese bildinternen Ursachen des Bildsehens werden in Schlaberg (vgl. 2011: Kap. 4) behandelt. Dazu gehört beispielsweise die Frage nach ›syntaktischen‹ Eigenschaften von Bildern. Angenommen wird hier, dass Bilder in erster Linie deshalb Bilder sind, weil in ihnen etwas zu sehen ist oder zu sehen sein soll (über *sehen in* vgl. WOLLHEIM 2006; über ›ungegenständliche‹ Bilder vgl. SCHLABERG 2011: Kap. 4.1.2) – was dazu jeweils kausal beiträgt bzw. beitragen soll, ist nur aufgrund dieses kausalen Beitrags relevant für das Bildsein. Damit ist die hier vertretene Position konträr etwa zu Goodmans Annahme (vgl. GOODMAN 1997: 212; SACHS-HOMBACH/REHKÄMPER 1998: 33ff. und 93ff.), dass es in erster Linie ›syntaktische‹ Eigenschaften sind, die etwas zu einem Bild machen. Bilder sind jeweils Bilder von etwas (ob es sich dabei um real Vorhandenes handelt oder nicht, vgl. SCHLABERG 2011: Kap. 3.2.1.2). Der Bezug auf intentionale Beziehungen des Empfängers zu etwas – zu dem Bild wie zu dem, wovon es Bild ist – findet hier seinen Niederschlag in den Grundbegriffen ›perceive‹ und ›Sehen in‹. Ein Vorteil des vorgestellten ›Beschreibungsapparats‹ soll zum einen dadurch verdeutlicht werden, dass die verwendeten Begriffe bestimmte Eigenschaften als relevant dafür, dass ein Zeichen jeweils ein Werk Bildender Kunst ist, nahelegen; es handelt sich um die Manipulativität von Zeichen (in einem nicht wertenden Sinne). Zum anderen finden wir ein Kriterium der klareren Abgrenzung von eher prototypischen Bildern zu Symbolen wie Piktogrammen.

Angenommen wird im Folgenden, dass die Kategorie ›Bild‹ im von Wittgenstein (vgl. 1967: 48ff.) angedeuteten Sinne miteinander verwandte Familien umfasst, ohne dass alle Bilder für die Zugehörigkeit zur Kategorie ›Bild‹ notwendige und insgesamt hinreichende Bedingungen erfüllen müssten. Ich beschränke mich hierbei auf anfassbare Bilder oder Bilder, die verschiedene Personen als jeweils dasselbe Bild sehen können. Es geht also nicht etwa um so genannte ›innere Bilder‹, für die ich allerdings auch eine Verwandtschaft mit jenen Bildern, um die es hier geht, annehme. Bevor in 2. an die Stelle des Vorhabens, ›Bild‹ zu explizieren, das Vorhaben tritt, für das Bildsein relevante Beziehungen zu definieren, ist in 1. vorläufig die Rede von Bildsein. Dabei wird zunächst dargelegt, was dafür spricht, das Bildsein als

eine Beziehung zwischen mindestens vier Entitäten aufzufassen. Weil mehrstellige Beziehungen ins Spiel kommen, werden die Explikationen in einer – hier nur halbformalen – prädikatenlogischen Sprache vollzogen. Da die Explikationen nicht-extensionale Kontexte aufweisen (vgl. CARNAP 1967: 46ff.), wird diese Sprache auch Bezeichnungen für Intensionen – Propositionen, Eigenschaften und mehrstellige Beziehungen – aufweisen (BEALER 1998).

1. Bildsein als mindestens vierstellige Beziehung

Darstellungen etwa in Schulbüchern (siehe Abb.1), die Mischungen von Bildern im engeren Sinne und abstrakteren Symbolen aufweisen, sind für uns verständlich. In der folgenden Darstellung eines Schaltkreises (siehe Abb. 2) ist eine Glühlampe mittels einer recht »naturalistischen« Darstellung und eine andere mittels eines Schaltsymbols dargestellt. Beide Darstellungen sind offenbar als Teilbilder des gesamten Bildes akzeptabel. Eine naturalistischere Darstellung kann selbstverständlich auch im Kontext einer insgesamt naturalistischeren Stromkreisdarstellung auftauchen, wie es in Abb. 3 der Fall ist.

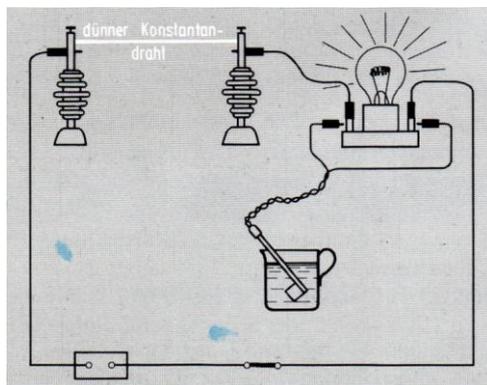


Abb. 1:
Eine didaktische Darstellung (HÖFLING 1975: Abb. 338.1)

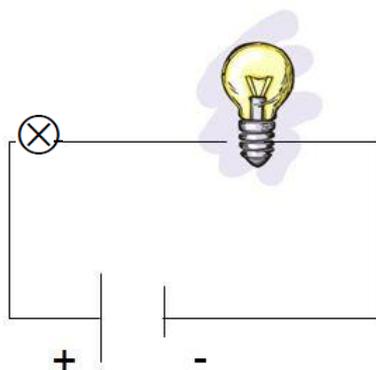


Abb. 2:
Stromkreis (Glühlampe: http://www.herne.de/kommunen/herne/ttw.nsf/id/de_energiespartipps)
[letzter Zugriff: 10.05.2011]

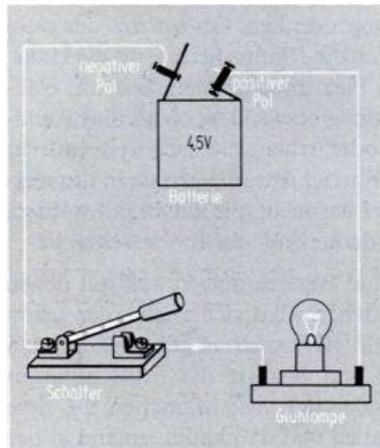


Abb. 3a²:
Naturalistischere Stromkreisdarstellung (HÖFLING 1975: Abb. 330.1)

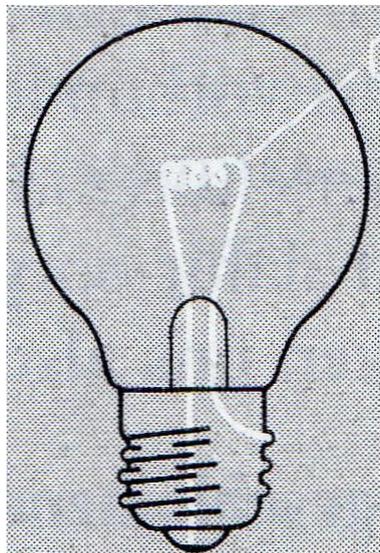
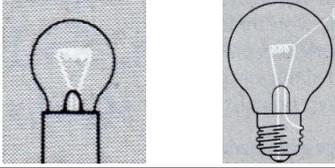


Abb. 3b;
(HÖFLING 1975: Abb. 331.1)

Ähnlich könnte auch Abb. 3b in typischen Stromkreisdarstellungen auftauchen. Hier wird ein »Spektrum« innerhalb der Kategorie »Bild« deutlich. Was eint jene beiden Teilbilder von Abb. 2 und was macht sie gegensätzlich? Zum einen sind sie Bilder jeweils voneinander unterschiedener Glühlampen. Daher ist hier insgesamt ein Stromkreis mit *zwei* Glühlampen dargestellt. Vergleicht man das Schaltsymbol \otimes in der Schaltskizze einerseits und die naturalistischere Darstellung der Glühlampe in der naturalistischeren Darstellung eines Stromkreises Abb. 3a sowie die Darstellung in Abb. 3b andererseits, dann

² Weitere Beispiele, die sich anstelle von Abb. 3a eignen, finden sich in:
<http://www.labbe.de/zzebra/index.asp?themaId=622&titelId=5510&titelkatId=0&move=1>
[letzter Zugriff: 10.05.2011],
<http://physik-versuche.de/category/physik08/83-elektrische-energie/831-widerstande-in-einfachen-stromkreisen> [letzter Zugriff: 10.05.2011].

unterscheiden sie sich hinsichtlich der mit ihnen gezeigten Eigenschaften dessen, was sie darstellen:

⊗	
steht für etwas als <ul style="list-style-type: none"> • Glühlampe 	ist Bild, eher als ⊗, von etwas als Glühlampe etwas, das einen Glühdraht aufweist etwas, das einen Glaskolben hat ...
⇒ steht für etwas als Träger genau einer Eigenschaft M (Dass das Tragen von M weitere Eigenschaften impliziert, ist klar. Doch beim Gebrauch des Zeichens »geht es um« die eine Eigenschaft M; nur diese ist hier kodiert – was das genau heißt, kann nach weiteren Explikationen geklärt werden, (vgl. SCHLABERG 2011: Kap. 3.4.5.)	⇒ ist Bild von etwas als Träger vieler verschiedener Eigenschaften M ₁ , M ₂ , ...
steht für etwas als M dadurch, dass man – jeder B, d. h. hier u. a.: jeder, der den Kode des Schaltzeichens kennt – erkennt, dass es für etwas als M stehen soll. Würde man (jeder B) nicht erkennen, dass es für etwas als M stehen soll, dann stünde es nicht (für jeden B) für etwas als M ⇒ Jemand <i>meint</i> mit ⊗ ein M (Grice'scher Mechanismus; vgl. GRICE 1957) ; kommunikativ bzgl. B und M (vgl. MEGGLE 1993)	ist nicht Bild von etwas als M dadurch, dass jeder B erkennt, dass es Bild von etwas als M sein soll ⇒ nicht kommunikativ bzgl. B und M (d. h. manipulativ bzgl. B und M) (zu erwägen ist, ob es bzgl. anderer B' und desselben M kommunikativ ist)

Tab. 1

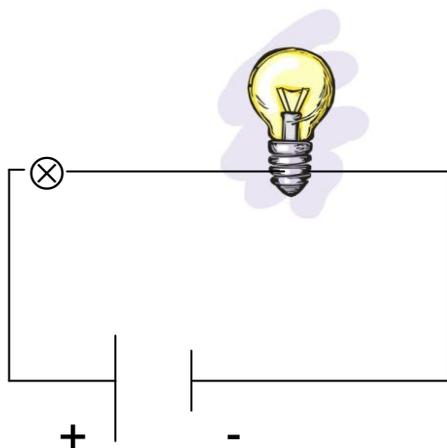


Abb. 4

Bzgl. des mit ⊗ dargestellten Gegenstandes ist das gesamte Bild (Abb. 4 bzw. 2) bzgl. B und M (Glühlampesein) kommunikativ.

Bzgl. des mit  dargestellten Gegenstandes ist das gesamte Bild (Abb. 4 bzw. 2) bzgl. B und M nicht kommunikativ.

Also: Zum einen ist das Bildsein offenbar eine mindestens vierstellige Beziehung zwischen

x_2	B	x_3	M
Bild	Rezipienteneigenschaft	Bildgegenstand (Dargestelltes)	Eigenschaft von x_3

Tab. 2

Zum anderen ist die Kommunikativität eines Bildes ebenfalls eine Beziehung mindestens zwischen x_2 , B, x_3 und M. Anhand typischer Darstellungen der heiligen Veronika wird noch einmal deutlich, dass dasselbe Bild x_2 bzgl. derselben Rezipienteneigenschaften B, *desselben* Gegenstandes x_3 und *verschiedener* Eigenschaften M zum einen Bild und zum anderen kommunikativ bzw. nicht kommunikativ sein kann.



Abb. 5:
Hl. Veronika (GOECKE-SEISCHAB/HARZ 2010: 94)

- x_2 ist bzgl. B, x_3 und M_1 (Eigenschaft, eine Frau zu sein, die ein Tuch in den Händen hält, auf dem das Antlitz eines langhaarigen Mannes mit Heiligenschein zu sehen ist) nicht kommunikativ.
- x_2 ist bzgl. B, x_3 und M_2 (Eigenschaft, identisch mit der hl. Veronika zu sein) kommunikativ, wobei das Bildsein bzgl. M_1 ein ikonographischer Typ im Sinne von Panofsky (vgl. 1939) ist und dieser ikonographische Typ als Signifikant in Bezug auf M_2 (die Identität mit der hl. Veronika) fungiert. (B schließt hierbei die Eigenschaft ein, diesen ikonographischen Typ zu kennen.)

Nun können Thesen über möglichst kunstspezifische Eigenschaften von Bildern (und allgemeiner von Senderzeichen) formuliert werden:

1) Bzgl. B, x_3 und M kommunikative Senderbilder x_2 eines Künstlers x_4 sind rationalerweise gerade an solche Empfänger B gerichtet, die gegenüber dem Künstler x_4 bzgl. B, x_2 , x_3 und M so kooperativ sind, dass sie in x_2 den Gegenstand x_3 als Träger der Eigenschaft M sehen, wenn sie verstehen, dass x_2 bzgl. B, x_3 und M kommunikatives Bild ist und die ggf. den Signifikanten (z. B. ikonographischen Typen) kennen, mit Hilfe dessen der Künstler x_4 anzeigt, bzgl. welcher Eigenschaft M das Bild x_2 als Bild geeignet sein soll.

⇒ Daher geht der Künstler x_4 davon aus, dass ein Bild x_2 , das bzgl. B, x_3 und M kommunikativ ist, als solches ›leicht zu machen‹ ist – jedenfalls ohne mit typisch künstlerischen Anforderungen verbunden zu sein.

2) Doch typisch für Kunstwerke ist gerade, einer nicht alltäglichen Anforderung zu genügen (etwa bzgl. einer Atmosphäre oder einer Physiognomie sehr getroffen zu sein)

⇒ Daher ist Kommunikativität bzgl. B, x_3 und M am wenigsten kunstspezifisch und sollte vielmehr Manipulativität bzgl. B, x_3 und M kunstwissenschaftlich von Interesse sein.

2. Die Ersetzung von *Bild* durch Explikate

x_2 ist *Bild* bzgl. B, x_3 und M – kann man den Ausdruck *Bild* hier eliminieren durch eine Explikation?

Aus den anfangs genannten Gründen – man wird keine notwendigen und hinreichenden Bedingungen dafür, ein Bild zu sein, finden – begnügen wir uns mit zwei Beziehungen – ›Bildgeeignet‹ und ›Senderbild‹ –, die als relevant dafür, ein Bild zu sein, angenommen werden und zueinander in einem inhaltlichen Verwandtschaftsverhältnis stehen.



