



universität
wien

MASTERARBEIT

Titel der Masterarbeit

„Spiegel und Mensch.

Eine Analyse von Werbebildern.“

verfasst von

Konstantin Hondros, Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Master of Arts (MA)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 066905

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Soziologie

Betreuerin:

Assoz. Prof. Dipl.-Soz. Dr. Roswitha Breckner, Privatdoz.

„Der Schriftsteller liest das Geschriebene und sieht dabei wie immer in den Spiegel. (...) Von Zeit zu Zeit muss er nachsehen und sich vergewissern, dass sein Spiegelbild bei der Stange bleibt und keine eigenmächtigen Touren unternimmt, denn das gilt als Verbrechen. (...) Wer sich einmal im Spiegel gesehen hat, der weiß, wie dieses Verbrechen aussieht und was es bedeutet, wenn man die Gewalt über sein Spiegelbild verliert. (...) Da ist es dann zu spät für einen Anruf bei der Polizei.“¹

¹ Burroughs, William. S. Naked Lunch. Frankfurt a. M.: Zweitausendeins, 1978. S. 524.

Inhaltsangabe

1. Einleitung	5
2. Der Spiegel	8
3. Die Werbung	19
4. Analytischer Teil – Methode Artefaktanalyse	34
5. Artefaktanalyse	37
5.1. deskriptive Analyse	38
5.2. alltagskontextuelle Sinneinbettung	39
5.3. Exkurs: Spiegel in Wohnräumen	44
5.4. Exkurs zu Räumen mit und Täuschungen durch Spiegel	49
5.5. Exkurs Spiegel, Architektur und Beobachtungswahn	51
5.6. Distanzierend strukturelle Analyse	52
5.7. szenische Analyse	54
5.8. die vergleichende Analyse	55
5.9. zusammenfassende Analyse des Artefaktes (Hypothesen zum Spiegel) ...	56
6. Methoden Bildanalyse	60
6.1. Die bildhermeneutische Methode Stefan Müller-Doohms	60
6.2. die Segmentanalyse nach Roswitha Breckner	65
7. Erste Bildanalyse	70
7.1. Bildersteindruck	70
7.2. Einzelfallanalyse nach Müller-Doohm	71
7.3. Erstes Segment	78
7.4. Zweites Segment	85
7.5. Segment Eins und Zwei	94
7.6. Drittes Segment	100
7.7. Segment Eins, Zwei und Drei	103
7.8. Viertes Segment	106

7.9. Segment Eins, Zwei, Drei und Vier	111
7.10. Fünftes Segment	117
7.11. Segment Eins, Zwei, Drei, Vier und Fünf	120
7.12. Zusammenführen der Ergebnisse von Artefakt- und erster Bildanalyse ..	125
8. Zweite Bildanalyse	127
8.1. Bildersteindruck	128
8.2. Einzelfallanalyse nach Müller-Doohm	129
8.3. Erstes Segment	132
8.4. Zweites Segment	138
8.5. Segment Eins und Zwei	143
8.6. Drittes Segment	147
8.7. Segment Eins, Zwei und Drei	150
8.8. Viertes Segment	155
8.9. Segment Eins, Zwei, Drei und Vier	158
8.10. Fünftes Segment	162
8.11. Segment Eins, Zwei, Drei, Vier und Fünf	163
9. Zusammenführen der Ergebnisse	167
10. Kleine Theorie zu Spiegel, Mensch und Werbung	168
11. Fazit	170
12. Ausblick	171
13. Literaturverzeichnis	174
14. Anhang	181

1. Einleitung

Beobachtung am 10.05.2012, Wien, U-Bahn Station Karlsplatz, in der Unterführung nach der Secession.

Vor mir eine junge Frau. An der rechten Wand des Ganges, sowie im gesamten Areal der Unterführungen, wechseln sich an den Wänden marmorne Steinplatten und Spiegel ab, die zumeist mit interessanten, steigenden Zahlen zu unterschiedlichen Themen wie weltweite Rüstungsausgaben unterlegt sind. Nach ein paar Metern Stein immer wieder ein Spiegel. Sie kommt am ersten Spiegel vorbei, wendet blitzartig den Kopf nach rechts, den sie zuvor geradeaus gehalten hat. Sie dreht ihn nach vorne, nachdem der Spiegel passiert ist. Ebenso ein paar Meter weiter, davor machte sie keine Kopfbewegung, der Spiegel kommt und wie auf lautlosen Befehl bewegt sich der Kopf. Das geschieht ein weiteres Mal, dann ist in diesem Durchgang, der insgesamt über 50 Meter lang sein dürfte, eine etwa zehn Meter lange Passage, die allein aus Spiegeln besteht. Diese Passage schreitet sie mit ständig nach rechts gedrehtem Hals ab. Gleichzeitig kommt der jungen Frau ein jüngerer Bursche entgegen, seine Kleidung, seine Haartracht, sein Skateboard lassen einen Skater vermuten. Auch sein Blick ist über die gesamte Spiegelpassage auf den Spiegel geheftet.

Was diese Menschen konkret angesehen haben, kann ich nicht sagen. Ob sie sich beobachteten, schauten ob alles „sitzt“, ob sie noch da sind, oder die Umgebung über den Spiegel betrachteten, ob sie sich dachten, „was mag wohl hinter dem Spiegel sein“, ich weiß es nicht, in den Spiegel haben sie geschaut und nicht den Blick im Raum schweifen lassen.

Nachdem ich anders abgebogen war als die junge Frau folgten im Gang noch zwei weitere Spiegel. Ich ging am ersten vorüber, konnte dem Drang in den Spiegel zu blicken nur mit bewusstem Dagegenlenken entgegenwirken. Ich musste mich zwingen, nicht hineinzusehen. Bewusst wurde mir, wie natürlich ich diesen Blick tätige, wie ich ständig irgendwo eine Spiegelung anblicke.

Als ich das beobachtete, beschäftigte ich mich schon eine Zeit mit Spiegel, am eigenen Körper spüren konnte ich den „Spiegeldrang“ noch nie stärker als an diesem Tag.

Zwar hatte ich den Gang ohne einen Blick in den Spiegel überstanden, nutzte aber, wieder an der Wiener Oberfläche, die erstbeste Fensterscheibe eines Geschäfts um mich „im Spiegel“ zu sehen.

Sicher mögen Menschen an diesen Spiegeln vorbeigehen, ohne den geringsten werfenden Blick in sie zu tun. Wäre sich spiegeln eine unhintergehbare soziale, psychische, historische Notwendigkeit, gäbe es kaum mehr wissenschaftliche Arbeit diesem Phänomen gegenüber zu leisten. Für mich sind es äußerst spannende Verhältnisse, die Menschen mit Spiegeln haben, darum setze ich sie in den Brennpunkt meiner Forschung.

Diese Arbeit bemüht sich unter anderem um einen Erkenntnisvorschlag an die Sozialwissenschaften „etwas Beiläufiges und Unscheinbares zum Bedeutsamen zu machen.“² Vielleicht sind gerade kleine Gesten zentral für das Verständnis der sozialen Welt, wie es „zuerst die alltäglichen Phänomene (sein könnten), an denen sich demzufolge die sozialwissenschaftlichen Erkenntnisbemühungen zu bewähren haben.“³ Den Menschen vor dem Spiegel halte ich für ein solches Phänomen, der Bezug zu der sicher als große Geste zu bezeichnenden Werbeindustrie ist stark auf das Bildhafte dieses sozialen Feldes zurückzuführen. Im Zentrum der Arbeit stehen Werbebilder, die einen Spiegel in ihrem Sujet nutzen. Das Ziel liegt darin, den bildlich manifesten Umgang mit dem Objekt in seinen Latenzen auszuloten, im Kern der Vorstellung Soeffners folgend, dass „es kein Wissen über das Handeln (ist), sondern ein Wissen im Handeln: Den im Handeln dargestellten Formen des Wissens entspricht kein explizites Wissen um die Form.“⁴ Das implizite Handlungswissen um das Objekt und das Bildobjekt des Spiegels soll – in Bezug auf Werbung, aber auch darüber hinaus – entdeckt werden.

Die ersten zwei Kapitel der Arbeit beschäftigen sich zunächst mit Spiegel, dann mit Werbung, und tragen zu diesen Gebieten wesentliches wissenschaftliches Wissen zusammen, wobei im Kapitel zur Werbung vorrangig sozialwissenschaftliches Wissen dargestellt wird, während im Kapitel zum Spiegel aus unterschiedlichen Disziplinen geschöpft wird.

² Bude, Heinz. Das Latente und das Manifeste. Aporien einer „Hermeneutik des Verdachts“ In: Garz, Detlef. Klaus Krammer (Hrsg.). Die Welt als Text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1994. S. 114.

³ Ebd.

⁴ Soeffner, Hans-Georg. Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992. S. 10.

Der analytische Teil der Arbeit entwickelt sich aus zwei methodischen Zugängen, einer Artefaktanalyse eines Spiegels um dieses Objekt greifbarer zu machen und Hypothesen zur sozialen Verortung desselben aufzustellen, und zwei Werbebildanalysen, in denen Werbebilder bearbeitet werden, die auf prominente Weise Spiegel in ihr Bildsujet aufgenommen haben. Dieser Analyseschritt zielt auf die Erarbeitung neuer Hypothesen, aber auch die Bearbeitung, Verbesserung der in der Artefaktanalyse erdachten Gedanken ab. Aus beiden Analysen zusammen soll schließlich eine Theorie für die Verwendung von Spiegeln in Werbebildern entwickelt werden.

2. Kapitel Spiegel

Der Spiegel hat besonders durch seine Bedeutung als Motiv in der Kunst wissenschaftliche Beschäftigung gefördert. Daneben ist eine Reihe an Arbeiten entstanden, die sich dem Objekt auf phänomenologische, semiotische und (sozial)psychologische Weise nähern. Insgesamt ist die Literatur zu Spiegel eher als reichhaltig zu bezeichnen. Zunächst möchte ich einen kurzen historischen Abriss zur Entwicklung des Spiegels hin zu dem Artefakt, wie es uns bekannt ist, geben, um die historische Verwurzelung des Spiegels in unterschiedlichen (Hoch)Kulturen und Epochen darzustellen. Anschließend sollen einige, mir wesentliche Erkenntnisse über das Objekt, seine Verwendung, seine Implikationen und abstrakte Ideen, die sich über es entwickeln lassen, vorgestellt werden.

Wann das erste Mal ein Mensch sein Spiegelbild betrachtet hat, ist nicht überliefert. Viel früher geschah es natürlich, als sich eine Praxis der Spiegelherstellung etablieren konnte. Unser Wort Spiegel entwickelte sich aus dem lateinischen Speculum, das von specio, „ich sehe“ in der römischen Sprache, abgeleitet wird.⁵ Die elementare Verknüpfung des Objekts mit dem Menschen zeigt sich schon an dieser kurzen etymologischen Herleitung. Die ersten erhaltenen Spiegel aus Metall finden sich in den antiken Hochkulturen, „im alten früh-bronzezeitlichen Ägypten“⁶ um 3000 v. Chr., sie wurden aber früher im Zweistromland hergestellt. Hier soll schon die Glasproduktion bekannt gewesen sein.⁷ Auch aus dem antiken Griechenland sind kleine metallene Handspiegel erhalten, doch soll Demosthenes seine Reden vor einem Spiegel geübt haben, und Vitruv beschreibt Vorrichtungen, um Spiegel höher und niedriger aufhängen zu können.⁸ Das spricht dafür, dass man technisch in der Lage war, größere Spiegel zu produzieren. Die auf beispielsweise Tontöpfen erhaltenen Darstellungen zeigen zumeist Frauen, die einen Spiegel in ihren Händen betrachten. Hartlaub vermutet, das erste Auftreten künstlicher Spiegel wäre auf soziale Veränderungen zurückzuführen. „Der erste Spiegel war gewiss eine Gabe des erfindungsreichen und `galanten` Mannes an eine Frau,“⁹ meint er und will von diesen Frauen als die ersten feinen Damen sprechen. Ohne die

⁵ Vgl. Kluge, Friedrich. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin: Walter de Gruyter, 1975. S. 725.

⁶ Hartlaub, G.F. Zauber des Spiegels. Geschichte und Bedeutung des Spiegels in der Kunst. München: Piper & Co, 1951, S. 34.

⁷ Kacunko. Spiegel – Medium – Kunst. Zur Geschichte des Spiegels im Zeitalter des Bildes. München: Fink, 2010. S. 38.

⁸ Hartlaub. S. 39.

⁹ Ebd. S. 32.

offenbar ausschweifende historische Kenntnis Hartlaubs über den Gentleman hier zu ernst nehmen zu wollen, ist die Konnotierung des Spiegels als weibliches Objekt herauszustreichen, denn auch Plinius beschreibt in Rom anklagend, dass jede Magd einen Silberspiegel besäße, in dem sie sich zurechtmachen würde.¹⁰

In Rom soll das Glas als Spiegelmaterial, dank der billigeren Bearbeitung, der stärkeren Lichtreflexion, der Möglichkeit zu größeren Formaten bedeutender geworden sein, doch verschwindet dieses Wissen und Spiegel generell in Folge der Völkerwanderung für mehr als ein Jahrtausend. Erst im ausgehenden Mittelalter kommen Spiegel aus Metall und zumeist als runde Konvexspiegel wieder auf. Der wesentliche Schub zur Entwicklung der uns bekannten Spiegel geschieht in Glasmanufakturen Venedigs Anfang des 16ten Jahrhunderts, in denen flache, rechteckige Glasscheiben geschaffen werden konnten. In Deutschland wurde etwa zur selben Zeit ein guthaltbarer Spiegelbelag erfunden.¹¹ Venedig entwickelte eine enorme Spiegelleidenschaft, man förderte die Perfektion der Herstellung, Spiegel erzielten enorme Preise und Herstellungsverfahren wurden zu streng gehüteten Geheimnissen. Die Monopolstellung Venedigs hielt über hundert Jahre und konnte in den Niederlanden und Deutschland aufgebrochen werden.¹²

In der Renaissance begannen Maler den Spiegel als Motiv häufig einzusetzen. Der Spiegel ist in Hartlaubs Ausführungen eindeutig weiblich besetzt, was nicht zuletzt auf die Werke der bildenden Kunst zurückzuführen ist, die vornehmlich Frauen mit Spiegeln verbindet.

Bemerkenswert, dass die mythologisch erste Gestalt, die ihr Spiegelbild erblickte, mit Narziss ein, wenn auch gerne androgyn dargestellter,¹³ Mann ist. Dass Narziss nicht als bärtiger Krieger ins Bildgedächtnis eingedrungen ist, überrascht aber kaum. Über Narziss lässt sich verstehen, wieso für die Malerei nicht das gespiegelte Bildnis, sondern viel mehr der sich spiegelnde Mensch als Motiv von Bedeutung war, der sich gegenüber seinem eigenen Spiegelbild verhält. In Oscar Wildes Dorian Grey wird dies verkehrt, es verhält sich der Spiegel gegenüber dem sich Spiegelnden, der sich nicht verhält.¹⁴ Zwar werden im Sinn der

¹⁰ Vgl. ebd.

¹¹ Vgl. ebd. S. 40 – 44. Der Unterschied zwischen der Bullaugenform und den uns gebräuchlichen Spiegeln wird in Jan van Eycks Bild „Arnolfiniverlobung“ (1434) deutlich. Auch interessant ist die Verbindung der Scheinhaftigkeit des Spiegels und der Maskenverliebtheit Venedigs.

¹² Kacunko. S. 301.

¹³ Bspw. Caravaggios Narziss, zu finden auf: <http://de.wikipedia.org/wiki/Narziss> Zugriff: 28.05.2012.

¹⁴ Wilde, Oscar. Das Bildnis des Dorian Gray. Zürich: Diogenes, 1986.

Bei dem Spiegel handelt es sich natürlich um ein gemaltes Bildnis, das aber Eigenschaften eines Zauberspiegels beigegeben bekommt.

Selbsterkenntnis der Mann und der Spiegel philosophisch auch positiv bewertet, zumeist aber in männlichen Darstellungen Narren, Gecken, Schauspieler oder Redner mit Spiegeln karikierend kombiniert.¹⁵ Im Gegensatz dazu finden sich unterschiedliche Bildmotive, die Frauen zentral setzen.

Aus der Perspektive des Mannes sieht Hartlaub in der Verbindung aus Frau und Spiegel die Möglichkeit, auf die „religiös-moralisierende Note“¹⁶ verzichten zu können, da nicht der lüsterne Mann, sondern ein neutraler Spiegel die weibliche Ausdrucksvielfalt hervorzurufen verstand. Häufige Sujets sind der bestätigende, prüfende oder die Reize steigern wollende Blick der Frau, das Spannungsverhältnis zwischen der ungeordneten und fertigen Toilette, die Differenz der unschuldigen, unbewussten Jugendschönheit zur eitlen, die Wahrheit verweigernden alten Frau, mythologische Gemälde in denen sich Schönheiten in den spiegelnden Waffen und besonders Schilden ihrer Männer, Liebhaber oder auch Söhne betrachten. Das außergewöhnliche Motiv des Zorns auf einen Spiegel findet Hartlaub in einer dichterischen Erfindung von Hyginus, der Pallas Athene die Flöte erfinden lässt, die diese erprobt und dabei entstellte Gesichtszüge erhält. Von Hera und Aphrodite ausgelacht läuft sie zu einem Fluss, sieht ihr Antlitz und schleudert die Flöte zu Boden.¹⁷

Die Bilderflut mit Spiegeln als Motiv setzt in der Renaissance ein und steigert sich mit der architektonischen Bedeutung dieser. Vor allem in Frankreich im 17ten Jahrhundert wurde nicht zuletzt durch Ludwigs des XIV horrenden Verbrauch der technologische Fortschritt vorangetrieben, der eine „Explosion der Spiegelherstellung“¹⁸ zuließ. Im 19ten Jahrhundert verlieren Spiegel aber zusehends ihre Bedeutung als Träger von allegorischen Vorstellungen, und wie Hartlaub auch feststellt, ihre magischen Fähigkeiten (s. u.),¹⁹ die Entzauberung des Spiegels, nicht zuletzt durch Technik, spricht man frei mit Max Weber.²⁰ Auch die in Frankreich, aber ebenso in anderen Ländern Europas beliebten Spiegelräume,²¹ die in der absolutistisch-höfischen Notwendigkeit der Sichtbarkeit²² ihren Nährboden finden, da gerade die Verspiegelung die Vervielfachung der einzelnen Person ins Unendliche erlaubt,

¹⁵ Vgl. Hartlaub S. 68.

¹⁶ Ebd. S. 73.

¹⁷ Vgl. ebd. S. 74 – 80. Söhne ist hier sicher besonders, aber ein häufiges Motiv war die Spiegelung der Thetis im Schild ihres Sohnes Achill.

¹⁸ Kacunko. S. 310.

¹⁹ Vgl. Hartlaub. S. 11.

²⁰ Vgl. Weber, Max. Wissenschaft als Beruf. Stuttgart: Reclam, 1995. Er spricht, wie bekannt ist, von einer „Entzauberung der Welt,“ S. 19.

²¹ Vgl. Kacunko. S. 327 – 343.

²² Spannend, dass sich in dieser Epoche auch die Technik zur Wachskerzenherstellung stark verbesserte, Spiegelräume also von tausenden Kerzen in der Nacht beleuchtet werden konnten.

verhindern im 18ten Jahrhundert nicht, dass Glas „die absolute Vorherrschaft über den Raum und seine Menschen“²³ eingenommen hat. Während der Spiegel als innenarchitektonisches Material weniger wichtig wird, entwickeln sich die ersten Bauten komplett aus Glas, wie der 1851 für die Weltausstellung in London errichtete Crystal Palace und führen den Literat und Zeichner Paul Scheerbart zu einem ausführlichen Buch über Bauen und Glas,²⁴ dazu der bekannte Spruch: „Ohne einen Glaspalast, ist das Leben eine Last.“²⁵ Der Durchsichtbarkeit wird in dieser Zeit mehr Bedeutung geschenkt, die Reflexion mag hingegen gegenüber einer dem durchsichtigen Glas zugesprochenen Klarheit ins Hintertreffen geraten. Dass dies für die Hoch- oder Postmoderne so nicht gelten darf, belegt ausführlich Slavko Kacunko, der sich mit dem Bereich moderne Architektur, Fotografie, Film und Kunst in Bezug auf Spiegel beschäftigt und Vieldeutigkeit, multiple Verwendungsfähigkeit und genre- bzw. disziplinenüberschreitende Bedeutung bearbeitet.

Die vielleicht wichtigste Eigenschaft des Spiegels ist es, als Spion verwendet zu werden, der an Orte blicken kann, die dem Auge sonst verborgen bleiben. Sicherlich auch voyeuristischer Natur, indem Spiegel als optische Hilfsmittel eingesetzt werden können, um an Orte zu blicken, die dem natürlichen Auge aus der speziellen Position im Raum nicht zugänglich wäre, wozu auch die Gesichtsfläche des Menschen gezählt werden muss. Insofern wird die Leistung unseres Auges erweitert, was für Eco dafür spricht, den Spiegel als Prothese zu bezeichnen.²⁶ Prothesen dienen entweder als Ersatz, wie ein Gebiss, oder als Erweiterung des Aktionsradius von Organen, wie eine Brille, ein Hörgerät. Ein Spiegel wird als neutrale Prothese verstanden, da er uns das Sehen an Orte zugänglich macht, die wir sonst nicht sehen können. Verändernde Spiegel sind nicht als neutrale Prothesen anzusehen, je nach ihrer Krümmung können diese eben, konvex oder konkav sein.²⁷ In den Niederlanden des 15ten Jahrhunderts wurden vor allem Konvexspiegel verwendet. Diese sind unseren an uneinsichtigen Straßenkreuzungen positionierten Spiegeln ähnlich.²⁸ Die Möglichkeiten

²³ Hartlaub. S. 56.

²⁴ Vgl. Scheerbart, Paul. Glasarchitektur. München: Rogner & Bernhard, 1971.

²⁵ Der Spruch stammt von dem Gesims des Pavillons der Glasindustrie auf der Werkbundausstellung 1914 in Köln, daneben war noch zu lesen: „das bunte Glas, zerstört den Hass“, „das Licht will durch das ganze All, und ist lebendig im Kristall“ und für den zweiten notwendigen Werkstoff der Glasarchitektur „was wäre die Konstruktion, ohne den Eisenbeton“. Wolfgang Pehnt. Paul Scheerbart, ein Dichter der Architekten. In: Scheerbart, Paul. Glasarchitektur. München: Rogner & Bernhard, 1971. S. 150.

²⁶ Eco, Umberto. Über Spiegel. Und andere Phänomene. München: Hanser, 1988. S. 35.

²⁷ Ebd. S. 29.

²⁸ Hartlaub S. 92.

solcher Spiegel in der Realität fanden auch als Bildsujet Verwendung. In der berühmten Arnolfinihochzeit von Jan van Eyck wird durch das konvexe Bullauge des Spiegels das hinter der Bildperspektive Liegende in Miniaturform sichtbar. Aus dieser Fähigkeit ergibt sich das für den Menschen wesentliche Element:

„Was er aber (der Mensch, k.h.), jedenfalls bis zur Ausbildung einer vollkommenen Bildnismalerei und Photographie niemals wahrgenommen hätte, was ihm nur aus den natürlichen, deutlicher noch aus den künstlichen Spiegeln entgegen scheinen kann, das ist das eigene Gesicht, die eigene Gestalt in jener charakteristischen Hauptansicht, welche sich nur einem anderen, niemals unmittelbar dem eigenen Auge darbietet“²⁹

Daneben gilt dieses Hochzeitsgemälde als „die früheste gemalte Spiegelung, die darauf abzielt, den realen Bildraum optisch zu erweitern.“³⁰ In dem spätmittelalterlichen Bild, das ein sich die Hände reichendes Ehepaar in voller Körpergröße zeigt, wird mit Hilfe eines im eigentlichen Bildarrangement kleinen, aber äußerst repräsentativ ins Zentrum gestellten Spiegels zum einen die Rückseite der Dargestellten, zum anderen das, was hinter dem Bild liegt, Menschen sind in einem Türrahmen zu sehen, damit die Rückseite des Bildes an sich sichtbar. Durch die Möglichkeit, dahinter blicken zu können, wird ohne Metaphorisches einzuweben die Größe des dargestellten Raumes erweitert, was im Fall dieses Spiegels durch seine Rundwölbung noch mit einer Erweiterung über die mögliche Bildperspektive hinaus geht.³¹ Darüber hinaus kann interpretiert werden, dass erst durch die Sichtbarwerdung der Menschen im Türrahmen, die als Trauzeugen angesehen werden können, der Bildsinn gänzlich zu erschließen, die „raumerweiternde Spiegelung (...) zum Verständnis des Bildinhalts unerlässlich ist.“³² Im Gegensatz zu Eycks Bild verhält sich Edouard Manets Bild „Bar aux Folies-Bergère“³³ erweiternd als der Spiegel erweitert, indem er „die Sicht auf die Dinge beeinflusst.“³⁴ Nicht die detailgetreue Abbildung der Spiegelung sondern eine veränderte Wahrnehmungsstufe ist hier im impressionistischen Mittelpunkt, wenn die junge Frau an der Bar mit müden Augen in eine rastlose Menge blickt, die der Betrachterin von Außen allein über den Spiegel, aber scheinbar aus dem Blick der Kellnerin gezeigt wird.

²⁹ Vgl. ebd. S. 17.

³⁰ Meyer zu Eissen, Annette. Spiegel und Raum in der bildenden Kunst der Gegenwart. Bonn: Diss., 1980, S. 22.

³¹ Die rundgewölbten Spiegel nannte man ob ihrer Fähigkeit Dinge erweitert zu zeigen (zu sehen) Hexen. Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Arnolfini-Hochzeit> Zugriff: 07.09.2012.

³² Meyer zu Eissen. S. 42.

³³ Auf der Seite http://de.wikipedia.org/wiki/Édouard_Manet Zugriff: 13.09.2012. unten zu finden.

³⁴ Meyer zu Eissen. S. 225.

Durch die mit Hilfe von Doppelspiegelungen mögliche Perspektive auf den gesamten Körper öffnen sich die Tore zur Selbstgestaltung, die aber nicht allein äußerlich verstanden werden darf, als physiognomischer Weg zur Selbsterkenntnis und damit zur Wahrheit. Nach Diogenes Laertius aus dem dritten Jahrhundert nach Christus ist folgende Mahnung des Sokrates überliefert, die ich in zwei Versionen vorfinden konnte:

„Sokrates soll seinen Schülern empfohlen haben, allmorgendlich prüfend in den Spiegel zu schauen (- ...) Jedem, dem er ein schönes Antlitz zuwirft, solle der Spiegel die Mahnung einprägen, nicht die Schönheit des Leibes durch Hässlichkeit des Charakters zu schänden.“³⁵

Daneben wird gemeint, Sokrates hätte ihnen geraten

„sich immer wieder im Spiegel zu betrachten, um, wenn sie schön wären, sich dessen würdig zu machen, wenn aber hässlich, diesen Mangel durch gute Bildung auszugleichen und zu verdecken, indem sie sich vom Laster fernhalten.“³⁶

Auch hier klingt Dorian Grey mit, genauso wie die im antiken Athen besonders gefürchtete Hybris. Die moralische Gefährdung in Sokrates Worten in der ersten Auslegung mag darin liegen, dass die (selbst wenn sie nicht übertrieben zu nennen ist) Selbsteinschätzung als überragende Schönheit als Charakterschwäche oder –schwärze gewertet wird. Die Mahnung mag dem eigenen Charakter, sich nicht als zu schön zu empfinden, gelten. Die zweite Version lässt von Reflexivität der eigenen Person wenig übrig und kapriziert sich auf eine unterstellte objektive Fertigkeit Schönheit und Hässlichkeit unterscheiden zu können, und sie gleichzeitig äußerst streng und different zu bewerten. Die Vorstellung schwingt mit, etwas das schön ist, könne nicht unrein handeln, das Hässliche müsse sich hingegen erst moralisch verdient machen. Ein wesentlicher Grund für Dorian Greys Möglichkeiten, Schandtaten zu begehen. Heinrich von Kleist gibt in seinem Text über das Marionettentheater eine weitere Perspektive. So bemerkt ein Jüngling vor dem Spiegel, dass er die Position des Dornausziehers perfekt eingenommen hatte. Von diesem Moment an konnte er diese Haltung nicht mehr einnehmen, also der Vollkommenheit nicht absichtlich gleichkommen.³⁷

„Spiegel, so wird uns hier bedeutet, tragen nicht immer nur zu einer fördernden Steigerung des Bewusstseins bei, wie sie zur Bestimmung des Menschen gehört, sie mehren auch die bloße Bewusstheit und werden so zum Verhängnis.“³⁸

³⁵ Hartlaub. S. 17 – 18.

³⁶ Baltrusaitis, Jurgis. Der Spiegel. Entdeckungen, Täuschungen, Phantasien. Fulda: Anabas-Verlag, 1986. S. 9.

³⁷ Vgl. Kleist, Heinrich von. Kleists Aufsatz über das Marionettentheater. Studien und Interpretationen. Hrsg. von Helmut Sembdner. Berlin: Schmidt, 1967. S. 13-14.

³⁸ Meyer zu Eissen. S. 19.

Der junge Mann in Kleists Geschichte konnte sich von seinem Spiegelbild, von der Hoffnung das zu sehen, was einmal zu sehen war, nicht trennen, „er fing an, Tage lang vor dem Spiegel zu stehen; und immer ein Reiz nach dem anderen verließ ihn.“³⁹

Sowohl statische Bewusstheit als auch hybrische Einschätzung werden moralisierend negativ besetzt. Wie wir uns demnach im Spiegel betrachten, wird, wie auch an den Einschätzungen über und in den oben angeführten Bildern deutlich gemacht wurde, einer sozialen Interpretation unterworfen.

Aus einer anderen Perspektive sind Spiegel Träger von sprachlichen Fehlinformationen. Man geht davon aus, Spiegel würden symmetrisch verkehrte Bilder produzieren, also rechts und links vertauschen. Vielmehr aber vertauschen Spiegel nicht, sie reflektieren allein Rechts/Links dort wo Rechts und Links sind. Das Problem liegt in unserer Identifikation mit dem Abbild, dem Mensch im Spiegel, dessen Position wir nicht einzunehmen im Stande sind, außer indem wir uns auf dessen Standpunkt stellen. Insofern gebrauchen wir Spiegel richtig, sprechen aber falsch darüber.⁴⁰ Die Regeln, nach denen wir den Spiegel verwenden, nennt Eco „die Pragmatik des Spiegels.“⁴¹ Wir wissen, dass es ein Spiegel ist und wir gehen davon aus, dass er die Wahrheit sagt. Im Gegensatz zu einer spiegelverkehrten Fotografie, die uns Realität nur vorgaukelt, „sagt der Spiegel die Wahrheit auf unmenschliche Weise, wie jeder weiß, der vor dem Spiegel alle Illusionen über seine Jugendlichkeit verliert. Das Gehirn interpretiert die Daten der Netzhaut, der Spiegel interpretiert die Objekte nicht.“⁴²

Trotz aller hier unterstellten Wahrheit besitzt der Spiegel in seiner kulturgeschichtlichen Überlieferung „übernatürliche“ Fähigkeiten. Diese können wissend und wirkend sein, zugeschrieben von religiösen, kulturellen Vorstellungen. Der wirkende Spiegel ist magisch und besitzt unterschiedliche Ausprägungen. Sie können negativ sein, zu Verzauberungen führen, aber auch positiv, indem durch den Spiegel böse Geister vertrieben, Unglück abgewehrt, Krankheiten geheilt werden. Der wissende Spiegel, bekannt durch das Spieglein an der Wand, sagt die Wahrheit und ist nur dazu im Stande. In der Konzeption Schneewittchens ist der Spiegel kein täuschendes Objekt. Wie in einem Reiz-Reaktions-Schema muss er die als richtig gewertete Antwort geben. Kann ein Spiegel wahrsagen, ist das gerne mit einer rituellen Herstellungsweise oder eben der ritualisierten Befragung

³⁹ Kleist. S. 14.

⁴⁰ Vgl. Eco, S. 29 – 31.

⁴¹ Ebd. S. 34.

⁴² Ebd.

verbunden.⁴³ Der Spiegel offenbart dem Menschen Unsichtbares über die glänzende Fläche, die für gewöhnlich die wirklichen Dinge reflektiert.⁴⁴ Hinter der Spiegeloberfläche entsteht vor unseren Augen eine zweite Welt, die mit speziellen Eigenschaften ausgestattet wird. Diesen Kräften entstammen zu einem Teil alle bekannten sozialen Normierungen, die sich über den Spiegel produzieren. Aus Verboten um die Dauer der Selbstbetrachtung im Spiegel zu reglementieren, oder eine Tradition der Brautfindung, bei der ein junges Mädchen, um die Keuschheit ihrer Gedanken zu prüfen, vor einen Spiegel tritt, ob dieser sich durch den Atem trübe,⁴⁵ entwickelt sich für Hartlaub etwas, das er „Spiegelscheue“ nennt und mit der er die „konservative Gestaltentwicklung“⁴⁶ des Spiegels verbindet, aber im weiteren seiner Arbeit nicht ausführt. Dieser Gedanke wird in der weiteren Arbeit, trotzdem seine moralischen Implikationen anachronistisch wirken, zu beachten sein, da hier Gebrauch des Objekts angelegt ist, der unserem „entzauberten“ Umgang widerspricht. Symbolisch aufgeladen ist der Spiegel auf unterschiedlichen Ebenen. Für Reinheit steht die Fähigkeit, ein Bild aufzufangen und ebenso zurückzuwerfen, ohne von diesem beeinflusst zu werden.⁴⁷ Der Spiegel in den Händen eines unschuldigen Mädchens würde für eine solche Symbolisierung stehen. Als Symbol für Ambivalenzen, für die Möglichkeiten zwischen Visuellem und Visionärem, zwischen Objektivem und Subjektivem wird der Spiegel ebenso verwendet.⁴⁸

Auch anzuführen ist, dass „das makellose Aussehen des Spiegels (...) ins Metaphysische, Mystische, Moralische gedeutet werden (konnte). Seine Funktion dagegen, jedenfalls die objektiv optische, hat eine geradezu entgegengesetzte Symbolreihe ausgelöst.“⁴⁹ Denn er zeigt die Wahrheit, also auch die Vergänglichkeit, das Alter, demnach den Tod schonungslos, ohne zu verschönern. Vor allem im Mittelalter des Christentums wird der Spiegel in der Hand einer Frau mit Sünde bzw. sündigem Verhalten belegt. Das zeigt, dass im Spiegel abstrakte Personifikationen vorgenommen werden (Eitelkeit, Wollust, Stolz). Anders wurde er in der

⁴³ So auch in der typischen ersten Befragung des Spiegels: „Über ein Jahr nahm sich der König eine andere Gemahlin. Es war eine schöne Frau, aber sie war stolz und übermütig und konnte nicht leiden, dass sie an Schönheit von jemand sollte übertroffen werden. Sie hatte einen wunderbaren Spiegel; wenn sie vor den trat und sich darin beschaute, sprach sie: Spieglein, Spieglein an der Wand, wer ist die Schönste im ganzen Land?“ so antwortete der Spiegel: „Frau Königin, Ihr seid die Schönste im Land.“ Da war sie zufrieden, denn sie wusste, dass der Spiegel die Wahrheit sagte.“ In: Schneewittchen. Ein Märchen von den Brüdern Grimm. Bilder von Marlenka Stupica. Wien: Verlag für Jugend und Volk. S. 2-3.

⁴⁴ Vgl. Hartlaub. S. 21-22.

⁴⁵ Vgl. ebd. S. 26.

⁴⁶ Ebd. S. 25.

⁴⁷ Vgl. ebd. S. 147.

⁴⁸ Vgl. ebd. S. 141.

⁴⁹ Ebd. S. 149.

Antike verstanden, die mit der Betrachtung des eigenen Äußeren weniger moralische Schwierigkeiten hatte, was Hinweise auf unsere heutige Bewertung der Selbstbetrachtung in sich trägt. Hartlaub meint zu dieser Veränderung:

„Es entsprach der allgemeinen Bewusstseinswandlung, wenn sich dabei der Spiegel christlicher Selbsteinkehr späterhin mehr zum Gleichnis einer platonischen Selbsterkenntnis entwickelte.“⁵⁰ Auch mit Hilfe der Vorstellungen zur Zivilisationsentwicklung⁵¹ bei Norbert Elias ist diese Bewegung zu verstehen. Denn über Affektkontrolle, die als wechselseitige, historisch wandelbare Ausübung von Zwängen zwischen Gesellschaft und Individuum hinsichtlich anerkannter Verhaltensweisen hier zusammengefasst werden kann, etablieren sich Veränderung an Objektnutzungen. Oben angeführte Zitate von Sokrates und Vitruv zeigen diese Themen als in der Antike vorhanden, aber nicht derart stark als deviant normiert an.

Über Rahmen wird bei Hartlaub aus kunsthistorischer Sicht recht wenig berichtet. Die eigenständige Entwicklung nur in der Renaissance und im Barock, mit zunächst religiösen Passionsszenen oder Sinnsprüchen, später Hinweisen auf die Vergänglichkeit des Menschen wie Totenköpfe, wird behandelt, und auf die Rückkehr zu gängigen Bilderrahmen hingewiesen.⁵² Die eigenständige Bedeutung des Rahmens wird von Serge Roche hervorgehoben,⁵³ der sich ebenso vor allem mit deren gestalterischen Ausformungen kunsthistorisch beschäftigt und in seinem von Bildern dominierten Band eine Vielzahl an Fotografien von Spiegeln mit und ohne Rahmen zusammenstellt.

Im psychosozialen wissenschaftlichen Diskurs wurde der Begriff des Spiegels durch das „Spiegelstadium“⁵⁴ von Jaques Lacan aufgegriffen. In seinem berühmten Aufsatz behandelt er die Identifikation des Kleinkindes mit seinem eigenen Spiegelbild. Zwei Beispiele über die Auswirkungen dieser im Tierreich mögen aufschlussreich sein. Tauben brauchen zur Reifung von Geschlechtsdrüsen einen Blick auf einen Artgenossen oder einen auf das eigene Spiegelbild, Wanderheuschrecken ein bewegtes Bild von anderen Heuschrecken, um selbst zu wandern.⁵⁵ Für Lacan bietet sich über das Spiegelstadium die Möglichkeit, „die Funktion des Ich (...) zu verdeutlichen.“⁵⁶ Der Umgang mit Spiegel lässt eine Vielzahl an Aktionen

⁵⁰ Vgl. ebd. S. 164.

⁵¹ Elias, Norbert. Über den Prozess der Zivilisation. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1976.

⁵² Vgl. Hartlaub. S. 48 – 52.

⁵³ Vgl. Roche, Serge. Miroirs. galleries et cabinets de glaces. Paris: Hartmann, 1956.

⁵⁴ Lacan, Jaques. Schriften I. Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion, wie sie uns in der psychoanalytischen Erfahrung erscheint. Berlin: Quadriga, 1986. S. 61 – 70.

⁵⁵ Vgl. Ebd. S. 65.

⁵⁶ Ebd. S. 63.

entstehen, die dem (jungen) Menschen erlauben, den komplexen virtuellen Zusammenhang zwischen sich selbst und Raum, Spiegelbild und Spiegelraum spielerisch auszuloten. Lacan versteht das Spiegelstadium „als eine Identifikation (...): als eine beim Subjekt durch die Aufnahme eines Bildes ausgelöste Verwandlung.“⁵⁷ Durch diese Verwandlung entsteht im Säugling etwas, das Lacan als jubilatorische Stimmung bezeichnet, in der das Ich in einer „ursprünglichen Form“ auftauchen kann, „bevor es sich objektiviert in der Dialektik der Identifikation mit dem anderen und bevor ihm die Sprache im Allgemeinen die Funktion eines Subjekts wiedergibt.“⁵⁸ Dieses Erlebnis ist als vor jeder gesellschaftlichen Determination liegend, als nicht auszulöschend und als eine Art Folie gedacht, wie sich das Ich in seiner Realisierung mit der Realität findet. Der Bruch des Ichs bzw. der Innenwelt mit der Umwelt geschieht über die Erfahrung, die durch den Spiegel möglich wird, sich selbst als zerstückelt, sich selbst nicht als Einheit wahrzunehmen. Das Ich sieht den zerstückelten Körper in der Umwelt, also im Spiegel, aber das Innere gibt einen gegenteiligen Eindruck wieder. Dieser, wie Lacan schön sagt „Bruch des Kreises von der Innenwelt zur Umwelt (bringt) die unerschöpfliche Quadratur der Ich-Prüfung hervor.“⁵⁹ Weiter unten wird von dieser Zerstückelung durch Fotografie, die den Körper in Einzelteilen ablichtet und immer eine Rekonstruktionsleistung des Einzelnen notwendig macht, mit Susan Sonntag als Atomisierung gesprochen. In diesem Gedanken zeigt sich schon ein Zusammenhang zwischen Spiegelbild und Fotografie, und dem, was ihre Eigenschaften mit bildlich-visueller Wahrnehmung machen.

Umberto Eco versucht in seiner semiotischen Arbeit über Spiegel zu enträtseln, ob es sich bei einem Spiegelbild um ein Zeichen handelt, oder nicht. Da für ihn im Fall des Spiegels der Referent des Spiegelbildes selbst immer kopräsent sein muss, das Bild also kausal und nicht in Abwesenheit des Objekts erzeugt werden kann, ist ein Spiegelbild nicht in der Lage zu Lügen, es ist nur möglich, über und um, nicht mit und durch sie zu lügen.⁶⁰ Ein Spiegelbild ist nie mit einem allgemeinen Inhalt verbunden, sondern bezieht sich immer auf den konkreten Inhalt eines Referenten. Insofern kann ein Spiegelbild für Eco kein Zeichen sein. Allerdings

⁵⁷ Ebd. S. 64.

⁵⁸ Ebd.

⁵⁹ Ebd. S. 67.

⁶⁰ Für Fotos könnte dies auch gelten, doch lassen sich diese im Nachhinein durch unterschiedliche Techniken verändern.

können sie benutzt werden, um „Prozesse zu erzeugen, die sich als semiosisch⁶¹ definieren lassen.“⁶² Das kann der deformierende Spiegel sein, dessen Spiegelung als Prozess bewertet werden könnte, da er im Referenten ein Davor und ein Danach zu erzeugen im Stande ist, sobald er als verändernder Spiegel erkannt wird.

Aus seinen Überlegungen zur Zeichenhaftigkeit von Spiegelbildern schließt Eco interessant auf fotografische oder filmische Abbilder von realen Spiegeln:

„Man reproduziere einen Spiegel in einer Fotografie, in einer Film- oder Fernsehaufnahme, in einem Gemälde. Diese Bilder von Spiegelbildern funktionieren nicht als Spiegelbilder. Von Spiegeln gibt es keine anderen Abdrücke oder Ikonen als weitere Spiegel. In der Welt der Zeichen wird der Spiegel zum Phantom seiner selbst, zur Karikatur, zur Verhöhnung oder Erinnerung.“⁶³

Harte Worte gegen den Spiegel als Motiv in Bildern, der Schlusssatz hinterlässt den Eindruck, Eco würde sich wünschen, keine Bilder von Spiegeln sehen zu müssen, und erinnert an Barthes Eindruck, Fotografie allgemein hätte ihrer Natur gemäß „etwas Tautologisches: eine Pfeife ist hier stets eine Pfeife, unabdingbar,“⁶⁴ und lässt in diesem Medium René Magritte keine Entfaltung.

⁶¹ Definition Semiose: Nach Charles S. Pierce ein für Menschen typisches Phänomen durch das ein Zeichen, sein Objekt (oder Inhalt) und seine Interpretation in ein Wechselspiel treten. Semiotik ist die theoretische Reflexion über das, was Semiose ist. Eco, S. 26.

⁶² Eco, 1988. S. 47.

⁶³ Ebd. S 61.

⁶⁴ Barthes, Roland. Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie. Übersetzt von Dietrich Leube. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985. S. 13.

3. Kapitel Werbung

Sozialwissenschaftliche Theorie und Werbung stellt ein häufig verwendetes Arbeitsfeld dar. Eine Verknüpfung zwischen Spiegel und Werbung findet sich, immer auf abstraktem Niveau, das versucht Werbung und Gesellschaft zu verbinden. So stellt Goldman die Frage „is society a reflection of advertising or is advertising a reflection of society?“⁶⁵ in der Sich-Spiegeln Ausdruck findet.⁶⁶

In ihrem großen, ausführlichen Werk „Theatralität der Werbung“⁶⁷ bauen die Autoren ein dichtes Netz aus Ideen unterschiedlicher Theoretiker auf, wobei, wie gezeigt werden wird, auf Bourdieu, Foucault und Elias, auch wesentlich auf Goffman zurückgegriffen wird.

Zunächst aber ein wie ich finde spannender

Exkurs auf ein frühes Beispiel der Betrachtung von Werbung

Dieses verfasst J. H. Wehle 1880.⁶⁸ Das Alter der Arbeit deutet auf Einschätzungen in ihr zur Werbung, die eigene blinde Flecken aufzudecken helfen könnte. Denn aus heutiger Perspektive befindet er sich am Anfang unserer kommerziellen Werbung, meint aber selbst, dass die typische Buchgestaltung mit Verweis auf Autor, Verleger, Drucker usw. Werbung in ursprünglichster Form ist.⁶⁹ Damit zeigt er erste Grenzen meiner schon ausgetretenen historischen wie qualitativen Wahrnehmung an, wenn ich mir vor Augen führe, solche Werbeinformationen unhinterfragt als Hin- oder Verweise anzusehen. Er behandelt Werbung anhand der fünf Sinne, wobei dem Sehsinn die stärkste Kraft zugesprochen wird, da sich „die moderne Reclame (als) ein wahrer Proteus an Gestalten und Formen“⁷⁰ darstellt. Die Allgegenwart von sichtbarer Werbung verdeutlicht er in einer Beobachtung, die aber hingegen meiner ersten Einschätzung über das Alter der Arbeit an sich nur wenig zeitfremd wirkt: „Du flüchtest Dich in's Theater, auch da verfolgt sie dich, im Stücke selbst, wo sie der Autor absichtlich angebracht, oder in einer Improvisation des Schauspielers oder auf dem Theaterzetteln, und wenn gar nirgends anders auf dem Vorhange, der dir, sich herabsenkend, den Fluch und Segen der Zeit, das Inserat enthüllt.“⁷¹

⁶⁵ Goldman, Robert. Reading ads socially. London: Routledge, 1992. S. 3-4.

⁶⁶ Ein weiteres Beispiel für diese Verknüpfung ist das Werk: Fox, Stephan. The mirror makers. A history of American Advertising and his Creators. New York: Morrow, 1984. das nicht den spannenden Beruf des Spiegelmachers zum Inhalt hat.

⁶⁷ Willems, Herbert, York Kautt. Theatralität der Werbung. Theorie und Analyse massenmedialer Wirklichkeit. Berlin: Walter de Gruyter, 2003.

⁶⁸ Wehle. J. H. Die Reclame. Ihre Theorie und Praxis. Wien: Hartleben's Verlag. 1880.

⁶⁹ Vgl. S. 24.

⁷⁰ Ebd. S. 23.

⁷¹ Ebd. S. 25.

Durch Product Placement ist dieser Werbestil durchaus bekannt. Ebenso meint er hier, Werbung wäre nicht allein als positiver Zusammenhang werbend, sondern auch als negativer, denn das Reden, die Beschäftigung mit „etwas“ ist eine Unterstützung von dessen Bekanntheit.⁷²

Die Allgegenwärtigkeit von Werbung beschäftigt, natürlich viel später, auch Marshall McLuhan, sie würde in der Form, in der sie eingesetzt wird, benutzt werden „to keep everybody in the helpless state engendered by prolonged mental rutting.“⁷³ Das Begriffspaar „mental rutting“ bezieht sich auf das Brunstritual bei Tieren. Werbung belästigt die Rezipienten ständig, wie ein brünstiges Männchen das Weibchen.⁷⁴ Dieser Vergleich kommt, im übertragenen Sinn, der ursprünglichen Bedeutung des Wortes „Werb“ nahe, das als Sammelbegriff für vieles, das sich um etwas dreht, also ein Wirbel, ein Kreislauf, aber auch ein Gelenk, Verwendung fand.⁷⁵ Ein Paarungstanz um den potentiellen Konsumenten. Für Adorno steht die „omnipräsente Werbung“ kritisch in Einverständnis mit dem „Schillerschen `das Leben ist doch schön`,“⁷⁶ wodurch besonders auf die euphemistische Vorstellungsproduktion von Werbung Wert gelegt wird.

Visuell sichtbare Werbung lässt sich Wehles Einschätzung nach weit zurückverfolgen. So ist „das Häringfaß vor der Thüre des Kaufmanns (...) die primitive Reclame.“⁷⁷ Moderne Schaufenster sind eine feinere Form dieser ursprünglichen Werbemethode, Waren werden symbolisiert, bzw. finden sich ein Symbol, das zu einem allgemeinen Verständnis über sie führt. Erste Werbeagenturen und damit eine deutliche Kommerzialisierung der Tätigkeit Werbung wurden freilich erst später, in der Mitte des 19ten Jahrhunderts in den USA, gegründet.⁷⁸ Eine chronologische Auflistung visueller Werbemittel mag wie folgt aussehen: „Das Plastische ist die ältere Schwester der sichtbaren Reclame. (...) Es trat das Bild als Ergänzung hinzu, die Zeichnung, (...). Die Buchstabenkunde brachte die größte Bereicherung. Es entstanden die Auf- und Inschriften auf Gebäuden, die Siegel, später Stempel und Stampiglien, die Medaillen,

⁷² Vgl. S. 15.

⁷³ McLuhan, Marshall. *The mechanical bride: folklore of the modern man*. New York: Vanguard. 1951. S. V.

⁷⁴ In der Science-Fiction-Serie *Futurama* wird die Vorstellung angedacht, Werbung würde im Schlaf in Träume geschickt werden, um jede Möglichkeit, ihr zu entkommen, auszuschließen.

⁷⁵ Vgl. Grimm, Jakob und Wilhelm. *Deutsches Wörterbuch*. Vierzehnten Bandes I. Abteilung 2. Teil. Wenig – Wiking. Leipzig: Hirzel, 1960. S. 139 und S. 205 f.

⁷⁶ Adorno, Theodor. W. *Minima Moralia*. Reflexionen aus dem beschädigten Leben. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001. S. 105.

⁷⁷ Wehle. S. 18.

⁷⁸ Vgl. Schweiger, Günter. Gertraud Schrattenecker. *Werbung. Eine Einführung*. Stuttgart: Lucius & Lucius, 2009. S. 1.

Denkmünzen, die Schiefer. Und Wachstafeln, in neuester Zeit die Monogramme, Marken, die Privilegien, Diplome u. s. w.“⁷⁹

Geht man historisch bis in die Antike zurück, ist anzumerken, dass im antiken Rom Ankündigungen auf Tontafeln gesetzt wurden, weil diese durch überstreichen leicht wieder neu zu verwenden waren. Generell basiert unser Wissen über angekündigte Werbung vor allem aus Kulturen des Buchdrucks, also zunächst aus China, die Verbreitung in Europa durch Gutenbergs Erfindung kam später. Wehles Einschätzung beharrt vor allem auf dem Ankündigungsmoment und damit der Schriftlichkeit von Werbung. Das für uns heute sehr relevante Plakat ist schon lange im Einsatz, fahrendes Volk des 16. Jahrhunderts nutzten dieses häufig.⁸⁰

Die Bedeutung, aber auch überfordernde Abneigung die Wehle im ausgehenden 19ten Jahrhundert der verschriftlichten Werbung zuspricht, fällt in einer an moderne Textteppiche erinnernden Aufzählung deutlich auf:

„Die tausende von Preiscourants, Katalogen, Prospecten, Programmen, Mode-, Markt- und Geschäftsberichten, Wegweisern, Fremdenführern, Tabellen, Handbüchern, Reisebüchern, die gedruckten, lithographierten, illustrierten Offerte, Anzeigen und Empfehlungen, (...) die gedruckte Reclame, welche im Reiche der Reclame einen so großen Raum einnimmt, dass man sie mit der Gattung verwechselt und unter Reclame in der Regel nur die gedruckte oder gar die Zeitungsreclame versteht.“⁸¹

Der anachronistische Touch dieser Aussagen mag kritisch betrachtet auch daher rühren, dass diese Arten von Werbung uns kaum mehr als Werbung bewusst werden bzw. Wehle einen sehr weiten Reklame-Begriff hat. Einer Adhoc-Einschätzung der gegenwärtigen Lage widerspricht Wehles Einschätzung deutlich. Die Kraft des Wandels innerhalb dieser Ausdrucksmethode wird deutlich, was nicht zuletzt auf die Etablierung der Fotografie als wesentliches Trägermedium von Werbung zurückzuführen ist. Das geschah in den sechziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts, wobei Ingenkamp die Entwicklung auf die Konkurrenz des Fernsehens sowie die „kreative Revolution in der Werbung in den USA“⁸² zurückführt und als wesentliche Bewegung dieser Veränderung eine „immer weiter fortschreitende Intimisierung des Abgebildeten“⁸³ identifiziert, die eine gleichzeitige Anonymisierung⁸⁴ in

⁷⁹ Wehle. S. 19 – 20.

⁸⁰ Vgl. Ingenkamp, Konstantin. Werbung und Gesellschaft. Hintergründe und Kritik der kulturwissenschaftlichen Reflexion von Werbung. Frankfurt a. M.: Lang, 1996. S. 155.

⁸¹ Wehle. S. 19-20.

⁸² Ingenkamp. S. 275.

⁸³ Ebd.

⁸⁴ Vgl. ebd. S. 276.

sich trägt. Metaphorisch gesprochen könnte man sagen, das Bild erlaubt uns einen besonders tiefen Blick in das Beworbene, uns selbst oder Anderes zu tun bzw. gibt diesen Eindruck vor.

Den Sehsinn ergänzend wurde hörbare Werbung verwendet, zunächst durch Sprechen, „später entstand das Schreien oder Singen, denn der Rhythmus, (...), ist bewusst oder unbewusst ein Mittel zur Schonung der Lungen.“⁸⁵ Michail Bachtin weist in seiner großen Arbeit über die Sprache der Renaissance auf die *Cris de Paris* hin, die Schreie Paris. Diese Marktplatzrufe hatten Versform und Rhythmus, dienten zumeist Werbezwecken, wurden aber auch verwendet, um die Bevölkerung über neue Gesetze oder Erlässe zu informieren und zeichnen lautmalerisch das Bild einer weitaus mehr auf den Gehörsinn geschulten Gesellschaft.⁸⁶ Der Geruchssinn hingegen wird Wehles Meinung nach kaum zu Werbezwecken gereizt. Er fügt aber die angeblich in Russland ansässige Geschichte bei, Branntweinbuden würden vor ihren Läden ihr Produkt ausspritzen, um dadurch anzulocken. Ebenso wird dem Geschmack kein großer Wert als Werbemittel beigemessen, als untauglich der Tastsinn genannt.⁸⁷

Diese Einteilung nach Sinnen mutet naturgemäß merkwürdig an, als Reflexionsanstoß ist seine Ordnung aber interessant, sind es zumindest äußerlich immer noch maßgeblich Werbungen über den Sehsinn, die uns bewusst bzw. unbewusst vorgesetzt werden. Dass Werbungen für ein Produkt auch über alle anderen Kanäle im Kunden implementiert werden, verwundert heute aber nicht.⁸⁸ Daneben zeigt sich in Wehles Bearbeitung die Bedeutung der Synästhesie, der Simultanität verschiedener Ebenen, die für Werbung und für visuelle Medien allgemein wichtig ist, und weiter unten mit dem Begriff „Sympraxis“ detaillierter beschrieben wird.

Wenn Wehle meint, „der wirksamste Hebel der Reclame ist die Neugierde,“⁸⁹ könnte man mit Willems und Kautt ausschweifend dazusetzen, dass „die Werbung sicher einer der wichtigsten

⁸⁵ Wehle. S. 20 – 21.

⁸⁶ Vgl. Bachtin, Michail. *Rabelais und seine Welt. Volkskultur als Gegenkultur*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1987. S. 223.

⁸⁷ Eine Methode der Werbung über den Tastsinn: „Bei den jährlichen Grenzbegehungen werden von den Gemeinde-Oberen die Schulkinder mitgenommen und abwechselnd mit Ohrfeigen und Kuchen regaliert (sic!), damit sie sich noch in spätesten Zeiten des Grenzsteines und der damit verbundenen Leiden und Freuden erinnern.“ ebd. S. 22-23; Werben also mittels Zuckerbrot und Peitsche – zukunftsweisend? Oder durch Angst und Schrecken: „ein Versicherungsvertreter lancierte eine Annonce in einer Zeitung, ein bestimmtes Dorf werde von einer Feuerlegerbande bedroht, um mehr Versicherungen zu verkaufen.“ S. 43.

⁸⁸ Bekannt ist, dass Geräuschforscher das Knacken von Chips marktwirksam zu beeinflussen suchen, auch an der Konstruktion des „perfekten Geruchs“ eines Produkts ist nicht (mehr) allein die Kosmetikindustrie interessiert.

⁸⁹ Wehle. 45.

Bereiche dieser Kultur (ist) und so etwas wie eine „verschlüsselte“ Kurzfassung der Alltagskultur in ihrer Gesamtheit dar(stellt).“⁹⁰ Zusammengenommen wird aus beiden Vorstellungen etwas, das als „Besonderheit des Alltäglichen“ bezeichnet werden könnte, die eine Vielzahl an Akteuren auf unterschiedliche Arten beschäftigt. Ein Begriffspaar, das an die sozialwissenschaftlich programmatische Aufforderung des Fremdseins in der eigenen Kultur erinnert,⁹¹ wenn das Spezielle im Gewöhnlichen auf Interesse stößt oder eben gerade dadurch dieses wecken will. Von Wehle zu lernen ist die historische Dimension, die für die angeführte „Verschlüsselung“ und die mögliche Vielgestaltigkeit von Werbung nicht die geringste Bedeutung hat.

Eine Einbettung über den eigentlichen Wirkbereich einer Werbung (wo hängt das Plakat, wo wird der TV-Spot gezeigt etc.) hinaus gelingt Bettina Kolb mit Ulrich Becks Modell der Risikogesellschaft. Dieser folgend wird der Verlust von traditionellen Sicherheiten als mit einer stärkeren Abhängigkeit von gesellschaftlichen Angeboten zusammenhängend beschrieben. Die Hoffnung auf eine freie Erschaffung der Welt durch Individualisierung ist eine trügerische, denn vielmehr sind „Tendenzen der Institutionalisierung und Standardisierung von Lebenslagen“⁹² zu bemerken. Aus der Ent-Individualisierung folgt für Beck eine Re-Institutionalisierung, die ohne Freiwilligkeit des Einzelnen stattfindet, sich über Massenmedien festmachen lässt und in Bezug auf Werbung mit der griffigen Formel „Individualisierung bedeutet Marktabhängigkeit in allen Dimensionen der Lebensführung“⁹³ zusammengefasst werden kann. Für Kolb leitet sich daraus ab, dass die „weltweite und länderübergreifende Kommunikation zum weltweiten Codieren und Decodieren von Botschaften für den Medienkonsum der individualisierten Massen (führt).“⁹⁴ Die wichtigen Kodierungsleistungen werden von Spezialisten, Werbemenschen erbracht, die für sich aber ebenso im Zusammenhang der Ent-Individualisierung und Re-Institutionalisierung stehen. Es wird also von einer – zumindest im Sinn eines geteilten Kulturkreises - fast allgemein verständlichen Sprache ausgegangen. Diese Einsicht hilft Werbung (und in meinem Fall Werbebilder) als überregional lesbare Texte verstehen zu können. Die Kodierung, die über Visualisierung nicht nur vorgenommen wird, sondern vom Medium vorgegeben

⁹⁰ Willems, Kautt. S. 2.

⁹¹ Vgl. Girtler, Roland. 10 Gebote der Feldforschung. Wien: LIT, 2004.

⁹² Beck, Ulrich. Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1986. S. 119.

⁹³ Ebd. S. 212.

⁹⁴ Kolb, Bettina. Manipulation oder Wirklichkeit. Zur Rezeption visueller Codes in der Werbung und deren gesellschaftliche Verankerung im Alltag. Eine Fotobefragung. Wien: Dipl.-Arbeit, 1993. S. 7.

vorgenommen werden muss, zeigt sich an H. D. Lasswells typisiertem Kommunikationsablauf, der sich auch auf Werbung anwenden lässt. Denn dieses „wer sagt was zu wem auf welchem Kanal mit welcher Wirkung“⁹⁵ zeigt mit beinahe journalistischen Worten die Verquickung unterschiedlicher Ebenen in ein Bild. Über die Verbildlichung wird ein komplexer Zusammenhang in ein lebens(welt)nahes Bild rekodiert, zurück(kodiert) auch hinsichtlich einer Komplexitätsreduktion. Nicht zuletzt Ideen wie diese lassen Boehm über das Werbebild im Vergleich zum Kunstbild sagen, dass sich erste „in den Dienst einer vordergründigen und einlinigen Intention der Mitteilung stellen.“⁹⁶ Ich meine hingegen vielmehr, Werbebildern wären in ihren Primärbotschaften diese Verkürzungen zuzusprechen. Aber unter der leicht abzulösenden Schicht der suggestiven Werbungsmaschinerie steckt das bildliche Wissen des Menschen. Das Rätsel, das Boehm in Kunstbildern entdeckt, ist in diesen, so meine ich, vor allem besser, eindrucksvoller, geschickter in Szene gesetzt. Das bedeutet nicht, in allen anderen Bildern wären keine Rätsel enthalten. Sie sind aber anderer Natur, basieren weniger auf der artistischen Genialität eines besonders empfindsamen Menschen (oder empfindsamen Kunstkritikern und Kritikerinnen), sondern auf den rätselhaften Wissensbeständen des Menschen, die sich visuell über Zeit gebildet haben. Eine Doppelperspektive hinsichtlich Besonderheit und Belanglosigkeit erkennt Gernot Böhme, denn für ihn ist es „insbesondere der Bereich der Werbung, in dem Trivialität und Raffinement der Bildproduktion sich durchkreuzen.“⁹⁷ Allgemeiner sieht Wiesing in der Bearbeitung von Bildern, die nicht auf Grund ihrer Sonderstellung im (kunsthistorischen) Diskurs ausgewählt sind, die Chance und Basis für eine Philosophie des Bildes,⁹⁸ zu der eine hermeneutische Bearbeitung einiger Werbebilder beitragen kann.

Für Konstantin Ingenkamp beschäftigt die interpretative Werbeforschung „in welchem Verhältnis die Werbung zur Gesellschaft steht: bildet Werbung Vorstellungen aus der Gesellschaft ab,“⁹⁹ oder drängt sie gewisse Vorstellungen auf, denen unterschiedliche

⁹⁵ Lasswell, Harold D. The Structure and Function of Communication in Society, in: Berelson, Bernhard, Morris Janowitz, (Hrsg.). Reader in Public Opinion and Communication, New York: M W Books, 1967. Nach Schweiger, 2009. S. 7. Diese simplifizierende, aber berühmte Formel zeigt, woran in einem ersten Betrachten von Werbung zu denken sein könnte.

⁹⁶ Boehm, Gottfried. Zu einer Hermeneutik des Bildes. In: Gadamer; Hans-Georg. Gottfried Boehm. Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1978.S. 463.

⁹⁷ Böhme, Gernot. Theorie des Bildes. München: Wilhelm Fink, 1999. S. 7.

⁹⁸ Vgl. Wiesing, Lambert. Artifizielle Präsenz. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005. S. 13.

⁹⁹ Ingenkamp, 1996. S. 12.

ideologische Unterbauten zugeordnet werden. Er schließt seine Reflexion der in den Kulturwissenschaften erarbeiteten Wissensbestände zu Werbung in drei Beobachtungen zusammen, die er jeweils auf einige Autoren zurückführt:

Werbung manipuliert im weitesten Sinne.

Die Entwicklung der Werbestrategien steht in direktem Zusammenhang mit sozialem bzw. kulturellem Wandel.