Abb. 6:

Quelle: <http://www.bauwagenservice.de/container/wc10.php> [letzter Zugriff: 10.05.2011]

In dem Zeichen (Abb. 6) wird nicht jeder in unserer Kultur sogleich etwas sehen. Sobald man weiß, dass es sich um ein unter Architekten gebräuchliches Zeichen für WC handelt, sieht man es durchaus als Bild für WC und sieht man *in* dem Zeichen ein WC (Man nimmt es dabei nicht so genau und sieht darin nicht nur ein WC mit vorne abgerundeten Ecken). Ähnlich verhält es sich zum Beispiel mit schematischen Darstellungen des Blutkreislaufs mittels

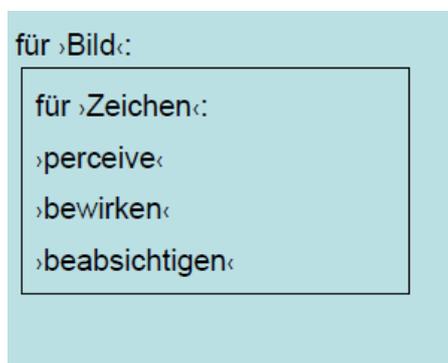
roter und blauer Linien. Kaum ein Leser eines Biologielehrbuchs hat jemals Lungenvenen und Körperarterien von Menschen gesehen. Dass er sie nun in derartigen Bildern sieht, ist offenbar auch auf seine Kenntnis von *Absichten* der Bildproduzenten zurückzuführen. Auf der anderen Seite haben wir Dinge, in denen man etwas sieht, ohne dass man meint, dass jemand dies beabsichtigt, zum Beispiel Wolken, die wie Gesichter aussehen. Beide Extreme stehen eher am Rande der Kategorie ›Bild‹. Besonders typische Bilder hingegen scheinen von beiderlei Art zu sein: Sie sind Dinge, in denen man etwas sehen *soll* und in denen man auch sieht, was man in ihnen sehen soll.

Für ein typisches Bild x_2 von etwas x_3 zum Beispiel als Baum (M) gilt: Man (jeder B) soll in x_2 etwas x_3 als Träger der Eigenschaft M sehen. Das heißt: Es ist *Senderbild* bzgl. B, x_3 und M. Und man sieht in x_2 etwas x_3 als Träger der Eigenschaft M. Das heißt: Es ist *bildgeeignet* bzgl. B, x_3 und M. Beide Beziehungen sind voneinander logisch unabhängig. Ein Senderbild bzgl. B, x_3 und M braucht nicht bildgeeignet bzgl. B, x_3 und M zu sein und umgekehrt. Aber offenbar besteht zwischen beiden Beziehungen eine Verwandtschaft.

Durchaus im Sinne der Idee eines Konstitutionssystems (vgl. CARNAP 1928) – nun aber weder auf eigenpsychischer noch auf physischer Basis – und anknüpfend an Versuche einer intentionalistischen Semantik (vgl. MEGGLE 1993; SCHIFFER 1972) führt Posner (1993) als Vorschlag einer Art intentionalistischer Semiotik Zeichenbegriffe ein. Die Motivation seiner Auswahl von Grundrelationen ist hierbei nicht – wie bei Carnap (vgl. 1928: 74ff.) – erkenntnismäßige Primarität, sondern sind zu erwägende Komponenten von Bedeutungen solcher Lexeme, deren Explikation semiotisch von Interesse ist, z. B. *andeuten, mitteilen, auffordern, etwas mit etwas meinen*. Posner zielt auf Bewirken, Glauben und Beabsichtigen als Grundrelationen ab. Auf diesem Ansatz beruhen in hohem Maße die im Folgenden eingeführten Zeichenbegriffe – genauer: Begriffe zeichenrelevanter Eigenschaften.

Ich wähle als Basis für semiotische Explikationen

- Gegenstände (im weitesten Sinne), wie Carnap es versteht, also im Sinne all dessen, worüber man Aussagen machen kann (vgl. CARNAP 1928: 1)
- die Beziehungen (›Grundbegriffe‹):



Tab.3

Zwei Gründe motivieren das Programm:

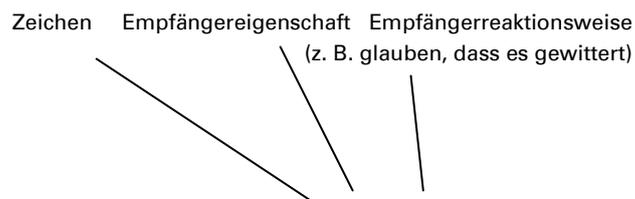
- Es soll in Richtung einer Kulturwissenschaft mittels eines »Einheits-systems aller Begriffe« (CARNAP 1928: 2), wie es Carnap vorschwebte, gewirkt werden.
- Die Definitionen sind so vage, wie es die Beziehungen sind, die von den Relatoren der verwendeten Sprache bezeichnet werden. Die Forschung kann sich somit auf diese Beziehungen konzentrieren.

Definiert werden im Folgenden Ausdrücke *zeichenrelevanter* bzw. *bildrelevanter* Eigenschaften, d.h. Ausdrücke solcher Eigenschaften, die relevant dafür sind, dass etwas korrekt als Zeichen bzw. als Bild bezeichnet werden kann, und zwischen denen bestimmte Verwandtschaften bestehen, als die wir Familienähnlichkeiten im Sinne von Wittgenstein modellieren. Es sind auch diese Verwandtschaften, derentwegen wir die betreffenden Eigenschaften überhaupt als zeichen- bzw. bildrelevant erachten.

2.1 Halbformale Definitionen

(Intensionale Entitäten – Propositionen, Eigenschaften, Beziehungen – werden hier in eckigen Klammern bezeichnet.)

Wir sagen, »Blitze sind Anzeichen für Gewitter«, auch in Bezug auf Blitze, die niemand sieht und deren Wahrnehmung somit niemanden glauben macht, dass es gewittert. Denn sie sind *geeignet* als Anzeichen – in Bezug auf Empfängereigenschaften B. Zum Beispiel wenn ein deutscher Bauer (B) einen Blitz am Himmel sieht, dann bewirkt dies bei ihm, dass er glaubt, es gewittere.



$$\begin{aligned}
 & \text{Empfängerzeichengeeignet}(x_2, B, X_3) \equiv_{df} \\
 & \forall x_1 \{ (B(x_1) \wedge \text{Perceive}(x_1, x_2)) \supset \\
 & ([\text{Perceive}(x_1, x_2)] \text{bewirkt} [X_3(x_1)]) \}
 \end{aligned}$$

Unabhängig davon, ob sie empfängerzeichengeeignet sind oder nicht – einige Zeichen sind Zeichen deshalb, weil sie empfängerzeichengeeignet sein *sollen*:

$$\begin{aligned}
 & \text{Senderzeichen}(x_2, x_4, B, X_3) \equiv_{df} \\
 & x_4 \text{ beabsichtigt, dass } [\text{Empfängerzeichengeeignet}(x_2, B, X_3)]
 \end{aligned}$$

Der Zusammenhang zwischen der Beziehung ›Empfängerzeichengeeignet‹ und der Beziehung ›Senderzeichen‹ besteht in Folgendem: Die Senderzeichenbeziehung *beinhaltet* die Empfängerzeichenbeziehung. Was heißt ›Beinhalten‹? Beispiele für Beinhalten (das Beinhalten lässt sich mit Hilfe der von Bealer (vgl. 1982: 47ff.) vorgestellten »relativized predication« modellieren, vgl. SCHLABERG 2011: Kap. 2.4):

- Dass Inge glaubt, es regne, beinhaltet, dass es regnet.
(Proposition beinhaltet Proposition)
- Die Eigenschaft, zu glauben, dass es regnet, beinhaltet, dass es regnet.
(Eigenschaft beinhaltet Proposition)
- Die Eigenschaft von x, dass Inge glaubt, dass x tanzt, beinhaltet die Eigenschaft zu tanzen.
(Eigenschaft beinhaltet Eigenschaft)

Nun zu den kommunikativen Senderzeichen:

$Kom_1(x_2, x_4, B, X_3) \supset_{df}$
 x_4 beabsichtigt, dass
 $[\forall x_1 \{(B(x_1) \wedge Perceive(x_1, x_2)) \supset$
 $([Perceive(x_1, x_2)] bewirkt [x_1 \text{ glaubt, dass } [Senderzeichen(x_2, x_4, B, X_3)])])]$
 bewirkt
 $[[Perceive(x_1, x_2)] bewirkt [X_3(x_1)]]]$

$Kom_{n+1}(x_2, x_4, B, X_3) \supset_{df}$
 x_4 beabsichtigt, dass
 $[\forall x_1 \{(B(x_1) \wedge Perceive(x_1, x_2)) \supset$
 $([Perceive(x_1, x_2)] bewirkt [x_1 \text{ glaubt, dass } [Kom_n(x_2, x_4, B, X_3)])])]$
 bewirkt
 $[[Perceive(x_1, x_2)] bewirkt [X_3(x_1)]]]$

$Manip_n(x_2, x_4, B, X_3) \equiv_{df}$
 $\{Senderzeichen(x_2, x_4, B, X_3) \wedge \neg Kom_n(x_2, x_4, B, X_3)\}$

Sehen-in ist eine dreistellige Beziehung derart, dass:

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Sehen in}(x_1, x_2, x_3) \supset_L \\ x_1 \text{ glaubt, dass } [\neg(x_2 = x_3)] \end{array}}$$

Ich sehe in dem Bild x_2 (›Mona Lisa‹) nur dann eine bestimmte Person x_3 , wenn ich es für nicht identisch mit ihr halte (wesentlicher Unterschied zu Sehen-als, einer Beziehung zwischen x_1 , x_2 und einer *Eigenschaft*)

Bildrelevante Eigenschaften:

Die Senderbildbeziehung und die Bildeignung sind nun als zeichenrelevante Beziehungen zu begreifen:

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Bildgeeignet}(x_2, B, x_3, M) \equiv_L \\ \text{Empfängerzeichengeeignet}(x_2, B, [\text{Sehen in}(x_1, x_2, x_3) \wedge \text{Glauben, dass } [M(x_3)]]) \end{array}}$$

Empfängerreaktionsweise

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Senderbild}(x_2, x_4, B, x_3, M) \equiv_L \\ \text{Senderzeichen}(x_2, x_4, B, [\text{Sehen in}(x_1, x_2, x_3) \wedge \text{Glauben, dass } [M(x_3)]]) \end{array}}$$

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Kom}_n \text{Senderbild}(x_2, x_4, B, x_3, M) \equiv_L \\ \text{Kom}_n(x_2, x_4, B, [\text{Sehen in}(x_1, x_2, x_3) \wedge \text{Glauben, dass } [M(x_3)]]) \end{array}}$$

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Manip}_n \text{Senderbild}(x_2, x_4, B, x_3, M) \equiv_{df} \\ \text{Senderbild}(x_2, x_4, B, x_3, M) \wedge \neg \text{Kom}_n \text{Senderbild}(x_2, x_4, B, x_3, M) \end{array}}$$

Wenn wir etwas als etwas, zum Beispiel als Baum, sehen, sehen wir ihm immer mehrere Eigenschaften an (zum Beispiel Zweige zu haben, von Regen nass zu sein, ...). Sofern, etwas als etwas M sehen zu können, eine Voraussetzung dafür ist, etwas als M *in* etwas sehen zu können, ist das typische Sehen von etwas x_3 als M in etwas x_2 der Art, dass man x_3 in x_2 als Träger mehrerer Eigenschaften sieht.

⇒ Daher sind typische Bilder eher wie Abb. 7a als wie Abb. 7b



Abb. 7a



Abb. 7b

Nun wird deutlich, weshalb es z.B. korrekter ist, zu sagen ›Das Zeichen in Abb. 8 steht für eine Kirche‹ als ›Monets letztes Gemälde der Kathedrale von Rouen steht für eine Kirche.‹

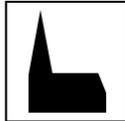


Abb. 8

Quelle: <http://de.academic.ru/dic.nsf/dewiki/117210> [letzter Zugriff: 10.05.2011]

Das Stehen-für beruht auf der Senderbildbeziehung von x_2 zu genau einer Eigenschaft M . Das ist zum einen nur kommunikativ machbar (in der Regel mittels eines Codes, der vom Sender als dem Empfänger bekannt angenommen wird). Zum anderen ist dann die Zuordnung von M zu dem Bild so eindeutig, dass man schlicht sagt, x_2 steht für ein M . So geht Stehen-für aus Sehen-in hervor. Symbole im Sinne von Senderbildern bzgl. genau einer Eigenschaft M sind aber bildartig genug, um sie zum Beispiel als Teilbilder wie Abb. 7b in Abb. 2 zu verwenden.

So ist die Analyse von Gegenständen als Senderbildern und ggf. als kommunikatives bzw. manipulatives Senderbild eine gute Voraussetzung für ein Verständnis von Symbolverwendung in unserer Kultur. Das geht weit über die hier behandelten Fälle hinaus, sofern sich Praktiken – zum Beispiel künstlerisches Handeln oder psychotherapeutisches Handeln – vor allem als manipulatives Zeichensenden begreifen lassen (vgl. SCHLABERG 2011: Kap. 2.4.7).

Die vorliegende Arbeit schlägt Explikationen zueinander in Familienähnlichkeiten stehender Eigenschaften vor, die als relevant dafür, dass etwas ein Bild ist, erachtet werden. Die deskriptiven Konstanten der Explikationen benennen Individuen – im Sinne all dessen, das thematisiert werden kann (vgl. CARNAP 1928: 1) – und jeweils einen von fünf ›Grundbegriffen‹, von denen vier für intentionale Beziehungen stehen. Gezeigt wird, wie dieser Apparat ein Verständnis spezifischer Merkmale bestimmter kultureller Praktiken, die als Zeichenpraktiken begriffen werden (hier am Beispiel Bildender Kunst kurz angerissen), sowie eine Abgrenzung bildartiger Symbole von typischen Bildern erleichtert.