Die Werbung wird immer ästhetischer.¹⁰⁰

Die letzte These steht im Zusammenhang mit dem Begriff der Sympraxis, den Rolf Klopfer in von seinem Ursprungszusammenhang bei Novalis abgeänderter Form wieder aufnimmt. Sympraxis bezeichnet, sicher nicht nur auf Werbung übertragen, „das von den Wort-, Bild-, Schrift-, Musik- u. a. Zeichen gelenkte Tun im Bewusstsein des Adressaten.“¹⁰¹ Bei dem zunächst stark psychologisch anmutenden Begriff handelt es sich darum, dass je nach Medium den über dieses angesprochenen Sinneseindrücken eine anregende Wirkung auf den Konsumenten zugesprochen wird. Aus diesem Zusammenhang entsteht ein gemeinsames Handeln des Mediums und des Rezipienten, wobei hier die Unterscheidung zu „gewöhnlichem“ ästhetischem Synkretismus gezogen werden kann, der meinem Verständnis nach keine Handlungsanregung impliziert. Das sympraktische Handeln anregend wirkt die ästhetische Weise, in der die Inhalte dargeboten werden. Um mit den Autoren zu antworten und einer komplexen, an dieser Stelle nicht zu führenden Debatte auf etwas humoristische Weise zu entgehen, sei deren Idee, was ästhetisch wäre, wiedergegeben: „Ästhetisch ist das, was wie Kunst ist, die schon erfolgreich war.“¹⁰² Die Sympraxis allerdings, als eine Form der gemeinsamen (Aus)Handlung der medialen Werbebotschaft ist als abstrakter Begriff sicher ein nützlicher, bedacht muss werden, dass der Begriff, zumindest in der Nutzung Kloepfers, manifeste Inhalte der Werbung fokussiert und Latenzen nicht wahrnimmt.¹⁰³ Das kann eine Gefahr für eine Verwendung innerhalb einer hermeneutischen Forschung darstellen. Die Manipulationsthese wird nicht zuletzt von Friedhelm Kröll gestützt, der Jürgen Habermas' Aufschlüsselung der Handlungsformen folgt, der als Untergruppe verdeckt

¹⁰⁰ Ebd. S. 31.

¹⁰¹ Klopfer, Rolf. Hanne Landbeck. Ästhetik der Werbung. Der Fernsehspot in Europa als Symptom neuer Macht. Frankfurt a. M.: Fischer, 1992. S. 9.

¹⁰² Ebd. S. 23.

¹⁰³ Vgl. ebd. S. 19.

strategisches Handeln identifiziert, das bewusst täuscht und eine Manipulation darstellt.¹⁰⁴ An dieser Handlungsstrategie wäre für Kröll „eine Soziologie der Werbung anzusetzen.“¹⁰⁵

Ingenkamps Unterstellung eines Zusammenhangs von Werbung und kulturellem Wandel wird von Willems und Kautt, der Spiegelungsfrage folgend, doch sehr eindeutig beantwortet, wenn sie meinen, dass „das kulturelle Forum der Werbung (...) prinzipiell dazu (tendiert), der Differenzierungs-, Pluralisierungs- und Wandlungslogik der Gesamtkultur zu folgen.“¹⁰⁶ Zu dieser Einschätzung gelangen die Autoren durch eine Ableitung der Theorie eben des kulturellen Forums von Newcomb und Hirsch, wobei sie in ihrer theoretischen Analyse bei einer Erweiterung des Theatralitätsbegriffs Fischer-Lichtes um sozialwissenschaftliche Wissensbestände von u.a. Elias, Bourdieu und Foucault ansetzen.

Die folgenden, kurzen theoretischen Ausführungen in Bezug auf Willems und Kautt dienen vorrangig der Darstellung der geistes- und sozialwissenschaftlichen Verortung der Werbung als Phänomen. Weniger soll vermittelt werden, die einzelnen konzeptuellen Begriffe hätten theorieleitende Aufgaben an meiner Arbeit zu verrichten. Aus diesem Grund wird auf die einzelnen Begriffe auch nicht tief und detailliert eingegangen.

Der Theatralitätsbegriff, der sich aus den vier Aspekten Performance, Inszenierung, Korporalität und Wahrnehmung entwickelt und auf das Theater bezogen ist, muss als Konzept für Massenmedien für Willems und Kautt umgeformt werden. Durch die Begriffe Figuration (Norbert Elias)¹⁰⁷, Feld und Habitus (Pierre Bourdieu) kann Theatralität makrosoziologisch eingeordnet werden. Die Figuration, die ebenfalls als soziales Feld gedacht werden kann, dient als Strukturbedingung, wodurch die Einbettung der Werbung in ein soziales Netz gelingt, in dem Akteure innerhalb ihrer untereinander differenten Kontingenzspielräume handeln. Habitus ist in der Lage „Identitätsaspekte (zu entwerfen) und ein Verständnis von den Grenzen und Spielräumen personaler und kollektiver Akteure (zu bieten).“¹⁰⁸ Habitus kann nicht als „Determinante von Verhalten, sondern (als) Generatoren von Verhaltenswahrscheinlichkeiten, Kontingenzspielräumen und (An)Passungsverhältnissen“¹⁰⁹

¹⁰⁴ Habermas, Jürgen. Theorie des kommunikativen Handels. Band 1. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995. S. 446.

¹⁰⁵ Kröll, Friedrich. Einblicke. Grundlagen sozialwissenschaftlicher Denkweisen. Wien: Braumüller, 2009. S. 64.

¹⁰⁶ Willems, Kautt. S. 43

¹⁰⁷ Dieser Begriff, dessen Idee von ihm auch Verflechtung genannt wird, bezeichnet für Elias den interdependenten Zusammenhang zwischen Individuum und Gesellschaft, der zu Wandel führt. Vgl. Elias, Norbert. Gesellschaft der Individuen. Frankfurt a. M. Suhrkamp, 1987. S. 43 ff.

¹⁰⁸ Ebd. S. 7.

¹⁰⁹ Ebd. S. 8.

verstanden werden. Er wird für Willems und Kautt vor allem aus der Perspektive des Medienpublikums gedacht, also der Publikumshabitus, den die Autoren als Alltagswissen verstehen.

Indem Foucaults Diskurstheorie in die Argumentation integriert wird, entfernen sich Willems und Kautt weg von Akteuren, um sich Sprache, Text (und Bild) zu nähern, denn „mediale Werbung insgesamt kann als Diskurs verstanden werden,“¹¹⁰ da die Aussagen einem zusammengehörenden Formationssystem zugeordnet werden können. Foucault trifft die Unterscheidung zwischen etwas, das er allgemeiner Diskurs nennt und darunter unter anderem den Tratsch oder das Verkaufsgespräch versteht, und speziellen Diskursen. Diese sind für ihn zentral, da sie formalisiert und an institutionelle Bedingungen geknüpft sind, soweit sie geschlossene Diskurse entsprechen. Die Sprechakte dieser Diskurse bedienen sich eines zirkulären Ablaufs, in Form des Kommentars werden Aussagen aufgenommen, vorweggenommen, wieder verwendet.¹¹¹ „Der Kommentar (hat) (...) nur die Aufgabe, das schließlich zu sagen, was dort schon verschwiegen artikuliert war.“¹¹² Er kommentiert einen Primärtext, erschafft um ihn einen Diskurs, fällt aber dem Paradox zum Opfer „zum ersten Mal das (zu) sagen, was doch schon gesagt worden ist, und muss unablässig das wiederholen, was eigentlich niemals gesagt worden ist.“¹¹³ Um Diskurstypen zu analysieren, werden Grenzen geschaffen, sowohl positive, als auch negative (Zensur). Foucault unterscheidet moralische Zensur (was nicht erlaubt ist, bspw. pornographische Darstellungen), kognitive (in einem Diskurs etwas Wahres sagen, wodurch Wahrheiten außerhalb des Diskurs zensuriert werden) und die kathektische Zensur (Ausschluss als Hässliches, Ekelhaftes). Hier greift nach Willems und Kautt der Habitus ein, der diese Distinktionen innerhalb eines Diskurses zu erklären vermag,¹¹⁴ und darauf aufbauend eine Einschätzung der in der Werbung verwendeten Elemente erlaubt. Die Frage des Ausschlusses bestimmter Elemente, die in einen Diskurs aufgenommen werden könnten, öffnet in jedem Fall den Blick für Normierungen, mit denen Werbung arbeitet.

Eben aus genannten Quellen, aber auch weiterer (theoretischer) Autoren, wie der unten bearbeitete Erving Goffman, oder Inputs Luhmanns nutzend, kommen Willems und Kautt zum genannten Begriff des kulturellen Forums. Dieser Begriff vereint die zwei Aspekte oder

¹¹⁰ Ebd. S. 10.

¹¹¹ Die strikte Differenzierung zwischen allgemeinem und speziellem Diskurs ist aus diesen Annahmen heraus nicht zu verstehen. Denn allein Formalisierung und Institutionalisierung können eine Nichtexistenz eines kommentierenden Kommentars für mich nicht erklären.

¹¹² Foucault, Michel. Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt a. M.: Fischer, 2010. S. 19.

¹¹³ Ebd.

¹¹⁴ Vgl. Willems, Kautt. S. 12.

Perspektiven der kulturellen Reflexivität der massenmedialen Kommunikationen. Zum einen muss auf vorhandene Sinnbestände aus der Gesellschaft als Ressource für ihre Produktion zurückgegriffen werden, zum anderen werden sie als eigengesetzliche Plattformen, Schau- und Marktplätze betrachtet, in denen sich die Sinnbestände sowohl spiegeln, vielleicht wichtiger aber auch transformieren können. Hier kommen Symbolverkäufer zum Zug (Journalisten etc.), die als Sinnproduzenten verstanden werden sollen.¹¹⁵ Allerdings geben sie hier an, dass diese Symbolverkäufer erfolgs- und damit publikumsorientiert arbeiten, das adressierte Publikum wird als die eigentliche Autorität verstanden. Für Willems und Kautt tendieren

„Medientexte (...) zur Unterordnung unter die Kultur des jeweiligen Publikums und damit zur Bestätigung von dessen symbolischer (Grund-)Ordnung. Sie ist sozusagen das Annahme-Medium der medialen Sinnangebote, die Grundlage ihres Wirkens (z.B. Überzeugens und Verlockens).“¹¹⁶

Insofern kann Werbung als mediale Ausformung verstanden werden, die in einer Analyse gesellschaftsrelevantes Wissen zu entdecken geben kann. Vor allem Goffman hat mit seiner Studie zu „Geschlecht und Werbung“¹¹⁷ in diesem Bereich ein Grundlagenwerk geschaffen, das sich konsequent mit Werbebildern beschäftigt.

Eine Erst- und spannende Selbsteinschätzung was (Werbe)Fotografien leisten könn(t)en, liefert die Firma Kodak selbst, in Form einer verschriftlichten Werbung¹¹⁸

Grundleistungen der Fotografie nach Kodak sind

1. Entdecken: Unsichtbares, das nicht mit dem bloßen Auge gesehen wird, wird sichtbar¹¹⁹
2. Vereinfachen: Vorgänge, die mit dem menschlichen Auge nicht wahrgenommen werden können, werden in ihren Abläufen sichtbar
3. Information: 90% seines Wissens erwirbt der Mensch über visuelle Informationen
4. Dokumentieren: Das Aufzeichnen und Verewigen von Objekten und Situationen
5. Verbessern: Durch das Aufzeigen von Ist-Zuständen können Zustände verbessert werden
6. Unterhalten: Fotos bewahren schöne Erlebnisse und wecken Erinnerungen, und sind Basis für die Teilnahme anderer am Geschehen.¹²⁰

Kodaks Einschätzung zeigt deutlich die Handlungsrelevanz von Fotografie an, sind fünf der sechs angeführten Punkte durch Verbformen angeführt. Allein die Position der Informationsvermittlung wird hier zumindest als Hauptwort übersetzt. Auch die Tiefe des

¹¹⁵ Ebd. Vgl. S. 39.

¹¹⁶ Ebd. S. 40.

¹¹⁷ Goffman, Erving. Geschlecht und Werbung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1981.

¹¹⁸ Was natürlich Fragen hinsichtlich der Vermittlungsfähigkeit über Bilder aufwirft.

¹¹⁹ Das ist die primäre Perspektive die Michael Antonioni in Blow Up einfängt.

¹²⁰ Zitiert nach: Koschatzky, Walter. Die Kunst der Photographie. Salzburg: Residenz-Verlag, 1984 . S. 342.

Blicks, die angesprochene Intimisierung, ist in Punkt eins und drei relevant, da gezeigt werden kann, was sonst nicht zu sehen ist und eine Wissenserweiterung suggeriert wird.

Goffman selbst unterteilt Bilder in private und öffentliche, dazu den Spezialfall des Schnappschusses. Private Bilder werden aufgenommen „um die Erinnerungen an besondere Anlässe, an Beziehungen, Leistungen, Höhepunkte des Lebens, seien sie familiär oder beruflicher Art, festzuhalten.“¹²¹ Wesentlich ist die Verdichtung eines sozialen Vorgangs, Rituals, das mit Hilfe eines Bildes aus der Flüchtigkeit in Statik gebracht werden kann. Diese Bilder werden gemacht als „ein Augenblick gesellschaftlicher Blüte“¹²² wodurch sie zur Reflexionsmöglichkeit auf den besonderen Moment werden, der die Gewöhnlichkeit aufhebt. Ein Blick auf ein solches Bild erlaubt die Rückkehr zu dem besonderen Zeitpunkt. Bei öffentlichen Bildern ist „der fotografische Abzug in der Regel nicht die endgültige Form, sondern eine vorbereitende Stufe für eine Art der fotomechanischen Reproduktion in Zeitungen, Zeitschriften oder Büchern, auf Flugblättern oder Plakaten.“¹²³ Sie lassen sich nach Funktionen wie kommerzielle Bilder für die Werbung, Nachrichtenfotos, Lehrfotos zur Wissensvermittlung unterscheiden. Bei Schnappschüssen steht die Unarrangiertheit des Bildes im Vordergrund, wodurch sie über Abläufe Aufschluss geben können, da sie durch ihre Momentaufnahme auf das vorherige Rückschlüsse zulassen. Im Gegensatz dazu meint Goffman, dass retouchierte Bilder oder solche, die zwar schnappschusshaft wirken, aber arrangiert sind, keine historische Abfolge anzeigen können. „Das Bild ist wirklich, aber es ist nicht wirklich ein Bild von der Szene, die es abbildet.“¹²⁴ Aus einer anderen Perspektive kann man sagen, die optionalen Möglichkeiten einer erfundenen Szene wären schlicht größer als in der „gewöhnlichen“ Fotografie. Da es sich bei diesen Bildern immer um Momentaufnahmen handelt sind generell unterschiedliche Vor- bzw. Nachbewegungen denkbar, die differente historische Abfolgen ergeben.

Bei Werbung handelt es sich nach Goffman um „offen erfundene Szenen“,¹²⁵ die verschlüsseln wer anwesend etc. war und unterscheiden sich von heimlich verfälschten oder gestellten Bildern. Nicht entscheidend ist, was wirklich vor sich ging „sondern der Eindruck, den der Designer hinsichtlich der Vorgänge in der vorgetäuschten und so abgebildeten Szene

¹²¹ Goffman, 1981. S. 45.

¹²² Ebd. S. 47.

¹²³ Ebd. S. 48.

¹²⁴ Ebd. S. 59.

¹²⁵ Ebd. S. 61.

bei uns hervorrufen will. Es geht nicht um das Modell, sondern um das Sujet.“¹²⁶ Generell vergleicht er Werbebilder mit dem Theater, dem Werbebild spricht er mehr realistische Kraft zu, wobei er meint, dass „die vielleicht deutlichste Abweichung von der Realität, wie die Fotografie sie ermöglicht, der kommerzielle Synkretismus (ist).“¹²⁷ Das Zusammenstellen von einzelnen Elementen ergibt schließlich eine realistisch wirkende Szene, wobei Werbung weiter geht, indem sie einzelne real vorstellbare Elemente verknüpft, die aber so in der Welt nicht vorkommen und (physikalisch etc.) nicht möglich wären (hier meint er bspw. phantastische Bilder). Die subtilste Art des Werbefotos erkennt er, wenn diese „andere Reklamefotos ironisch zitieren und dabei die in dem einen Bild gezeigte Scheinwelt zum realen Material erheben, das aber nun in der Scheinwelt des anderen Bildes kopiert wird – sodass wir es mit der Verschlüsselung einer Verschlüsselung zu tun haben.“¹²⁸ Hierin stellt sich das Wesen der Hyperrealität dar, die noch genauer behandelt wird, denn „in Wirklichkeit zeigen die abgebildeten Szenen nicht bestimmte Personen, sondern Beispiele für Personenkategorien“¹²⁹ an.

„Der kommerzielle Realismus (wie auch gewisse Cartoons und andere graphische Formen) führt also jene Art Lebenswelt vor Augen, in der sich jemand befinden würde, der allen Menschen seiner Umgebung fremd wäre. Diese Lebenswelt ist voller bedeutungsgeladener Anblicke anderer Personen, aber jede dieser Ansichten ist auf die dargelegte Weise abgeflacht und abstrakt.“¹³⁰

Reklamebilder mögen reicher als die flüchtige Wahrnehmung sein, da sie gestellt einen Sachverhalt besonders eindeutig darzustellen verstehen. Durch die Kamera werden (potentiell) alle Blickwinkel möglich, also auch solche, die einem Betrachter verwehrt wären. Menschen kommen für gewöhnlich nicht in alle Situationen, in die man durch Werbung gebracht werden kann, ohne voyeuristisch zu verhalten.¹³¹

Für Goffman sind es „mythisch historische Ereignisse“,¹³² die in Fotografien in verdichteter und idealisierter Version durchgespielt werden. Hochzeiten, Taufen, Begräbnisse werden darunter subsumiert, aber auch andere „ideale Situationen“¹³³ wie Urlaube oder Ausflüge. Dem Einzelnen vermittelt sich in Fotografien das, „was ihm lieb und teuer sein sollte: eine Darstellung der angeblichen Ordnung seiner Existenz.“¹³⁴ Die Struktur ritual-ähnlicher

¹²⁶ Ebd. S. 62.

¹²⁷ Ebd. S. 73.

¹²⁸ Ebd.

¹²⁹ Ebd. S. 76.

¹³⁰ Ebd. S. 92.

¹³¹ Vgl. ebd. S. 93.

¹³² Ebd. S. 10.

¹³³ Ebd.

¹³⁴ Ebd. S. 8.

Darstellungen behandelt Goffman in acht Punkten, wobei ich die für mich relevanten kurz darstellen möchte:

1. Den Darstellungen wird ein dialogischer Charakter zugewiesen, der sich zwischen Aussage und Antwort bewegt, „wobei das Ausdrucksverhalten (...) eines Individuums ein Ausdrucksverhalten (...) des anderen hervorruft, das als Reaktion auf ersteres verstanden werden kann.“¹³⁵ Dieser dialogische Charakter ist in symmetrische und asymmetrische Beziehungen (Hierarchie etc.) geteilt, wobei Zwischenstufen existieren.

3. Während sich rituelles Verhalten historisch verändern kann, meint Goffman, die identifizierende Stilisierung unterliege kaum Veränderungen.¹³⁶

4. Soziale Darstellungen sind zumeist mehrdeutig, „mehr als eine soziale Information (ist) in ihnen verschlüsselt“¹³⁷

5. Darstellungen sind unterschiedlich stark formalisiert. D. h. bei manchen ist ihre „Eingeübtheit“ offenbar (Begrüßungen) andere sind viel stärker gesickert, müssen erst angesprochen oder eben unterlassen werden, um Aufmerksamkeit zu erregen.

8. Menschen sind sich ihrer Darstellungen häufig bewusst und diese werden Bestandteil einer Handlungsfolge, die aus dem Ursprungskontext gelöst „gleichsam in Klammern gesetzt und ‘zitiert’ werden (kann), als ein gestisches Mittel der Mimikry, der Parodie, Ironie, Hänselei oder anderer scherzhafter Absichten, wozu auch – sehr gebräuchlich – die Abbildung gestellter Szenen in der Reklame gehört.“¹³⁸

Durch diese Art der Darstellung wird das Ritual ritualisiert, „es gerät zur Transformation von etwas bereits Transformiertem, zur ‘Hyper-Ritualisierung’.“¹³⁹

Neben der Hyperritualisierung ist im Bereich der Werbung die Einschätzung derselben als Hyperrealität von großer Bedeutung. Dieser Begriff von Jean Baudrillard meint „die exakte Verdoppelung des Realen auf der Grundlage eines anderen Mediums,“¹⁴⁰ besitzt als Konstruktion also dieselbe Grammatik wie der Begriff der Hyperritualisierung. Die postmoderne Betrachtung der Hyperrealisierung geht von einer Atomisierung der Realität aus, wie sie in Antonionis Blow Up filmisch-fotografisch vorgeführt wird, und die Realität „zu

¹³⁵ Ebd. S. 10.

¹³⁶ Vgl. S. 13.

¹³⁷ Ebd.

¹³⁸ Ebd. S. 17-18.

¹³⁹ Ebd.

¹⁴⁰ Ingenkamp, 1996. S. 277.

einer Aneinanderreihung beziehungsloser, freischwebender Partikel¹⁴¹ macht, Geschichte allein als Bündelung einzelner Anekdoten wahrnehmen lässt.¹⁴² Baudrillard erkennt die Nähe seiner Vorstellung zur Werbung, denn er meint, dass

„die Realität im Hyperrealismus unter(geht), in der exakten Verdoppelung des Realen, vorzugsweise auf der Grundlage eines anderen reproduktiven Mediums – Werbung, Photo etc. – und von Medium zu Medium verflüchtigt sich das Reale, es wird zur Allegorie des Todes, aber noch in seiner Zerstörung bestätigt und überhöht es sich: es wird zum Realen schlechthin.“¹⁴³

So ist für Baudrillard das Reale schon das Hyperreale. Dass sich unsere Wirklichkeit auf reproduzierte Realität zurückführen lässt, wird in der Werbung durch die Ausführungen Goffmans gut nachvollziehbar. Dennoch hebt diese Realitätsstufe Repräsentationen (von sozialen Interaktionen etc.) nicht auf, da sich die gesamte Realität in einem Simulationszusammenhang befindet. Die in Werbung dargestellten reproduzierten Repräsentationen, die bei Goffman aus dem postmodernen Zusammenhang gerissen soziale Situationen genannt werden, sind solche, in denen gegenseitige Kontrolle existiert (wie der dialogische Charakter zwischen Aussage und Antwort weiter oben nahe gelegt hat).

„Immerhin kommunizieren die einzelnen im vollen Sinne des Wortes in sozialen Situationen miteinander, und nur in ihnen können sie physischen Zwang aufeinander ausüben oder einander beleidigen, sexuell miteinander interagieren (...). Daher ist es verständlich, dass wir in allen Gesellschaften gewisse Formen der Anpassung finden, darunter auch normative Zwangssysteme, die es ermöglichen, mit den für soziale Situationen typischen Chancen und Risiken umzugehen.“¹⁴⁴

Einen die einleitenden Kapitel abschließenden Zusammenhang ziehen möchte ich zwischen den zwei Protagonisten, die auch die weitere Arbeit prägen, (Werbe)Fotografie und Spiegel. Während es Jahrhunderte dauerte, das Mischverhältnis „aus ca. 70% Sand (...), 12% Soda (...) und 13% Kalk“¹⁴⁵ für die Glasherstellung zu finden und zu perfektionieren, wurde „das Jod

¹⁴¹ Sontag, Susan. Über Fotografie. Aus dem Amerikanischen von Mark W. Rien und Gertrud Baruch. Frankfurt a. M.: Fischer, 2008. S. 28.

¹⁴² Die Hauptfigur in Blow Up versucht ja über die Atomisierung seiner Bildaufnahme die Wahrheit zu ent-decken, verstrickt sich aber immer tiefer in Unklarheit. Vgl. Blow Up. Michelangelo Antonioni. 1966. Dass dies nicht die einzig mögliche, weil negative, Perspektive sein muss, kann beispielhaft das Wachstum an Wissen über die Galaxis durch Hubbel-Teleskope und deren Zerstückelung des Himmels belegen. In meinen Augen handelt es sich bei Hubbel-Fotografien dennoch deutlich um Hyperrealitäten.

¹⁴³ Baudrillard, Jean. Der symbolische Tausch und der Tod. Aus dem französischen von Gerd Bergfleth, Gabriele Ricke und Ronald Voullié. München: Matthes & Seitz Verlag, 1982. S. 113-114.

¹⁴⁴ Goffman, 1981. S. 28.

¹⁴⁵ Kacunko. S. 296.

(...) 1811 entdeckt, das Brom 1826, das Chloroform 1831, die Schießbaumwolle 1846¹⁴⁶ und damit Grundlegendes für die Fotografie.

„Alle Dinge, groß und klein, wirkten zusammen, um etwas hervorzubringen, das anfangs ebenso wunderbar und märchenhaft erschien wie Aladins Ring, heute aber so wenig Erstaunen auslöst wie unser täglich Brot.“¹⁴⁷

Das Wunder der Dinge, die stark in unseren Alltag eingedrungen sind, kann für einen Sozialwissenschaftler einen reichhaltigen Fundus an erstaunlich Fremdem beinhalten. Die Beschäftigung mit Spiegeln und Fotografien mag wundern, vielleicht ist es aber gerade die beinahe bewusste Verflechtung mit dem Menschen, die hermeneutischen Befragungen Spannendes mitzuteilen hat.

¹⁴⁶ Holmes, Oliver. Wendel. Stereoskop und Stereographie. 1859. In: Holmes, Oliver. Wendel. Spiegel mit einem Gedächtnis. Essays zur Photographie. Mit weiteren Dokumenten. Aus dem Amerikanischen von Michael Bischoff. Herausgegeben, kommentiert und mit einem Nachwort von Michael C. Frank und Bernd Stiegler. München: Fink, 2011. S. 18.

¹⁴⁷ Ebd.

4. Analytischer Teil – Methode Artefaktanalyse

Der analytische Teil dieser Arbeit besteht aus einer Artefaktanalyse und bildanalytischen Methoden. Zunächst wird auf die Methode der Artefaktanalyse eingegangen und diese durchgeführt, nach der Artefaktanalyse das methodische Werkzeug für die Bildbearbeitungen vorgestellt.

Mein Versuch, mehr über „Spiegel“ herauszufinden, basiert auf den methodologischen Vorgaben der Artefaktanalyse nach Manfred Lueger.¹⁴⁸ Er geht davon aus, dass die Artefaktanalyse, die als synchrones Analyseverfahren¹⁴⁹ verstanden wird, „ihre besondere Stärke in der Erforschung von Materialien (entfaltet), die keine Sequentialität¹⁵⁰ wahrnehmen lassen.“¹⁵¹ Das können Spuren und Gebrauchsgegenstände sein, deren gesellschaftlicher Zusammenhang mit Bezug auf ihre Herstellung, Verortung und Nutzung behandelt wird.¹⁵² Die Artefaktanalyse folgt einem mehrstufigen Analyseprozess, deren Einzelschritte sich als Forschungsperspektiven auf das Artefakt begreifen lassen. Diese Arbeit konzentriert sich auf die deskriptive Analyse, die der Beschreibung des Artefakts dient, einer alltagskontextuellen Sinneinbettung, die gesellschaftliche Assoziationen mit dem Objekt bearbeitet, und einem strukturierenden Versuch, der das Objekt durch die Verortung in meiner Lebenswelt in einen abstrakteren Sinnzusammenhang einordnen möchte. Es geht hier primär um mich und mein Erleben, das eine Hilfe darstellt um zu erarbeiten, „wie der für ein Artefakt relevante Kontext strukturiert sein könnte, damit sich eine sinnhafte Einbettung in einen gesellschaftlichen Kontext ergibt.“¹⁵³ Verschiedene Teilaspekte dazu sind „die Analyse des Produktionszusammenhangs,“ die „potentiellen Wirkungen und Funktionen des Kulturgutes,“

¹⁴⁸ Lueger, Manfred. Grundlagen qualitativer Feldforschung. Wien: WUV, 2000. S. 151 – 163.

¹⁴⁹ Synchron insofern, als für Material, das keine Zeitlichkeit erkennen lässt, wie es bspw. Interviewtranskripte tun, durch Rekonstruktion eine solche künstlich erzeugt wird. Vgl. ebd. S. 45.

¹⁵⁰ Sequentiell ist eben Material, in dem eine klare Abfolge ersichtlich ist, in der später vorgestellten Segmentanalyse, wird eine solche Abfolge in Bildern durch Aufteilung in einzelne Teile, die Segmente, geschaffen.

¹⁵¹ Ebd. S. 140.

¹⁵² An dieser Stelle kann man sich fragen, inwieweit ein Spiegel ein geeignetes Objekt für eine solche Analyse darstellt, da es sich zwar durchaus um ein synchrones, unbewegliches Objekt handelt, das aber auf seiner Spiegelfläche zu sequentiellen Darstellungen fähig ist, so nicht gänzlich synchron bezeichnet werden kann. Ähnliche Schwierigkeiten könnten sich bei Objekten wie dem Fernseher, dem Computer (und allen anderen Objekten mit Bildschirmen), aber auch Radios oder anderen Gegenständen, die Töne von sich geben, auf tun.

¹⁵³ Lueger. S. 151

die „Analyse des Umgangs mit dem Artefakt“ oder die „szenische Analyse“.¹⁵⁴ Diesen Teilaspekten wird jeweils eine Reihe von Fragen zugeordnet, die einzelne Dimensionen der Zusammenhänge aufschlüsseln, wobei sich zumeist eine „Differenzierung auf sozialer, sachlicher und zeitlicher Ebene“¹⁵⁵ ergibt. Die szenische Analyse ist insofern eine Ausnahme, als darunter „die Integration in einen Gesamtzusammenhang gesellschaftlichen Handelns“¹⁵⁶ verstanden wird. Interessant sind auch Fragen hinsichtlich „Handlungsaufforderungen und Handlungsbegrenzungen“,¹⁵⁷ die mit dem Artefakt verbunden werden.

Der vorletzte Arbeitsschritt sieht eine vergleichende Analyse vor. Hier ist für mich die „Kontrastierung zu vergleichbaren Artefakten“¹⁵⁸ von spezieller Bedeutung, da ich in meiner Arbeit nicht nur einen speziellen Spiegel (und immer den gleichen) zu bearbeiten haben werde. Gerade im Fall des Spiegels ist diese angebracht, da sich die „vergleichende Analyse empfiehlt, wenn vom analysierten Artefakt verschiedene, aber von ihrem Herstellungs-, Auftretens- oder Verwendungszusammenhang her ähnliche Artefakte existieren.“¹⁵⁹

Abschließend werden in einer verbindenden Bearbeitung des Artefakts „die im Zuge der perspektivischen Analysen geschaffenen Deutungen in einem zusammenfassenden Schritt zu einem Gesamtbild hinsichtlich des Forschungsinteresses zu integrieren“¹⁶⁰ versucht. Hier kann interessant sein, was sich über das soziale Feld sagen lässt, in dem das Artefakt Verwendung findet, „die Frage nach alternativen sozialen Konstruktionsmöglichkeiten des Artefakts und die Kontrastierung mit der Selektivität des faktischen Erscheinens desselben“,¹⁶¹ wobei diese stark mit der Einbettung in einen Lebenszusammenhang verbunden ist, und die historischen Bedingungen, wie schon oben beschrieben, bedeutsam sind. Ich werde insofern zusammenfassend vorgehen, als ich Hypothesenbündel sammeln möchte, um auf einem höheren Abstraktionsniveau wesentliche Inhalte darzustellen. Die einzelnen Hypothesen werden zur Erhellung mit Erklärungen versehen.

Einem wesentlichen Vorschlag, die Analyse im Team durchzuführen, wird in dieser Arbeit nicht Rechnung getragen.

¹⁵⁴ Ebd. S. 157 – 159.

¹⁵⁵ Ebd. S. 158.

¹⁵⁶ Ebd. S. 159.

¹⁵⁷ Ebd. S. 159.

¹⁵⁸ Ebd. S. 160.

¹⁵⁹ Ebd. S. 160 – 161.

¹⁶⁰ Ebd. S. 161.

¹⁶¹ Ebd. S. 162.