Literatur

- BEALER, GEORGE: *Quality and Concept*. Oxford [Clarendon Press] 1982
- BEALER, GEORGE: Intensional Entities. In: EDWARD, CRAIG (Hrsg.): *Routledge Encyclopedia of Philosophy*. London [Routledge] 1998, S. 803-806
- CARNAP, RUDOLF: *Meaning and Necessity. A Study in Semantics and Modal Logic*. 5. Auflage. Chicago [U of Chicago P] 1967
- CARNAP, RUDOLF: *Der logische Aufbau der Welt*. Hamburg [Meiner] 1998

- GOECKE-SEISCHAB, MARGARETE LOUISE; FRIEDER HARZ: *Christliche Bilder verstehen*. Köln [Anaconda] 2010
- GOODMAN, NELSON: *Languages of Art. An Approach to a Theory of Symbols*. Indianapolis [Hackett Publishing Company] 1968
- GRICE, H. PAUL: Meaning. In: *Philosophical Review*, 66, 1957, S. 377-388
- HÖFLING, OSKAR: *Physik*. Bonn [Dümmler] 1975
- MEGGLE, GEORG: Kommunikation, Bedeutung, Implikatur – Eine Skizze. In: MEGGLE, GEORG (Hrsg.): *Handlung, Kommunikation, Bedeutung*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1993, S. 483-508
- PANOFKY, ERWIN: *Meaning in the Visual Arts*. New York [Doubleday & Company] 1957
- PANOFKY, ERWIN: *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. Köln [Dumont] 1978
- POSNER, ROLAND: Believing, Causing, Intending: The Basis for a Hierarchy of Sign Concepts in the Reconstruction of Communication. In: JORNA, RENÉ J.; BAREND VAN HEUSDEN; ROLAND POSNER (Hrsg.): *Signs, Search and Communication: Semiotic Aspects of Artificial Intelligence*. Berlin [de Gruyter] 1993, S. 215-270
- SACHS-HOMBACH, KLAUS; KLAUS REHKÄMPER (Hrsg.): *Bildgrammatik*. Magdeburg [Scriptum] 1998
- SCHIFFER, STEPHEN R.: *Meaning*. Oxford [Oxford UP] 1988
- SCHLABERG, CLAU: *Der Aufbau von Bildbegriffen auf Zeichenbegriffen*. Frankfurt/M. [Peter Lang] 2011
- WITTGENSTEIN, LUDWIG: *Philosophical Investigations*. Oxford [Blackwell] 1958
- WOLLHEIM, RICHARD: Painting as an Art. In: JANAWAY, CHRISTOPHER: *Reading Aesthetics and Philosophy of Art*. Malden [Blackwell] 2006, S. 244-270

Asmaa Abd Elgawad Elsebae

Computer Technology and its Reflection on the Architecture and Internal Space

Abstract

In *computer engineering*, micro-architecture, also called computer organization, is the way a given *instruction set architecture* (ISA) is implemented on a processor. A given ISA may be implemented with different micro-architectures. Implementations might vary due to different goals of a given design or due to shifts in technology. *Computer architecture* is the combination of micro-architecture and instruction set design. The interaction between computer architecture and technology is examined. To evaluate the attractiveness of particular technologies, computer designs are assessed primarily on the basis of performance and cost. The technology trends discussed concern memory size, design complexity and time, and design scaling. Opportunities and problems to be solved in the years ahead are identified.

Research content:

Architecture (computer science)	<ul style="list-style-type: none">• Definition of Architecture (computer science)• Design elements of the computer system• Processing architecture• Open and closed architectures	P2
Models of computer applications in architecture and interior design	<ul style="list-style-type: none">• Rapid prototyping• Digital Architecture	P 4
Digital form by computer design		P8
The application of computer technology in Galleries of modern art ›As a proposed project‹		P11

Tab. 1

1. Architecture (computer science)

1.1 Definition of Architecture (computer science)

Architecture (computer science), a general term referring to the structure of all or part of a computer system. The term also covers the design of system software, such as the operating system (the program that controls the computer), as well as referring to the combination of hardware and basic software that links the machines on a computer network. Computer architecture refers to an entire structure and to the details needed to make it functional. Thus, computer architecture covers computer systems, microprocessors, circuits, and system programs. Typically the term does not refer to application programs, such as spreadsheets or word processing, which are required to perform a task but not to make the system run.

1.2 Design elements of the computer system

In designing a computer system, architects consider five major elements that make up the system's hardware:

- The arithmetic/logic unit, arithmetic performs and compares numerical values.
- Control unit, directs the operation of the computer by taking the user instructions and transforming them into electrical signals that the computer's circuitry can understand. The combination of the arithmetic/logic unit and the control unit is called the central processing unit (CPU).
- Memory, stores instructions and data.
- Input, and output. sections allow the computer to receive and send data, respectively.

Different hardware architectures are required because of the specialized needs of systems and users. One user may need a system to display graphics extremely fast, while another system may have to be optimized for searching a database or conserving battery power in a laptop computer.

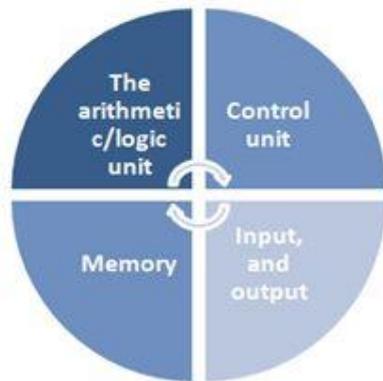


Fig. 1:
Design elements of the computer system

1.3 Processing Architecture

When a computer carries out an instruction, it proceeds through five steps:

- First, the control unit retrieves the instruction from memory—for example, an instruction to add two numbers.
- Second, the control unit decodes the instructions into electronic signals that control the computer.
- Third, the control unit fetches the data (the two numbers).
- Fourth, the arithmetic/logic unit performs the specific operation (the addition of the two numbers).
- Fifth, the control unit saves the result (the sum of the two numbers).

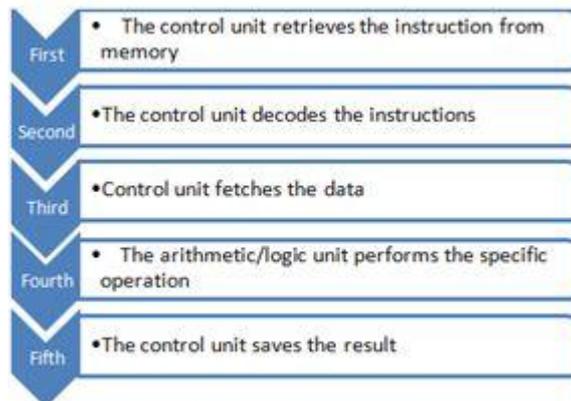


Fig. 2:
Processing steps of the computer system

1.4 Open and closed Architectures

The CPU of a computer is connected to memory and to the outside world by means of either an open or a closed architecture. An open architecture can be expanded after the system has been built, usually by adding extra circuitry, such as a new microprocessor computer chip connected to the main system.

The specifications of the circuitry are made public, allowing other companies to manufacture these expansion products.

Closed architectures are usually employed in specialized computers that will not require expansion—for example, computers that control microwave ovens.

2. Meta-design

There is no doubt that technology is integrated with our sensory and cognitive significantly, it means not only a particular type of communication methods, but also includes the way we perceive the environment in which we live. As the technology which depends on the transmission of information, and calculated to affect the patterns of production and working, knowledge, social relations and space vacuum.

All above lead to the transformation of traditional architectural design to meta-design with the exploration of combinations of time and place, as well as new applications that are represented in the architectural and interior design.

2.1. Definition

Meta-design (or meta-design) is an emerging conceptual framework aimed at defining and creating social, economic and technical infrastructures in which new forms of collaborative design can take place. It consists of a series of practical design-related tools for achieving this.

Architectural design intended to where the information associated with the installation of information and graphic description of the script and the spatial and dynamic shape to it, and my father also interface depends on the logic of computer technology and communication in communities connected by networks.

Beyond the design and deal with new senses, where it increases our knowledge and cognitive and affect significantly the awareness and emotional behavior and the meeting.¹

3. Models of computer applications in architecture and interior design

There are many computer applications in the field of architecture and interior design where there are a lot of programs that help the designer to clarify the

¹ Ola Mohamed Samir – smart architecture and its impact on the exterior and interior design – interior design department and furniture – Faculty of Applied Arts – Ph.D – 2006.

designs, also there are some programs that help to analyze the design, and a lot of other applications that were done manually and depends on the human factor and now it done by computer software.

3.1 Rapid prototyping

Rapid prototyping is the automatic construction of physical objects using additive manufacturing technology. The first techniques for rapid prototyping became available in the late 1980s and were used to produce models and prototype parts. Today, they are used for a much wider range of applications and are even used to manufacture production-quality parts in relatively small numbers. Some sculptors use the technology to produce complex shapes for fine arts exhibitions.

With additive manufacturing, the machine reads in data from a CAD drawing and lays down successive layers of liquid, powder, or sheet material, and in this way builds up the model from a series of cross sections. These layers, which correspond to the virtual cross section from the CAD model, are joined together or fused automatically to create the final shape. The primary advantage to additive fabrication is its ability to create almost any shape or geometric feature.

3.2 Digital Architecture

Digital Technology

Classified in the architecture of digital technology to several ideas, including the digital civilization, and digital techniques, digital facts, and digital design processes. Of digital technology's role in building and cyber visually or civilization based on the concept of optical cyber visual control through the realization re-encrypt of computer.

Using the mechanisms and many ideas associated with recoding perception machinery and computer, and adopted the techniques of virtual environments as mechanisms to re-encrypt the perception of civilization as a result of human exposure to information and digital intensively and face of the virtual environments that reflect the relationship between realization and performance of digital technology terminology.²

Building a Base for Digital Futures

Has ›the digital‹ been absorbed by the discipline or has ›the digital‹ absorbed the discipline? Architecture either continues to disintegrate or has reformed

² Akram Jassim, Ahmed Loay – the impact of digital technology in the ecological and biological formations in local architecture – Department of Architecture-University of Applied Sciences – Amman, Jordan-University of Technology-Baghdad, Iraq-UAE magazine Engineering Research 15/02/2010.

around a new definition of »the master builder«. Digital technology has opened a variety of new career opportunities for the digitally advanced architectural design. Some depictions of this trend have the discipline of architecture continuing to fragment into specialties. However, software has established platforms from which the activity surrounding a design project can be directed, managed, and built (BERMUDEZ/KLINGER 2003).

Defining Digital Architecture

Architecture is presently engaged in an impatient search for solutions to critical questions about the nature and the identity of the discipline, and digital technology is a key agent for prevailing innovations in architecture. Although, this is really nothing new, as new technology has always been a catalyst for new ideas in architecture. A positive digital future in architecture requires a clearer definition of principles and skills necessary to maintain a rigor in emerging digital projects.

What is digital architecture? Architectural ideas have found new forms of digital representations, as information reconfigures into digital visualizations, and projects evolve further as digital fabrications. However, using digital technology doesn't necessarily constitute creating digital architecture. Any new categorizations of architecture must connect equally with the critical as well as the technological skill base of the authors. Just as there is a difference between building and architecture, there is also a distinct difference between digitally generated projects and digital architecture.

The digital architecture projects still come to life through the lens of a familiar architectural process—as a critical problem solving activity that results in projects represented with a rigor and depth of idea and intention, albeit with a highly sophisticated digital tool skill set. Without new principles, many projects remain impenetrable and thus intimidating, or merely »interesting« (BERMUDEZ/KLINGER 2003).

Digital Tools

In the early stages of their engagement of computer technology, architects approached the technology as an assistive technology that would enhance the practice of architecture. The scope of the engagement was captured in the phrase »computer-aided architectural design.« In the four decades since, the role of computer technology in architecture has gained a marked significance. The scope has now been extended for architects to contemplate »totally computer-mediated architectural design.« The key in the development of digital tools to enhance the practice of architecture has been the facility with which the various tasks involved in the practice of architecture have been represented, enabled or enhanced using computer technology. The digital representation of architectural entities and the digital manipulation of those entities have provided alternate means to produce architecture. Drawing, modeling, performance simulation, design collaboration, construction management and

building fabrication are now routinely performed using computer based technology.

This success has revealed the untapped potential of the computational representation of architecture. Advances in computing based on the study of natural processes such as neural processing, genetic evolution and emergence now suggest that the elusive nature of creative architectural thought can be articulated enough to be applied in a technologically-mediated environment.

Digital tools may finally reveal what other architectural tools have hitherto concealed the architectonics of architecture. Therein lays promise. The future of digital tools rests on the extent to which architects can accept that exemplary architectural designs can be created in a computer mediated environment and that digital thinking is indeed architectural thinking.

Digital Design

Describing design as a sequence of steps cannot convey the complexity of social interactions that it embodies. Design is not merely a process, but a co-evolution of efforts and events in various places and times – both synchronous and asynchronous. Designers share their values, effort and expertise within design settings via artifacts that further the design process. Increasingly, these design settings in academia, research, and professional practice combine physical and virtual modalities such as immersion, projection, and a range of interaction technologies. The spaces described as cybrids: hybrids that integrate virtual and physical space.

In these settings, designers use overlapping physical and virtual artifacts and tools to arrive at a co-operative design resolution. Within collaborative design, these artifacts take on an additional role. As embodiments of design ideas and actions, they become media for communication. The technologies for this already exist in collaborative tools, networked computing, scanning and immersive media. However, it will take a creative vision to see how these disparate tools and devices can integrate within the ideal design setting.

Some of the projects which the computer helped in design.

Train station in Stuttgart – German

More striking and impressive actually in the building, it is the holes or eyes light, which is the most important architectural feature in the stunning design, making the building a symbol of the city as a whole. And other important attribute is that the ceiling will dock, to form a new arena Strasberg.

Regarding the sustainability criteria, is available in the project and sky-lights huge work to pump natural lighting on the tracks under the ground, with the use of photovoltaic panels on one of the nearby buildings, it be-

comes the entire complex city is consuming energy at all actually and all that by using computer technology.



Fig. 3:
Train station in Stuttgart

The Millennium Dome

The Body Zone project by Nigel Coates for the Millennium Dome is based on the assumption that the human body works like a miniature city, and the architecture in the city is represented by the bodies of a man and a woman. The human body is the most fascinating and complex object in the world. There has been no significant evolutionary transition in its shape, structure, composition or nature since Homo Erectus became Homo Sapiens between 100,000 and 150,000 years ago.

The Body Zone is designed to amaze, with the world's biggest physical representation of the human form, a rich and intellectually accessible exploration. Visitors are taken into the world of human biology and medical science. They explore the dramatic impact of lifestyle choices on the way our bodies appear and perform, not just illness but athletic prowess, reproduction, cosmetic alterations to the body and the future of fitness. This will consist of a sitting human figure taller than the Statue of Liberty. Visitors will enter on a walkway through the back into »an empty, cathedral-like space« through which they will travel upwards in a lift to a 360-degree observation platform in the head. From here, they will be able to look out over the whole area of the Dome.

The Body Zone project offered the opportunity for extensive experimentation with use of digital technologies in architecture to create volumes and forms, but also for the study of the structure, after Coates presented his initial clay prototype.

Also played a form of digital technology in many different styles of water movement and music with the lighting in the diversification formation and synchronization of compatible.



Fig. 4:
The Millennium Dom

Digital form by computer design

Definition

Through the adoption of CAD coding elements design and computer-generated formal relations of the model codes and digital codes reflect on how to install components with each other in sequence through a series of operations to a default, and stored in the program code is considered as a source to generate the Body Plan format.

The concept of body schema is that the generation of digital formats are stripped the configuration of the vertebral body to the abstract design elements and stored them in a virtual genetic code also for the production of new and exciting forms modified from the original and distinct from. The computer is trying to simulate human thought as far as possible to zoom in as close as possible to the human origin.

The operations to create and configure the types of architecture structures generated by itself in nature and it's dependent on the concept of using technology Pneumatics systems air in digital architectural design through the work of the similarity between the building design and composition of the organism body as a principle Self Organization, and this through by the software in turn derive structures formalism using Genetic algorithm to produce the most efficient use of materials and shapes in design.

And the impact of digital design began to appear where the generation of free forms of digital technology has affected the architectural formations, so as to achieve models of digital design through the design assis-

tant to create virtual spaces incorporate organic forms of natural and engineering, and benefit from them in the design.³

How to create a digital form by computer

Three ways to generate physical forms that link the shape and materials tectonic and spaces represented, first by using the appropriate structural elements through recycling generative line, second by using the line-born elements, that line of free movement within the space in three dimensions to create exciting forms, finally, the work points of the retina and then moved in space.

The user involved also in the development of generating process of digital format in the design of interior space, where it is to extract user data behavior by building models as a prototype form of virtual access to the patterns of formal initial design based on the use of Humanization of space and the use of a Virtual reality helmet, through the use of system virtual light system is for the purpose of recording the user responses data, which represent the reactions on the internal space and turn it in digital data

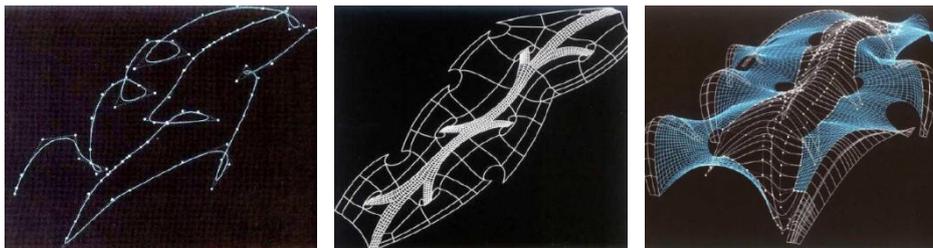


Fig. 5:
Methods of generating the physical shapes

The use of computer applications in architecture and design

The main aim of the use of computer-aided in architectural design is to know the needs of the user and show the interaction between environmental and internal space, and classified the form of internal space digital through digital technology into two types, the internal space of the digital method is considered as a way of thinking and design, or as a manufacturing. The axes of the application of technology are represented as:

- Digital architecture through information management.
- The connection speed and breadth of architecture participation through the international network of contact information for the teams design.
- Computer use in the design and production of architectural plans.

³ Akram Jassim, Ahmed Loay – the impact of digital technology in the ecological and biological formations in local architecture – Department of Architecture – University of Applied Sciences - Amman, Jordan - University of Technology – Baghdad, Iraq – UAE magazine Engineering Research 15 /02/2010.

- Control of operational systems in buildings.
- The role of digital technology in the control of the spaces and smart environments.
- Listen
- Read phonetically
- Dictionary - View detailed dictionary

How to design and produce digital form

There are many methods to create a digital form, we explain three of them:

- The generation process:
 - It is the production of shape using computer. Generating it is depend on a pacific reference to formal or non-specific (randomly j), since the beginning of to the final form.
- Modification process:
 - It is the production format using computer adoption by the amendment, addition, deletion, and manipulation elements and relations of the forms of formal or reference the specified pre-existing to the final form.
- Production figure by combining the two processes: (generation & modification)
- That the final form mixed between both of the generation and modification process.

In the following paragraph the methods and tools of digital technology:

- Generative line:
 - Rotate the line of free movement within a certain space in three dimensions to create forms.
- Tectonic element method (structural method):-
 - The adoption of appropriate architectural elements or a part of special architectural elements and use them to make a new forms.
- Point method retina: -
 - Adoption of the points to the specific Web relations and move it in space, for the production of new forms.
- Liquid-crystal state mechanism case:
 - Switch between steel and fluid, through the introduction of forces on the design and to make it in a state of permanent change.
- Formal abstraction mechanism (abstract the natural form):
 - Forms of snails, crustaceans, vertebrates, plant and biological structures bubble and gatherings.
- Formal mechanism simulation (simulation of natural shapes and organic).
- Genetic code and digital default:

- Absorb the forms or references and formal representation in mathematical relations, functions, and (genetic code) as coding elements and formal relations of the model codes and digital codes express how to install the elements and forms with each sequence and stored within the computer program code to be ready as models can be modified.

Process	Natural Form	Final Design
Stripped the structure of the form of pinion		
Draw the shape is derived from the stripped pinion and storage genetic code line for adoption profile generator		
Lifting and moving part is derived from the pinion to build one side of the new construction system		
Stripped the form of living water (lagoon) wavy.		
Draw the shape is derived from the living water Stripped and storage (genetic code) for adoption as a path . morphing path of formation for the generation and construction of the formation of organic		

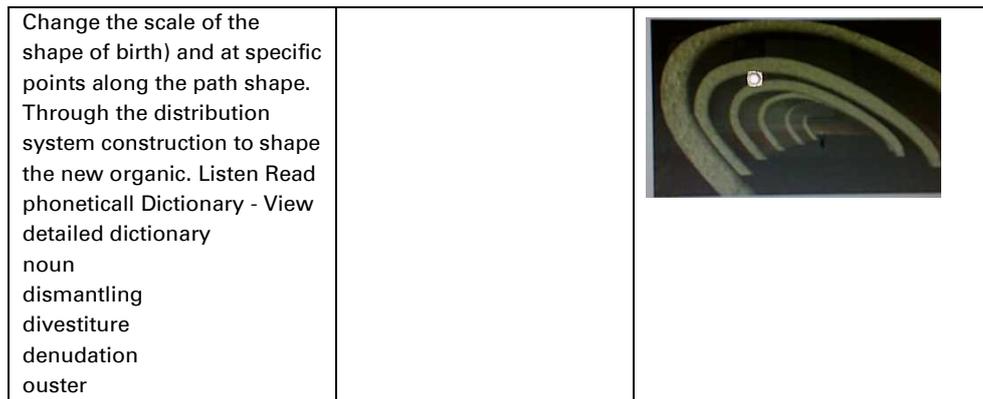


Fig. 6:
Some of the method and tools of digital technology to create forms⁴

The application of computer technology in Galleries of modern art

›As a proposed project‹

Read phonetically

noun

1. utilization
2. employment

Galleries and museums of fine and decorative art increasingly deploy computer-based interpretation devices such as Personal Digital Assistants and information. Museum managers hope that such new technology will help raise visitor numbers, attract new audiences and enhance visitors' experience of exhibits.

The findings are used to assess the deployment of new technology in exhibitions, to provide practical information to managers and designers who plan and develop such technologies for art museums and to show how ethnographic and video-based methods can contribute to current practice in museum accounting.

Use the PDAs with portable devices with a small screen that display information and can be used to make selections by virtue of a touch-screen interface. They can deliver multimedia content, text and images as well as sound and video-files. The visual content appears on the screen whilst the audio-information is delivered via headphones. The PDA gives information about a painting. It describes certain features of the artwork highlighted by an image on the PDAs screen. The information is designed to encourage the viewer to look at those specific exhibit features.

⁴ Akram Jassim, Ahmed Loay – the impact of digital technology in the ecological and biological formations in local architecture – Department of Architecture – University of Applied Sciences – Amman, Jordan – University of Technology – Baghdad, Iraq – UAE magazine Engineering Research 15 /02/2010.

Concept of the design of the Gallery of Modern Art

Adopt the idea for the design of the proposed Gallery of Modern Art on the application and use of modern computer technology in all elements of the exterior and interior styling, as it turns from the room of the exhibition hall contains technical seminars on all audio-visual equipment should be available for this purpose.

1. Design idea is based on stripping the form of the fetus in the womb, where the researcher try to make a link between the fetus , where it is the basis and beginning of life, and the galleries of art, where it is the source continece of art also. The design center of the hall is the focus of the pulse design, such as the heart is the pulse of life.



Fig. 7:
Design idea from abstraction of fetus

2. The use of computer technology in the work of the main idea of the proposed design, such like Auto-Cad, 3D Cad, Photoshop programs. And also using of computer technology in the operation room.

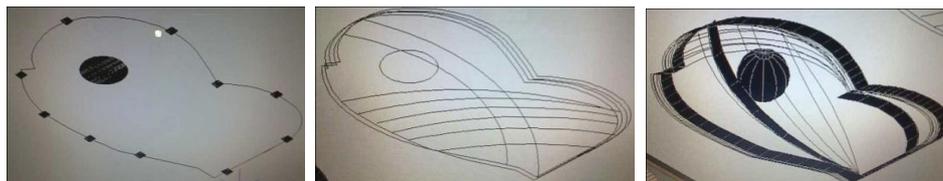


Fig. 8:
Design by computer programs

3. The application of sustainable design feature: All components of the Hall removable and re-installation and cooled by walls and floors and ceilings are all removable and installation.
4. The application of property of the natural environment in Architecture: Through the using of the inner courtyard in the interior architectural design of the hall and to provide natural lighting of the building.
5. Idea design of the project deepened on be the hall removable and installation of walls, ceilings and floors to be re-design and modify the design according to function in a vacuum. The Hall contain structure consists metallic component of metallic stripe and the corner of metal is

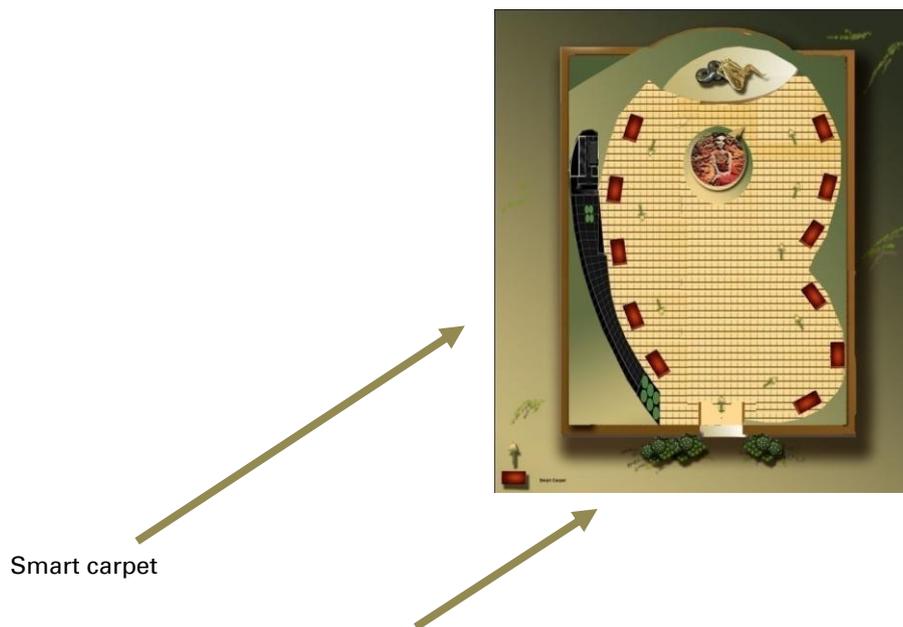
installed with each other, and the floor consists of a metal structure corner of the form, covered with sheets and materials inside. The isolation of walls are designed through standard size frame structure made of metal is coated poley Plexiglas.

6. Achieve interactive design: Where the interaction between environmental conditions and with the functional requirements of the user through the use of technology sensors, where sensors are used through the following:

a) Occupant Sensors: It is used to increase the lighting industrial works of art when that segment by the visitors, and thus reduce the lighting When there is no people in the room, and the use of such technology are reducing the energy consumed in the process of lighting.

Temperature Sensors: It works to adjust the temperature of the room through the compilation of information by sensors and sent to the console, which in turn gives a signal to the electronic systems modify the internal environmental conditions of the room to fit the ideal environmental conditions that have been seized⁵

b) use Smart carpet where they interact with the visitor when standing in front of each work of art show a screen where the data about the artist then the data for classification and painting artwork.



At the beginning there is an entry mark on the floor moving with visitor matched with him the direction and until he reach to inside.

Fig. 9:
Plan for purposed design

⁵ Ola Mohamed Samir – smart architecture and its impact on the exterior and interior design - interior design department and furniture – Faculty of Applied Arts – Ph.D - 2006.



Fig. 10:
Section for purposed design

- c) Make a room that when a visitor might select a particular work because of its color or style. Information is displayed on one wall highlighting the relationships between the selected work and other pieces from the collection. Another wall provides detailed information about the piece, while a third wall identifies the gallery housing the selected piece. Multiple users can explore within many works at one time.

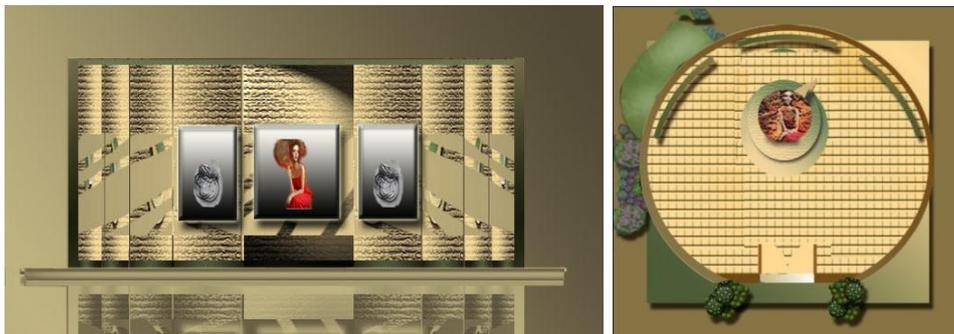


Fig. 11:
Design of show room.

- d) Furthermore, social networking sites such as Facebook and Twitter can serve as marketing or communication tools to access the public in a more personalized or casual manner than traditional museum advertisements or publications.

Results and recommendations

- The growing sophistication in the field of software and digital is growing, therefore reflected the architecture and interior design, which could be classified under the name of access to new digital architecture is to be followed by a group of foundations and which they can build upon this new concept of design.

- In order to prepare for the future composition of architecture and design continues with the present and face the future to serve the community, consistent with the digital life of contemporary societies.
- Spreading the culture of digital architecture and activate the role of a digital, through activities, information and visual aids, which specializes in digital express.
- Emphasis on the role of visual digital design and activating the role of digital formats in design and architecture processors.
- Integration of visual and forms with the architecture, design and the surrounding environment in a manner dependent on the philosophical emphasis on the configurations and digital analysis .
- Emphasis on the role of advanced digital technology as the main alternative to activate the relationship between designer, construction materials and sites, also use new advanced technologies building materials in order to contribute to the implementation of projects.