Bei allen Artefakten, die ich mir vorstellen kann, ist eine ausschöpfende Bearbeitung dieser Aspekte nicht oder nur in einer sehr ausführlichen Arbeit (Zeit- aber auch Seitenaufwand) zu leisten. Insofern muss ich in meiner Arbeit auf Relevanzen für mein Gesamtvorhaben achten.

5. Artefaktanalyse Spiegel

Ich entdeckte für mich, dass ich ein Objekt ins Zentrum meiner Überlegungen stellen möchte, von dessen vielschichtiger Bedeutung, die es allein für mich trägt, ich nur begrenzt Auskunft geben konnte. Insofern erschien es mir ratsam, zunächst diese Sinngehalte freizulegen. Spiegel sind in unzähligen Varianten zu finden oder vorzustellen, die Entscheidung welcher Spiegel nun ein „guter“ Spiegel sein würde, war dementsprechend schwierig. In meiner Wohnung selbst findet sich ein äußerst komplex aufgebauter Waschkimmerspiegel mit Türchen und dahinter liegenden Kästchen. Dieser kam für mich ob seiner Implikations- und auch Verwendungsvielfalt nicht in Frage. Ein großer Wandspiegel kann nicht sinnvoll transportiert werden. Ich wusste nicht, woher ich einen passenden Spiegel bekommen konnte, wo man Spiegel kauft. Erstaunlich, handelt es sich um einen scheinbar allgegenwärtigen Gebrauchsgegenstand.

Den vor allem in der Deskription bearbeiteten Spiegel (siehe unten im Bild) fand ich durch Zufall in einem großen Supermarkt, nicht in einem Einrichtungshaus oder einem speziellen Spiegelgeschäft. Ich entschied mich für einen Spiegel in einer für mich günstigen transportablen Größe und einem Rahmen. Letzteres war mir ein besonderes Anliegen, um Hypothesen über ein „Ende“ des Spiegels zunächst nicht zu stark in meine Überlegungen mit einfließen zu lassen.

Mein Spiegel war eingeschweißt in ein durchsichtiges, eng anliegendes Plastik, das ich aus haptischen Gründen, und weil ich einen Spiegel in seiner Gebrauchsform bearbeiten wollte, mit einiger Mühe öffnen konnte.



5.1. deskriptive Analyse

Das Objekt liegt auf dem Tisch, misst etwa zehn mal zwanzig Zentimeter, ist etwa eineinhalb Zentimetern hoch und hat eine rechteckige Form. Die vier Ecken sind abgerundet. Lege ich es auf meine Hand, überragt es diese ein wenig. Halten kann ich das Objekt nur, wenn die schmalere Seite des Rechtecks zwischen Daumen und kleinem Finger liegt. Die Seite des Objekts, die mir sichtbar zugewandt ist, besteht aus zwei voneinander abgegrenzten Bereichen, einem äußeren und einem inneren Teil. Der Äußere besteht aus einem milchig-durchsichtigen Plastik, ist rau und griffig, nach außen hin abgerundet, nach innen mit einer harten Kante versehen und etwa eineinhalb Zentimeter breit. An den abgerundeten Ecken des Rahmens lassen sich spitze Ecken erkennen, die unter dem Plastik liegen und zum inneren Teil des Objekts gehören. Im Rand ist an allen Seiten jeweils symmetrisch eine Art „Musterung“ zu erkennen. Diese Musterung besteht aus gleichmäßig an den jeweiligen Seiten angeordneten Zapfen und Kreisen, eine Verbindung zwischen den einzelnen Teilen des Objekts.

Der innere Teil ist glatt, flach und fühlt sich kühl an, kühler als der Rand aus Plastik. Die innere Fläche geht nahtlos in den äußeren Teil über, als würde sie in oder unter den Rand eintauchen. Blickt man seitlich auf die Fläche sieht man auf ihr eine Vielzahl feiner, leichter staub- oder staubartiger Objekte. Sie scheinen auf der Oberfläche zu kleben, wischt man mit dem Finger über die Fläche, verschwinden sie fast vollständig, es entstehen aber Fingerabdrücke und Schmierspuren.¹⁶² Die Oberfläche selbst wirkt verglast, wie eine reine Eisschicht, und kurz „nach“ dem Glas beginnt man in diesem Objekte wahrzunehmen. Durch Verschieben des Objekts (Glas und Rand) selbst können die Dinge, die in der Fläche zu sehen sind, verändert werden. Zunächst sehe ich also Bücher, eine Kiste, ein Regal. Ich verschiebe gerade nach vorne und sehe ein Fenster, eine Strandmatte. Verschiebe ich wieder an die Ausgangsstelle, sehe ich Bücher, Kiste, Regal, wie im ersten „Bild.“

Die zweite Seite des Objekts besteht aus zwei verschiedenen dunklen Plastikteilen. Der eine, in einem mittelgrauen Ton gehalten, bedeckt die gesamte Fläche und besteht aus mehreren Ebenen, die in einem Stück gegossen sind. Jeweils auf der linken und auf der rechten Seite sind zwei gleich breite und lange Flächen, zwischen diesen ist eine Einbuchtung, die unter den

¹⁶² hier als generelle Anmerkung: ich beschreibe den Spiegel vor allem über Dinge, die nicht Spiegel sind, also über Schmutz und dergleichen. Der Spiegel selbst ist viel schwerer greifbar. Man kann ihn chemisch, physikalisch, optisch usw. erklären. Aber von einem Spiegel deskriptiv zu sagen, was man sieht, ist äußerst schwierig und, blickt man den Spiegel direkt an, etwas Schizophrenes.

seitlichen Flächen liegt. Auch diese verläuft über die gesamte Länge. Auf beiden seitlichen Flächen befindet sich ein Würfel und an der Seitenfläche des Quaders, die zur Mitte des Objekts hin zeigt, ist er geöffnet. Im unteren Bereich der Einbuchtung, etwa eineinhalb Zentimeter von der Breitseitenkante entfernt, sind Schriftzeichen, die sich von der Grundfläche abheben und bei Berührung spürbar sind. Die Schriftzeichen zeigen (ohne Anführungszeichen) „CHINA.“

In der Einbuchtung und zwischen den zwei quadratischen Erhebungen findet sich ein zweiter Plastikteil auf dieser Seite des Objekts. Er passt in die Einbuchtung und überragt, in dieser liegend, deren Kante zu den höher gelegenen Flächen ein wenig. Mit dem darunter liegenden mittelgrauen Plastik ist dieser Teil an den quadratischen Erhebungen durch Zapfen verbunden. Dieses ist dunkelgrau und milchig-semidurchsichtig. Es ist möglich, diesen Teil des Objekts um 180° vertikal zu bewegen. Durch die Verbindung der Zapfen zu in den Quadraten eingelassenen Zylindern wird diese Bewegung möglich. Auf dem drehbaren Plastikteil befindet sich eine kreisrunde Öffnung, die etwa eineinhalb Zentimeter Durchmesser hat. Stellt man das drehende Objekt senkrecht gegen die mittelgraue Fläche, kann man unter diesem eine Öffnung im grauen Teil sehen, die Unterseite der glatten inneren Fläche der anderen Seite des Objekts wird sichtbar. Sie ist weiß und wirkt wie aus Papier.

Durch diesen Teil wird möglich, das Objekt nicht nur liegen, sondern auch stehen zu lassen. Will man das es aufstellen, muss man eine Schräge von etwa 70° in Kauf nehmen, damit es sicher steht und sich beide Bereiche, der bewegliche und der unbewegliche, gemeinsam in Gleichgewicht halten.

5.2. alltagskontextuelle Sinneinbettung

Das Objekt ist ein Spiegel, ein stehender Spiegel. Das Stehen wird durch das dunklere Plastikteil an der Rückseite (zumindest Rückseite, wenn es um das Spiegeln geht) ermöglicht, das als Spiegelfuß oder Spiegelständer identifiziert werden kann. Eine erste Einordnung des Spiegels wird möglich, die sich über die Art der Verwendung findet. Denn der aufgestellte Spiegel verfügt, abgesehen von seinem Fuß, über keine sichtbare Möglichkeit, wie er genutzt werden soll. An eine Öse, um ihn an die Wand zu hängen oder einen Griff, um ihn in die Hand zu nehmen, könnte gedacht werden. Wären weder Öse, noch Fuß, noch Griff zu finden, müsste man davon ausgehen, dass es sich, passt er in die Hand, um einen so zu tragenden Spiegel, passt er nicht in die Hand, wie bei dem beschriebenen der Fall, entweder um einen Spiegel für Riesen handelt, zum auf den Tisch Legen oder Anlehnen gemacht wurde. Ein

wesentlicher Unterscheidungsfaktor zwischen unterschiedlichen Spiegeln ist die Art der „Aufhängung“ und damit der Nutzbarmachung. Der „Tischspiegel“ hat die Möglichkeit, mit seinem Füßchen auf verschiedenen Orten zu stehen, er ist dafür auf eine relativ ebene und halbwegs feste Unterlage angewiesen, aber nicht auf ein bestimmtes Objekt wie einen Tisch. Spiegeln kann das Objekt ebenso liegend oder in der Hand gehalten.

Die Stelle im Raum, an dem ein Spiegel ist, ergibt in der Spiegelung eine jeweils „einzigartige“ Perspektive, wodurch bestimmte Verwendungszwecke möglich, andere aber gerade ausgeschlossen werden. Der Verwendungszweck kann ebenso durch den Nutzer vorgegeben werden, der sich mit der Raumsituation des Spiegels selbst nur insofern beschäftigt, wie sie seine eigene Haltung zum Spiegel verändert, um den gewünschten Spiegeleffekt zu erhalten. Wenn, wie Löw meint, „Raum eine relationale (An)Ordnung sozialer Güter und Menschen (Lebewesen) an Orten (ist),“¹⁶³ kombinieren sich diese beiden Seiten, da die Beziehung zwischen Mensch und Spiegel erst den jeweiligen Raum erschafft. Dennoch scheint, dass gewisse Funktionen des Spiegels eher mit einer Raumverortung korrelieren, und weniger mit der Anpassung des Nutzers an das Objekt.

Der Tischspiegel hat die Fähigkeit, durch seine Offenheit der Lage Perspektivänderungen vorzunehmen. Dies mag generell für alle Spiegel gelten, da sie durch Spiegelung es ermöglichen, einen anderen Blickwinkel als den der eigenen Position einzunehmen.

Wiederum ist das durch sowohl die Positionierung des Spiegels, als auch die der Betrachterin möglich. Der Spiegel kann in eine spezielle Lage gebracht werden und reflektiert dann darauf, was diese Lage erlaubt. Notwendigerweise ist es die Position des Betrachters zum Spiegel, der das, was im Spiegel zu sehen ist, beeinflusst. Man kann differenzieren zwischen dem Bild, das der Spiegel in sich hat durch die konkrete Gegenüberstellung des Spiegels zu etwas, aber dieses Etwas wird von der Betrachterin aus immer durch die spezifische Betrachterposition aus gesehen. Insofern stellt sich die Frage, ob ein Spiegel überhaupt etwas konkret zu spiegeln in der Lage ist, oder nur das zu spiegeln versteht, das von einem Betrachter gesehen wird.

Anders formuliert: Ist ein Spiegel nur dann ein Spiegel, wenn das im Spiegel sichtbar werdende Bild von etwas, einem Mensch, einem Tier wahrgenommen wird? Offensichtlich spiegelt der Spiegel immer etwas, wenn Licht auf ihn einfällt. Aber was das sich Spiegelnde ist, wird nur greifbar, wird es gesehen. Das ist von der Betrachterin und dem Winkel auf die Oberfläche des Spiegels abhängig. Ein Hinweis, dass das Artefakt Spiegel nur in der

¹⁶³ Löw, Martin. 2001. S. 224.

Interaktion mit Menschen zu einem Spiegel in Entfaltung seines Potentials wird. Ansonsten reflektiert er nur wahllos Lichtstrahlen, die von „überall“ auf ihn einfallen.¹⁶⁴

Der Tischspiegel wird durch die Eigenheiten in Größe und Gewicht leicht transportierbar, es scheint eine Notwendigkeit zu geben, einen Spiegel zu besitzen, den man mitnehmen kann. Nicht überall muss es einen Spiegel geben, für die Besitzer eines Tischspiegels ist die Existenz eines Spiegels in unmittelbarer Nähe wichtig genug diesen mitzuführen. Der Tischspiegel kann immer bei der Hand sein, aber doch aufgestellt werden, um nicht gehalten zu werden. Die Nähe zum Spiegel, wenn er gebraucht, gewünscht wird, scheint für dieses Objekt wichtig zu sein, denn er ist nicht fixiert, und das Äußere lässt nicht vermuten, dass er an einem Ort zu repräsentativen Zwecken „für immer“ stehen soll. Vielmehr meint man, er würde eine Notfunktion übernehmen.

Der Spiegel hat eine bestimmte Position gegenüber seiner Betrachterin. Er steht, wenn man sein Füßchen nach der von dem Objekt vorgegeben Art aufstellt, in einem etwas schrägen Winkel in Richtung Gesichtsfeld. Insofern ist dieser Spiegel in der Lage, aus relativ naher Distanz aus einer Position „von unten“, die einen bestimmten Blick widerspiegelt, sein Bild zu werfen.¹⁶⁵ Dieser Winkel kann für manches gut genutzt werden. Er kann eine Überlegenheit der eigenen Person implizieren, die sich positiv auswirkt, wenn man sich selbst betrachtet, vielleicht sogar schminkt, also hübsch macht. Ein Blickwinkel auf eine Person, der es erlaubt, dieselbe „in einem besseren Licht“ zu präsentieren, könnte so Sinn machen. Die Spiegelposition kann hier als eine Idealisierungsposition interpretiert werden.

Weiters könnte aber vermutet werden, dass der Spiegel durch seine Nähe besonders deutlich „Fehler“ bspw. Hautunreinheiten sehen lässt. Das kann sowohl ein positiver als auch negativer Effekt sein, im Fall des Schminkens mag man aber davon ausgehen, dass es gerade darum geht, in einem „geschützten“ Raum alles so deutlich wie möglich zu sehen um dann mit den Mitteln der Schönheitsindustrie so unsichtbar wie möglich zu kaschieren.

Tischspiegel machen aber nicht nur eine bestimmte Perspektive auf, sondern zwingen zu einer

¹⁶⁴ Für mich ist es die Frage nach dem Geräusch des umfallenden Baums im Wald in dem niemand ist. Gibt es das Geräusch, oder gibt es dieses nur, wenn es jemand hört? Als Gedanke zur Täuschungsfähigkeit des Spiegels ist das wertvoll. Wenn etwas gespiegelt wird, ohne gesehen zu werden, könnte auch etwas gespiegelt werden, das nicht zu sehen ist und die Betrachterin täuschen.

¹⁶⁵ Ich habe hier die Assoziation mit Film und Kamerawinkel: Der Blick auf eine Figur von unten dient zumeist einer Idealisierung, da die Figur von unten gesehen, größer wirkt. Kann das für die Verwendung dieser Spiegelart wichtig sein? Wenn man sich schminkt, und von unten sieht, in die Nüstern, dann ist das im Film aber auch zumeist mit einer bedrohlichen Note verbunden, also damit, dass die Figur, da sie größer erscheint als sie ist, gleichzeitig auch gefährlicher, kräftiger etc. wirkt.

gewissen Haltung bei ihrem Gebrauch. Der Nutzerin wird vom Spiegel eine bestimmte Perspektive auf das Gesicht, einen Gesichtsausschnitt, einen anderen Körperteil oder den gesamten Körper teilweise vorgegeben.

Am Tisch stehend bietet der Spiegel die Möglichkeit, ihn sitzend zu verwenden. Das ist bspw. im Badezimmer nicht üblich. Badezimmer mit Stühlen vor dem Waschbecken und damit auch Spiegel, sind nicht üblich. Vermutet kann werden, dass an einem Tisch mit einem Tischspiegel Spiegelnutzungen stattfinden, für die Stehen zu aufwendig wäre. Der Tischspiegel kann für Menschen wichtig sein, die nicht gut stehen können. Das Schminken im Sitzen wird durch den Tischspiegel vereinfacht, da er sich vor dem Gesicht bewegen lässt, um aus allen Perspektiven eine Spiegelung zu bekommen, ohne im Verhältnis zum Spiegel sich bewegen zu müssen.

Wie stark der Nützlichkeitsgedanke im Artefakt des Tischspiegels verwurzelt ist, kann durch die äußere Aufmachung behandelt werden. Die Einfachheit, karge Gestaltung und der mattschwarze Farbton lassen davon ausgehen, dass er nicht als Prestigeobjekt produziert wurde. Vielmehr dient er als nützliches, brauchbares Objekt, das in bestimmten Situationen verwendet wird, ansonsten aber wenig Platz zur Aufbewahrung benötigt. Ebenso mag das „billige,“ praktische Äußere abhelfen, sich um ein Kaputtgehen zu sorgen. Dafür spricht auch der günstige Preis. Dieser lässt zumindest zwei Ansichten zu: Es ist notwendig einen Spiegel zu besitzen, es wird darauf geachtet einen für jeden leistbaren zu produzieren, oder ein Spiegel ist nichts wert, Spiegel sind überall, will sich ein Tischspiegel verkaufen, muss er sehr günstig sein.¹⁶⁶ Das könnte mit einer geringeren Wertschätzung allgemein in Verbindung gebracht werden. Zwar war der antike Handspiegel ein häufiges Gut, in der aufkommenden Moderne entwickelte er sich aber zu einem Prestigeobjekt. Heute ist dieser Spiegel ein massenindustriell hergestelltes Wegwerfprodukt, in China zusammengesetzt aus einigen sich jeweils in geringer Eleganz übertreffenden Einzelteilen, die mehr schlecht als recht zusammenpassen und billig zusammengesteckt sind.

Im Tischspiegel deutet sich die kulturspezifische Notwendigkeit eines Spiegels an, der „immer und überall“ einzusetzen ist. Das kann auf eine wichtige gesellschaftliche Bedeutung, Bewertung des Objekts hinweisen, das billige Aussehen zeigt aber Gegenteiliges an. Über den Spiegel wird die Idee produziert, der Mensch würde immer wissen wollen, wie er aussieht, worauf auch die Verspiegelung der am Anfang der Arbeit beschriebenen Spiegelpassage der Wiener U-Bahn hindeutet. Der Tischspiegel wird zum schnellen Prüfinstrument, das nach kurzer Aufbauzeit den prüfenden Blick erlaubt, gleichzeitig aber die Hände freilässt, um

¹⁶⁶ Der Spiegel kostete in etwa so viel wie zwei Kilo Nudeln, weniger als zwei Euro

kosmetische Anpassungen vorzunehmen. Nicht nur der Blick, der in einem Moment erledigt werden kann, ist für die Nutzung wichtig, sondern die Blicke, die über Zeitspannen in den Spiegel geworfen werden. Der Blick in den Spiegel zeigt so Veränderung, das auch, weil der Spiegel, ja als „nicht Fotografie“ nie in der Lage ist, dasselbe Bild zu reflektieren, immer ein neues, anderes Bild zeigt.¹⁶⁷ Der Gedanke, der Spiegel diene der Beobachtung der eigenen Veränderung ist spannend. Er ist der erlaubte Beobachter bei der Verwandlung von Ente in Schwan, und man wird über ihn seine eigene Voyeurin.

Durch seine Konstruktion ist ein Tischspiegel eher dazu geeignet, am eigenen Äußeren Veränderungen vorzunehmen, als bspw. ein Handspiegel, der immer gehalten werden muss. Die praktische Auslegung des Objekts, die Form des Spiegels entscheidet über seine Nutzung, aber auch über seine Bedeutung für den Einzelnen. Interessant ist das Kontinuum von „bestätigendem Blick“ bis hin zu „verändernden Blicken,“ den man sich selbst in den unterschiedlichen Spiegelarten zuwerfen kann. Während erster als ein kurzes, normiert-abschätzendes Über-den-Spiegel-Glänzen zu verstehen ist, zeigt sich in zweiten die Beweglichkeit einer szenischen Handlungsabfolge.

Der Rahmen des Spiegels vervollständigt das Bild, grenzt es daneben aber auch ab von allem anderen. Er schneidet es aus, vor allem schneidet der jeweilige Spiegel aus allen potentiellen Spiegelbildern im konkreten Moment ein bestimmtes Bild mit dem bestimmten Rahmen aus. Das Spiegelbild zeigt sich dem Blick in der Rahmung des Spiegelrahmens. Er ist das Passepartout, nicht zuletzt wurde und wird bei vielen Spiegeln auf die Feinheit des Rahmens geachtet, der Rahmen richtet den Blick auf das Spiegelbild aus. Mit der Abgrenzung dieser von der Umgebung mittels Rahmen beschäftigt sich Georg Simmel, der in ihnen die Möglichkeit sieht, das Kunstwerk als Ganzes betrachten zu können, Diffusion zwischen Umgebung und Werk zu verhindern.¹⁶⁸ Einer in dieser Form starren Idee vom „Bilder“-rahmen scheint der Spiegelrahmen entgegenzulaufen, da Veränderung möglich ist. Gleichwohl kann

¹⁶⁷ Literarische Umdeutungen des Spiegels wie in Dorian Gray oder generell jeder Narziss Vorstellung widersprechen dem, so meine ich, insofern nicht, als sie das Typische des Spiegels, nämlich die Unfähigkeit, etwas wie Schönheit festzuhalten, in einer märchenhaften Übersteigerung zu seiner wesentlichen Fähigkeit stilisieren, um die eigentliche Unmöglichkeit noch mehr zu betonen.

¹⁶⁸ Vgl. Simmel, Georg. Der Bilderrahmen. Ein ästhetischer Versuch. In: Kramme, Rüdiger. Angela Rammstedt und Otthein Rammstedt (Hrg.). Georg Simmel. Aufsätze und Abhandlungen. 1901 – 1908. Band 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995. S. 101. Der anachronistische Touch seiner Ansicht mag darin begründet liegen, dass wir postmodern Schwierigkeiten haben ein (Kunst)Werk als ein Ganzes zu sehen, egal ob mit oder ohne Rahmen.

interpretiert werden, der Rahmen fixiere ein Bild und würde durch diese – in der Zeit veränderbare – Fixierung zur Umwelt abgrenzen.

Schaue ich in den Tischspiegel, merke ich trotz dessen kleiner Ausmaße die Vergrößerung, Erweiterung des Raumes. Potentiell lassen sich mit Spiegeln, wie zu Spiegeln im Barock gezeigt wurde, Räume so verspiegeln, dass sie wie in Unendlichkeit fortlaufend wirken. Ein Spiegel schafft durch seine Reflexion an der Stelle, wo die Oberfläche beginnt, den Eindruck eines Raumes. Aus einer fühlbaren flachen Oberfläche wird zumindest für die Augen ein Raum, in den man tauchen kann. Er kann damit, will man sich nicht in phantastische Vorstellungen über die Welt hinter dem Spiegel begeben¹⁶⁹, ganz praktisch gesehen, einem Raum eine nicht existierende Tiefe geben, ihn davor bewahren, als eng und bedrängend empfunden zu werden.

5.3. Exkurs: Spiegel in Wohnräumen

Folgende Exkurse entstanden während der Artefaktanalyse des konkreten Tischspiegels und beinhalten interessante Aspekte für die zusammenfassenden und –führenden Analyseschritte der Methode, übersteigen aber konkret den Tischspiegel und haben allgemeiner Spiegel als Grundlage.

Spiegel und einzelne Räume

Wo Spiegel anzutreffen sind, soll hier behandelt werden. Das scheint mir ein wesentlicher Aspekt der alltagskontextuellen Sinneinbettung zu sein. Der Tischspiegel bietet die Möglichkeit, auf einen speziellen Raum zu verzichten. Allgemein gilt das für Spiegel aber sicher nicht. Ebenso kann diese Betrachtung als Folie hilfreich sein, in welchen Bildzusammenhängen in Fotografien Spiegel zu erwarten wären.

Wohnzimmer

Das typische Wohnzimmer braucht keinen Spiegel. Er kann, muss aber nicht darin zu finden sein. Ein Spiegel im Wohnzimmer könnte repräsentative Zwecke haben, indem er einem besonderen Stil entspricht, Geschmack, Distinktion verrät.

¹⁶⁹ Was gerne Schriftsteller tun, vgl. bspw. Gaarder, Jostein. *Durch einen Spiegel, in einem dunklen Wort*. München: Hanser, 1996.

Schlafzimmer

In diesen sind häufig Schränke, Schrankkombinationen zumindest teilweise verspiegelt. Schlafzimmer gehören nicht zu den größten Räumen in einer Wohnung, sie bilden den privaten Rückzugsraum. Dazu kommt die durchschnittliche Möbelausstattung, die den Raum relativ dicht füllt. Das Bett, bei genauer Überlegung eigentlich das Sperrigste, das sich Menschen allgemein in kostbaren Freiraum stellen,¹⁷⁰ und Kleiderkästen sind zwei massive Möbel. Durch die Verspiegelung der Schrankfront wird der Eindruck einer erweiterten Raumgröße erzeugt.

Ob und welchen erotischen Nutzen Spiegel im Schlafzimmer haben, ist pikant und schwer zu beantworten. Aus dem Film *American Psycho*¹⁷¹ ist eine Szene (bzw. mehrere Schnitte) bekannt, in der sich die Hauptfigur mit zwei Schönheiten vergnügt, jedoch vor allem Blicke für sich selbst übrig hat, die er mit dem gegenüber des Bettes gelegenen Spiegel austauscht. Der Spiegel dient einem erotischen Spiel. Bemerkenswert kann ein Vergleich der Funktionen einzelner Spiegel sein. Der Spiegel auf einem Schrank hätte erotische Funktion als ein Spion. Man folgt dem voyeuristischen Trieb sich selbst beim Akt indirekt bzw. heimlich zu betrachten. Der Spiegel ist ein Werkzeug, gleichzeitig der einzige Eingeweihte in das Geheimnis. Ein Spiegel kann auch gerade aus erotischen Gründen an bestimmte Stellen im Schlafzimmer gehängt werden, an der Decke vielleicht. Ein Beispiel aus der bildenden Kunst ist ein Gemälde Tintoretts, das ein Liebesspiel von Ares und Aphrodite zum Thema hat und der Spiegel dazu dient, dem Betrachter den nahenden Gatten, Hephaistos, zu zeigen.¹⁷² Einem Spiegel können, wie gezeigt wurde, eine, aber auch mehrere Funktionen zugeordnet werden, wobei diese wandelbar zu sein scheinen.

Durch den Spiegel wird einer ansonsten aus dem Schlafzimmer verbannten Öffentlichkeit in indirekter Form Zutritt gestattet, was im Fall der Erotik zu wilden Mutmaßungen anregen könnte. Symbolisch-Interaktionistisch und über das Artefakt näher als vielleicht vermutet, kann mit Anselm Strauss gemeint werden, dass „jeder sich anderen und sich selbst präsentiert und (...) in den Spiegeln ihrer Urteile sieht.“¹⁷³ Hinsichtlich der Ankleidefunktion kann mit

¹⁷⁰ Das so praktische Klappbett, das im Bildgedächtnis durch verkommene Kleinwohnungen in amerikanischen Großstädten in Erinnerung ist, konnte sich nie durchsetzen.

¹⁷¹ *American Psycho*. Mary Harron. 2000.

¹⁷² vgl. Hartlaub S. 105. + das Bild kann auf

<http://ovidsmetamorphoses.blogspot.co.at/2011/06/odyssey-8-ares-aphrodite-hephaestus.html>
Zugriff: 08.10.2012 gesehen werden.

¹⁷³ Strauss, Anselm. Spiegel und Masken. Frankfurt a. M : Suhrkamp, 1974. S. 7.

Goffmans Begriff der Hinterbühne¹⁷⁴ argumentiert werden, man würde sich für den „großen“ Auftritt in der Öffentlichkeit fertig machen. Im sicheren privaten Blickzusammenhang bleibt der anonyme Dritte im Spiegel anwesend. Über den Spiegel und die darin gespiegelten äußeren Blicke wird eine gesellschaftliche Normierung in das Schlafzimmer getragen. Man kann davon ausgehen, dass selbst der (perverse) erotische Blick spezifisch geformt ist durch das, was allgemein normiert akzeptiert ist. So kann der Spiegel nicht nur ein spielerisches Umgehen mit Sexualität in sich tragen, vielmehr wird durch die Blicksteuerung das sichtbar und das zur Handlung, was allgemein hin oder in der einzelnen Peergroup angemessen erscheint. Wenn man den Spiegel so verstehen will, hätte er domestikative Eigenschaften im eigenen Haus, und eine ähnliche Funktion wie ein Kreuz oder andere Totem. Eben nicht nur wir sehen uns, sondern wir sehen uns im Blick der Anderen.

Bad

Ich lebte vier Jahre in einer Wohnung ohne Spiegel an dem Ort, wo ich die badezimmertypischen Hygieneaufgaben verrichtete. Der nächste Spiegel stand im nahen Wohnzimmer. Dieses spiegellose „Badezimmer“ stellt die Ausnahme dar. Die Anwesenheit eines Spiegels an diesem Ort wird erwartet, Fehlen verwundert aufgenommen. Wie sollen die Badezimmertätigkeiten ohne Spiegel über die Bühne gebracht werden? Hygiene ist die Reinlichkeitsarbeit am eigenen Körper. Der Blick darauf ist uns aber gerade was das Gesicht betrifft unmöglich (vgl. Kapitel Spiegel). Der Spiegel ist notwendig um sich bei der Körperhygiene zu beobachten. Allerdings sind einige Tätigkeiten ohne den Spiegel möglich, wie Zähneputzen oder Händewaschen. Die wenigsten Aufgaben, die im Bad zu tun sind, verlangen dezidiert nach einem Spiegel. Er dient so vorrangig der Vereinfachung von Handlungen am eigenen Körper, denn für unsere Augen Unsichtbares wie das Gesicht werden sichtbar gemacht.

Im Badezimmer werden nicht ein, sondern mehrere Spiegel genutzt um in den verschiedenen Bereichen des Raumes¹⁷⁵ dazu beizutragen, sich jeweils gut zu sehen. Verspiegelte Duschen kenne ich nicht, kleine Rundspiegel, mit einem Vergrößerungsspiegel auf einer der zwei Seiten, sind häufig anzutreffen. Ein Badezimmer, das generell aus Spiegeln besteht, würde bei

¹⁷⁴ Goffman, Erving. Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper, 2009. S. 104.

¹⁷⁵ Obwohl es gewöhnliche zu den kleinsten Zimmern zählt hat es verschiedene Bereiche: Dusche, Waschbecken, Toilette usw.

Dichtern wie Paul Scheerbart verstörte Angstzustände hervorrufen.¹⁷⁶ Das Fehlen völliger Verspiegelung kann mit dem menschlichen Rücken bzw. Körperteilen zusammenhängen, die wir selbst nicht gut sehen können, die wir aber vor anderen zumeist verdecken, und die hinsichtlich ihrer allgemeinen Sichtbarmachung stigmatisiert sind.¹⁷⁷ Für gewöhnlich sehen uns andere nur unspezifisch auf andere Körperteile als auf den Kopf. Einen barocken Spiegelsaal ins Unendliche im Badezimmer zu haben mag eine große Anstrengung (für die Augen) darstellen bzw. in seiner Überhöhung der Eigendarstellung einer individualisierten Zeit nicht entsprechen.

Der Vergrößerungsspiegel stellt die Alltagsannahme zur Debatte, der Spiegel, der mich spiegelt würde mich real spiegeln. Ich schaue in einen Spiegel und gehe davon aus, dass das Spiegelbild stimmt, während ich den Spiegel, der meinen Kopf etwas größer erscheinen lässt, als den täuschenden Spiegel empfinde. Dabei könnte auch der „richtige“ Spiegel einen solchen Effekt eingebaut haben. Es ist möglich, dass man Spiegeln mehr traut, als man sollte, dass man sich ihrer Spiegelung zu sicher ist, da man glaubt zu wissen, wann etwas Verspiegeltes eine Täuschung ist.