References

BERMUDEZ, JULIO; KEVIN KLINGER (Hrsg): Digital Technology & Architecture (White Paper). Submitted to the NAAB by ACADIA. 2003

Julian Wangler

**Mehr als einfach nur grau.
Die visuelle Inszenierung von Alter
in Nachrichtenberichterstattung
und Werbung**

Abstract

We are all part of a *visual culture* in which media provide us with images every day. That has consequences for the general transfer and perception of old people resp. seniority. Depending on the genre and target audience, media construct the last period of life by recurring visual representation and interpretation patterns. Hence age, as a construction of media, is being instrumentalized intentionally. This essay displays the results of an examining study about visual production of age in news reporting and advertising.

Wir alle sind Teil einer *visual culture*, in der uns Medien tagtäglich mit Bildern versorgen. Das hat auch Konsequenzen für die allgemeine Vermittlung und Wahrnehmung von älteren Menschen bzw. Seniorität. Abhängig von Genre und Zielgruppe entwerfen Medien die letzte Lebensphase über wiederkehrende bildliche Darstellungs- und Deutungsmuster. Für Alter bedeutet dies, dass es als medienförmiges Konstrukt gezielt funktionalisiert wird. Der nachfolgende Aufsatz stellt die Ergebnisse einer explorativen Studie zur visuellen Inszenierung von Alter in Nachrichtenberichterstattung und Werbung dar.

1. Alter zwischen demografischem Wandel und visueller Mediatisierung

Zu Beginn des 21. Jahrhunderts stehen die westeuropäischen Gesellschaften, insbesondere die Bundesrepublik Deutschland, immer stärker im Zeichen des demografischen Wandels: Die Gruppe älterer Menschen nimmt quantitativ deutlich zu. Gleichzeitig kann immer weniger von ›dem‹ Alter und ›den‹ Alten die Rede sein. Sowohl im Hinblick auf Lebenslagen als auch Lebensstile differenziert sich Seniorität gegenwärtig stark aus. Marketingexperten unterscheiden mittlerweile drei Milieus älterer Menschen: traditionelle ›passive Ältere‹, die zurückgezogen leben und Volksmusik bevorzugen, ›kulturell Aktive‹ mit gesundheitsbewusster, kulturinteressierter Lebensführung sowie ›erlebnisorientierte Aktive‹ bzw. ›clevere Kosmopoliten‹, die experimentierfreudig mit der Zeit gehen und weder größere Unternehmungen noch die Aneignung neuer Medientechnologien wie Internet oder Handy scheuen (vgl. SCHINDELBECK 2006: 1; TNS EMNID 2004).

Bedingt durch die sich rapide ändernde demografische Situation und das Erstarken neuer, ergrauter Käuferzielgruppen haben auch und gerade Medien damit begonnen, das Alter verstärkt zum Thema zu machen. Indem sie – unter den Gesetzmäßigkeiten von Selektion und Salienz – bestimmte Aspekte und Standpunkte in Bezug auf ältere Menschen aufgreifen und diese im Rahmen genrelogischer Inszenierungen gezielt funktionalisieren, reflektieren sie einerseits gesellschaftlich verbreitete Altersvorstellungen, andererseits wirken sie auch auf letztere zurück. Auf diese Weise lässt sich Alter derzeit als nahezu mustergültiges Beispiel für Vorgänge der Mediatisierung begreifen, im Zuge derer kultureller Wandel nicht mehr länger getrennt von Medienkommunikation betrachtet werden kann (vgl. HARTMANN 2007: 403).

Die allgemeine Mediatisierung erfährt gegenwärtig ihre spezifische Ausprägung durch eine »Mediatisierung des Sehens« (LOBINGER 2011: 23). Die Ablösung einer Kultur des geschriebenen Worts durch eine »visual culture« (DIKOVITSKAYA 2005; MORRA/SMITH 2006) hat nicht zu unterschätzende gesamtgesellschaftliche Folgen: »Dass wir uns im Alltag *durch* Bilder verständigen, bedeutet, dass unsere Welt, unsere gesellschaftliche Wirklichkeit durch Bilder nicht nur repräsentiert wird, sondern auch konstituiert wird« (BOHNSACK 2003: 242, Herv. im Original) Je nach Genre und Publikum stellen funktional differenzierte mediale »Symbolverkäufer« (WILLEMS 2005: 115) Bilder »als erlebte Wirklichkeit« (SCHROETER 2012: 164) massenhaft zur Verfügung, die aufgrund ihres hohen Authentisierungs- und Ästhetisierungsgrads eine äußerst kontrollierte Konstruktion von medialen Botschaften erlauben. Durch den ikonenhaften Charakter von visueller Kommunikation sind diese Bilder imstande, implizit Botschaften an das Publikum heranzutragen, die in offen verbalisierter Form keinen Anklang finden würden (vgl. MESSARIS 1997).

Für die Wahrnehmung und Vermittlung des höheren Lebensalters bringt die Durchsetzung einer visuellen Medienkultur folglich eine zentrale Konsequenz mit sich: Der alternde Körper rückt stellvertretend für den älter-

werdenden Menschen auf die mediale Bühne und damit in den Mittelpunkt der allgemeinen Betrachtung. Infolgedessen ist in der Moderne »die persönliche Fassade zur zweiten Natur des [betagten] Menschen geworden« (SCHROETER 2012: 160). Medienlogisch inszenierte Korporalität lässt dem betagten Körper eine doppelte Codierung zuteilwerden: »als Erscheinungs- oder Erkennungsalter, das einer Anzahl von Jahren zugeordnet wird, einerseits und als Seins- oder Eigenschaftsalter andererseits« (WILLEMS/KAUTT 2002a: 98). Letztlich wird so die Materialität der alternden Erscheinung stets in Bedeutung und Information überführt, abhängig von den jeweils geltenden sozio-kulturellen Konventionen sowie den Sinn- und Verstehensperspektiven, die mediale Angebote in unterschiedlichen Programmbereichen vorgeben. Im weiteren Verlauf und unter den Bedingungen einer konsonanten und kumulativen Mediendarstellung kann dies zu einer Revidierung von Körperkonzepten, Geschlechtervorstellungen und Werthaltungen gegenüber Menschen im höheren Lebensalter führen (vgl. FILIPP/MAYER 1999: 212).

2. Fragestellung und methodisches Vorgehen

In der folgenden Untersuchung steht die Frage im Vordergrund, in welcher Weise der ältere Körper in einschlägigen medialen Programmbereichen in Szene gesetzt wird und »welche Grammatik von Erwartungen« (GOFFMAN 1977: 339) er vorgibt. Auf Basis des in der Medien- und Kommunikationswissenschaft etablierten Framing-Ansatzes besteht das Ziel darin, über ein qualitativ-exploratives Verfahren und unter Berücksichtigung des Forschungsstands grundlegende Darstellungs- und Deutungsmuster von Alter zu erschließen. Solche Frames werden hier als »Informationsbündel« verstanden, die Objekte aus unterschiedlichen Kontexten zu Bezugsrahmen verdichten und dem Rezipienten subtile Verstehens- bzw. Deutungsanweisungen vorgeben (vgl. DAHINDEN 2006; SCHEUFELE 1999: 145).¹ Die Wahl fällt auf die Programmbereiche Nachrichtenberichterstattung² und Anzeigewerbung³, da bei-

¹ Die Bestimmung der Frames erfolgt nicht willkürlich, sondern mithilfe einer Reihe von altersrelevanten Bestimmungsindikatoren. Hierzu zählen: Thema, soziales Umfeld älterer Menschen, zahlenmäßiges Auftreten älterer Menschen, Geschlecht älterer Menschen, Akteursstatus älterer Menschen (aktiv/passiv), Personenkonstellation, Beziehung Alt-Alt, Beziehung Alt-Jung, Darstellungsperspektive, physiologische Altersmerkmale bzw. weitere alterstypische Merkmale/Hilfsmittel, Gesichtsausdruck älterer Menschen, Rolle bzw. Eigenschaften älterer Menschen und Bewertungstendenz. Es wird nicht ausgeschlossen, dass mehrere Frames in einer Darstellung auftauchen können; hier geht es jedoch um das Ableiten von klar konturierten Prototypen. Zudem besteht kein Anspruch auf Repräsentativität.

² Die Zugriffskriterien für den Bereich Nachrichtenberichterstattung wurde folgendermaßen definiert: a) meinungsbildende deutsche Nachrichtenmagazine (*Focus*, *Der Spiegel* und *Spiegel Special*, *Stern*), Sonntagszeitungen (*Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, *Welt am Sonntag*) und Wochenzeitungen (*Die Zeit*); b) Erhebungszeitraum: 01.01.1999 bis 08.04.2012; c) Beiträge mit mindestens 500 Wörtern; d) Beiträge mit mindestens einer Abb.; e) Beiträge mit erkennbarem Bezug zum Thema Alter.

³ Die Anzeigewerbung wurde über das Archiv des Marketingportals *Horizont.net* selektiert, unter Berücksichtigung folgender Zugriffskriterien: a) meinungsbildende deutsche Nachrichtenmagazi-

de Genres einen sehr unterschiedlichen Umgang mit Bildern pflegen und zudem häufig Gegenstand kontroverser Einlassungen über die Repräsentation älterer Menschen in den Medien sind. Letztlich ist daher auch von Bedeutung, was die identifizierten Darstellungsmuster über den Umgang der Medien mit Alter aussagen.

3. Alter in der Nachrichtenberichterstattung

Der Stellenwert von Bildern für den Journalismus wird bereits seit längerem diskutiert. Autoren, die das Pressebild untersuchten, argumentieren mit dessen enormem Authentizitäts- und dadurch Glaubwürdigkeitswert für das Publikum: Fotografische Aufnahmen im Journalismus führten dazu, dass Rezipienten sich als Zeugen einer verlässlich dokumentierten Wahrheit fühlten (vgl. GRITTMANN 2007: 397). Mit diesem Bildern nachgesagten Beeinflussungspotenzial ist jedoch auch Kritik verbunden, was sich gerade am Beispiel der fotografischen Thematisierung von Alter illustrieren lässt. Da es, wie viele Autoren ins Feld führen, zum Wesen von Nachrichtenberichterstattung zähle, negative Ereignisse zu bevorzugen und diese regelmäßig zu überspitzen, entstünden bei der Berichterstattung über Alter allzu oft sensationalistische Entwürfe einer unheilvollen demografischen Entwicklung in die Pflegegesellschaft (vgl. DIERL 1989; EICHELE 1982). Zudem fördere die Art und Weise der Berichterstattung über das intergenerationelle Verhältnis eine suggestive Wirkung beim Publikum, wodurch altersdiskriminierende Haltungen heraufbeschworen würden (vgl. GRIESWELLE 2002; SCHIRRMACHER 2004). In dieser Studie konnten drei grundlegende Darstellungsmuster von Alter im Nachrichtengenre identifiziert werden:

Frame 1: *Alter als menschlicher Niedergang*

Das erste visuelle Darstellungsmuster modelliert Seniorität als Zustand des physischen und psychischen Niedergangs, der mit einem schier unentrinnbaren Leidensschicksal einhergeht. Die Umgebung, in der ältere Menschen gezeigt werden, ist fast immer ein Pflegeheim oder Krankenhaus. Häufig scheint es sich um hochaltrige Personen zu handeln, da zumeist alle gängigen Altersmerkmale – graue Haare oder Glatze, faltige Haut und gebückte Haltung – deutlich erkennbar vorhanden sind. Verstärkt werden diese Old Age Cues durch den Gebrauch alterstypischer Hilfsmittel wie Rollatoren, Gehstöcke und Krücken. Nicht selten sind auch medizinische Einrichtungsobjekte wie spezielle Pflegebetten und Gerätschaften im Bild zu sehen, um die Hospitalatmo-

ne (*Focus*, *Der Spiegel*, *Stern*), Sonntagszeitungen (*Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, *Welt am Sonntag*) und Wochenzeitungen (*Die Zeit*), *Apothekenumschau* und kostenlose Programmzeitschrift *rtv*; b) Erhebungszeitraum 01.01.2005 bis 08.04.2012; c) Beiträge mit mindestens einer Abb., die eine oder mehrere ältere Personen zeigt.

sphäre in diesem Darstellungsmuster kenntlich zu machen. Obwohl die Titel und Beitzexte der entsprechenden Artikel fast immer das Massenphänomen ›Pflegerotstand‹ beklagen, werden auf der bildlichen Ebene niemals mehrere oder viele ältere Personen dargestellt, sondern das Alterselend üblicherweise anhand einer ausgewählten älteren Person veranschaulicht. Jenseits dieser allgemeinen Feststellungen zum ersten journalistischen Inszenierungsschema können drei Frameaspekte unterschieden werden, die sich jeweils mindestens einem wiederkehrenden fotografischen Motiv zuordnen lassen.

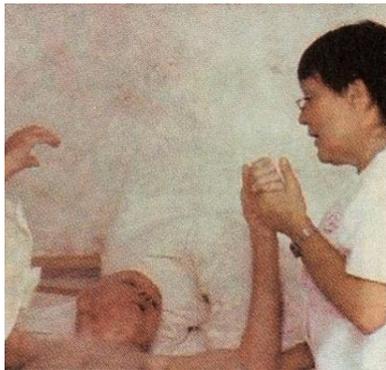


Abb. 1:
Focus 4/2004



Abb. 2:
Der Spiegel 47/2002

Ein Motiv expliziert den Niedergang im Alter als *Ohnmacht und Fremdbestimmung*. Ältere Menschen werden oftmals als bettlägerig und handlungsunfähig gezeigt. Dass sie auf Hilfe angewiesen sind, wird durch ein klar erkennbares Abhängigkeitsverhältnis zu mindestens einer jüngeren Person demonstriert, bei der es sich überwiegend um eine weiß gekittelte Pflegerin handelt, seltener um eine Person, die Gesten der intimen Zuneigung verwendet und insoweit das eigene Kind sein könnte. Normalerweise ist die HelferIn im Augenblick der Aufnahme bei einer unterstützenden Tätigkeit anzutreffen, die meist auf alltägliche und grundsätzliche Versorgung (z.B. Füttern, Waschen, Anziehen, Schieben des Rollstuhls in einen anderen Raum), deutlich seltener auf einfachere soziale Beschäftigungen abstellt.

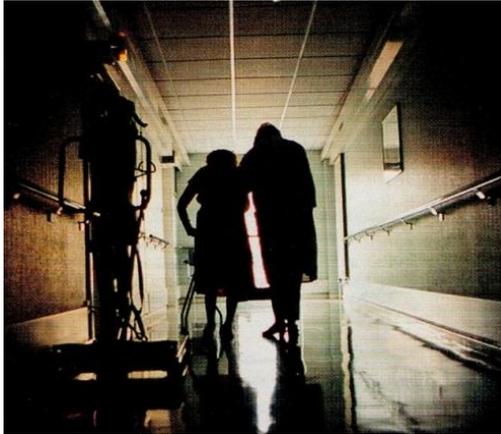


Abb. 3:
Der Spiegel 15/2011



Abb. 4:
Stern 31/2000

Eine zweite Spielart des ersten Frames findet sich in Form einer Darstellung von *Alter als Vereinsamung*. Diese scheint einem besonders konventionalisierten Motiv zu unterliegen, das häufig und in nur geringer Variation wiederkehrt. Gezeigt wird eine – manchmal durch einen Helfer unterstützte – gebückt gehende oder im Rollstuhl sitzende hochaltrige Person, die in einem langen, leeren Gang wartet oder ihn passiert. Der Korridor wirkt steril und die Lichtverhältnisse erscheinen befremdlich: Sowohl düstere als auch grelle Szenen können als Anspielung auf die Dämmerung der Existenz im Alter verstanden werden.

Im dritten Motiv wird Alter als *Warten auf den Tod* visualisiert. Ähnlich der erstgenannten Darstellungsvariante ist die ältere Person üblicherweise im Bett liegend vorzufinden; ein Pfleger ist jedoch nicht anwesend. Auch wirkt der betagte Mensch nicht so paralysiert wie im ersten Motiv. Häufig kommt ein halbtotales Bildausschnitt zum Einsatz, um mehr vom Gesicht der betagten Person zu zeigen, das nicht selten ermattet, verbittert oder trostlos wirkt. In einigen Fällen sind Erinnerungsgegenstände an die eigene Familie, wie z.B. Fotos, im Bild zu erkennen, doch weder Partner noch Kinder oder Enkel sind anwesend.



Abb. 5:
Stern 31/2002



Abb. 6:
Focus 39/2004

So entsteht der Eindruck, als gebe es für die ältere Person nichts mehr zu tun als in Stille und Einsamkeit auf das Ende zu warten. Gefördert wird die Implikation eines sich unaufhaltsam auflösenden Lebens, indem Unschärfefeh-

Julian Wangler: Mehr als einfach nur grau

ren zum Einsatz kommen, wodurch Vorder- oder Hintergrund des Bilds verschwommen erscheinen.

Frame 2: *Alter als (Über)Macht*

Anders als im ersten Darstellungsmuster erscheinen ältere Menschen im zweiten identifizierten Frame nicht als passive, hilflose und leidende Bedürftige. Stattdessen hebt es auf Alter als Machtfaktor ab, welcher das Gemeinwesen in hohem Maße politisch, ökonomisch und institutionell tangiert sowie das alltägliche Miteinander neu ordnet. In Anbetracht der demografischen Wende wird »das Gefühl einer drohenden Übermacht« beschworen, die »den letzten Freiraum besetzt« (THIMM 2009: 163). Zwei auffällige Frameaspekte können benannt werden.



Abb. 7:
Die Zeit 13/2009



Abb. 8:
Focus 39/2000

Der erste Aspekt beinhaltet alltäglich anmutende Situationen, in denen aus erhöhter Perspektive größere Menschenmengen zu sehen sind: öffentliche Plätze, Flaniermeilen, Geschäfte oder Kaufhäuser. Zunächst scheinen die auf dem Bild zu erkennenden Personen ganz willkürlich eingefangen worden zu sein. Bei genauerem Hinsehen fällt jedoch auf, dass es sich ausschließlich um Menschen im Rentenalter handelt, die die öffentlichen Szenen bevölkern; von jüngeren Personen dagegen ist keine Spur. In diesem Motiv gilt also: *Alter verdrängt Jugend*.



Abb. 9:
Focus 40/2000

Eine weitere Spezifizierung des zweiten Darstellungsmusters modelliert einen von älteren Menschen ausgehenden *Generationenkonflikt*, bei dem i.d.R. das Thema Rente bzw. Sozialsysteme eine prominente Rolle spielt. Auffallend häufig wird der eigentlich für Nachrichtenbilder typische authentisierende Charakter aufgegeben. Stattdessen wird mit Bildmontagen, illustrativen Zeichnungen oder Karikaturen gearbeitet, um die antagonistische Situation älterer gegenüber jüngeren Menschen zu verdeutlichen. Bevorzugt werden stark symbolisch besetzte Darstellungen: Ältere und jüngere Personen sitzen auf einer Wippe, die zugunsten ersterer gekippt ist; ein deutlich angestrenzter Leistungsträger im mittleren Alter (erkennbar durch seinen Büroanzug) kutschiert zwei Senioren auf einer Rikscha. Die Tatsache, dass ältere Menschen in diesen bildlichen Entwürfen als Problem oder gar Provokation aufgefasst werden können, leitet sich jedoch nicht allein durch den Umstand ab, dass sie ein demografisches Übergewicht haben oder sich eine immer kleiner werdende Gruppe von Beitragszahlern für sie ›abstrampeln‹ muss. Vielmehr ist es die wohlhabend wirkende Kleidung (z.B. Hut, Anzug, Kleid), anhand derer ersichtlich wird, dass Rentner sich auf Kosten der Jüngeren ein bequemes Leben machen, bei dem es nicht mehr um bloße Existenzsicherung, sondern auch ums Vergnügen geht. Stark unterstützt wird dies durch die Mimik und Gestik der Älteren, die häufig süffisant lächeln oder den Jüngeren zuwinken.



Abb. 10:
Die Zeit 15/2011

In einer dritten Spielart fehlen, wie im Aspekt *Alter verdrängt Jugend*, jüngere Personen. Die Darstellung ist oftmals karikaturartig und zeigt übertrieben vornehme Senioren, die in Anzug und Kleid am Banketttisch sitzen und mit Sektgläsern anstoßen oder sich – ebenfalls in gut betuchter Erscheinung – auf dem Sonnendeck eines Kreuzfahrtschiffes tummeln, während sie bedient werden. Die Tatsache, dass die älteren Personen einander stark ähneln und junge Leute nirgends zu finden sind, kann als stilistisches Mittel verstanden werden, die hoffnungslose Vermehrung der reichen, ›schmarotzenden‹ Rentner zu veranschaulichen.

Frame 3: *Alter als neuer Aufbruch*

Während in den ersten beiden Darstellungsmustern ältere Menschen zwar sehr unterschiedlich, dafür aber in negativer oder provokanter Weise illustriert werden, bildet der dritte identifizierte Frame einen deutlichen Kontrast. Wie auch im Fall des Darstellungsmusters *Alter als (Über)Macht* tauchen ältere Menschen hier in öffentlichem Umfeld auf. Allerdings wird ihnen ein positives Image zugeschrieben, indem eine glückliche und erfüllte Lebenswirklichkeit präsentiert wird, die keine Bedrohung für das Generationenverhältnis, sondern aufgrund deutlich verjüngt wirkender älterer Personen eher Hoffnung bereithält. Nichtsdestotrotz scheint die Inszenierung des nachrichtenwertträchtigen Phänomens der ›jungen‹ Alten nicht nur von Faszination getragen zu sein, sondern lässt die zuweilen (über)vitalen bzw. jugendfixierten Rentner gelegentlich auch skurril wirken. Dieser dritte Frame ist der komplexeste und weist zahlreiche Motive auf, die insgesamt fünfübergeordneten Frameaspekten zugeordnet werden können.



Abb. 11:
Focus 9/2005



Abb. 12:
Stern 14/2012

Ein erstes Motiv zeigt *Alter als (körperliche) Aktivität*. Ältere Menschen werden zumeist als Paar oder Gruppe in einem Freizeitumfeld eingefangen. Dabei wird inszenatorisch mit der Erwartungshaltung des Betrachters gespielt, denn die dargestellten Senioren erscheinen ihrer Konstitution nach ungewöhnlich fit, unternehmungslustig und sogar sportlich: Sie werden nicht etwa beim alltäglichen Spaziergang oder bei der Seniorengymnastik präsentiert, sondern bei Aktivitäten, die man sonst jüngeren Leuten zuschreiben würde (z.B. Joggen, Schwimmen, Inlineskate- und Fahrradfahren, Individualreisen). Auch die Kleidung der zumeist lächelnden älteren Personen erinnert nicht selten eher an ihre Kinder- und Enkelkindergeneration (z.B. T-Shirts, Kappe, kurze Hosen). Als Kontrast zu ihrer jugendlich anmutenden Freizeitbeschäftigung stechen klar erkennbare Altersmerkmale hervor, die sich auf Haut und Haare konzentrieren. Die vermeintlich unumstößlichen Grenzen zwischen Alt und Jung scheinen zu verschwimmen.



Abb. 13:
Spiegel Special 6/2006

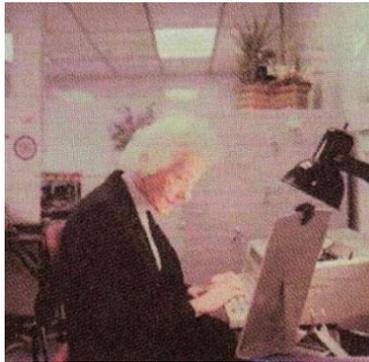


Abb. 14:
Focus 16/2004

Eine zweite Form, verjüngte Senioren aufmerksamkeitsregend zu visualisieren, besteht in der Inszenierung von *Alter als geistige Vitalität*. Zwei Motive sind hierbei prominent vertreten. Zum einen werden ältere Menschen präsentiert, die im Hörsaal einer Universität dem Seniorenstudium nachgehen, häufig in Begleitung weiterer älterer Kommilitonen. Zum anderen werden Senioren – entweder in einem beruflichen, zumeist aber privaten Umfeld – am Computer bzw. beim Internetsurfen gezeigt, die scheinbar mühelos die Technik für ihre Zwecke einzusetzen verstehen.

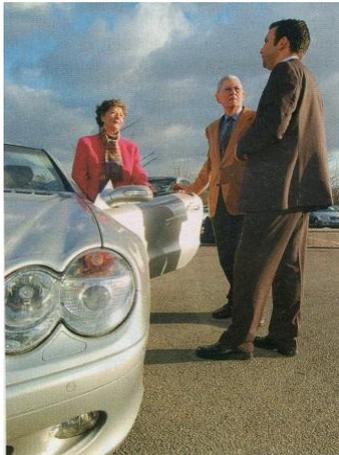


Abb. 15:
Spiegel Special 6/2006



Abb. 16:
FAZ Sonntag 16/2011

Der dritte Frameaspekt spielt auf *Alter als Markt* an. Auch hier werden oftmals symbolisierende Darstellungen verwendet. Beliebt ist beispielsweise die Präsentation gut gekleideter Senioren, die in Anwesenheit eines mutmaßlichen Geschäftsmannes in der Nähe eines teuren Autos stehen, immer noch Sinnbild für hohe Kaufkraft. Daneben ist bezeichnend, dass dieser Frameaspekt übermäßig oft an älteren Frauen expliziert wird, über die sich sowohl körperliche Verjüngungsstrategien als auch Kaufkraft symbolisieren lassen. Vertreten sind dabei totale Einstellungen, die elegant gekleidete Seniorinnen z.B. mit Einkaufsstützen abbilden, aber auch einzelne Körperbereiche, darunter v.a.

Gesicht und Hände als wichtige »Konsumzonen« des älteren Körpers. Mit den Worten von Haimann kann man die Implikationen dieser Altersrepräsentation wie folgt deuten: »Immer sind sie [Senioren] in bester gesundheitlicher Verfassung, immer verfügen sie über reichlich Vermögen und immer scheinen sie wild entbrannt zu sein, das Bruttosozialprodukt durch eifrige Käufe in die Höhe zu treiben« (HAIMANN 2005: 116).



Abb. 17:
Focus 43/2001



Abb. 18:
Stern 47/2002

Die vierte Variante, ältere Menschen positiv zu visualisieren, betrifft den Aspekt *Alter als Partnerschaftsidylle*. Basierend auf der hintergründigen Vorstellung, »dass die Alten sich gern auf sich selbst bzw. ihre (alte) Partnerschaftsbeziehung zurückziehen« (WILLEMS/KAUTT 2002b: 645), wird das Alter als geborgener Rückzugsort gezeichnet, wo v.a. Beziehungs- und Familienwerte hochgehalten und gelebt werden. Auf den Bildern wird i.d.R. eine harmonische Zweierbeziehung dargeboten, gelegentlich ergänzt durch die Anwesenheit von Enkelkindern. Gerade in einer Zeit, in der andauerndes Familienglück keine Selbstverständlichkeit mehr ist, scheint auch in journalistischer Berichterstattung der Mythos von der lebenslangen, erfüllten Liebe bei älteren Menschen aufgehoben zu sein. Anspielungen auf Sexualität kommen dabei nicht vor; ältere Frauen und Männer scheinen eher durch eine besondere Form der Freundschaft miteinander verbunden zu sein.

Wie bereits erwähnt, wird der Frame *Alter als neuer Aufbruch* gelegentlich auch ins Skurrile gewendet. Gerade im Zusammenhang mit dem Thema Fitness fallen Fotos auf, die durch eindeutige Old Age Cues erkennbare Senioren mit extremen Jugendlichkeitsattributen kombinieren. Die Grenzen zum Frameaspekt *Alter als körperliche Aktivität* scheinen fließend; insgesamt ist es die Zuspitzung des Kontrasts zwischen jugendlichen und Alterseigenschaften, die Interpretationen eines schrägen und befremdlichen Alters nahe legt. Damit geht z.B. einher, dass nicht alltägliche Fitnessbeschäftigungen wie Joggen oder Schwimmen, sondern vielmehr Extremsportarten dargestellt werden, denen i.d.R. Männer nachgehen. Im Fall älterer Frauen fällt

eher die Überzeichnung von Anti-Aging- und Verjüngungsstrategien auf, die einen Jugendwahn dokumentieren. Auf eine Formel gebracht, zeigt dieser Frameaspekt somit *Ältere, die nicht alt werden können*.