Die Raumerweiterungsthese von Spiegeln gilt wohl besonders für das Badezimmer. Es ist ein sehr privater Raum, gleichzeitig kann er aber auch repräsentativ werden. Das Badezimmer wird vor allem von Menschen betreten, denen eine intime Nähe zugestanden wird. Die stärkere Betonung des Privaten kann ein Grund für die relativ geringen Bemessungen sein. Ein Spiegel ist hilfreich, den knappen Platz zu erweitern. Gerade Familien neigen dazu, sich vor dem Spiegel zusammenzudrängen. Steht man mit weniger bekannten Menschen vor demselben Waschbecken, werden Platznöte deutlicher spürbar.¹⁷⁸ Der Spiegel ist in solchen Situationen in der Lage, zum einen den Eindruck einer größeren Raumtiefe auf die unangenehme Situation zu geben, zum anderen könnten über die Distanz des Spiegels auch Interaktionen zwischen den Menschen ablaufen, die vor dem Spiegel dafür zu wenig Platz, eine unpassende Positionierung haben und über das Spiegelbild kommunizieren.

Vorraum

In diesem Übergangsraum befinden sich ebenfalls häufig Spiegel, obwohl es sich nicht um einen typischerweise privaten Raum handelt. Für einen Spiegel spricht, dass hier der letzte

¹⁷⁶ Er meint, „wo Kaleidoskopeffekte gewünscht werden, sind sie wohl berechtigt – sonst aber tut man gut, dem Quecksilberspiegel aus dem Weg zu gehen; er ist gefährlich – wie ein Gift.“ Scheerbart, Paul. 1971. S. 47.

¹⁷⁷ Einem Publikum, Freunden wird nicht der Rücken zugewandt.

¹⁷⁸ Typische Erfahrungen dieser Art können in Hostels oder größeren Wohngemeinschaften gemacht werden.

prüfende Blick vor dem Schritt in die Gesellschaft geworfen wird, gleichzeitig kann weniger bekannten Besucherinnen ein Spiegel zur Nutzung angeboten werden, ohne sie in private Räume zu führen. Der Spiegel dient nicht nur der besitzenden Privatperson. Ähnliches könnte man über den Badezimmerspiegel sagen, doch in diesen Raum wird man nur unter Umständen vorgelassen.

An welcher Position der Spiegel im Vorraum hängt, variiert (im Gegensatz zum Bad bspw.) stark und ist von der Grundform des Vorraums selbst abhängig. Ebenso kann der Spiegel unterschiedlich groß sein, oder komplett fehlen. In bürgerlichen Wohnungen wird man davon ausgehen können, dass große, schwere Wandspiegel eine Wand des Vorraumes in Beschlag nehmen. Diese schweren Spiegel an Vorzimmerwänden sind als Überbleibsel bürgerlich geprägter Zeiten anzusehen, da vor allem im Biedermeier und im Empire große Spiegel zur gewöhnlichen Ausstattung repräsentativer Räume gehörte.¹⁷⁹ Auch über Kommoden, auf denen früher (und heute weniger) die Festnetztelefone standen, finden sich Spiegel. Was die Position betrifft, nicht unähnlich dem Badezimmerspiegel.

Auf größer angelegten Vorzimmermöbeln wie Schuhkästen oder Wandverbauten wird oft ein Teil für einen eingebauten Spiegel „frei“ gelassen. Dieser Spiegel ähnelt den auf Schlafzimmerkästen beschriebenen, dürfte in der Regel aber kleiner sein, da das gesamte Möbel kleiner ist.

Toilette

Aus vorher Besprochenem lässt sich leicht nachvollziehen, dass sich Spiegel an diesem Örtchen nicht in übermäßiger Zahl finden. Wir befinden uns dort, wo, wie man sagt, selbst der König zu Fuß hingeht (wobei für einen absolutistischen Herrscher wie Ludwig XIV das wohl nicht zugetroffen hat, sein Leben ohne Privatsphäre in unserem Sinn ablief). Bei dieser Tätigkeit wird man nicht beobachtet bzw. will man sich nicht aus den Augen Anderer gesehen wissen.¹⁸⁰ Gibt es einen Spiegel, dann mehr in Form eines verkleinerten Badezimmerspiegels, der über einem Miniaturwaschbecken angebracht ist.

Küche

Wieso gibt es in Küchen keine Spiegel oder liegt das nur an meiner Erfahrung, die mir die typisch verspiegelte Küche bisher vorenthielt?

¹⁷⁹ Vgl. Hartlaub. S. 56 ff.

¹⁸⁰ Dennoch haben wir die Vorstellung, der Klogang würde bei allen Menschen sehr ähnlich aussehen.

Spiegel, so kann gefolgert werden, finden sich in spezifischen räumlichen Kontexten, wobei diese immer im Zusammenhang mit dem Menschen zu sehen sind. Dieser Versuch einer zusammenführenden Einordnung von Spiegeln in bestimmte Räume steht, obwohl er sich an Normierungen versucht, dem Gedanken Löws nahe, „empirisch erhebbar ist niemals der Raum an sich, sondern immer einzelne Räume.“¹⁸¹

5.4. Exkurs zu Räumen mit und Täuschungen durch Spiegel

Die Raumerweiterung, die Raumtäuschung ist ein erster einleuchtender Gedanke, weshalb viele Lokale mit Spiegeln arbeiten. Der Raum wird weiter, zumindest für die Augen, durch die gespiegelte Entfernung erscheint man den anderen Gästen nicht derart nah zu sein, was vor allem für Kaffeehäuser mit ihren typischen kleinen Tischen für Einzelne oder kleine Gruppen bedeutsam sein kann. In Restaurants kann über Spiegel der Raum repräsentativer, festlicher erscheinen.

Discos täuschen mit Spiegeln über ihre eigentliche Größe hinweg, denn die Disco, die ja durch die Kombination Nacht, Alkohol, laute Musik, exzessives Tanzen Vorstellungen von Freiheit mitschwingen lässt, ist häufig mit kleiner Tanzfläche ausgestattet. Die Reflexionen, die sich über Spiegel mit Hilfe von Licht erzeugen lassen, sind ebenso wichtig. Gerade die Disco erinnert an das Raumgefühl zwischen Sein und Schein, das den barocken Menschen auszeichnete, der sich „aus der Sphäre der Wirklichkeit in die des Scheins entrückt und in seinem gehobenen, idealen Ich in immer weiter fortgesetzter Selbstbespiegelung ins Unendliche gesteigert sieht.“¹⁸² Eine für frühmorgendliche Discobesucher sicher nicht selten zutreffende Formulierung.

Spiegel dienen der Raumtäuschung, sie kann offensichtlich beabsichtigt (Spiegelkabinett) oder versteckt beabsichtigt (Disco) sein.¹⁸³ Um den Täuschungscharakter zu klären muss man, wie es natürlich beispielsweise Eco tut, zwischen einzelnen Spiegelarten unterscheiden. Konvex- und Konkavspiegel täuschen bestimmt bzw. werfen Bilder anders als erwartet zurück, aber niemand, der etwas über Spiegel oder, dass er in einen Spiegel blickt, weiß, lässt

¹⁸¹ Löw, Martina. Raumsoziologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001. S. 131.

¹⁸² Böhmker, Richarda. Spiegel – Räume im Zeitalter Ludwigs XIV. Ein Beitrag zur Entwicklung und Bedeutung des Spiegels im Barock. Wien: Diss., 1946. S. 140.

¹⁸³ Im allgemeinen Handlungsdiskurs wurden Täuschungen von Goffman als wichtiger Bestandteil seiner Rahmenanalyse eingeführt. Vgl. Goffman, Erving. Rahmenanalyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1977. S. 98 ff.

sich soweit übertölpeln zu glauben, die Realität wäre plötzlich gebogen, wie es sich vor seinen Augen darstellt. Im Film „Fear and Loathing in Las Vegas“,¹⁸⁴ der den Trip zweier Drogenkonsumenten beschreibt, werden Spiegelverzerrungen verwendet, um dem Zuschauer durch die Augen des berauschten Menschen seine Sicht der Welt zu zeigen, der seine eigene Wahrnehmung der Spiegelung selbst kaum fassen kann.

Der Spiegel kann generell als Täuschungsinstrument verstanden werden, da seine wesentliche Funktion darin besteht, auf seiner Oberfläche etwas abzubilden, das dort nicht ist. Trotz einer, ich nenne sie „objektiven Duplizierung“, der den Spiegel umgebenden Realität, schafft er keine eigene Realität. Ähnlich argumentiert Lambert Wiesing für Bilder allgemein, denn „ein Bildobjekt kann mit dem Gegenstand, für den es als bildliches Zeichen verwendet wird, niemals kausal verbunden sein, da ein Bildobjekt überhaupt kein Gegenstand in der physischen Welt, sondern ein ausschließlich erscheinendes Objekt ist.“¹⁸⁵

Ebenso bleibt das Bild immer ein Potential, da sich das Spiegelbild nie gleicht, sich immer jeder Veränderung anpasst. Hierin unterscheidet es sich vom Bild, von der Fotografie, die ja mit der Verquickung von „objektiver Duplizierung“, Täuschung, aber eben Fixierung arbeiten. Der Spiegel macht solches nur in Form von Fotos, wenn er abfotografiert wird. Ein Grund dafür mag sein, dass ein Spiegel nicht „funktioniert“, zumindest für uns nicht mehr, Spiegelungen, die Spiegelproduktion gewöhnlich geworden sind, ein Spiegel entweder spiegelt, dann das spiegelt, was „da“ ist, oder eben nicht spiegelt, dann dreckig oder kaputt ist. Bestehen bleibt, dass wir dem Spiegel glauben, obwohl er uns nur täuschen kann, weil er zu anderem gar nicht in der Lage ist. Dieser Täuschung sind wir uns teilweise oder ziemlich klar bewusst. Sie wird hingenommen.

Die Phrase „Vorspiegelung falscher Tatsachen“ ist hilfreich. Der Spiegel gibt der Betrachterin einen Eindruck darüber, wie das, was gespiegelt wird, aussieht, wie Lichtstrahlen, die vom Objekt in den Spiegel fallen, reflektiert werden. Das lässt aber bei der graduellen Frage zu einer Spiegelung etwa „wie groß ist der Pickel wirklich?“ nur bedingt Schlüsse zu. Zum einen ist er keine Hilfe, wie etwas wahrgenommen wird, zum anderen ist der Spiegel als visueller Konzentrationsraum dazu angetan, Elemente, auf die besonderes Interesse fällt, in einem ebensolchen Maß zu verändern, wie es die eigene Suggestion im Stande ist zu tun. Die Objektivität des Spiegels muss bezweifelt werden, das klare, wahrheitstreue Schema aus der Spiegelbefragung Schneewittchens kann nicht aufrecht bleiben. Dazu muss weiter gefragt werden, ob sich ein Spiegelbild allein oder nur mit Hilfe einer Interaktion konstruiert. Hier

¹⁸⁴ Vgl. Fear and Loathing in Las Vegas. Terry Gilliam. 1998.

¹⁸⁵ Wiesing. S. 64 – 65.

kann man zwischen einer psychischen Struktur, also „ich“ und „ich-im-Spiegel“ und dem Zusammenhang „ich“ und „die-anderen-im-Spiegel“ unterscheiden.

In einer Enzyklopädie aus dem 18ten Jahrhundert wird dieses Problem in seiner Dualität anders, aber auch spannend wahrgenommen: „Etliche meynen, es sey in dem Spiegel unser Ebenbild, das ist, dass der Spiegel eine gleiche Gestalt unseres Leibes bilde. Andere schließen hingegen, dass unser Ebenbild nicht in dem Spiegel sey, sondern es prallen die Strahlen wieder zurück.“¹⁸⁶

5.5. Exkurs Spiegel, Architektur und Beobachtungswahn

Die Welt ist voll mit Spiegeln. Überall spiegelt etwas, nicht zuletzt die Glasschluchten der teuren Quartiere der Finanzmärkte, Spiegel sind ein wesentliches architektonisches Material. Im Finanzsektor mögen Gedanken wie „das Undurchschaubare durchschaubar machen“ mitspielen. Dabei, so kann ein Eindruck sein, wird durch Spiegel gerade nur angedeutet, dass etwas gesehen werden kann. Hartlaub schreibt dazu aufschlussreich:

„Die gläserne Raumkunst des 18. Jahrhunderts bildet auch einen bemerkenswerten Gegensatz zu der Glasarchitektur unserer Tage. Diese liebt die Durchsichtigkeit des Materials, seine kommunizierende Funktion, die Verbindung mit den Nachbarräumen und den Menschen darin. Sie nimmt das Glas als technischen Werkstoff und erwartet von ihm eine soziale, vereinigende Wirkung. Alles umgekehrt wie das 18. Jahrhundert, welches am Glas gerade das Imaginäre und Magische suchte und es so behandelte, dass es mit seiner Spiegelung die Menschen nicht untereinander verband, sondern im Gegenteil immer wieder auf sich zurückwarf.“¹⁸⁷

Hinweise werden auf die Bewertung der Durchsichtigkeit Anfang des 19ten Jahrhunderts und der Vergleich zum 18ten gegeben. Gerade in den verglasten Tälern der Finanzdistrikte scheint es sich in Richtung des 18ten Jahrhunderts zu bewegen, wohingegen mit Glaskuppeln wie der des deutschen Bundestags auf die allgemeine Sichtbarkeit, die Kommunikativität hingewiesen wird. Diese zwei Beispiele lassen vielleicht errahnen, dass der Umgang mit dem Objekt Spiegel sich bemerkenswert wandelt, eine klare Positionierung wie sie Hartlaub vornimmt zumindest als verkürzend bewertet werden muss. Die Verdoppelung durch verspiegelte Gebäude mag ebenso aus Raumgründen in engen Megastädten Bedeutung haben und könnte (an anderer Stelle) weiter bearbeitet werden. Interessant kann eine Idee Baudrillards sein, der meint, in New York wären zunächst einzelne Hochhausgebäude gewachsen, die sich in einer

¹⁸⁶ Hartlaub. S. 13. Aus: Zedlersches Lexikon 1732 ff. Artikel „Spiegel“.

¹⁸⁷ Hartlaub. S. 57.

„konkurrierenden Vertikalität“ gegenüber standen. Erst in den Zwillingstürmen des zerstörten WTC soll die Architektur einer „nicht mehr konkurrenzhaften, sondern berechenbaren“¹⁸⁸ Systematik zugefallen sein. Für ihn ist das mit Zeichen allgemein verknüpft und hängt stark mit der oben angeführten Hyperrealität zusammen, denn „damit ein Zeichen rein ist, muss es sich selbst verdoppeln: erst in der Verdoppelung des Zeichens macht dem, was es bezeichnet, ein Ende.“¹⁸⁹ Auf spiegelnde Straßenschluchten umgemünzt zieht ein ähnliches todestrunkenes Bild auf, in denen kein Reales mehr greifbar geschweige denn sichtbar wird. Aus der Zeichenlehre enthoben und in einen alltagspraktischen Zusammenhang der Überwachung transferiert (im Kapitel zum Spiegel wurde dessen Fähigkeit als „Spion“ besprochen) reflektiert sich in den verspiegelten Stadtvierteln das panoptische Gefühl der Benthamschen Architektur, das Foucault so zentral in seine Überlegungen zu gesellschaftlichem Zwang setzt. Der wesentliche Unterschied zur Überwachung der Massen durch optisch erhabene Wenige, die von noch weniger Beobachtern überwacht werden, wie es das Panoptikum nahe legt, ist die Sichtbarkeit aller durch alle, die auf den örtlich überstehenden Exekutor (egal ob anwesend oder nicht) vollständig verzichten kann. Der überwachende Dritte bleibt in der Sichtbarkeit des Spiegels weiterhin enthalten, die normierte Überwachung, kann argumentiert werden, wird auf einer niedrigschwelligeren Ebene der Gesellschaft integriert, jede ist gleichzeitig Beobachterin und Beobachtete, das bei Foucault in ein Differenzpaar geschiedene Sehen/Gesehenwerden sublimiert sich zu einem changierenden Miteinander.¹⁹⁰

5.6. Distanzierend strukturelle Analyse

Über den Produktionszusammenhang lässt sich im Fall des Spiegels Vieles sagen. Historisch wurden im Kapitel „Spiegel“ einige wesentliche Etappen in der Entwicklung zu dem uns heute bekannten Spiegel behandelt. Gerade das spezielle Artefakt zeigt auf der nichtspiegelnden Seite den Hinweis „Made in China“ als relativ genaue Angabe des Produktionsortes. Die Assoziationen damit können sehr weit gehen, angefangen von

¹⁸⁸ Baudrillard, Jean. Der symbolische Tausch und der Tod. Aus dem französischen von Gerd Bergfleth, Gabriele Ricke und Ronald Voullié. München: Matthes & Seitz Verlag, 1982. S. 110-111.

¹⁸⁹ Ebd. S. 111.

¹⁹⁰ Vgl. Foucault, Michel. Überwachen und Strafe. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1976. S. 224 ff. und 258 f.

Billigprodukt, über Ausbeutung von Arbeitnehmerinnen, Macht auf den Märkten, Ökologie des Transportes, Verlagerung von Produktionsstätten, Globalisierung allgemein etc.

Fragen kann man inwieweit sich der Umgang mit dem Objekt verändert hat. Er diente (vgl. Kapitel Spiegel) zunächst als spezielles Artefakt, zur Betrachtung des Selbst, wobei er zu unterschiedlichen Einschätzungen dieser Selbstbetrachtung anregte. Diese Funktion hatte der Spiegel sehr lange und fast ausschließlich. Die Veränderungen in Renaissance und Barock, die technischen Verbesserungen, die viel größere Spiegel produzieren ließ, stellte mehr als den einzelnen Menschen (das Gesicht, Antlitz des Einzelnen), eine Gruppe, vor allem aber den Raum und dessen Erweiterung ins Zentrum, im Fall der Einzelperson Ludwigs des XIV besonders seine „Erweiterung“ gegenüber einer gewöhnlichen Einzelperson.¹⁹¹

In der Moderne bewegen sich spiegelnde Flächen aus dem Inneren des Raumes und werden zu einem allgemeinen architektonischen Werkstoff. Ganze Häuser werden außen verspiegelt, das Innere mag sich ins Äußere gekehrt haben, ohne aber einen Blick ins Innere zu ermöglichen. Man kann behaupten, der Spiegel würde über die historische Entwicklungsveränderung weg von einem privaten, individuellen Artefakt hin zu einem öffentlichen, sozialen tendieren. Mit Elias ist hier aber einzuwenden, dass von einer Verquickung zwischen individuell und sozial auszugehen ist¹⁹². Das Nebeneinander von häuslichem Privatspiegel und allgemeiner Spiegelpracht wäre kein Widerspruch, sondern eine notwendige Verbindung. Als These kann formuliert werden, dass aus einem intimen Blick ein voyeuristischer Blick mit und über den Spiegel verbunden wird.

Unter Umgang mit Spiegeln kann auch eine Art von Bewertung, eine Normierung verstanden werden. In antiken Darstellungen kann eine Frau mit Spiegel in der Hand sitzend und sich beschauend als häufiges Sujet betrachtet werden (vgl. Kapitel Spiegel). Sich heute im Spiegel und vielleicht sogar öffentlich bewundern, ist hingegen kein gewöhnlicher Umgang mit dem Objekt. Der Spiegel könnte die Bedeutung als Ort der Selbstbewunderung außerhalb heimlichen Beschauens in einem privaten Rückzugsraum verloren haben. Dort wo niemand sonst einen sehen kann/darf, kann/darf man sich selbst sehen, wobei gleichzeitig die normierende Kraft des Blicks der Anderen Einfluss auf den eigenen Blick nimmt. Kleinere Korrekturen am Make-Up mittels eines Handspiegels oder ein „Zurechtzupfen“ der Frisur vor einem verspiegelten Fenster, vor dem Spiegelbild im dunklen U-Bahn-Fenster, werden öffentlich, aber unauffällig, zurückhaltend vorgenommen. Während der Blick in den Spiegel

¹⁹¹ Am Ende des Films *Citizen Kane* ist eine typische doppelte Spiegelung zu sehen, die den Eindruck der unendlichen Wiederholung der Einzelperson Charles Foster Kane erzeugt, ihn übermenschlich erhöht. Vgl. *Citizen Kane*. Orson Welles. 1941.

¹⁹² Vgl. Elias, Norbert. 1987.

vorrangig vereinsamt stattfindet, ist es ein Blick verbunden mit den Vorstellungen vieler, den der Spiegel zurückwirft.

Interessant an Spiegel in der Werbung kann sein, dass ein privates Bild öffentlich gezeigt wird. Das, was sonst niemand zu sehen bekommt, wird sichtbar gemacht, was schon im Kapitel zur Werbung über die Intimisierung der Bildsujets angesprochen wurde.

5.7. szenische Analyse

Über den Spiegel werden (gerahmte) Szenen geschaffen, die nach typischen (gerahmten) Normierungen ablaufen. Als potentielle Szenen kann man vorstellen: Frau-Spiegel; Mann-Spiegel; Tanzschule-Spiegel; Taxilenker-Spiegel.

Der Spiegel übernimmt die gesellschaftliche Aufgabe des „Tests“ (diese Aufgabe fiel sonst einer Person zu und tut dies auch zu speziellen Anlässen), im Sinn Baudrillards, der Bildern, medialen Botschaften und auch Gebrauchsgegenständen Testcharakter zuspricht, da sie „Reaktionsmechanismen auslös(en), die Stereotypen oder analytischen Modellen entsprechen.“¹⁹³ In, sicher unter anderem, den stichwortartig genannten Szenen, sind gefestigte Abläufe im Sinne einer Prüfung anzutreffen. Der Blick in den Spiegel versichert den Menschen dahingehend gesellschaftstauglich (was auch immer das für die Einzelne konkret heißt) zu sein, oder nicht. Während der Mensch fragend in den Spiegel blickt, kann dieser „magisch“ wie er ist, eine Antwort geben, indem er ein spezifisch geordnetes Raster an Informationen abarbeitet, das die einzelnen sichtbaren Elemente eben durch den Blick einem visuellen Test und einer darauf folgenden Bewertung unterzieht. Diese Vorstellungen über gerahmte Situationen verweisen auf die Arbeiten Goffmans und vor allem auf seine Rahmen-Analyse, wobei es sich bei Rahmen um „Organisationsprinzipien für Ereignisse“¹⁹⁴ handelt, die dabei helfen, das Einzelereignis in einen Verständniszusammenhang zu integrieren. Der Spiegel hilft, nicht zuletzt durch sein gerahmtes Äußeres, Definitionen zur Situation der Äußerlichkeit des eigenen Selbst in einer sozialen Form, aber ohne notwendige soziale Teilnahme Anderer zu treffen. Das verbindende Element zwischen unterschiedlich gerahmten Situationen sind die Regeln auf denen sie basieren, die immer vorhanden sind, aber höchst unterschiedlich ausgeprägt sein können,¹⁹⁵ was nicht zuletzt durch die Weite des Rahmenbegriffs deutlich wird, der bspw. von Geertz schwammig-synonym für Kultur an sich

¹⁹³ Baudrillard, 1982. S. 99.

¹⁹⁴ Goffman, Erving. 1977. S. 19.

¹⁹⁵ Vgl. ebd. S. 34.

gebraucht wird.¹⁹⁶ Einen anderen, aber ebenso spannenden Blickwinkel auf die Bewertung des Selbst über den Spiegel kann man aus der Beobachtung von Schütz ziehen, dass „jede Welt (...), solange man sich ihr zuwendet, in ihrer eigenen Weise real (ist).“¹⁹⁷ Hier wird der eigenen Haltung dem Objekt gegenüber eine stärkere Betonung verliehen. Der Einfluss dieser Hinwendung, die erst ein reales Bild eines Selbst schaffen kann, darf nicht unterschätzt werden, bzw. die Kraft der gesellschaftlichen Rahmung nicht absolut gesetzt werden. An vielen Orten und auch in der großen, baulichen Architektur greifen Spiegel raumschaffend ein, öffnen den eigentlich beschränkten Raum. Während dies im kleinen Kaffee einleuchtet, kann man sich ebensolches für die Enge zwischen Wolkenkratzern vorstellen. Diese Raumerweiterung erlaubt es dem Spiegel eine „näheaufhebende“ Funktion zuzusprechen. Durch den Spiegel fühlt man sich nicht mit „den anderen“ auf engem Raum gepresst. Mit diesen Fähigkeiten verändert der Spiegel Handeln in gesellschaftlichen Zusammenhängen, indem er die Arrangements, in denen Menschen aufeinander treffen, wesentlich und eigen gestaltet, kann als Hypothese festgehalten werden.

5.8. die vergleichende Analyse

Vom Artefakt Spiegel finden sich viele ähnliche, aber doch verschiedene Versionen. Der kleine Tischspiegel hat genug spiegelnde Fläche um ein großes Gesicht oder einen kleinen Kopf komplett abzubilden, wobei die Entfernung des zu spiegelnden Objekts mitbedacht werden muss. Genug Platz also für gesichtskosmetische Eingriffe, die auf eine relative Nähe zur Spiegelfläche angewiesen sind, um sich aber in Abendgarderobe genau betrachten zu können ist er zu klein. Hierfür ist der Wandspiegel wichtig, der einen Gesamteindruck des Körpers wiedergibt. In dieser Analyse ist besonders auf schon genannte Funktionsunterschiede zwischen unterschiedlichen Spiegeln hinzuweisen, die hier nicht wiederholt werden. Auch wird nicht versucht, alle möglichen Funktionen an dieser Stelle aufzuarbeiten.

Auch ein Ortsvergleich bringt, wie schon oben gezeigt wurde, interessante Ergebnisse. Die Verwendung von unterschiedlichen Spiegeln ist stark an bestimmte Orte geknüpft. Nimmt man weniger die Spiegelfläche zentral, dann lassen sich Vergleiche über den Spiegelrahmen ziehen. Er ermöglicht es womöglich erst, den Spiegel einzuordnen, denn über

¹⁹⁶ Vgl. Geertz, Clifford. Dichte Beschreibung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1987. S. 21

¹⁹⁷ Schütz, Alfred. Don Quixote und das Problem der Realität. Studien zur soziologischen Theorie. Den Haag: Nijoff, 1972. S. 103.

ihn werden Differenzierungen der Gestaltung zwischen einem Nutzobjekt, einem historischen Objekt, einem Wertobjekt wahrnehmbar.

5.9. zusammenfassende Analyse des Artefaktes (Hypothesen zum Spiegel)

Die folgenden Hypothesen sind nicht in hierarchischer Form geordnet, wobei einzelne als aufeinander aufbauend angesehen werden. Dies wird durch eine durchgängige Schreibweise angezeigt. Die einzelnen Thesen werden mit Anführungszeichen und Kursivschrift deutlich kenntlich gemacht, auf Hypothese folgt eine kurze Erläuterung.

„Der Spiegel erzeugt eine Perspektivendualität von Selbst- und Fremdbetrachtung“

Im Spiegel verschmelzen Selbst- und Fremdbetrachtung zu einer (widersprüchlichen?)

Einheit, die sowohl eigenen Wünsche als auch soziale Vorstellungen verbindet. Das kann als Interessenkonflikt angesehen werden, denn während ich „Ich“ will, will das Außen „Sich“.

Mit Norbert Elias argumentiert, kann man die Verschmelzung von Individuum und Gesellschaft in Figurationen als Lösung dieses Konflikts anführen.¹⁹⁸ Der Spiegel als figurationsschaffendes Artefakt.¹⁹⁹ Er selbst spricht davon, „dass das einzelne Individuum zugleich von der <Gesellschaft> umgeben und von ihr durch eine unsichtbare Wand getrennt“²⁰⁰ ist, was als Formulierung dem Zustand des Menschen vor einem Spiegel sehr nah wirkt, aber keine Zusammenhänge zwischen beiden an der Interaktion beteiligten entdecken lässt. Vielmehr ist es die Interdependenz, als die Wechselwirkung mit dieser als Wand gedachten Umgebung, die Gesellschaft etabliert und auch die Positionierung des Menschen gegenüber dem Spiegel bestimmt.

Er dient als Beobachtungsinstrumente sozialer Ordnung. Indem er dem Einzelnen den Blick der Anderen zeigt, ähneln seine Eigenschaften denen einer Überwachungskamera.

Gleichzeitig geben sie Aufschluss über die eigene Verortung innerhalb der allgemeinen Normen der Äußerlichkeit.

Hier wird auch das angesprochene Element des Betrachters des eigenen

Veränderungsprozesses mitgedacht. Durch die zeitliche Bewegung wird die Möglichkeit der Wahrnehmung der Veränderung des Selbst sichtbar.

¹⁹⁸ Elias, Norbert. Was ist Soziologie. München: Juventa, 1970. S. 11ff.

¹⁹⁹ Diese Wortschöpfung zeigt die Interaktionskraft des Objekts, wie der Autor meint, gut an.

²⁰⁰ Elias. 1970. S. 12.

„Über den Spiegel werden (gerahmte) Szenen geschaffen, die nach typischen (gerahmten) Normierungen ablaufen.“

Dieses von Goffman abgeleitete Konzept meint, dass nicht eine unendlich große Anzahl an Szenen innerhalb des Spiegelrahmens zu erwarten, sondern diese deutlich gerahmt und mit Handlungsanweisungen verbunden sind.

„Das Spiegelbild dient als Interaktionspartner.“

Der Spiegel bietet andauernde Face-to-Face Interaktionen. Er (und in ihm das Spiegelbild) wird ein relevanter Dritter, ein wichtiger Interaktionspartner (der kommentiert, interpretiert, sich lustig macht).

„Der Spiegel verbindet Eigenschaften von Objekten und Subjekten.“

In der Märchenwelt Schneewittchens, als magisches Objekt der Veränderung, bekommt der Spiegel eine eigene Subjektivität zugesprochen, die über seine Möglichkeiten als Objekt hinausreichen. Diese zeigen sich in seiner Alltagsnutzung, die einer subjektiven Ansprache ähnelt.

„Der Spiegel setzt uns einer Illusion von Wahrheit aus.“

Denn während er im kulturellen Gedächtnis mit dem Wahrheitsgehalt der Aussagen des „Spiegleins an der Wand“ konnotiert wird, zeigt sich, dass wir uns über das Objekt Illusionen hingeben. Zu den Täuschungen gehört die angesprochene Größentäuschung, die Täuschung durch die spezifische Position des Spiegels (von vorne von schräg von der Seite, etc.), durch die Veränderung der Reflexion bei unterschiedlichem Licht, oder die metaphorische Täuschung verspiegelter Gebäude zwischen Sichtbarkeit (die zerbrechliche Sichtbarkeit des Glases gegenüber der früheren unzerbrechlichen Unsichtbarkeit von Backsteinen) und Undurchschaubarkeit. Heinrich Böll schreibt dazu eine wie ich finde sehr schöne Passage: „Da Leni im Augenblick ohne ständigen männlichen Schutz oder Rat in der Welt steht²⁰¹, unterliegt sie, was ihre Haartracht betrifft, einer Dauertäuschung; an der ist ihr Spiegel schuld, ein alter Spiegel aus dem Jahr 1894, der zu Lenis Unglück zwei Weltkriege überdauert hat. Leni betritt nie einen Frisiersalon, nie einen reich bespiegelten Supermarkt, sie tätigt ihre Einkäufe in einem Einzelhandelsgeschäft, das soeben davorsteht, dem Strukturwandel zu erliegen; so ist sie einzig und allein auf diesen Spiegel angewiesen, von dem schon ihre Großmutter Gerta Barkel geb. Holm sagte, er schmeichle nun doch zu arg; Leni benutzt diesen Spiegel sehr oft.“²⁰²

²⁰¹ Hier deutet sich eine Verflechtung mit den erstgenannten Hypothesen an.

²⁰² Böll, Heinrich. Gruppenbild mit Dame. Köln: Kiepenheuer, 1971. S. 8.

„Spiegel erweitern Raum für Interaktionen.“

Auch hier wird ihr Illusionscharakter deutlich. Spiegel dienen einer phantastischen Raumöffnung, schaffen Raum, wo keiner ist und erlauben dadurch mehr körperliche Nähe, als in Räumen ohne Spiegeln möglich wäre. Vor allem in begrenzten Räumen wird der Eindruck von Platz erzeugt. Sie können als Erweiterungen der sozialen Spielflächen begriffen werden und kommen auch in dieser Funktion zum Einsatz.

Zwischen den ersten beiden Hypothesenkomplexen besteht eine spannende Diskrepanz, denn während der Spiegel normative Eingrenzung vornimmt, wirkt er gleichzeitig erweiternd. Man kann hier an eine Einschätzung als ein ambivalentes Objekt denken, in dem sich Widersprüchliches verbindet.