Abb. 19:
Spiegel Special 6/2006

4. Alter in der Anzeigewerbung

Nicht nur für Nachrichtenberichterstattung, sondern gerade für Werbung sind Bilder entscheidende Elemente der Kommunikation und Aufmerksamkeitsgenerierung. Weil Zeit und Konzentration knappe Güter sind, werden durch sie »besonders komprimierte Darstellungen und auffällige Inszenierungsformen« ermöglicht (ZURSTIEGE 2002: 130). Ein wesentlicher Unterschied zum Einsatz von Bildern im Journalismus besteht jedoch darin, dass sich in Werbebildern zumeist keine authentisierenden Darstellungstechniken wiederfinden. Stattdessen sind Ästhetisierung und Übertreibung wichtige Bestandteile von Werbebildern (vgl. BISHARA 2006: 78), da es darum geht, »Leitbilder des Wünschens, Wollens und Begehrens« (ZURSTIEGE 2005: 299) zu propagieren und vorzuführen, wie das Leben nach dem Erwerb eines Produkts aussehen könnte. Aufgrund des Zwangs zur Komprimierung ihrer Botschaften arbeitet visuelle Werbekommunikation häufig mit Stereotypen von sozialen Gruppen. Auf diese Weise ist es möglich, an alltagskulturelle Vorstellungen des Publikums anzuschließen, um eine bestimmte Aussage zu übertragen oder zu verstärken. Auch Alter lässt sich hierzu in Form von auf allgemeinen Zuschreibungen basierenden Rollen- und Eigenschaftsprototypen im Werbekontext funktionalisieren. In dieser Studie konnten fünf grundlegende Darstellungsmuster von Alter in der Anzeigewerbung identifiziert werden:

Frame 1: *Alter als Defizitbekämpfung*

Das erste visuelle Darstellungsmuster im Bereich Anzeigewerbung setzt Alter als Aufkommen körperlicher und kognitiver Defizite in Szene. Diese Werbeform richtet sich ausschließlich an ältere Menschen und bewirbt für gewöhnlich medizinische und pharmazeutische Hilfsmittel sowie Versicherungen (vgl. HORN/NAEGELE 1976). Da Alter hier i.d.R. etwas ist, was bekämpft werden muss, handelt es sich bei altersexklusiver Werbung zugleich um ein schwieriges Operationsfeld, da ältere Menschen nur ungern auf ein defizitäres Alter hin beworben werden wollen.



Abb. 20:
Crataegutt (2010), Ausschnitt

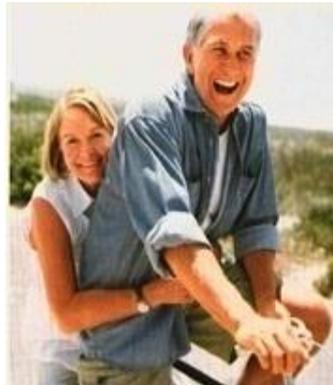


Abb. 21:
Doppelherz (2010), Ausschnitt

Aus diesem Grund wird der visuellen Repräsentation älterer Menschen in diesem Darstellungsmuster besondere Bedeutung zuteil. Insignien von Altersgebrechlichkeit werden konsequent vermieden. Vorgezogen wird stattdessen die Darstellung freundlicher und warmherziger, gut situerter und durchaus aktiver Senioren, die sich ausgeprägter Gesundheit erfreuen und ihr Leben genießen. So entsteht der Eindruck, dass diese Personen sehr eigenständig und selbstbewusst mit ihrem alternden Körper umgehen und – durch die Verwendung entsprechender Hilfsmittel – rechtzeitig für dessen Erhaltung bzw. Optimierung sorgen (vgl. BOSCH 1990; DENNERSMANN/LUDWIG 1986). Aus dem von Werbung eigentlich beabsichtigten Satz ›Wir wissen, was Dir hilft‹ wird ›Ich weiß, was gut für mich ist‹. Eine Problematisierung ist im Fall von altersexklusiver Werbung üblicherweise der textuellen Ebene vorbehalten, wodurch das Bild in den Zusammenhang von altersbedingten Problemen eingeordnet werden kann, ohne zugleich abschreckend zu wirken (vgl. JÄCKEL 2009: 142).



Abb. 22:
Wagner Steinofenpizza (2010)



Abb. 23:
Allianz (2007)

Frame 2: Alter als Ratgeber und Vorbild

Der zweite Frame taucht im Rahmen von altersinklusive Werbung auf, die sowohl ältere als auch jüngere Menschen adressiert. Er vereint verschiedene Aspekte, bei denen ältere Menschen als Ratgeber und Vorbilder funktionalisiert werden. In den Vordergrund der Darstellung werden dementsprechend eher traditionelle Eigenschaftszuschreibungen bezüglich Seniorität gerückt, die auf eine Positivverklärung abheben. Auf diese Weise erscheinen Senioren als vertrauensvolle und weise Vermittler des jeweiligen Produkts. Vier prototypische Frameaspekte lassen sich unterscheiden.



Abb. 24:
Allgäuer Alpenmilch Glücksklee (2009)



Abb. 25:
Union Investment (2005)

Der erste Frameaspekt präsentiert *Alter als Müßiggang und Genuss*. Zumeist findet er sich in Werbung für Nahrungs- und Genussmittel, Versicherungen sowie für Reiseveranstalter. Es wird die Vorstellung aufgegriffen, dass ältere Menschen – bedingt durch ihre Lebenserfahrung, aber auch aufgrund ihrer nachlassenden physischen Leistungsfähigkeit – einen anderen Umgang mit Genuss pflegen als jüngere Leute; sie verlagern ihr Gefühls- und Sinnesleben verstärkt auf intensive statt extensive Gesten. Eine wichtige Eigenschaft, die dabei beiläufig kommuniziert wird, ist Wohlstand im Alter »als Bedingung

dafür [...], Glück erleben zu können« (WILLEMS/KAUTT 2002b: 645). Somit ergibt sich eine Projektionsfläche, vor der Senioren als maßvolle Genießer in Szene gesetzt werden, die bewusster erleben und besondere Augenblicke zu schätzen wissen. Hierbei kommt es stark darauf an, eine Art von »Gemütlichkeitspoesie« (WILLEMS/KAUTT 2002a: 100) zu stiften, die häufig mit einem privaten Ambiente in Verbindung gebracht wird. Auch ist dieser Frameaspekt häufig mit dem Thema Partnerschaft und Familie verknüpft, auf den jedoch an späterer Stelle separat eingegangen wird.

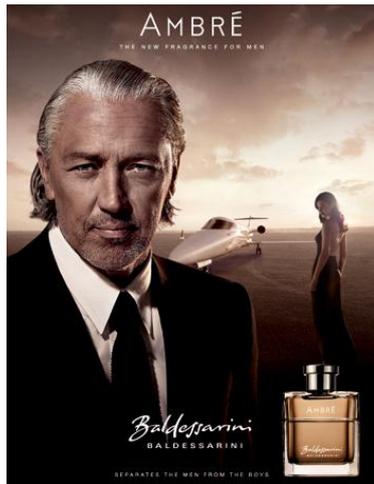


Abb. 26:
Baldessarini (2012)



Abb. 27:
Rolex (2012)

Schwingt im Aspekt *Alter als Müßiggang und Genuss* bereits eine starke Ästhetisierung älterer Menschen durch Wohlständigkeit mit, wird dies im zweiten Aspekt *Alter als Luxus* auf die Spitze getrieben. Die mit dieser Altersrepräsentation verknüpfte Anzeigeform wirbt unmittelbar und unverhohlen für Luxusprodukte oder solche, die sich mit luxuriösem Anstrich schmücken, z.B. Uhren oder Düfte. Ins Auge sticht hierbei, dass als Rollenträger ausschließlich ältere Männer verwendet werden; die häufig anzutreffende Partnerschaftsposie wird zugunsten eines einsamen, aber verwegenen anmutenden Männerbilds aufgegeben. Hinweise darauf sind Darbietungen von Extremsport, Privatjets und – geradezu als »Dekoration« des reifen Mannes in Szene gesetzte – junge, aufreizend gekleidete Frauen.



Abb. 28:
Appenzeller Käse (2006)



Abb. 29:
BMW Group (2012)

Eine weitere zentrale Variante des zweiten Werbeframes stellt *Alter als Wissensspeicher* dar. Ältere Menschen sind hier in vielfältigen Zusammenhängen Bewahrer oder Überlieferer von Wissen, das sie an nachkommende Generationen weitergeben. Basierend auf dem ursprünglichen Klischee von der Großmutter als wandelnder Enzyklopädie für Kochrezepte und Hausmittel, fungieren Senioren z.B. als Kenner und Eingeweihte für Nahrungsmittel. Indem sie mit ihrer ausgiebigen Lebens- und damit Genusserfahrung für ein Nahrungsprodukt stehen, stellen sie nicht nur dessen überlegene Qualität unter Beweis, sondern wecken zugleich Assoziationen mit einer traditionellen, natürlichen Herstellung. Die »gute, alte Zeit« überliefert sich in der Repräsentation älterer Personen gewissermaßen gleich mit. Ein ebenfalls auf Wissen und Tradition abstellendes Motiv findet sich in der Präsentation älterer Arbeitnehmer, mit denen namhafte Wirtschaftsunternehmen mittlerweile versuchen, ihr öffentliches Image aufzuwerten.



Abb. 30:
Deutscher Anwaltverein (2006)



Abb. 31:
Union Investment (2011), Ausschnitt

Wie bereits angedeutet, ist nach Maßgabe der Werbung ein glückliches Leben im Alter häufig mit einer gelungenen Paarbeziehung und/oder einer Einbettung in familiäre Strukturen verbunden. Entsprechende Inszenierungen eines *Alters als Partnerschafts- und Familienidyll* finden sich in allen Werbebranchen, insbesondere aber in der Versicherungswerbung. Das ›Zusammen-Alt-Werden‹ ist nicht nur eine Idee unter ferngelieferten, sondern ein Ideal, an dem aufgezeigt wird, was ein schönes, langes und erfülltes Leben bedeutet. Gleichzeitig lassen sich Ältere dadurch aber auch als erfahrene Ratgeber zum Thema Partnerschaft inszenieren, z.B. wenn es um das Schließen eines Ehevertrags geht.



Abb. 32:
Knappschaft (2012), Ausschnitt

Ähnlich wie in journalistischer Berichterstattung fällt ein Aussparen erotischer Bezüge auf: »Ältere Menschen signalisieren zwar häufig eine ›tiefe‹ Form freundschaftlicher [...] Zuneigung [...], aber nur sehr selten eine erotisch motivierte Leidenschaft« (WILLEMS/KAUTT 2002a: 99). Ein Kuss stellt die Ausnahme dar und erscheint eher als Übernahme von jugendlichem Verhalten. Daher besteht eine große Kompatibilität zu großelterlichen Figurationen, die Geborgenheit signalisieren sollen.

Frame 3: *Alter als Altersverdrängungsarbeit*

Obwohl die älter werdende Gesellschaft längst Realität geworden ist, hat das Thema Jugendlichkeit weiterhin einen bedeutenden Stellenwert. Das bedeutet, dass alle Produkte, die einen Beitrag dazu leisten, Jugend zu bewahren oder jung zu wirken, für wichtig erachtet werden. Insbesondere der an Frauen gerichtete werbliche Altersdiskurs propagiert *Alter als Altersverdrängungsarbeit*.



Abb. 33:
Douglas Dior (2007)



Abb. 34:
L'Oréal Hydra Active (2010)

Werbung stilisiert Schönheit als soziales Kapital der Frau, das in einem unmittelbaren Zusammenhang mit jugendlicher Körperlichkeit steht. Folglich ist der Verlust von jugendlichem Aussehen etwas, das es zu verhindern gilt. Aus gerade diesem Grund merkt Femers an: »Wirklich alte Menschen sieht man in den Anzeigen der Kosmetikindustrie nicht« (FEMERS 2007: 136). Gleichwohl befindet sich auch dieses Darstellungsmuster im Wandel. Sind früher häufig jüngere Models abgebildet worden, gibt es mittlerweile eine Tendenz zu altersinkluisiven Strategien, wobei ältere Frauen – insbesondere Schauspielerinnen – präsentiert werden, die sich ein jugendliches Aussehen bewahrt haben. Derlei Prominente werden zu Überbringerinnen einer simplen Botschaft: Man kann nicht früh genug damit anfangen, seinen Körper jung zu halten, um in reiferen Jahren immer noch gut auszusehen. Der (weibliche) Körper wird infolgedessen »vom Schicksal zur Aufgabe« (HITZLER 2002: 80).

Frame 4: *Alter als negativer Kontrast (zu Jugend)*

In der Werbung wird auch von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, ältere Menschen als Narren oder Exzentriker zu inszenieren. Diesem Darstellungsmuster liegt zwar normalerweise keine Werbung zugrunde, die Senioren ansprechen soll, dafür kommt hier ein klar konturierter, stereotyper Entwurf vom höheren Lebensalter zum Tragen: *Alter wird als negativer Kontrast* dargeboten.



Abb. 35:
Sparkasse Altersvorsorge (2009)



Abb. 36:
Hörzu (2006)

Um die Zielgruppe jüngerer Konsumenten anzusprechen, werden Ältere als »effektives Kontrastmittel« (THIMM 2009: 161) eingesetzt, z.B. indem sie ihrer traditionellen Altersrolle entsteigen und sich in Formen abweichenden Verhaltens der Lächerlichkeit preisgeben (vgl. SPIEB 1994: 414). Diese Kontrastierung, die in unterschiedlichen Branchen zu finden ist und wegen ihres ausgeprägten Überraschungswerts keiner motivischen Konventionalisierung unterliegt, »bewirkt beim Betrachter ein positives Selbstwertgefühl, da er sich – innerlich schmunzelnd – von ihnen [ältere Menschen] positiv abgrenzen kann« (THIMM 1998: 130).

Frame 5: *Alter als positives Image*



Abb. 37:
Brill Rasenmäher (2005)

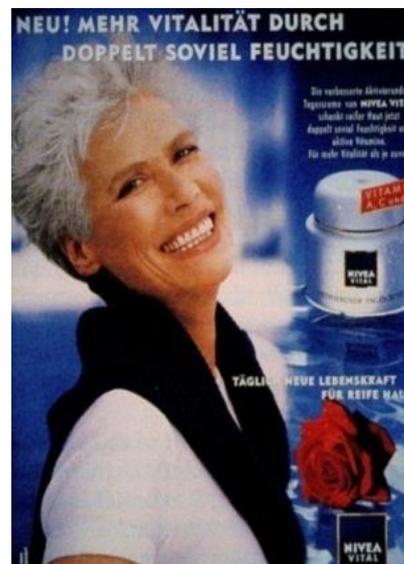


Abb. 38:
Nivea Vital (2008)

In jüngster Zeit ist zu beobachten, dass sich aus alterspräferenzialer und -inklusive Werbung ein neuer Darstellungstyp entwickelt hat. Er zeichnet sich dadurch aus, dass er dem häufig kritisierten »Jugendkult« in der Werbung erkennbar entgegensteht und *Alter* damit *als positives Image* darstellt. Wie auch im Darstellungsmuster *Alter als Ratgeber und Vorbild* treten ältere Menschen als positiv stereotypisierte Figuren auf. Allerdings erfüllen sie dabei oftmals keinen unmittelbaren funktionellen Zweck, da in der Logik klassischer Werbung eigentlich jüngere Personen hätten abgebildet werden müssen. »[O]hne, dass dies zwingend wäre«, so hat bereits Femers (2007: 211) angemerkt, machen heute viele Wirtschaftszweige von Altersrepräsentationen gerade für altersinklusive Werbung Gebrauch. Ältere Menschen erscheinen in diesem Frame als ein auffälliger, aber positiver Kontrast, der dem Produkt Verlässlichkeit und hohe Qualität bescheinigen soll. Das inhaltliche und gestalterische Spektrum ist sehr groß: Einmal fungiert eine Frau mit erkennba-

ren Old Age Cues als Werbeträgerin eines Kosmetikprodukts⁴, dann wird eine hochaltrige Person für eine Versicherungswerbung eingesetzt. Infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 bedienen sich Banken vermehrt älterer, weise wirkender Werbepersonen, die die Metapher »ältere Banker sind die erfahrenen, soliden und vernünftigen Geldanleger« verkörpern (BMFSFJ 2010: 132). Ein Reiseveranstalter wiederum lässt ältere Personen jugendliches Verhalten imitieren, ohne dass es grotesk wirkt. So unterschiedlich all diese Darstellungen auch sein mögen, so unverkennbar ist ihnen ein Trend gemein: Die Werbung entdeckt Alter als Teil sozialer Normalität, in der beinahe alles möglich zu sein scheint.