„Spiegel definieren ihre Funktionen über Räume.“

Der Spiegel bekommt in unterschiedlichen Räumen unterschiedliche Funktionen zugesprochen. Ein Spiegel wird nicht zuletzt durch den Raum definiert, in dem er sich befindet, weniger durch die Nutzung des Einzelnen. Es wären gesellschaftlich-räumliche Vorgaben des Umgangs mit dem Objekt, die dessen Funktion stark mitbestimmen.

Der Spiegel orientiert sich als Objekt an Räumen, in denen das Gesehenwerden eine/die wesentliche Rolle spielt, verzichtet gleichzeitig auf Räume, in denen man nicht gesehen werden will.

„Entwicklung des Spiegels von einem Objekt mit sozialem Prestige zu einem allgemeinen Nutz- und Industrieprodukt.“

Die Ausführungen im Kapitel über den Spiegel im Verhältnis zu der Äußerlichkeit, Ästhetik in der sich der Spiegel in der Artefaktanalyse zeigt, werden hier thematisiert. Die ständige Verfügbarkeit spielt eine Rolle in diesem Bedeutungsschwund. Gleichzeitig zeigt sich die Tendenz der kulturspezifischen Notwendigkeit eines Spiegels, wie in der einleitenden Beobachtung, den prüfenden Blicken an allen Orten dieser Welt in einen Spiegel, wie schließlich in der „Allzeit-Bereit-Funktion“ des dieser Artefaktanalyse zu Grunde liegenden Tischspiegels unterstrichen wird.

Während auf der einen Seite die Besonderheit des Artefakts verloren geht, entsteht auf der anderen eine allgemeine Notwendigkeit für Spiegel als soziale Objekte.

Die hier erarbeiteten Hypothesen, die sich dem heuristischen Potential des Objekts annähern sollten, sind für den Erkenntnisfortschritt der Arbeit zwar wichtig, dürfen aber nur als

chronologisch vor den Ergebnissen der nun folgenden Bildanalysen angesehen werden, nicht als qualitativ oder hierarchisch über dem nächsten Analyseschritt. Das liegt nicht zuletzt an der in der Bewegung hin zum Bild notwendigen und auch spannenden Verschiebung von einem realen Objekt in der Artefaktanalyse hin zu einer bildlichen Repräsentation des Objekts innerhalb der Bilder der Bildanalysen. Die Bewertung des Bildes zwischen diesen Polen stellt ein in der Bildwissenschaft immer wiederkehrendes Thema dar, so spricht Wiesing in Bezug auf Dieter Mersch von einer „Anwesenheit ohne Gegenwart“²⁰³ des bildhaft Dargestellten, Auch Böhme fasst die Differenz auf einem abstrakten, aber spannenden Niveau, das Objekt und Nicht-Objekt im Bild zusammenführt. Die Seinsweise eines Bildes stellt sich für ihn „als eine Verschränkung von Sein und Nicht-Sein heraus. Das Bild ist wirklich und wahrhaft ein Bild, aber gerade wer oder was es ist, ist es nicht wirklich.“²⁰⁴ Die Differenz der Ebenen zwischen dem Artefakt und dem Bild des Artefakts ist sicher mitzudenken, fotografiephilosophische Überlegungen sollen aber nicht dazu gebracht werden, die Arbeit am Objekt selbst vollkommen verstellen.

Diese Analysen werden also konkret zur Entdeckung weiterer und anderer Erkenntnisse eingesetzt, soll nicht eine spiegelnde Folie für die Artefaktanalyse darstellen, gleichwohl Verknüpfung und Integration der Aussagen zum Zweck einer Verdichtung angestrebt wird. So wird an neuralgischen Punkten der Bildinterpretation (am Ende von Segmentbündelungen, die Segmentanalyse wird im nächsten Kapitel vorgestellt werden) immer auch die Verbindung zu den in der Artefaktanalyse aufgestellten Hypothesen gesucht werden.

Wichtig ist, dass die Bildanalyse nicht vorrangig der Verifikation oder Falsifikation der Artefaktanalyse dient, sondern ein weiteres Spektrum des Phänomens Spiegel aufdecken soll. Nicht unterstellt wird aber, dass in diesem Schritt völlig andere Ergebnisse produziert werden oder werden sollen.

Es handelt sich um zwei analytische Schritte, zunächst das Objekt als realer Gegenstand, danach das Objekt als bildliche Repräsentation. Die Verknüpfung, aber auch die Möglichkeit der Eigenbewegung dieser zwei Stränge, eben die Nutzbarmachung beider dieser Potenziale, scheint mir eine wesentliche Stärke dieses methodologischen (oder doch methodischen?) Versuchs, und der Methodenkombination allgemein zu sein.

²⁰³ Vgl. Wiesing. S. 70.

²⁰⁴ Böhme. S. 22.

6. Bildhermeneutische Methoden

6.1. Die bildhermeneutische Methode Stefan Müller-Doohms

Müller-Doohm baut methodologisch seinen Ansatz auf einer Reihe verschiedener Autoren und theoretischen Ansätzen auf, die hier nicht in Gänze angeführt werden können.

Bilder sind für die Kulturosoziologie Adornos „Chiffren gesellschaftlicher Sachverhalte.“²⁰⁵ Sie sind demnach verschlüsselt und müssen durch Interpretationsverfahren entschlüsselt werden. Die Dechiffriermaschine ist der menschliche Kopf. Jeder Mensch ist in der Lage, Bilder trotz ihrer verschlüsselten Natur zu lesen. Durch die entdeckende Wirkung hermeneutischer Bildanalyse können, so die Hoffnung der Sozialforscher, tiefer liegende Sinnenebenen aufgedeckt werden.

Müller-Doohm fasst das Zentrale an seinem Wunsch nach einem funktionierenden und adäquaten Interpretationsverfahren so zusammen: „Im Mittelpunkt steht (...) die Rekonstruktion der sozialen Mitteilungsgehalte, die manifesten und latenten Bedeutungs- und Orientierungsmuster visueller Präsentation.“²⁰⁶ Bei dieser Perspektive geht man davon aus, dass Bilder „mehr“ bedeuten, dass sie kulturelles, soziales Wissen in sich tragen, das über das im ersten Hinsehen erkenntliche hinausgeht, wobei ihnen eine „klare“, eben manifeste Bedeutung natürlich nicht abgestritten wird. Mit anderen Worten sind sie „nicht nur eine Manifestation vorgegebener, vorgedachter Sinnzusammenhänge, sondern gleichzeitig der Ort neuerschlossenen Sinns, der über das Gegebene hinausweist.“²⁰⁷ Das latente Wissen wird im Bereich der Interpretation von visuellem Material aus der Werbung wichtig. Denn den kulturellen „Mehrwert“ eines der großen artistischen Kunstwerke der Malerei zu verstehen, zu erkennen, heißt nicht, jedem beliebig oder sogar mit offen suggestiver Wirkung geschaffenen Bild einen eigenständigen kulturellen Wert zuzugestehen, und davon auszugehen, dass unter der „einfachen“ Fassade latente Inhalte entdeckt werden können, die es mit den größten

²⁰⁵ Adorno, Theodor. W. Stichworte. Kritische Modelle II. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1969. S. 117.

²⁰⁶ Müller-Doohm, Stefan. Visuelles Verstehen – Konzepte kulturosoziologischer Bildhermeneutik. S. 443. In: Jung, Thomas. Stefan Müller-Doohm (Hrg.). „Wirklichkeit“ im Deutungsprozess. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1993. S. 438 – 457.

²⁰⁷ Garz, Detlef. Klaus Krammer. Die Welt als Text. Zum Projekt einer hermeneutisch-rekonstruktiven Sozialwissenschaft. In: Garz, Detlef. Klaus Krammer. (Hrsg.) Die Welt als Text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1994. In: S. 7.

Meisterwerken der Kunst aufnehmen können, wie Boehm (vgl. oben) in Frage stellt. Inwiefern große Inhalte in Werbebildern zu finden sind, sollen die hermeneutischen Auslegungen zeigen.

Als Anregungen zu seiner Methode führt Müller-Doohm die Ikonologie Erwin Panofskys an, die Ikonik Max Imdahls und den semiologischen Ansatz von Roland Barthes, der sich ganz besonders mit dem auch Müller-Doohm nahen Thema des Werbebilds beschäftigte.²⁰⁸

In meinem Verständnis spannende Kritik an Panofskys Vorschlag zur Analyse von Bildern,²⁰⁹ der dieselben in Schichten aufteilt um die unterschiedlichen Elemente des Bildes in sprachliche Formen wandeln zu können, leistet Gottfried Boehm. Er meint, dass diesem Vorgehen die Grundlage dieser Schichten fehlt, auf diese nicht hingeforscht wird. Panofsky geht davon aus, die analytisch getrennten Schichten würden sich wiederum am Ende der Bearbeitung zusammenfügen, was Boehm bezweifelt. „Innerhalb der Prämissen dieser Methodologie bekommt das Bild den Rang eines Derivates, das sich aus sprachlichem und das heißt >realem< Sinn ableiten lässt.“²¹⁰ Diese Kritik behandelt auch Max Imdahl, wenn er zwischen vorgaukelnder Sukzession (die an Text angelehnt ist) und der eigentlich anwesenden Simultaneität spricht.²¹¹

Es geht um die Frage, wie man über Bilder ohne Bilder Aussagen treffen können kann und inwiefern Sprache ein dafür geeignetes Mittel sein darf. Für die Bearbeitung von Bildern ist das eine spannende Gedankenfolie, die immer wieder ins Bewusstsein gerufen hilfreich ist, der Sprache nicht zu schnell, was in einer schriftlichen Arbeit äußerst flott gehen dürfte, die wieder herausragend erklärende Position einzuräumen, und eben das analytische Feld ein wenig für Bildliches offen hält. Pragmatisch ist aber bei dieser Arbeitsform, dass es nicht möglich ist, dem Bild ein absolutes Verständnis entgegenbringen zu können, sondern sich mit Hilfe der Sprache dem Bild als Gesamtes immer weiter annähern zu versuchen.

Boehm wirft der kunstgeschichtlichen Interpretation von Bildern weiter vor „einen verdeckten, aber radikalen Ikonoklasmus zu charakterisieren“, da sie Bilder wie Sachlagen behandeln, was für ihn nicht möglich ist „weil >Sach<-elemente des Bildes von der Weise

²⁰⁸ Vgl. Müller-Doohm, Stefan. Bildinterpretation als struktural-hermeneutische Symbolanalyse. S. 95 - 98. In: Hitzler, Ronald. Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung. Opladen, Leske+Budrich, 1997. S. 81 –108.

²⁰⁹ Indirekt sicher an einer Vielzahl, wenn nicht aller gängiger Bildinterpretationsverfahren.

²¹⁰ Boehm, Gottfried. Zu einer Hermeneutik des Bildes. In: Gadamer; Hans-Georg. Gottfried Boehm. Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1978.. S. 453.

²¹¹ Vgl. Imdahl, Max. Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In: Boehm, Gottfried. (Hrg.) Was ist ein Bild? München: Fink, 1994. S. 308

ihres Erscheinens, Wirkens und Bedeuten nicht separiert werden können.“²¹² Ich werde mich in meiner Arbeit nicht von einer wohl dieser Kritik würdigen Ver-Ordnung von Bildelementen in sprachliche Kategorien entziehen können, will aber festhalten, dass diese Einwände mitgedacht werden sollen. Man muss sich den Gedanken klar vor Augen halten: „So selbstverständlich über Bilder gesprochen wird, so selbstverständlich geschieht damit auch ihre Vereinnahmung in das Medium der Sprache.“²¹³

Müller-Doohms Ansatz geht von zwei vor auszuschickenden Prämissen aus, nämlich die Unterstellung, dass „hermeneutische und strukturelle Interpretationsweisen im Sinne einer Bedeutungs- und Sinnanalyse verknüpft werden können“,“²¹⁴ und einer methodischen Gleichstellung von Text und Bild, was als Konsequenz eine Analyse hat, die sich auf beides bezieht. Hierbei ist noch zu sagen, dass die strukturelle Analyse den Zusammenhang zwischen Bild und Text behandelt, durch das hermeneutische Tiefschürfen werden die Text-Bild-Kombinationen auf ihre symbolischen Sinngehalte hin bearbeitet. Als Ziel kann formuliert werden, am

„gegebenen Material kultureller Objektivationen die kulturellen Regeln freizulegen, nach denen Bedeutungen generiert werden und sich Sinn durch die Alltagspraxis der Handlungsakteure hindurch konstituiert bzw. strukturell verfestigt.“²¹⁵

Wobei zwischen universellen Regeln und solchen mit begrenztem alltagsrelevanten Geltungsbereich zu unterscheiden ist, da sie unterschiedliche Ebenen der Abstraktion darstellen.

Wie die Einflüsse der oben genannten Methoden baut auch Müller-Doohms Ansatz der Einzelfallanalyse auf einem dreistufigen Modell auf. Die erste Phase ist die Deskription, die zweite die Rekonstruktion und abschließend erfolgt die Interpretation. Die Deskription, die er mit der Analogie des Scanners verständlich macht, beruht auf einer „verbalen Paraphrasierung der Bild-Textbotschaften“,“²¹⁶ wobei, der Akribie eines Scanners folgend, auf Genauigkeit sehr viel Wert zu legen ist. In der Rekonstruktion sollen die Bedeutungsgehalte der Bild-Textkombinationen analysiert werden. Hier geht es um symbolische Tiefen der Darstellungen. Deskription und Rekonstruktion stehen in einem engen Verhältnis zueinander, das auch bspw. nachträgliche Ergänzungen erlaubt. Die Interpretation schließlich will eine

²¹² Ebd.

²¹³ Müller-Doohm, 1993. S. 454.

²¹⁴ Müller-Doohm, 1997. S. 95.

²¹⁵ Jung, Thomas. Stefan Müller-Doohm. Lothar Voigt. Wovon das Schlafzimmer ein Zeichen ist. Text- und Bildanalyse von Schlafraumkultur im Werbemedium. In: Hartmann. Hans A. Rolf Haubl (Hrsg.). Bildflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. S. 248.

²¹⁶ Müller-Doohm, 1997. S. 98.

kultursoziologische Deutung an das Material antragen, wobei sie „durchweg theoriegeleitete Deutung (ist) und nach den jeweiligen kultursoziologischen Parametern, die in den jeweiligen Forschungsperspektiven im Vordergrund stehen, divergiert.“²¹⁷ Im letzten Schritt wird aus dem Feld der soziologischen Theorie das passende Material an die vorangegangenen Arbeitsschritte herangeführt, kann aber natürlich, wie jede hermeneutische Forschung, zur eigenen Theoriegenerierung dienen.

Müller-Doochs Ansatz kritisiert ein hermeneutisches Vorgehen, das versucht einzelne Elemente eines Zusammenhangs einzeln zu deuten, um sie quasi in einer Allgemeinheit (und für alle Zeit) gedeutet zu haben. Er selbst geht von sich aufeinander beziehenden Strukturen aus, die er mit Hilfe von Dekonstruktionen analysieren will, indem er „alle einzelnen Botschaftselemente vorerst formal isoliert (...), um sie in ihren relationalen Beziehungsweisen wieder zusammenzusetzen.“²¹⁸ Die Zusammensetzung soll so erfolgen, dass einzelne symbolische Elemente in eine gemeinsame symbolische Ausdrucksform gebracht werden, weshalb die hermeneutische Interpretation der strukturalen Bedeutungsanalyse notwendig vorausgeht, da erst durch die Identifikation der einzelnen Bausteine, die in Deskription und Rekonstruktion geschieht (also eine Dekonstruktion), eine darauf folgende Konstruktion (oder eben Interpretation) Sinn macht.

Um in dieser Einzelfallanalyse nicht den Überblick zu verlieren schlägt Müller-Dooch die Verwendung eines Leitfadens²¹⁹ vor, der strukturiert Fragen an das Bild stellt, wodurch gehofft werden kann, dass nichts (nichts Wesentliches) übersehen wird. Allerdings steht ein solcher Leitfaden allein für die Analyseebene der Deskription zur Verfügung, wobei die weiteren Analyseebenen durch ihre nachstehende Position im Bearbeitungsprozess sich aufbauend an dem Leitfaden der Deskription orientieren können.²²⁰

Der Leitfaden umfasst sechs Dimensionen, die jeweils auf untergeordnete Elemente aufmerksam machen, die beschrieben werden können. Im Folgenden werde ich mich darauf beschränken, die Dimensionen zu nennen und zwei dazugehörige Elemente.

1. Bildelemente (Objektbeschreibungen, Konfiguration der dargestellten Objekte)
2. Bildräumliche Komponenten (Bildformat, allgemeinperspektivische Bedingungen)
3. Bildästhetische Elemente (Licht- Schattenverhältnisse, Stilmomente/-arten)
4. Textelemente (signifikantes Vokabular; Schriftarten, Ästhetik des Schriftbildes)
5. Bild-Textverhältnis (Größenverhältnisse von Text und Bild; emblematische Verhältnisse)

²¹⁷ Ebd. S. 99.

²¹⁸ Ebd. S. 100.

²¹⁹ den Leitfaden findet man auf S. 105 – 106.

²²⁰ Ebd. S. 103 – 104.

6. Bildtotalitätseindruck (Gesamteindruck im Sinne eines „Stimmungseindrucks“)

Um zu den auf diese Weise zu analysierenden Einzelfällen zu kommen, schlägt Müller-Doohm ein mehrstufiges Auswahlverfahren vor. Diese „Ersteindrucksanalyse“²²¹ soll helfen, das differente Material, das Bildmaterial in der Regel darstellt, zu selektieren. Das ist notwendig, da jede Einzelfallanalyse einen zeitlich großen Aufwand darstellt. In dieser ersten Analyse wird zunächst die Primärbotschaft extrahiert, darauf dargestellte Objekte und Personen, markante Stilmomente festgehalten, und eine primäre Inszenierungsmachart vergeben, was ich grob als Sujet verstehe, da es sich um eine erste Einordnung des Dargestellten handelt. Auf die Ersteindrucksanalyse folgt eine hypothetische Typenbildung, die vorrangig auf etwas beruht, was Müller-Doohm „Familienähnlichkeit“²²² nennt, und worunter er die Gemeinsamkeit (eines, mehrerer?) markanter Merkmale versteht. Diesem Schritt folgt die Typenbildung, bei der zum einen das Gesamtmaterial jeweils den erarbeiteten Typen zugeordnet und darauf hin jeweils ein tiefer zu analysierender Prototyp ausgewählt wird, der in einer Einzelfallanalyse Bearbeitung findet. Der Prototyp zeichnet sich dadurch aus, so viele Merkmale seines Typus als möglich in sich zu verbinden, was impliziert, dass unter einem geschaffenen Typus eine Merkmalsansammlung zu verstehen ist, die über die hypothetische Typenbildung und der darin verorteten Auswertung und Sichtung der Forscher wohl zu erschaffen sein dürften.

In meiner Analyse orientierte ich mich an Müller-Doohms Vorstellungen zur Ersteindrucksanalyse, wollte aber nicht vorschnell zu einer Typenbildung vordringen, auch weil ich das in Hinblick auf mein Forschungsinteresse nicht als primäre Relevanz erkannte. Vielmehr versuchte ich mit Hilfe kurzer, prägnanter „Schnellanalysen“ einen Überblick in meinem gesammelten Bildmaterial zu bekommen. Eine Auswahl dieser Analyse findet sich im Anhang. Sie bestehen aus einer schnellen, an den Blickbewegungen einer etwa zehn Sekunden dauernden Ansicht orientierten Deskription des Gesehenen und darauf folgenden Spontanhypthesen. Für das intensiver zu analysierende Bild entschied ich mich zwar bewusst aus Interesse, vielleicht ein wenig Intuition, dass in dieses Interesse bestimmte gedankliche Typiken eingeflossen sein dürften, wird hier angenommen. Die Deskription wurde nach der Vorgabe Müller-Doohms durchgeführt. Anstelle einer rein gedanklichen Rekonstruktion setzte ich allerdings forschungspragmatisch eine weitere Methode ein, die mir an dieser Stelle auch im Sinne Müller-Doohms sinnvoll erschien,

²²¹ Ebd. S. 102.

²²² Ebd.

6.2. die Segmentanalyse nach Roswitha Breckner.

Diese Methode soll mir in meiner Arbeit helfen, das tiefenhermeneutische Potential der zu analysierenden Bilder intensiver ausschürfen zu können. Denn Breckner formuliert als Ziel ihrer Methode den

„bildlichen Sinn anhand von Bedeutungsrelationen in ihren spezifischen Formen der Symbolisierung sowie in ihren jeweiligen kontextuellen Horizonten und Sinngeweben zugänglich zu machen. Aus der Perspektive der erarbeiteten theoretischen Konzepte zielt eine Interpretation auf das, was bildlich anschaulich wird, ohne manifest sichtbar sein zu müssen und dennoch in Materialität verankert bleibt.“²²³

Ziel ihrer Idee einer Segmentierung ist zu erkennen wie

„aus der Beziehung und Organisiertheit zwischen verschiedenen Elementen eine Bildgestalt als Gesamtkomposition mit ihren zum Teil bestimmbar zum Teil unbestimmt bleibenden Thematisierungspotentialen entsteht.“²²⁴

Wesentlich ist die ausgewählten und vorher bestimmten Einzelteile des Bildes, die Segmente, nacheinander und miteinander verknüpft zu analysieren, „um die mit ihnen verbundenen gegenständlichen, symbolischen und bildlichen Aspekte in Hinblick auf die Entstehung eines Bildganzen mit seinen spezifischen Thematisierungen im Detail rekonstruieren zu können.“²²⁵

Zunächst wird die Wichtigkeit der Arbeit in Gruppen herausgehoben, zum einen um reichere Interpretationsstränge zu generieren, zum anderen um für die Forschungsorganisation Relevantes, wie die Auswahl des Materials bzw. des ersten Segments gruppenintern auszudifferenzieren. Für Breckner beginnt die Analyse damit, auf einer Kopie eines Bildes eine „Dokumentation des Wahrnehmungsprozesses“²²⁶ festzuhalten, daran ist die Deskription der vorher beschriebenen Schnellanalysen angelehnt. Welche Elemente gehören zusammen, wie wandert der Blick über das Bild, das soll in einer vergleichenden Diskussion zwischen den Gruppenmitgliedern dazu führen die „im Bild als relevant wahrgenommenen Elemente in Unterscheidungen zwischen Figur(en) und Konstellation(en), Vorder- und Hintergrund, Bildmittelpunkt und Rand“²²⁷ zu erkennen. Diese Wahrnehmungsdokumentation dient als Grundlage für die Erarbeitung von Segmenten,

²²³ Breckner, Roswitha. Bilder in sozialen Welten. Eine sozialwissenschaftliche Methodologie und Methode zur interpretativen Analyse von Bildern. Wien: Habilitationsschrift, 2008. S. 294.

²²⁴ Ebd. S. 316

²²⁵ Ebd.

²²⁶ Ebd. S. 318

²²⁷ Ebd.

„die in einem folgenden Interpretationsprozess sukzessive in Anlehnung an die eingezeichneten Wahrnehmungsfolgen als voneinander isolierte (also dekontextualisierte) sowie in ihrer spezifischen Verbindung (rekontextualisierte) untersucht werden.“²²⁸

Auch in diesen Arbeitsschritt gehört die Verschriftlichung von ersten spontanen Eindrücken über wesentliche Sinnzusammenhänge die in dem spezifischen Bild thematisiert werden. Dies dient dazu unreflektiertes Aufnehmen von Thesen in den weiteren Prozess zu verhindern.

Darauf folgt eine nicht zu detaillierte Erfassung der Bildgestalt, die

„Unterscheidungen zwischen Vorder- Mittel-, und Hintergrund, Zentrum und Rand, möglichen Bildachsen und perspektivische Projektionen, Figuren und szenische Konstellationen, Größenverhältnisse, hell-dunkel-Kontraste, Lichtführungen, Farben und Flächen, Bild-Text-Verhältnisse zu erkennen und beschreibend festzuhalten.“²²⁹

Hieraus soll eine Basis geschaffen werden „Bildsegmente nicht idiosynkratisch zu identifizieren,“²³⁰ also den Bereich der individuellen Wahrnehmung abzubauen, die Bildgestalt aus einer allgemeineren Sicht zugänglich zu machen und daraus abgeleitet das Gesamtbild, in meinem Fall mit Hilfe des Computerprogramms Photoshop, in bestimmte Teile zu segmentieren.

„Die Interpretation der Bildsegmente und ihres Zusammenhangs hinsichtlich potentieller indexikalischer und symbolischer (einschließlich ikonographischer, ikonologischer und ikonischer) Bedeutungs- und Sinnbezüge“²³¹, ist zum einen Titel des Kapitels als auch wesentliche Zusammenfassung der Aufgabenstellungen innerhalb dieses Analyseschritts. Zunächst werden an einem Segment unterschiedliche, kontrastierende Lesarten entwickelt und Hypothesen (Folgehypothesen) gebildet. Darauf folgt eine ebensolche Interpretation des zweiten Segments, gefolgt von einer vergleichenden Interpretation dieser beiden in allen möglichen Verbindungen

„um aus den möglichen bildlichen Verknüpfungen hinsichtlich der Abstände, Zwischenräume, Übergänge zwischen den Segmenten Lesarten und Hypothesen zu entwickeln, oder aber bisherige Lesarten und damit mögliche Hypothesenstränge ausschließen zu können.“²³²

Die Generierung, aber auch das Loslassen von Hypothesen bildet vielleicht den wesentlichen Teil der Analyse, da aus ihm das Material gewonnen wird um zu abstrakteren Aussagen über

²²⁸ Ebd. 318-319.

²²⁹ Ebd. S. 319.

²³⁰ Ebd.

²³¹ Ebd. S. 320

²³² Ebd.

das Bild zu gelangen. In dieser Arbeit finden sich der Übersichtlichkeit wegen Listen der Lesarten im Anhang.

„Insgesamt bleibt die Frage leitend, in welcher Weise räumlich-örtliche, zeitliche, gegenständliche, interaktive und ikonische Referenzen für die Bildgestaltung (d.h. den inneren Bildzusammenhang) relevant sein könnten.“²³³

Sehr hilfreich für die Orientierung innerhalb der Segmente halte ich eine Auflistung von Fragen an das Segment, die Breckner vorlegt. An diesen habe ich mich bei meinen Analysen orientiert und hier der Verständlichkeit relativ genau abgeschrieben:

Verweist das Segment auf einen bestimmten Ort und/oder eine bestimmte Zeit, die durch bildliche Elemente sichtbar werden?

Sind die indexikalischen Verweise (also des Raumes und der Zeit) kongruent oder widersprüchlich?

Und lassen sich aus diesen Widersprüchen gestalterische Eingriffe ableiten?

Werden durch das Bildsegment zeitlich/räumliche Bezüge zu Prozessen innerhalb des selben Bildes geschaffen, die auf Handlungen schließen lassen?

Wird durch das Segment eine spezifische soziale Situation verwiesen, durch die Interaktion zwischen Figuren etc; ebenso können diese Verweise durch weitere Segmente im Bild sich realisieren oder auf außerbildliche Handlungszusammenhänge rekurrieren

Welche bildgestaltende Funktion kann das Segment hinsichtlich der bildlichen Komposition haben und wie ist das Segment mit anderen Segmenten in diesem Zusammenhang verbunden?

Welche thematischen Bezüge indexikalischer und symbolisch-ikonischer Natur werden durch das Segment geöffnet?

Welche aus den Lesarten entwickelten Möglichkeiten realisieren sich in weiteren Segmenten bzw. werden durch weitere Segmente ausgeschlossen?

Haben Textelemente kontrastierende Bedeutungs- und Sinnpotentiale beizusteuern? In welcher Weise werden Textelemente mit bildlichen Segmenten und Gestaltungsweisen verbunden oder von diesen unterschieden? Nimmt der Text selbst Bildförmigkeit an (etwa durch Größe, Schriftzug, Farbe, Anordnung)?²³⁴

Der nächste Schritt ist die „Analyse der kompositorischen Strukturierung des Bildfeldes und der darin realisierten (bzw. auf dieser Grundlage zu verwerfenden) indexikalischen und thematischen Bedeutungs- und Sinnbezüge“²³⁵ In diesem Schritt wird das Bild als Ganzes mit dem Ziel behandelt,

²³³ Ebd.

²³⁴ Vgl. ebd. S. 320-321.

²³⁵ Ebd. S. 312.

„den in der Segmentanalyse möglichst breit entwickelten Möglichkeitsraum von Bedeutungs- und Sinnbezügen im Hinblick auf die Strukturierung der Gesamtgestalt soweit einzuschränken, dass ein plausibel zu machendes erstes Interpretationsergebnis bezüglich der Frage, was durch den spezifischen Zusammenhang der Segmente im Bildganzen wie und für wen sichtbar (gemacht) wird.“²³⁶

Zunächst werden dafür die Feldlinien im Bildfeld untersucht, ihr Zusammenwirken, ihre Valenzen. Durch Einzeichnen dieser werden „implizite kompositorische Bezüge explizit und sichtbar gemacht.“²³⁷ In meiner Bearbeitung haben zwar Feldlinien, bzw. geometrische Linienkonstruktionen Gewicht, ich verzichtete aber darauf, spezielle Linien einzuzeichnen, da dies einen weiteren Schritt zwischen der Deskription mit Müller-Doohm und der Segmentierung bedeutet hätte.

Die räumliche Perspektive des Bildes wird beachtet, wodurch sich der Kamerastandpunkt ermitteln lässt, wobei hier die Überlegung leitet, dass „die Wahrnehmung der räumlichen Darstellung seitens der BetrachterInnen in der Regel dieser Blickführung“²³⁸ folgt.

Der vierte Schritt rekonstruiert den „sozialen und technischen Entstehungs- Aufbewahrungs- und Verwendungszusammenhang in Verbindung mit dem medialen Bildpotential“²³⁹

Es wird nach dem Davor und Danach eines Bildes gefragt, auf mögliche Aufbewahrungsspuren wie Klebebandreste etc. geachtet. Die Forscherin soll versuchen, die Betrachtungskontexte auszuloten, wie sie selbst das Bild sieht. Es soll Aufschluss über mediales Potential eines Bildes, Frage nach einer Typenzugehörigkeit bzw. einem Genre gegeben werden, zusammenfassend sollen daraus Hypothesen formuliert werden.

Darauf folgt die „zusammenfassende Interpretation der Gesamtgestalt eines Bildes mit der Beantwortung der Frage: „Wie wird etwas im und durch das Bild für wen in welchen medialen und pragmatischen Kontexten sichtbar?“²⁴⁰ Es geht darum,

„die manifesten und latenten Thematisierungen in ihren signifikativen, denotativen und konnotativen Bedeutungsfunktionen ggf. in Bezug auf spezifische Kontexte in einer Weise zu formulieren, dass der interpretativ erschlossene Bildsinn aufschließend sichtbar gemacht wird.“²⁴¹

Abschließen wird dieses Ergebnis in „fachtheoretisch-empirische Bezüge“ eingebettet, wobei theoretische Konzepte schon über den gesamten Analyseprozess bei der Bildung von Hypothesen eine wichtige Rolle spielen. Im Mittelpunkt steht, wie dieses Einzelergebnis

²³⁶ Ebd. S. 322.

²³⁷ Ebd.

²³⁸ Ebd.

²³⁹ Ebd. S. 323.

²⁴⁰ Ebd. S. 324.

²⁴¹ Ebd.

(vielleicht hinsichtlich einer konkreten Frage) in ein größeres Blickfeld gerückt werden kann, und innerhalb der Fachrelevanz Erklärungen für das Phänomen bereitzustellen im Stande ist. In diesem Schritt ist die abschließende Reichweite der Analyse begründet.

Die Analyse eines Einzelbildes vermag zumeist nicht auf ein Niveau gehoben zu werden, das hinsichtlich seines Erklärungspotentials abstrakt genug erscheint. Die Segmentanalyse kann auch auf Bildserien oder Sammlungen angewandt werden. In meinem Fall werde ich durch zwei Analysen besonders unterschiedlicher Bilder versuchen, ein höheres Niveau zu erreichen. Die Auswahl wird hier nach Kriterien des theoretischen Sampelns nach der Grounded Theory vorgenommen.²⁴²

In meiner Forschung kombiniere ich vor allem die Ersteindrucksanalyse und Deskription nach Müller-Doohm mit der Segmentierung und Rekonstruktion nach Breckner.