Abb. 39:
Swiss Life (2007)



Abb. 40:
Thomas Cook (2009)



Abb. 41:
Deutsche Bank (2008)

⁴ Im Jahr 2007 hat die Marke *Dove* mit der »pro age«-Kampagne großes Aufsehen erregt. Um stereotype Vorstellungen von der vermeintlich geringen Schönheit des Alters aufzubrechen und neue Käuferschichten zu erschließen, wurde mit attraktiven Seniorinnen geworben. Seitdem ist gerade im Kosmetikbereich eine Absatzbewegung von der früher gängigen Beschränkung auf junge Werbeträgerinnen zu beobachten.

5. Fazit

Wie gezeigt werden konnte, wird der alternde Körper in der visuellen Medienkultur zum symbolischen Kapital des Menschen. Er rückt als Ganzes auf die mediale Bühne, wobei es sehr unterschiedliche Körperbereiche – und mit ihnen Altersaspekte – sein können, die zur Vermittlung bestimmter Botschaften motivisch betont werden. Vor diesem Hintergrund zeigen die Ergebnisse der Untersuchung, dass die bildliche Inszenierung von Alter in den Medien heute ausgesprochen differenziert verläuft. Bis heute gängige Verallgemeinerungen, wonach die Medien »tatterige Alte« darböten, »die für Treppenlifte oder Gedächtnismedikamente werben« (ZURAWSKI 2008), erscheinen nicht mehr zeitgemäß. Weiter ist erkennbar geworden, dass die große Bandbreite von Funktionalisierungen älterer Menschen v.a. durch den Programmbereich bestimmt wird.

In journalistischer Berichterstattung steht die Behandlung von Alter in einem dichten Zusammenhang mit dem Thema demografischer Wandel sowie seinen Implikationen für Sozialsysteme, das Verhältnis der Generationen und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Davon ausgehend werden unterschiedliche Phänomene visualisiert, die sich in Horror- und Hoffnungsszenarien äußern und, dieser Bipolarität gemäß, einen starken Aufmerksamkeitswert besitzen. Insgesamt scheint gerade die Abbildung eines *Alters als Niedergang* starken fotografischen Konventionen zu unterliegen, wohingegen die *(Über)Macht* der Alten in für Nachrichtenberichterstattung untypischen Montagen und Illustrationen ausgedrückt wird. Bei dem Darstellungsmuster *Alter als neuer Aufbruch* zeigt sich eine ausgeprägte Tendenz, auch die Aktivitäts- und Vitalitätsressourcen sowie die ökonomische Bedeutung älterer Menschen zu betonen, wobei die Darstellung des »jungen« Alters gelegentlich ins Skurrile überzeichnet wird.

In der Anzeigewerbung ist die Vielfalt von Altersinszenierungen sogar noch größer als im Nachrichtengenre, wobei hier die Faktoren »Werbebranche« und »(Alters)Zielgruppe« bestimmend sind. Alte kommen als Weise und Genießer daher und können einem Produkt auf diese Weise zu einem besseren Image verhelfen. Daneben gibt es Werbeinszenierungen, in denen Senioren eher als Narren und Exzentriker zu beobachten sind. Teilweise existieren Darstellungsformen, die entweder Frauen oder Männern vorbehalten sind und höchst unterschiedliche Eigenschaftszuschreibungen in Bezug auf die Geschlechter erkennen lassen (vgl. THIMM 2009: 161). Dennoch scheint der allgemeine Trend weder für eine Isolierung oder Stigmatisierung Älterer noch für eine geschlechtliche Diskriminierung zu sprechen. Insgesamt erscheinen Senioren als wohlhabend und der äußeren Erscheinung nach attraktiv, gesund und aktiv (vgl. RÖHR-SENDLMEIER/UEING 2004: 60). Die stetig wachsende Zahl von altersinklusive Inseraten, in denen betagte Werbeträger mit strategischer Orientierung, aber auch zur kreativen Kontrastierung Verwendung finden, kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass Werbung begonnen hat, mit den Rollenbildern älterer Menschen – sowohl Frauen *als* auch Män-

nern – zu experimentieren. Ein solch veränderter Umgang mit Älteren bietet den entscheidenden Vorteil, eine größere Alltagsnähe zu erreichen. Zudem kann auf diese Weise zielgruppenübergreifend geworben werden.

Schienen medial dargebotene ältere Menschen in der Vergangenheit den kollektiven Wünschen und Erwartungen eher zuwiderzulaufen (vgl. FEMERS 2007: 30), spricht einiges dafür, dass sich der Umgang der Medien mit Alter in den letzten Jahren entspannt hat. Heute unterliegt er weniger gesellschaftlichen Normvorgaben als der jeweiligen medialen Genrelogik, die, wie gezeigt, ein mehr oder minder breites Spektrum funktionalisierbarer Altersentwürfe vorgibt. Eine Ausnahme bleibt lediglich das Thema Sexualität im Alter, an das sich die Medien trotz einiger zaghafter Ansätze noch nicht richtig herangewagt haben. Hier scheint sich jedoch gerade der Unterhaltungs- und Filmbereich zu einem Vorreiter zu entwickeln (vgl. COHEN-SHALEV 2009). Abschließend ist zu betonen, dass die Analyse von Repräsentationstypologien von Alter in unterschiedlichen Medienerzeugnissen auf die inhaltliche Ebene beschränkt bleibt. Inwieweit die identifizierten Darstellungs- und Deutungsmuster der stetig wachsenden Zahl älterer Rezipienten und Konsumenten gerecht werden und welche – möglicherweise unbeabsichtigten – Effekte sie auf Einstellungen oder das Verhältnis der Generationen entfalten können, ist eine Frage, die empirische Untersuchungen werden klären müssen.

Literatur

- BISHARA, NINA: Bilderrätsel in der Werbung. In: Themenheft *IMAGE*, 3, 2006, S. 74-92
- BMFSFJ [Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend] (Hrsg.): *Sechster Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland. Altersbilder in der Gesellschaft*. Berlin [Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft] 2010
- BOHNSACK, RALF: Qualitative Methoden der Bildinterpretation. In: *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft*, 2, 2003, S. 239-256
- BOSCH, EVA-MARIA: Altersbilder in den bundesdeutschen Medien. In: STRAKA, GERALD A.; THOMAS FABIAN; JÖRG WILL (Hrsg.): *Aktive Mediennutzung im Alter. Modelle und Erfahrungen aus der Medienarbeit mit älteren Menschen*. Heidelberg [Asanger] 1990, S. 77-92
- COHEN-SHALEV, AMIR: *Visions of Aging. Images of the Elderly in Film*. Portland [Sussex Academic Press] 2009
- DAHINDEN, URS: *Framing. Eine integrative Theorie der Massenkommunikation*. Konstanz [UVK] 2006
- DENNERSMANN, URSULA; RÜDIGER LUDWIG: Das gewandelte Altersbild in der Werbung. In: *Zeitschrift für Gerontologie*, 5, 1986, S. 362-368
- DIERL, REINHARD: *Zwischen Altenpflegeheim und Seniorenstudium. Alter und Alte als Zeitungsthema*. Köln [KDA] 1989

- DIKOVITSKAYA, MARGARET: *Visual Culture: The Study of the Visual after the Cultural Turn*. Cambridge [MIT Press] 2005
- EICHELE, GERT: Das Bild des älteren Menschen in der lokalen Öffentlichkeit. In: BLASCHKE, DIETER; JOACHIM FRANKE (Hrsg.): *Freizeitverhalten älterer Menschen*. Stuttgart [Enke] 1982, S. 63-69
- FEMERS, SUSANNE: *Die ergrauende Werbung. Altersbilder und werbesprachliche Inszenierungen*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2007
- GOFFMAN, ERVING: *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*. Frankfurt/M. [Suhrkamp] 1977
- GRIESWELLE, DETLEF: *Gerechtigkeit zwischen den Generationen. Solidarität, Langfristigdenken, Nachhaltigkeit in der Wirtschafts- und Sozialpolitik*. Paderborn [Schöningh] 2002
- GRITTMANN, ELKE: *Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie*. Köln [Halem] 2007
- HAIMANN, RICHARD: *Alt! Wie die wichtigste Konsumentengruppe der Zukunft die Wirtschaft verändert*. Frankfurt/M. [Deutscher Fachverlag] 2005
- HARTMANN, MAREN: Domestizierung 2.0: Grenzen und Chancen eines Medienaneignungskonzepts. In: WINTER, CARSTEN; ANDREAS HEPP; FRIEDRICH KROTZ (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2007, S. 401-416
- HITZLER, RONALD: Der Körper als Gegenstand der Gestaltung. Über physische Konsequenzen der Bastelexistenz. In: HAHN, KORNELIA; MICHAEL MEUSER (Hrsg.): *Körperrepräsentationen*. Konstanz [UVK] 2002, S. 71-85
- HORN, MECHTHILD; GERHARD NAEGELE: Gerontologische Aspekte der Anzeigenwerbung. Ergebnisse einer Inhaltsanalyse von Werbeinseraten für ältere Menschen und mit älteren Menschen. In: *Zeitschrift für Gerontologie*, 6, 1976, 463-472
- JÄCKEL, MICHAEL: Ältere Menschen in der Werbung. In: SCHORB, BERND; ANJA HARTUNG; WOLFGANG REIBMANN (Hrsg.): *Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2009, S. 130-145
- LOBINGER, KATHARINA: *Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2011
- MESSARIS, PAUL: *Visual Persuasion. The Role of Images in Advertising*. Thousand Oaks [Sage] 1997
- MORRA, JOANNE; MARQUARD SMITH (Hrsg.): *Visual Culture: Critical Concepts in Media and Cultural Studies*. 4. Auflage. London [Taylor & Francis] 2006
- RÖHR-SENDLMEIER, UNA M.; SARAH UEING: Das Altersbild in der Anzeigenwerbung im zeitlichen Wandel. In: *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 1, 2004, S. 57-62

- SCHINDELBECK, BIRGIT: *Zielgruppe Best-Ager. Werbung für die Zukunft*. 2006. www.br-online.de/leben2020/artikel/0412/21-werbung-der-zukunft/index.xml [letzter Zugriff: 16.02.2012]
- SCHIRRMACHER, FRANK: *Das Methusalem-Komplott*. München [Heyne] 2004
- SPIEß, BRIGITTE: Weiblichkeitsklischees in der Fernsehwerbung. In: MERTEN, KLAUS; SIEGFRIED J. SCHMIDT; SIEGFRIED WEISCHENBERG (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen [Verlag für Sozialwissenschaften] 1994, S. 408-426
- SCHEUFELE, BERTRAM: (Visual) Media Framing und Politik. Zur Brauchbarkeit des Framing-Ansatzes im Kontext (visuell) vermittelter politischer Kommunikation und Meinungsbildung. In: HOFMANN, WILHELM (Hrsg.): *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Baden-Baden [Nomos] 1999, S. 91-107
- SCHROETER, KLAUS R.: Altersbilder als Körperbilder: Doing Age by Bodyfication. In: BERNER, FRANK; JUDITH ROSSOW; KLAUS-PETER SCHWITZER (Hrsg.): *Individuelle und kulturelle Altersbilder*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2012, S. 153-229
- THIMM, CAJA: Sprachliche Symbolisierungen des Alters in der Werbung. In: JÄCKEL, MICHAEL (Hrsg.): *Die umworbene Gesellschaft. Analysen zur Entwicklung der Werbekommunikation*. Opladen [Verlag für Sozialwissenschaften] 1998, S. 113-140
- THIMM, CAJA: Altersbilder in den Medien – Zwischen medialem Zerrbild und Zukunftsprojektionen. In: EHMER, JOSEF; OTFRIED HÖFFE (Hrsg.): *Bilder des Alterns im Wandel. Historische, interkulturelle, theoretische und aktuelle Perspektiven*. Stuttgart [Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft] 2009, S. 153-165
- TNS EMNID: *Die Best Ager (Personen ab 50+ Jahren). Eine Typologie*. Unterföhring [Bauer Verlagsgruppe] 2004
- WILLEMS, HERBERT: Medien und die Inszenierung sozialer Rollen. In: JÄCKEL, MICHAEL (Hrsg.): *Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2005, S. 107-124
- WILLEMS, HERBERT; YORK KAUTT: Theatralität des Alters. Theoretische und empirisch-analytische Überlegungen zur sozialen Konstruktion des Alters in der Werbung. In: DALLINGER, URSULA; KLAUS R. SCHROETER (Hrsg.): *Theoretische Beiträge zur Alternssoziologie*. Opladen [Leske] 2002a, S. 81-112
- WILLEMS, HERBERT; YORK KAUTT: Werbung als kulturelles Forum: Das Beispiel der Konstruktion des Alter(n)s. In: WILLEMS, HERBERT (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2002b, S. 633-656
- ZURAWSKI, NILS: *Werbung und Alter. Facelifting für die Werbung*. 2008. <http://www.ard.de/themenwoche2008/wirtschaft/werbung-fuer->

Julian Wangler: Mehr als einfach nur grau

senioren/-/id=742954/nid=742954/did=763444/1s32ohu/index.html
[letzter Zugriff: 05.04.2012]

ZURSTIEGE, GUIDO: Die Gesellschaft der Werbung – Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. In: WILLEMS, HERBERT (Hrsg.): *Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven*. Wiesbaden [Verlag für Sozialwissenschaften] 2002, S. 121-138

ZURSTIEGE, GUIDO: *Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet*. Köln [Halem] 2005

[\[Inhaltsverzeichnis\]](#)

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 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 Microworld. 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: *Homo 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 KORNMESSE** 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*

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 DREHSEL: 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)