²⁴² Vgl. Glaser, Barney G. Anselm Strauss. Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. Bern: Verlag Hans Huber, 1998. S. 53f.

7. Erste Bildanalyse



243

7.1. Bildersteindruck

Der Ersteindruck der Schnellanalyse:

Der Blick springt in die Mitte, ein schwarzgerahmtes (beinahe) Rechteck, darin rote Lippen. Nach links und nach unten ist eine Person zu sehen, langes, braunrotes Haar, ein golden (beiges) Kleid, Man sieht nur den Hinterkopf. Wieder zurück in die Mitte, die Person hält das Objekt in der Hand. Blicksprünge zwischen der Person und dem Objekt in der Mitte. Das Objekt erinnert an einen Autospiegel. Auch in der Mitte ein kurzer Text, den ich überlese. Die Augen wandern nach rechts oben, ein verschwommener Sonnenschirm ist zu sehen, ich erkenne auch eine Art Baum. Der Blick schweift weiter nach links, über eine hellblau-graue Masse und wieder zurück in die Mitte. Der Autospiegel wird von der Person, die vermutlich

²⁴³ <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/insurance-mirror-13249255/> Zugriff: 14.10.2012.

eine Frau ist, gehalten. Aber es ist kein Auto da, der Spiegel hängt in der Luft. Von der Mitte aus springt mein Blick nach links unten, wo etwas sehr kleines in Schrift steht, danach nach rechts unten, auch hier findet sich Schrift, größer.

a. Primärbotschaft

Ein Mensch schminkt sich die Lippen in einem Autospiegel.

b. dargestellte Objekte und Personen

Man sieht einen Menschen mit langen braunen Haaren, Ohrringen in Rückansicht. Er hält einen Autospiegel, in diesem sieht man die Lippen, die mit einem Lippenstift geschminkt werden, den man außerhalb des Spiegels zwischen den Fingern sieht. Im Hintergrund erkennt man einen Sonnenschirm, eine Topfpflanze und Stühle

c. Verwendete markante Stilmomente

Der Wechsel zwischen den Schärfeniveaus von Mensch und Spiegel und der Umgebung, die sehr verschwommen ist, fällt auf.

d. Primäre Inszenierungsmachart

Die Inszenierung spielt sich zwischen Mensch, Spiegel und dem Hintergrund ab. Wobei das szenische Hauptgewicht auf dem Mensch-Spiegel Zusammenhang liegt.

7.2. Einzelfallanalyse nach Müller-Doohm

Deskription

1. Beschreibung der Bildelemente

1.a. Objekte beschreiben

Im Zentrum des Bildes ist ein Spiegel, der mit Hilfe der linken Hand eines Menschen in der Luft gehalten wird. Es ist ein Spiegel, den man sonst in Autos als zentralen Rückspiegel in der Mitte des vorderen Fensters findet, der es ermöglicht, durch das Heck blicken zu können. Der Spiegel hat eine eher rechteckige Form, wobei er an den Ecken abgerundet ist, die Seitenkanten rundlich geschwungen sind. Der Rahmen des Spiegels ist schwarz, erscheint heller an der rechten Seite und ist aus eher grobem Plastik. Die linke Ecke ist nicht zu sehen, sie wird vom Kopf der Person verdeckt. Die Form kann nur zu Ende gedacht werden. An der

oberen Kante in der Mitte kommt ein Stück grauen Plastiks heraus, das sich in drei Richtungen verzweigt. An der unteren Kante des Spiegels kann man zwei „Knöpfe“ bzw. Bedienungselemente erkennen, einen roten und einen weißen Kreis.

Auf der spiegelnden Oberfläche sieht man auf zwei Dritteln die Nase-Mund-Partie eines Menschen. Man erkennt Lippen, Nase, Backen und ein wenig von einem goldenen Ohrring. Die Lippen sind voll mit einem dunklen Rot geschminkt, leicht geöffnet und die weißen oberen Vorderzähne sind zum Teil zu sehen. Beide Lippen sind geschwungen, die untere in einem weiten Bogen, die Oberlippe trifft sich unter der Nase, um dort von beiden Seiten in einer kleinen Wölbung ineinander überzugehen. Der Mund ist leicht geöffnet.

Die im Spiegel zu sehende Haut hat einen hellen Teint mit einer leicht bräunlichen Note, sie wirkt rein und glatt. Auf der Wange im rechten oberen Eck des Spiegels ist ein schwarzes Quadrat, dessen Ecken abgerundet sind. Es hat im Verhältnis des Bildes zur Realität ungefähr die Größe einer Briefmarke. Zwischen Nase und Oberlippe liegt die Scharte in einem leichten Schatten. Von der Nase ist der untere Teil besonders die Nasenlöcher zu sehen, ebenso die Nasenspitze und Teile des rechten Nasenflügels, von einem Ohrring ungefähr ein Viertel, das hinter der linken Wange sichtbar wird. Im unteren Bereich des Spiegelbildes und an bzw. auf der Unterlippe ist die rote Spitze eines Lippenstiftes zu sehen sowie ein Teil des Schaftes. Die Farbe des Stiftes gleicht der Farbe der Lippen. Das linke Drittel des Spiegels ist weiß, leer und sieht wie eine weiße Wand oder eine Wolke aus.

Vor dem Spiegel und diesen haltend sind der Kopf, die Schultern, die Arme und ein Teil des Rückens einer Person sichtbar. Sie ist etwas über die halbe Bildhöhe hoch, und ebenso breit. Die Person nimmt etwas mehr als ein Viertel der gesamten Bildfläche ein. Ein Teil ihres Profils ist zu sehen, ein Ohr mit einem goldenen, kreisförmigen Ohrring, ihr hoher Wangenknochen und das Kinn. Man sieht die Person von rechts hinten, sie ist somit teilweise, aber immer noch hauptsächlich abgewandt.

Die Person hat lange, dunkelbraune Haare mit einem rötlichen Schimmer. Sie sind länger, als im Bild Platz ist und zu einem Zopf gebunden. Die Person hat einen langen, geraden Hals, man sieht eine Schulter, und auf dieser ein schmales, beiges Stoffband. Ansonsten sind Hals und Schulter nackt. Vom rechten Arm sind ein Teil des Oberarms, ein großer Teil des Unterarms und die Hand zu sehen. Der Arm ist abgewinkelt, der Ellenbogen ist nicht im Bild, und die Hand mit einer Greifbewegung zum Gesicht hin gerichtet. Zwischen Daumen, Zeige- und Mittelfinger hält die Person einen Lippenstift. Der Kopf des Stiftes hat eine rote Farbe. Der Ringfinger und der kleine Finger sind zur Handfläche hin gebogen und berühren diese. Von Daumen, Ringfinger und kleinem Finger sind die Fingernägel zu sehen. Diese sind weiß

und schimmern etwas. Von der linken Hand sieht man einen kleinen Teil des Unterarms und einen Teil der Handfläche, ein wenig vom ersten Glied des kleinen Fingers. Sie ist ebenfalls angewinkelt und hält, hinter der rechten Hand, den Autospiegel, bzw. berührt diesen von unten.

Ob die Person, die über die einzelnen Elemente als Frau zu identifizieren ist, wobei hierbei keine Klarheit besteht (oder überhaupt je bestehen kann), steht oder sitzt kann nicht eindeutig gesagt werden.

Hinter der Person und dem Spiegel ist eine Terrassenszenerie zu sehen. Am rechten Bildrand ein halber, hoher Blumentopf aus rotem unlasiertem Ton aus dem vermutlich die Pflanze wächst, wobei man die Verbindung zwischen Topf und den ersten grünen Teilen der Pflanze nicht sehen kann. Falls diese Pflanze einen zusammenhängenden Stamm hat, ist dieser nicht im Bild. Zu sehen sind drei grüne Stücke eines Busches, sie sind rundlich und auch, wie der Blumentopf, nicht gänzlich zu sehen. Neben dem Topf und der Pflanze steht ein Sonnenschirm, etwas nach hinten versetzt gegenüber dem Topf. Man sieht vier Ecken eines eckigen Schirms. Der Stoff des Schirms ist gestreift, wobei Ober- und Unterseite unterschiedliche Muster haben, beide in den Farben Weiß und Dunkel-, vielleicht Olivgrün gehalten sind. Der Großteil des Schirms schimmert oder glänzt und läuft an seinem höchsten Punkt in der Mitte des Stoffes spitz zusammen. Der Stoff ist nicht gespannt, wirkt schlaff und hängt zwischen den einzelnen Ecken merklich durch. Der Schirm breitet sich über einen Tisch und zumindest zwei Stühle aus. Sie sind braun und befinden sich jeweils links und rechts vom Tisch, auf dem linken Stuhl ist ein weißer Sitzpolster zu erkennen. Der Boden, auf dem Sitzgruppe steht, ist grau.

Der Eindruck einer Terrasse wird durch eine Abzäunung hinter dem Tisch und dem Schirm erzeugt. Hinter diesem wird ein Ausblick geöffnet. Man sieht in die Weite, vor allem in einen gräulichen, aber doch strahlenden Himmel, der den Hintergrund des halben Bildes ausmacht, aber auch eine graue, weniger einheitliche Masse. Einige Punkte, vor allem im Bild rechts in der Mitte, leuchten bzw. schimmern.

Der Himmel bewegt sich in seiner Farblichkeit von verwaschen Hellblau mit etwas Grau am oberen Ende des Bildes, bis hin zu einem fast als Weiß zu bezeichnenden mittleren Bereich. Der Übergang ist nicht fließend, viel mehr entsteht der Eindruck eines abrupten Wechsels, wodurch im größeren Teil des Himmels kaum Blau zu sehen ist.

1b. Konfigurationen der dargestellten Objekte

Die Person und der Spiegel öffnen das Bild, da sie links und im Vordergrund sind. Hinter diesen ist eine deutliche Entfernung zu bemerken, Objekte befinden sich im Hintergrund.

1c. szenische Relationen / Situationen + aktionale Relationen

Im Bild können zwei szenische Relationen wahrgenommen werden. Das ist zum einen die Szene zwischen Mensch und Spiegel, zum anderen der beinahe als Stilleben zu bezeichnende Zusammenhang der Objekte auf der Terrasse, die zur Terrassen-Szene werden. Während erste Szene in Bewegung ist, also einen aktionalen Rhythmus hat, ist das Stilleben nicht bewegt. In der Szene zwischen Spiegel und Person wird die Bewegung im natürlich statischen Bild vor allem durch das Objekt des Lippenstifts geschaffen, aber auch Handhaltung und das Spiegelbild sprechen dafür, dass in dieser Szene eine bestimmte Aktion sich abspielt.

Die beiden Szenen stehen für sich, als hätten sie keinen Zusammenhang. Ein Eindruck ist, der Hintergrund und Vordergrund wurden nicht zeitgleich geschossen. Allerdings scheint sich in der Person und dem Spiegel eine Bewegung nicht nur im Bereich der Mundpartie, sondern auch gemeinsam in Richtung Mitte des Bildes zu ergeben. Das heißt, die interaktionale Szene bewegt sich auf die statische zu.

Szenisch und aktional kann der Zusammenhang zwischen Lippenstift, Lippe, Hände und Spiegel gesehen werden. Es handelt sich bei dieser Kombination von Elementen um einen szenischen Vorgang, die Einzelheiten sind zusammengestellt um einen Szene zu illustrieren. Wir befinden uns in diesem Fall an einer Stelle am Ende der erdachten Situation. Denn der szenische Vorgang zwischen Person, Spiegel und Lippenstift müsste nach Fertigstellung des durchdringenden Rots abgeschlossen sein. Verstanden werden kann das als „notwendiges“ Nachschminken im Sinne eines „Sich-frisch-Machens“, oder die Hand ist gerade dabei, die Lippe zu verlassen. Für das Werbebild kann daran gedacht werden, dass Schminken in dieser szenischen Fassung nicht stattfindet, der Spiegel keine Funktion hat, die dem sich beim Schminken Betrachten entspricht, denn die Lippe wurde schon zuvor und vor allem nicht von dem Model / der Schauspielerin selbst geschminkt. Insofern wäre die Szenerie nicht nur als Bild gestellt, sondern auch noch im Bild gestellt, eine Täuschung wie bei Goffman. Also selbst die Aktion, die im Bild szenisch dargestellt wird, wird in der bildimmanenten Situation nicht ausgeführt und erinnert damit an Gedanken zur Hyperrealität, die ja nicht zuletzt durch die unterschiedlichen in einem Bild verknüpften Realitätsebenen ihren Ursprung hat.

1d. zusätzliche Elemente im Gesamtbild

Weiter finden sich im Gesamtbild an drei Stellen textliche Elemente. Diese Elemente werden weiter unten ausführlich beschrieben.

2. Bildräumliche Komponenten (Bildformat, Perspektive, planimetrische Bedingungen)

Ein hochkantiges Foto, die Breite ist deutlich kürzer als die Höhe. Das Bild besteht aus Vordergrund, mit Person und Spiegel, und aus Hintergrund, der von der Terrassen-Szenerie gebildet wird. Es öffnet sich links im Eck, mit dem klaren, scharfabgelichteten Körper der Person, der einen ebenso scharfen Spiegel in der Hand hält. Der Kopf und der Körper sind hin zur Terrassenszene gerichtet, wohin auch eine Fluchtlinie sich bewegt. Denn hinter dem abgesetzten, scharfen Bild“anfang“ beginnt der unscharfe Bereich der Terrasse, der sich gegenüber der Person, auf der anderen Seite des Bildes und hin Richtung rechtem oberen Eck befindet. Links unten und rechts oben, das ist die Achse, die bespielt wird.

Weiter könnte als bildliche Fluchtlinie etwas angenommen werden, das nur über die Vorstellung zugänglich gemacht wird, der Blick der Person. Dieser Blick, der über den Spiegel hinausgehen würde, da sich die Augen auf einem höheren Niveau befinden, ähnelt der Richtung, in die sich das Bild nach hinten hinaus öffnet. Allerdings ist der Blick, muss man annehmen, hin zum Spiegel und zu den Lippen gesenkt. So entsteht für mich eine Fluchtlinie, die andere Bildlinien schneidet.

Zentral wird in diesem Bildsujet der Spiegel gesetzt, dazu die roten Lippen. Alles andere entwickelt sich rund um diesen Zusammenhang herum. Daneben ist eine Reihe von vertikalen Linien, die dem Bild eine Art Festigkeit geben, auszumachen. Von links nach rechts durch den Körper der Person hindurch. Diese Linie ist nicht exakt, sie hat eine leichte Beugung nach links und korrespondiert hier mit dem „Trieb“. Wirklich gerade Linien finden sich in der Terrassen-Szene, die mit Schirmständer, Topfpflanze, Tischbeinen, Terrassenzaun über eine doch große Menge an klaren, starken, geraden und eindeutig gerade Linien verfügen.

Wenn ich Müller-Doochs „partielle Raumperspektiven“ begrifflich richtig deute, dann finden sich in dem Werbebild zwei eigenständige Teilperspektiven, die zu einem Bild zusammengestellt werden. Die Trennung erfolgt zunächst wirklich bildräumlich, eine Perspektive als Vorder- eine als Hintergrund. Jedoch stellt sich der Vordergrund als (fast) eigenständiger Raum heraus durch die intensive Interaktion zwischen Person und Spiegel, die beinahe vergessen macht, dass rund um diese Zwei ein offener Raum existiert. Die Raumperspektive aus der Interaktion ist geschlossen. Im vorderen Teil des Bildes befinden sich die Person, der Spiegel und damit auch der Beobachter in einem (partiell) geschlossenen

Raum. Dieser Eindruck wird verstärkt durch die Positionierung der Person im Gesamtraum, durch das, was ich die eigenständige Fluchtlinie nannte, und auch durch die Ignoranz gegenüber dem umgebenden Raum. Dieser geschlossene Zweiertraum wird in seiner Geschlossenheit konkretisiert, da er in absoluter Schärfe sich zeigt. Im Gegensatz dazu ist der Hintergrund eine eigene Raumperspektive. Er öffnet das Bild, macht es groß, fast unendlich, verliert dabei aber, unterstrichen durch die fehlende Tiefenschärfe, durch sein milchiges Verschwommensein, das an Weitsichtigkeit²⁴⁴ erinnern lässt, seine konkreten Konturen. Es gibt keinen konkret abgeschlossenen Raum vor, vielmehr wird dies durch die Hintergrundfarben offen gelassen. Wir haben es in diesem Bild also mit zwei Bildperspektiven, der Konkretheit und der Diffusität, zu tun.

Einzelperspektivisch kann man die Objekte in etwa so beschreiben: Der Spiegel hat die zentrale perspektivische Stellung im Bild, auf ihn konzentriert sich der Blick der Betrachterin von außen, und auch der Person im Bild, Der Spiegel selbst wirft sein Bild dem Betrachter entgegen, ist aber durch seine „Haltung“ im Bild der Figur zugetan. Durch seine schräge Position im Raum, die ihn nach links unten abfallen lässt, entsteht im Spiegel selbst erst der Eindruck, er hätte eine eigenständige Perspektive. Die Person ist dem Spiegel zugewandt, wobei sich ihr ganzer Körper an diesem auszurichten scheint.

Der Hintergrund, vor allem die szenische Terrassengruppe, hat eine eigene Perspektive, wobei sich der Sonnenschirm an der Perspektive aus dem Vordergrund orientiert. Hingegen sind Sessel und vor allem die Topfpflanze perspektivisch vollkommen eigen ausgerichtet.

3. Bildästhetische Elemente (Licht- Schattenverhältnisse, Farbgebung, Stilbrüche)

Das gesamte Bild wird von interessanten, beinahe merkwürdigen Lichtverhältnissen bestimmt, wobei Licht die wesentliche Funktion einnimmt, Schatten demgegenüber eine untergeordnete Rolle spielt. Das gesamte Bild wird durchzogen von unterschiedlichen Stellen mit erhöhter Lichtintensität, wie schon in der Deskription der Bildelemente angedeutet wurde. Es handelt sich um das, was ich als „Schimmern“ oder „Glänzen“ angesprochen habe.

4. Textelemente

Die Textelemente werden innerhalb der folgenden Segmentanalyse einer genauen Bearbeitung unterzogen.

²⁴⁴ In Weitsichtigkeit, verstanden als weit sehen klingt deutlich Werbesuggestion an.

5. Verhältnis Text/Bild

Vor allem die zentrale Textstelle nimmt trotz ihres relativ kleinen Größenausmaßes eine wichtige Rolle ein. Durch ihre Positionierung im Bild könnte sie als dessen Überschrift verstanden werden.²⁴⁵

Quantitativ besehen dominiert Bild gegenüber Text. Zum einen allein die Bildfläche betreffend wird kaum Platz für Text verbraucht. Ebenso gibt es im Bild keinen „Randomtext“ also eine sprachliche Fläche im Hintergrund, bspw. Reklametafeln im Hintergrund oder große auffällige Schriftzüge. Für den verwendeten Text wird sparsam mit Platz umgegangen, die verwendeten Schriftarten sind schmal, die Letter stehen nahe beieinander und sie sind fast so klein um übersehen werden zu können. Der Text steht quantitativ sicherlich im Hintergrund, ob er das qualitativ auch tut, sollte im nächsten Schritt der Analyse, der Interpretation behandelt werden.

6. Gesamteindruck

Interpretation

An dieser Stelle scheint mir, wie gesagt, forschungspragmatisch ein Methodenwechsel auf die Segmentanalyse sinnvoll zu sein, das werde ich in der zweiten Bildanalyse ebenso machen. Ich werde aus dem Bild einzelne Segmente bilden. Hier wird aber nicht mehr die Deskription der einzelnen Segmente zentral sein, vielmehr die Hypothesenbildung zu den einzelnen, im Besonderen aber auch im Zusammenhang der Segmente. Theoretische Unterfütterungen sollen in diesem Arbeitsschritt einfließen, wenn sie sich aus den Ergebnissen ableiten lassen. Als Ziel dieses (vielgliedrigen) Arbeitsschrittes steht die Formulierung wesentlicher, abstrakter Hypothesen zum Bild, die vorrangig, aber nicht ausschließlich, also den Ergebnissen der Hermeneutik folgend, zur thematischen Klammer des Spiegels formuliert werden.

²⁴⁵ Man stelle sich die Handlung als Stummfilm vor, die Überschrift einem Zwischentitel gleich, erläutert diese.

7.3. Erstes Segment



1. Eine Klammer, ein Rahmen

Ein schwarzes, am ehesten u-förmiges Objekt, das an eine Klammer erinnert. Das Segment ist in seinem „Inneren“ hohl, hier erwartet man entweder unterschiedliche „Füllungen“ oder im Fall einer offenen Klammer „leeren“ Raum. An der linken Seite ist das Segment offen oder abgeschnitten. Das Objekt liegt „schräg“ im Bild. Die dunkle Farbe, das Schwarz, schafft die Vorstellung eines Rahmens, einer Umrandung, einer harten Abgrenzung zu einer nicht kohärenten Umgebung. Es ist als Einzelteil zentral im Bild gestellt.

Rahmen finden sich in vielen Zusammenhängen, sind besonders häufig bei Bildern zu entdecken. Der Bilderrahmen hebt ein Bild von der Umgebung ab, zeigt die räumliche Ausdehnung eines Bildes an, vor allem dessen Grenzen. Im Fall eines Rahmens in einem Bild kann die Vorstellung wichtig sein, dass sich innerhalb des Bildes ein weiteres Bild befindet. Ein Rahmen in einem Bild deutet so auf mehrere Bildebenen im Bild hin. Denkbar ist auch ein Rahmen, der über das Bild gelegt ist, ohne ein eigenes Bild zu umrahmen. Zwar wäre in diesem Fall kein zweites Bild im Bild zu sehen, allerdings würde durch den Rahmen eine gewisse Fokussierung auf einen Bildausschnitt gelegt werden.

Soziologisch ist vor allem die angesprochene Arbeit zur Rahmen-Analyse bedeutsam²⁴⁶

Diese Theorie behandelt, wie sich bestimmte normative Rahmen über Situationen legen bzw.

²⁴⁶ Goffman, Erving. 1977.

legen lassen, um diese für die an der Situation Beteiligten einordenbar zu machen. Sie durch die besondere Rahmung bestimmtes Verhalten an den Tag legen, weil sie wissen, wie Verhalten innerhalb dieser gerahmt ist. Ebenso wie diese abstrakte Rahmen geben uns auch Rahmen als Objekte Situationsdefinitionen, indem sie uns bspw. in Museen zu verstehen geben, wo denn nun die Kunst ist (in den meisten Fällen im Rahmen), wo wir unseren Blick hinbewegen müssen, wollen wir auf dem Kaminsims die Familienmitglieder auf ihren Fotos betrachten, wo wir uns räumlich hinstellen müssen, um im Badezimmer einen Blick auf uns werfen zu können. Gleichzeitig ist ein Objektrahmen aber auch ein normierender (wie eben der Situationsrahmen), der vorgibt, wie sich Blicke zu verhalten, was und wie wir etwas im Rahmen zu verstehen haben. Der Rahmen gibt uns Situationsdefinitionen vor bzw. lässt uns verstehen wie wir das im Rahmen einzuordnen, wahrzunehmen haben und insofern normieren sie Blicke. Das mag auch Simmel verstanden haben, der im Rahmen die Grenze des Kunstwerks sowohl symbolisiert als auch verstärkt sieht, denn „er schließt alle Umgebung und also auch den Betrachter vom Kunstwerk aus und hilft dadurch, es in die Distanz zu stellen, in der allein es ästhetisch genießbar wird.“²⁴⁷ Rahmen grenzen ab und ordnen das Abgegrenzte nach bestimmten Prinzipien.

2. Der Austritt, ein Trieb

An der oberen Kante tritt etwas aus, das an eine kleine Pflanze erinnert, etwas wächst aus dem Objekt. Der Trieb verweist auf Naturwüchsigkeit, einen „biologischen“ Zusammenhang, im weitesten Sinn an einen Organismus, eine (Zier)Blume, als Teil eines Blumenarrangements, eines Bouquets ist denkbar.

Der „Trieb,“ der aus dem oberen Teil des vermeintlichen Plastiks austritt, kann als Kombination von Technik (Plastik) und Natur (Trieb) verstanden werden. Eine natürliche Form entwickelt sich aus dem künstlich geschaffenen Objekt. Das könnte darauf hindeuten, dass sich im Bild selbst dieser Widerspruch/Zusammenhang an anderer Stelle wieder findet, also eine generelle Verzahnung von Natur und Kultur stattfindet. Es kann sich um eine Werbung für ein künstlich produziertes Produkt handeln, das aber den Anstrich, das Selbstverständnis etc. eines natürlichen Produkts haben möchte oder hat. Erste Vorstellungen in diesem Bereich sind alle Produkte, die sich mit erneuerbarer Energie befassen, also Energie allgemein (Windkraft, Wasserkraft), oder Transport (Hybrid oder Wasserstoffautos, Zugtransport etc).

²⁴⁷ Simmel, Georg. 1995. S. 101.

Der triebähnliche Teil vermittelt den Eindruck, als müsste es in dieser Richtung weitergehen, als sollte sich das Objekt in diese Richtung erweitern. Es könnte sein, dass aus dem Trieb weitere Triebe wachsen (so wie bei einem Baum). Daneben wird die Deutungsrichtung aufgemacht, dass Etwas (Relevantes) fehlen könnte.

Wird der Trieb als ein aus seinem gewöhnlichen (natürlichen) Kontext Herausgerissenes gesehen, kann er als ein Überbleibsel, die letzten Reste einer Pflanze, eines Tieres, der letzte Rest technischer Kabel verstanden werden.

Sowohl die Vorstellung des Triebs als möglicher Teil, als auch die nachfolgende Lesart verweisen auf den Atomisierungsgedanken Sontags zu Fotografien allgemein. Sie sind „Miniaturen der Realität“²⁴⁸ wie Triebe Miniaturen der Natur sein können. Barthes geht vielleicht noch einen Schritt weiter, wenn er meint, „die Fotografie vermittelt ein kleines Stück Wahrheit, freilich um den Preis einer Zerstückelung des Körpers“,²⁴⁹ wobei er eingrenzt, die Wahrheit wäre nicht eine des Individuums, sondern eine der Abstammung, der zerstückelte Körper könne eine Wahrheit über seine Herkunft in sich tragen.

3. Teil eines Ganzen vs. Einzelteil

Vorstellbar ist das Segment als Teil einer Ornamentik, die sich in ähnlichen Formen weiterspielt, eines Ganzen, das sich aus diesem entwickelt, oder das zu diesem Element dazugehört. Im Gegensatz dazu ist denkbar, dass es sich um ein Einzelteil handelt, zusammenhanglos, ein besonderes Stück, das keines Ganzen bedarf. Hier würde man erwarten, dass sich vor allem aus Assoziationen der Bildzusammenhang ergibt, in dem das Einzelteil Sinn macht bzw. Sinn erhält. Das Segment wirkt fragmentiert, was eben solche Überlegungen bedeutsam macht. Denn obwohl es sich nicht generell einer Zuordnung als Objekt öffnet, hat es durch seine Bildposition große Bedeutung, wie jedes Objekt, das zentral ins Bild gestellt wird.

4. Haltegriff, Schlinge

Man kann sich an dem Objekt anhalten, festhalten, es könnte sich um eine „Schlinge“ von etwas handeln, das zur Sicherheit dient, oder um einen Bügel für Wäsche, zum Aufhängen von anderen Dingen, dann würde man in weiterer Folge erwarten, dass sich die daran hängenden Dinge im Verlauf der Segmente zeigen. Es müsste auf dem Aufhänger selbst nicht unbedingt vorkommen, aber in Zusammenhang mit diesem stehen.

²⁴⁸ Sontag, Susan. 1978. S. 10.

²⁴⁹ Barthes, Roland. 1985. S. 114.

5. Glänzen als Bildzusammenhang

Lichteinfall lässt in Bildern einige Schlüsse zu, die aber nicht kongruent sein müssen. So ist festzuhalten, dass eine Lichtquelle die von der Betrachterin aus gesehen rechte Seite bestrahlt und damit erleuchtet. Ob es sich bei dieser Quelle um eine künstliche oder natürliche handelt kann ebenso wenige gesagt werden wie ob sie sich im Bild befindet, also sichtbar wird, oder nicht. Hierfür ist dann ebenso entscheidend, ob es sich um Lichteinfall von vorne oder von hinten (also quasi von dort wo der Betrachter sitzt) handelt. Eine natürliche Lichtquelle wäre nur dann möglich, wenn sich das Bildsujet entweder „Outdoor“ befinden würde oder nahe einer Öffnung wie einem Fenster.

Künstliche Lichtquellen könnten vielfältig sein, alle Lampen dieser Welt. Ein Objekt in einem (Werbe)Bild würde keine besondere eigene Strahlkraft (ein Leuchten, Glänzen) bekommen, wenn es nicht von Bedeutung wäre. Die Lichtgabe entscheidet zu einem Teil, was wie von Rezipientinnen wahrgenommen wird. Ebenso deutet das Glänzen für mich darauf hin, dass sich die Blickrichtung des Bildes nach rechts bewegt, und sollte das Licht von hinten nach vorne glänzen, sogar nach rechts vorne, wodurch sich schon in der Lichtsetzung eine Bewegung in eine bestimmte Richtung finden ließe. Dorthin das Licht zeigt, zeigt das Bild an sich. Das würde bedeuten, im rechten oberen Bildteil findet sich etwas, das vielleicht erstrebenswert, zu erreichen ist, zumindest ein wesentliches Bildelement. Allgemein könnten Bewegungen in bestimmte Richtungen auch Bedeutung wie Fortschritt oder zumindest Vorwärtsschritt haben, und das Bildsujet auf Bewegung ausgelegt sein. Sollte sich das in diesem Bild schon an der Lichtsetzung festmachen können, müsste im Fall eines (durchdesignten) Bildes davon ausgegangen werden, dass die Richtung, in die sich das Bild bewegt, von Wichtigkeit für die gesamte Deutung ist.

6. Autospiegel (ein besonderer Fall von 1.)

Das Objekt erinnert an einen Teil eines Autospiegels, an den Spiegel in der Mitte von Fahrzeugen, nicht an einen Außenspiegel. Ein Autospiegel dient dazu, den sonst nicht einsehbaren Bereich hinter sich einsehbar zu machen. Er ist auf das Sehfeld, bzw. auf das für die Fahrerin wichtige Sehfeld beschränkt, der in ihrem Rücken bzw. durch die Heckscheibe liegt. Diese Art Spiegel wird demnach auch Rückspiegel genannt. Es ist nicht sein Ziel, das gesamte Innenleben des Fahrzeugs hinter dem Fahrer zu zeigen, und auch nicht die Fahrerin selbst groß darzustellen. Er ist ein typischer Prothesenspiegel,²⁵⁰ dessen Relevanzbereich die durch die Heckscheibe sichtbaren anderen Autos sind. Rückspiegel sind eher länglich als

²⁵⁰ Vgl. Eco, Umberto. 1988. S. 35.

breit, an den Seiten abgeflacht und erinnern oft an nicht symmetrische Rechtecke. Der von mir genannte Trieb ist schwer einzuordnen, zu mindest habe ich so etwas an einen Autospiegel noch nicht gesehen.

Handelt es sich um einen Rückspiegel, würde als Bildfortsetzung erwartet werden, dass sich rund um diesen eine Frontscheibe oder eine Automittelkonsole, ein Lenkrad, kurz ein Innenraum eines Autos zeigen würde. Ebenso könnte je nach Perspektive der Betrachterin ein Blick aus der Heckscheibe des Autos gezeigt werden, wenn man den Blickwinkel der Fahrerin im Bild einnimmt, bzw. den Fahrer selbst, wenn man sich auf dem Beifahrersitz befindet. Ähnliche Bilder sind auch von der Rückbank vorzustellen. Die Erwartungshaltung verspricht Autospezifisches.

Außerhalb der Frontscheibe und aus einer Frontscheibe ist zumeist ein Blick nach außen möglich (eine undurchsichtige Frontscheibe wäre äußerst merkwürdig), hier könnten sich Szenen rund um Autofahren, Autokaufen, Autowaschen etc. abspielen, daneben auch alle anderen Szenen dieser Welt, sie würden eben aus dem Inneren eines Autos zu sehen sein. Die Zentralität des Objekts, sollte es sich um einen Rückspiegel handeln, könnte sich dadurch erklären, dass auch im Auto selbst ein Rückspiegel zentral zu finden ist. Allerdings wird dadurch der Blickwinkel auf das Lenkrad, auf den Ort des Fahrens, auf die mondänen modernen Schönheiten, die das Auto zu bieten hat, abgelenkt. Auf Grund der Zentrierung des Spiegels könnte man vermuten, dass es sich nicht um eine typische Werbung für ein Fahrzeug handelt, außer der Spiegel bekommt eine weitere, nicht bekannte, neuartige und überraschende Aufwertung, wodurch er als Besonderheit für das spezifische Auto fassbar wird. Das Objekt selbst trägt keine Hinweise auf eine bestimmte Marke oder eine Besonderheit in anderer Hinsicht an sich.

7. Arten von Brillen (Skibrille, Visier eines Helmes) – zusammenfassend „Sehfenster“

Gegen die Skibrille spricht der obere Teil des Objekts, da dieser mir als Teil einer Skibrille nicht bekannt ist, vor allem das triebähnliche Element. Allerdings könnte es sich um eine bestimmte Art der Aufhängung handeln. Handelt es sich um eine Skibrille wäre zu erwarten, dass die anderen Segmente des Bildes eine Sportkonnotation in sich tragen. Vor allem würde man einen Skibrillenträger erwarten oder jemanden, der die Brille in Händen hält, gerade aufsetzt etc. In einer Skibrillenszenerie könnte das Sujet aus Winterorten (vor allem Schnee) stammen, oder aus einem Sportgeschäft.

Es kann sich um einen Brillenteil eines Helmes handeln, für den Ähnliches gilt wie für Skibrillen. Allerdings wird hier ein an sich geschlossener Helm an einer Stelle geöffnet, um

Sicht möglich zu machen. Hier würde man an ein Motorradszenario denken bzw. andere Szenarien, in denen Helme von Bedeutung sind.

Besonders durch den technischen Aspekt des Triebes stelle ich mir das „Gesicht“ eines Roboters vor. Roboter erhalten augenähnliche Partien, die ihnen ein gesichtsähnliches, anthropomorphes Aussehen geben. Denkbar ist, dass sich innerhalb des Rahmens Augen befinden. So könnte es sich um das Gesichtsfeld des Roboters handeln, der für seine Wahrnehmung nach Außen bestimmt ist.²⁵¹

Die letzten Ideen erinnern an Teile eines Visiers, das von Innen nach Außen ein Blickfenster bietet, um durch etwas an sich Geschlossenes blicken zu können. Visiere können als etwas zum Hinaussehen, gleichzeitig aber auch als etwas zum Hineinsehen verstanden werden (solange das Visier nicht verspiegelt ist). Im Grunde ist ein Visier ein Fenster, das aber vor allem für die Person hinter dem Visier gedacht ist.

Die Form des Objekts erinnert an etwas, das ich als Sehfenster zusammenfassen möchte. Ich habe den Eindruck, das Objekt will mir zeigen, wo etwas zu sehen ist oder wo gesehen wird. Die Form erinnert an unseren Ausschnitt von der Welt, wenn man geradeaus nach vorne blickt. Zwar nimmt man nach vorne blickend durchaus mehr Seitliches wahr, doch sind auch diese Teile des Blickfeldes beinahe schwarz umrandet. Dem unbewegten, tunnelhaften Blick in die Welt ähnelt die Form, die das erste Segment zeigt.

8. Material

Als Material ist schwarzes Holz²⁵² vorstellbar, aber auch Metall (Klammer), oder Plastik. Es handelt sich nicht um ein Material, das flüchtig erscheint (also leicht zu verändern wäre) sondern um festes, konkretes Material, das sich im Zentrum des Bildes befindet.

Handelt sich um schwarzes Plastik, spricht dafür die Oberflächenbeschaffenheit, vielleicht auch das Glänzen (1) an der rechten Seite. Plastik hat (beinahe) unendlich viele Anwendungsbereiche, die technische Geschaffenheit des Materials durch den Menschen ist im Fall des Plastiks besonders deutlich, im Gegensatz zu „natürlichen“ Materialien, die nutzbar gemacht werden bzw. in Form oder ähnliches gebracht werden müssen, muss Plastik künstlich hergestellt werden. Durch das Material Plastik öffnet sich die Vorstellung eines künstlich geschaffenen Zusammenhangs. Die Künstlichkeit steht bei Plastik im Vordergrund, ebenso sind Plastikteile oft mit anderen Plastikteilen zu einem größeren künstlichen Objekt

²⁵¹ Das Segment erinnert frappierend an die Augenpartie des Filmroboters Wall-E. Vgl. Wall-E. Andrew Stanton. 2008.

²⁵² An die gebogenen Thonet-Hölzer kann hier gedacht werden.

verbunden/verwoben. Andere Materialien wie Holz oder dicker Stoff können nicht ausgeschlossen werden, wirken aber weniger realistisch.

9. Bewegung (abstürzender Balkon, Rolltreppe)

Die Vorstellung eines Balkons der gerade abstürzt. Ein Balkonsims, oben am Sims sind noch Blümchen, durch die Bewegung nach links sieht man, wie sich die Stängel biegen, vielleicht ist auch ein Stahlgerüst. Etwas bewegt sich nach links, oder es fällt ins Leere.

Eine Rolltreppe in Bewegung, kann eine weitere Lesart sein.

Generell ist aus diesen Lesarten bzw. Ideen zum Segment der Eindruck der Bewegung, der Zeitlichkeit zu bemerken. Das wurde zwar schon oben teilweise beschrieben, bekommt hier aber deutlichere Züge, weil das Objekt selbst als bewegtes gesehen wird. In beiden Fällen ist die Idee ein sich in Bewegung befindliches Objekt zu sehen ausgeprägt. Etwas stürzt herab oder fällt bzw. fährt hinab. Die Bewegung wird als eine nach unten gedeutet, da sich der linke Teil des Objekts auf der planen Fläche für ein horizontales Verständnis tiefer befindet als der rechte. Das widerspricht der Lesart weiter oben, die von einer Bewegung nach rechts vorne ausgegangen war, was sich aus der visuellen Betonung der rechten Seite ergab. Die Idee der Bewegung, die sich in einem fixierten Bild etablieren könnte, hat sicherlich etwas Paradoxes an sich. Während Jürgen Raab mit Imdahls Haltung zur Simultanität übereinstimmt, die besonders als Gegenposition zu einer (textlichen) Sukzession etabliert wird²⁵³, sieht Barthes zumindest die Möglichkeit der Zeit in einer Fotografie indem sie „die vollendete Vergangenheit der Pose (...) darbietet“, ²⁵⁴ die für ihn allein durch den Tod erreicht werden könnte. Ohne endgültig Position beziehen zu können, wurde rein forschungspragmatisch der Eindruck von Bewegung von Interpretinnen wahrgenommen.

Aus der Bewegung heraus könnte sich ein Bild der Zerstörung etablieren. Wird das Segment als abstürzender Balkonsims interpretiert, entwickelt sich ein Bildsujet, das ein desolates oder plötzlich einstürzendes Haus, vielleicht im Hintergrund eine untergehende Stadt zeigt.

Diese These wurde nicht zuletzt ob des als Pflänzchen gesehenen Teils am oberen Segmentrand vorgebracht. Hier wird sie zur Topfpflanze, die nahe daran ist abzustürzen und einen Menschen zu erschlagen. Dieser Teil birgt in der Lesart eine Gefahrenquelle für unvorsichtige Menschen, die unter dem Balkonsims spazieren.

Generell ist die Topfpflanze aus Bildern, Sketches etc. damit verbunden, auf Köpfe zu fallen. In diesen Fällen sind sie humoristisch gezeichnet. Dinge, die uns ängstigen, werden mit Hilfe

²⁵³ Vgl. Raab, Jürgen. Visuelle Wissenssoziologie in der Fotografie. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie. 37 (2012). Ausgabe 2. S. 128.

²⁵⁴ Barthes, Roland. 1985. S. 105.

einer Humorwand verstellt, um sie nicht ernst nehmen zu müssen. Geht man einen Schritt weiter und ersetzt hier die Topfpflanze mit dem Trieb, könnte man einen Zusammenhang von natürlichen Gefahren interpretieren. Festzuhalten ist vielleicht, dass verschiedene Gefahrenquellen im Alltag humoristisch konnotiert sind.

7.4. zweites Segment



11. Der Mensch

Die Mund-Nasen-Partie eines Menschen, vermutlich einer Frau, ist zu sehen, zumindest über zwei Drittel des zentral gelegenen Segments. Der Gesichtsteil wird einer Frau zugeordnet durch die roten, vollen Lippen, die eindeutig geschminkt sind, den haarlosen, sowie durch den generell weichen Eindruck, den die Haut auf den Betrachter macht, und die Ansätze eines Ohrings an der linken Gesichtseite. Alle diese Eindrücke sind weiblich assoziiert, ebenso der rote Lippenstift im weißem (oder goldenem) Schaft, der zur Lippe bewegt wird, was aber nicht generell ausschließt, dass im Bild ein Mann (ein biologischer Mann) gezeigt wird. Allgemein ist bemerkenswert, wie wenig Mittel bzw. bildliche Hinweise notwendig sind, um diese Einordnung vorzunehmen, wobei nicht allein die Einordnung „Frau“ getroffen wird, sondern auf Grund der oben angeführten Elemente diese Kategorie mit den Dimensionen

jung, schön, anziehend, sexy, erfolgreich etc. aufgefüllt werden kann. Wir sind schnell in der Lage, aus diesem Bild mit einigen Hinweisen ein Image²⁵⁵ der Gesamtperson zu erstellen.

12. Lippenschminken (als Tätigkeit, szenische Handlung; mit 9. Bewegung in Verbindung)
In diesem Bildausschnitt wird eine als typisch weiblich klassifizierte Tätigkeit visualisiert. Jemand schminkt sich mit einem Lippenstift die Lippen. Im Grunde müsste man sagen, sie schminkt sich nicht die Lippen, sondern sie hat sich die Lippen geschminkt. Denn diese machen den Eindruck, voll mit Kosmetika zu sein. Wir sind in diesem Bild eher am Ende einer bestimmten Tätigkeit, als an dessen Anfang, wobei wir uns durchaus den Hergang des Schminkaktes vorstellen können, wir eher einer szenischen Abfolge beiwohnen, als ein festes Standbild vor Augen haben. Auch ist vorstellbar, dass der Lippenstift zur Perfektionierung der Lippen ein weiteres Mal über diese gezogen wird, somit der Schminkvorgang noch nicht abgeschlossen ist. Als szenisch Folgendes könnte man sich das typische Ineinanderrollen der Lippen vorstellen. Die vorhin behandelte zeitliche Bewegung im Bild in die Zukunft erweitert sich hier und lässt den Eindruck einer zeitlichen Abfolge in die Vergangenheit zurück. Wesentlich mag sein, dass in diesem Segment eindeutig eine Handlung dargestellt wird, die mit szenischen Signalen ausgestattet ist, die im Betrachter den Eindruck hinterlässt, einer sich in Bewegung vollziehenden Handlung, nicht einer statischen, zuzusehen. Mit einer tradierten Handlungsabfolge, die uns deutlich sagt, was davor, danach geschieht. Gleichwohl wir nicht (vielleicht niemals) wissen, ob es dieses Davor gegeben hat, ist es die Idee der Lesart, wie ein Bild zustande kommen hätte können, Barthes würde sie Codes der Lektüresteuering²⁵⁶ nennen, die bewegte Vorstellungen anleiten. In der hier gezeigten Handlung wird die Vorstellung einer längerfristigen Handlung, also eines Handlungszusammenhangs, der eine gewisse Zeit in Anspruch nimmt, geöffnet. Das hängt mit typischen und klischeehaften Vorstellungen über Schminken und Frauen zusammen (wie „sie braucht in der Früh immer Stunden“), die im Gegensatz zu vielen anderen Tätigkeiten nicht als schnelle Handlungen zu betrachten sind.

Die Handlung ist eindeutig szenisch und szenisch eindeutig, was möglicherweise für die Gesamtkonstruktion des Bildes von Wichtigkeit ist. Wir würden uns vorstellen, dass sich diese Szene im Bild einen Moment vorher und einen Moment nachher nicht sonderlich stark voneinander unterscheidet.

²⁵⁵ Nicht im Sinn Goffmans eines Selbstbildes der Person, sondern generalisierter (vorurteilsbehafteter) Vorstellungen gegenüber der abgebildeten Figur. Vgl. Reinhold. 1997, S. 283.

²⁵⁶ Vgl. Barthes, Roland. 1985. S. 99.

Handlungen werden in unterschiedlich großen Handlungszusammenhängen als szenisch wahrgenommen. So können sie auch durch Ausschnitte allein in ihrer vermuteten Dauer vorgestellt werden. Insofern kann eine bildlich feste Handlung in einen bewegten Zusammenhang mit bestimmter Dauer und Ausdehnung überführt werden.

Das Segment zeigt eine weibliche Handlung der Verschönerung. Weitere Darstellungen des Schmückens, des Herrichtens in den anderen Bildteilen kann man erwarten. Durch den Ohrring wird das Geschmücktsein unterstrichen. Deutet man das Schminken als ein Nachschminken, kann man erwarten, dass es sich um eine spezielle Situation handelt, die im weiteren Verlauf des Bildes Erwartungen an dieses stellen würde, die sich rund um schmückende Besonderheiten drehen.

Man kann sich über die Tätigkeit die Frage stellen, ob Schminken eine gewöhnliche oder eine besondere Handlung darstellt, und wird zwangsläufig wieder Fragen des sozialen Rahmens der jeweiligen Situation zu behandeln haben. Schminken ist daneben sehr häufig auch eine habitualisierte Handlung²⁵⁷, die eben einem bestimmten Habitus von Weiblichkeit zuzuordnen ist (wobei sich dieser sehr unterschiedlich darstellen mag). Weiters könnte man auch von ritualisiertem, und weitergehend routinisiertem Handelnd ausgehen. Schminken ist bestimmt ein Ritual (am Morgen ein Erweckungsritual, Erweckung der Schönheit – die Morgenröte), und folgt einer genauen Abfolge, alltäglich, wodurch es neben der rituellen, auch eine routinierte Mitbelegung erhält.

Das Schminken eine bestimmte Normierung von Weiblichkeit in sich trägt, wird vor allem bei der Farbe „rot“ virulent. Das kräftige, dunkle Kirschrot erinnert an überlieferte Vorstellungen von Schönheit (Lippen rot wie Blut, also Schneewittchen), daneben ist die Röte der Lippen über eine Vielzahl von literarischen, filmischen, malerischen etc. Verknüpfungen eindeutig sexuell verbunden und bilden durch ihre Wulstigkeit, ihre Feuchtigkeit²⁵⁸ etc. im Endeffekt die Vagina ab (sieh unten bei Öffnung).²⁵⁹ Ohne diese Vorstellungswelten, die hier auszuführen nicht zu bewerkstelligen wäre, und sicherlich eine soziologische Arbeit wert wäre²⁶⁰, lassen sich bestimmte Ebenen des Bildes wohl nicht erschließen. Über

²⁵⁷ Vgl. Bourdieu im Kapitel zu Werbung

²⁵⁸ Ich würde gerne Feuchtheit dazu sagen, dieser Begriff scheint deutsch noch nicht zu existieren.

²⁵⁹ Der Zusammenhang zwischen der Farbe Rot und Sexualität wird bspw. gezogen bei: Fichtl, Barbara. Susanne Gerner. Die Farbe Rot. In: Gieske, Sabine (Hrsg.). unter Mitarbeit von Frank Müller. Lippenstift. Ein kulturhistorischer Streifzug über den Mund. Marburg: Jonas, 1996. S. 36 ff.

²⁶⁰ Für kulturwissenschaftlich-historisch Bearbeitung des Schminkens siehe: Lohse-Jasper, Renate. Die Farben der Schönheit. Eine Kulturgeschichte der Schminkkunst. Hildesheim: Gerstenberg, 2000.

Routinehandlung wird Weiblichkeit in dem Bild etabliert, Klischees, wie Schminken oder die roten Lippen, die das deutlichste gebräuchliche visuelle Symbol für weibliche Sexualisierung sein dürften, erschaffen in der Betrachterin ein zusammenhängendes Bild einer Figur.

Orte, an denen man sich schminkt, wobei man, wie oben angedeutet, Orte, an denen Schminken zelebriert wird von Orten unterscheiden muss, an denen ein zuvor aufgelegtes Make-Up überarbeitet, aufgefrischt wird.²⁶¹ Das Badezimmer ist der Ort, an dem Schminken zelebriert wird, daneben gibt es Schminktische, die sich im Schlafzimmer befinden. Generell kann man sich auch im Schlafzimmer ohne Schminktisch schön machen. Verbunden mit diesen Orten ist immer das Objekt des Spiegels. Ohne diesen ist Schminken für mich nicht denkbar. Zur normierten Handlung des Schminkens gehört ein Spiegel, in welcher Form auch immer, dazu. Insofern ist klar, dass Orte für Nachbesserungen auch auf dieses Objekt verweisen. In Toiletten, über den Schminkspiegel im Auto, oder überall mit Hilfe des kleinen Taschenspiegels lassen sich vielleicht keine großen gestalterischen Sprünge mehr machen, sind aber in der Rahmung der Situation angebracht. In Bildern, in denen Schminken zum Thema gemacht wird, muss entweder ein Spiegel zu sehen sein oder die Bildfläche (also dort wo, sich die Betrachterin aufhält) dient als Spiegelfläche für die fotografierte sich schminkende Person, auch wenn in diesen Fällen kein Spiegel für den Betrachter konkret sichtbar wird. Es wird eine Ebene der Sichtbarwerdung des Schminkens benötigt.

Um das „Wo?“ für Bilder örtlich und nicht an ein Objekt gebunden zu behandeln, könnte angenommen werden, Schminken wäre eine intime Handlung und damit auf private, ruhige Orte beschränkt, das Bade- oder Schlafzimmer. Nachschminken ist daneben an weniger persönlichen Orten möglich, bspw. öffentliche Verkehrsmittel, an denen keine intimen Kontaktaufnahmen passieren oder zu erwarten sind, wo auf eine andere, aber dennoch bewusste Art soziale Sicherheit, soziale Ruhe herrscht. Sich bei einem Dinner zu Zweit mit Hilfe eines Taschenspiegels auszubessern, wäre wohl als abweichendes Verhalten zu bezeichnen. Schminken findet an intimen Orten oder an Orten mit geringer sozialer Nähe statt, die öffentliches Schminken nicht als Abweichung verstehen.

Für die Fortsetzung des Bildes sind vor allem private Räume oder öffentliche Räume, die diese Art der Handlung erlauben, zu erwarten. Mit Goffman kommt diese Handlungen wiederum eher auf die Hinterbühne,²⁶² allerdings scheinen sich unterschiedliche Wertigkeiten aufzutun, die solches nicht unbedingt zwingend erscheinen lassen. Ebenso mag die Stärke der Norm im Schwinden begriffen sein. Das Vorrücken der Peinlichkeits- und Schamgrenze, der

²⁶¹ „Ich gehe mich kurz frisch machen“ – was steckt da wohl alles drinnen.

²⁶² Vgl. Goffman, Erving. 2009.

Intimsphäre muss mitgedacht werden. Werbung gibt Einblick in Lebensbereiche, die zuvor zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt als privat, intim galten.²⁶³ Für Rolf Haubl leistet Werbung zur Modernisierung des Affekthaushalts durch Grenzüberschreitung einen Beitrag²⁶⁴, wobei Norbert Elias meint, dass von einer stark ausgeprägten Affektregulierung als Notwendigkeit auszugehen ist, wenn Intimes, Nacktes in einer Gesellschaft gezeigt werden darf.²⁶⁵ Mit Georges Vigarello kann dieser Einschätzung entgegengehalten werden, „dass in der abendländischen Gesellschaft eine körperliche Sphäre entsteht, die dem Individuum allein gehört, (...) (die) nach außen hin abgeschirmt wird, bis schließlich die Blicke Dritter überhaupt nicht mehr geduldet werden.“²⁶⁶ Ohne in eine solche Debatte eingreifen zu wollen und auch ohne diese überblicken zu können, scheint sich hier rasch ein Spannungsfeld zu etablieren. Denn eine durch Modernisierung des Affekthaushalts suggerierte Freiheit erfährt eine positive Bewertung, die über Affektregulierung zumindest kritisch als Vordringen gesellschaftlicher Normierung in jeden persönlichen Winkel bewegt wird, um schließlich der privaten Körperlichkeit ein nicht Hintergehbbares, für Dritte unsichtbares Primat zuschreiben zu wollen. Die Möglichkeit bzw. die Art des Blicks des Dritten (also der Betrachterin) wird ebenso wie die Intimisierung von Werbebildern weiter unten Thema bleiben.

Bildanschlüsse können eine edle Toilette sein, die auf ein nobles Restaurant oder eine feine kulturelle Einrichtung deuten. Es könnte sich um einen wichtigen Tag für die Person handeln, ein Bewerbungsgespräch, ein Geburtstag, eine Promotion. Durch die Vorstellung des Nachschminkens werden Ideen kräftiger, die sich um einen besonderen Anlass drehen, Frauen müssen dazu geschminkt sein, gut aussehen um erfolgreich zu sein.

Die Bedeutung des leicht geöffneten Mundes fällt für mich in diesen Zusammenhang. Dieser kann auf vielfältige Weise gedeutet werden. Zu vermuten ist, dass es sich bei einem geöffneten Mund um eine entspannte Lippenhaltung handelt. Die Entspannung ist notwendig, um den Lippenstift leicht über die Lippen zu führen. Auch ist er nötig um den ganzen Lippenbereich mit dem Lippenstift schminken zu können. Man würde sagen, es handelt sich um eine natürliche Haltung der Lippe, wenn man das Schminken als Handlung voraussetzt.

²⁶³ Das steht in Zusammenhang mit Norbert Elias Vorstellung der Veränderung der Affektkontrolle. Vgl. Elias, Norbert, 1976.

²⁶⁴ Vgl. Haubl, Rolf. Blaubarts Zimmer. Körperphantasien in szenischen Interviews. In: Hartmann, Hans A. Rolf Haubl (Hrsg). Bildflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. S. 71 – 96

²⁶⁵ Vgl. Elias, Norbert. 1976 S.?

²⁶⁶ Vigarello, Georges. Wasser und Seife, Puder und Parfüm. Geschichte der Körperhygiene seit dem Mittelalter. Frankfurt a. M.: Campus, 1988. S. 272.

Auch der leichte Hauch blitzend weißer Zähne fällt auf. Dieser spricht für den allgemeinen Eindruck einer schönen, gepflegten Frau.

Spannend ist, dass der Mund keinen Hinweis auf Lächeln gibt. Lächeln könnte aber durchaus eine Erwartung darstellen, die man an ein Werbebild stellt. Das Nicht-Lächeln zeigt die Routinehaftigkeit der Tätigkeit an, die nicht die Wirkung nach Außen in den Vordergrund stellt, sondern viel mehr die Besinnung auf sich selbst, auf die eigene Verschönerung hin. Es klingen auch Begriffe wie Konzentration, In-sich-Bezogenheit, Autarkie, vielleicht „zu Hause,“ Privatheit etc. an. Auch die Mundhaltung spricht, wie oben schon in anderem Zusammenhang erwähnt, für eine Handlung in einem Rückzugsraum, auf einer Hinterbühne des sozialen Geschehens. In weiteren Zusammenhängen könnte ein geöffneter Mund auch als Zeichen von Dummlichkeit gewertet werden.

13. fehlendes Augenpaar

Interessant ist die Kombination einer Handlung, die Sorgfalt, Aufmerksamkeit, Genauigkeit verlangt ohne ein dazugehöriges Augenpaar, das quasi die Sichtbarkeit der Tätigkeit unterstreicht. Durch das Bild hat man viel mehr die Vorstellung, jemand würde sich blind schminken. Die Notwendigkeit der Sichtbarkeit für die Handlung steht im Gegensatz zum Fehlen eines Augenpaares, das dieselbe überwacht. Es gibt Tätigkeiten, die Anwesenheit der Augen, einer Sehhilfe etc. verlangen, bzw. Tätigkeiten, von denen man als Betrachter erwartet, dass diese gebraucht werden, damit sie von der Betrachterin als funktionierende Handlung verstanden werden

Vorstellbar ist, dass die Frau sich bzw. die Lippen sieht, ohne die eigenen Augen zu sehen. Durch einen Spiegel ist es möglich, sich selbst zu sehen, ohne sich in die Augen sehen zu müssen. Während das Körpergefühl ohne Spiegel vermutlich ein unsicheres wäre (habe ich alles perfekt getroffen) ist dasselbe mit Spiegel ohne direkten Augenkontakt mittels der Idee, die zu sehenden Lippen sind die eigenen, ausreichend zufrieden gestellt.

Die Frau könnte auch einen riesigen Hut oder eine massive Brille tragen, die das Gesicht fast zwangsläufig in zwei Bereiche teilt, wobei in diesem Segment allein das nicht bedeckte Gesichtsfeld zu sehen wäre.

Es könnte sich um einen Bildausschnitt handeln, vielleicht auf einer ansonsten mit anderem Material verklebten Wand (eine Werbewand, oder eine Collage).

Wir sehen die Spiegelung der Partie einer Person, wobei diese ebenfalls im Bild oder nicht im Bild sein könnte.

14. Der leere Raum

Der leere Raum im linken Drittel des Segments ist bemerkenswert. Er erscheint wie ein gewöhnlicher Hintergrund, zwar wie ein „Nicht-Hintergrund“, also plan, aber abgeschnitten, was auf das gesamte Segment zutrifft, im Besonderen aber auf diese Stelle, da sie in keinen Zusammenhang zu bringen ist.

Sie gibt Hinweise darauf, in welchem Zusammenhang das restliche Segment steht. So erinnert die klare Weiße des Teils neben dem Gesicht an die kühlen Farben in gewöhnlichen Badezimmern, wo weiße Fliesen den Hintergrund bilden.

Dieses abgeschnittene Weiß lässt erwarten, sich im Bildverlauf zu etablieren. Ansonsten müsste von einem weiteren Raum im Bild ausgegangen werden. Aufgrund des Weißes wird die Idee einer Badezimmerumgebung unterstützt. Der Schminkvorgang könnte in einem leeren, weiß gestrichenen Raum passieren, der nicht weiter definiert ist.

Ein leerer Raum deutet, wir befinden uns auf einer Fotografie, auch den planen Raum eines (nicht ausgefeilten) Fotoshootings an, bei dem es nicht um Hintergrund, sondern um die figürliche Abbildung allein geht. Hier wäre dann das Weiß ein Einblick in die Machart des Bildes selbst, die Reflexionsebene des Bildes, auf der es seine künstliche Gemachtheit anspricht, vielleicht auch ein Fehler in der versuchten perfekten Täuschung (vgl. Goffman, Täuschung oben).

Mich erinnert dieses Weiß stark an das Weiß, wie es in der Verfilmung von Stadt der Blinden²⁶⁷ verwendet wird. Das Weiß, das Saramango beschreibt, ist undurchdringlich, nicht milchig, ohne Konturen, eigentlich ohne Raum, ein Weiß ohne Raum, nicht ein weißer Raum. Der Hintergrund wirkt sehr wie dieses Weiß ohne Raum, es ist nicht räumlich. Man hat den Eindruck, der Hintergrund des Frauenmundes ist ein Unort, ein Ort der nicht existiert, an dem man nicht leben kann.²⁶⁸ Neben das pralle Leben der dicken roten Lippen wird ein visueller Untergang gestellt, der vielleicht ob der Röte nicht sofort ins Auge sticht, aber einmal darauf konzentriert, beinahe Angst macht. Wo ist die schöne Frau? Muss man sich zwangsläufig fragen. Ist sie noch auf diesem Planeten oder befindet sie sich anderswo, in der Stadt der Blinden, in der Stadt der Toten, im Himmel. Der Ort der roten Farblichkeit steht in einem intensiven (Kraft)Austausch mit der weißen Unörtlichkeit.

²⁶⁷ Vgl. Blindness. Fernando Meirelles. 2008. bzw. Saramango, Jose. Die Stadt der Blinden. Reinbeck: Rowohlt, 2003.

²⁶⁸ Das erinnert an Marc Augès Arbeit zu Nicht-Orten, wobei sich im Segment mehr ein existentielles Moment von Unort aufdringt, das im Gegensatz zu geschichts- oder identitätslosen Orten wie Flughäfen oder Shoppingzentren steht.

15. Der übernatürliche Schönheitsfleck

Dieser Fleck im rechten Eck kann natürlich nur humoristisch als Schönheitsfleck betrachtet werden. Der schwarze (hellschwarze) Fleck ist neben seiner ungewöhnlichen Größe auch auf Grund seiner Form bemerkenswert. Denn er hat, soweit ich das beurteilen kann, die Maße eines Quadrats und also einer eindeutig geometrischen Form, deren Seiten jeweils gleich lang sind. Was macht ein solches Element auf einem Gesicht, das doch vor allem Schönheit darstellen soll (oder zumindest nicht zuletzt schön sein soll)? Handelte es sich bei dem Fleck um einen realen Teil des Gesichts der Frau, würde er als grober Makel zu werten sein. Gleichwohl er im Verhältnis zum vollen Mund weniger stark wahrgenommen werden dürfte. Er könnte daneben die Folge eines fotografischen Fehlers sein oder ein übergroßer Hinweis auf eine Versehrtheit, die ein Problem undeutlich (aber groß) zeigt. Der Fleck steht so mit dem leeren Raum in Verbindung. Etwas stimmt in dem Segment nicht, dort wo schöne Haut zu sehen sein sollte findet sich ein fast dreckig aussehender Fleck, der an dieser Stelle nicht zu erwarten ist. Der Fleck muss eben nicht, und aus der Anschauung spricht einiges, vor allem die Flächigkeit des Flecks, die sich nicht an die natürlichen Gesichtsformen angleicht, auf der Person selbst sein, sondern wirkt eher aus einem weiteren Zusammenhang überführt und erst durch die Fotografie an ebendieser Stelle appliziert. Die Irritation, die über mehrere Elemente etabliert wird, ist für die Betrachtung des Schönheitsflecks wesentlich.

16. Der Voyeur

Dazu führt mich die Ausgangsfrage: Wo ist der (weibliche) Blick und dementsprechend Lesart Nummer 13.

Die Erwartung besteht, dass ein weiblicher Blick das Bild ziert und den Gedanken Laura Mulveys folgend in einen männlichen Blick transferiert wird. Aus einer psychoanalytischen Perspektive und einer Kritik an der skopophilen Tradition des Kinos will sie verstanden wissen:

„Woman (...) stands in patriarchal culture as a signifier for the male other, bound by a symbolic order which man can live out his fantasies and obsessions through linguistic command by imposing them on the silent image of woman still tied to her place as a bearer, not maker, of meaning.“²⁶⁹

Der Mann erschafft (sich) in diesen Gedanken durch seinen Blick die weibliche Figur, gleichzeitig ist ein weiblicher Blick nur aus einem männlichen zu sehen und wird mit dessen Bedeutungen belegt. In Mulveys Verständnis, das auch auf heftige Kritik stieß auf Grund

²⁶⁹ Vgl. Mulvey, Laura. Visual and other pleasures. Bloomington: Indiana University Press, 1996. S. 14.

passiven Position, die sie der weiblichen Figur zuordnet, ist der männliche Blick zwangsweise ein voyeuristischer.

Oder genügt der Mund als Andeutung von weiblich-objekthafter Bereitschaft der männlich-erotischen Schaulust, kann gefragt werden. Ohne weiblichen Blick, dem als Trägermedium der aktiv männliche vorangestellt wird und der sich in den Vorstellungen über den roten Mund etablieren kann, meint man, dass eine Bedeutungsverschiebung vor sich geht. Wenn die Frau dem betrachtenden Mann nicht ihre Augen zeigt, verliert das Bild seine sexuelle Eindeutigkeit. Ohne Blick mag die Bereitschaft zu männlichen Träumen allein eine phantastische Vorstellung bleiben. Die Frau bliebe autarker, weniger benutzt, weniger betrachtet, weil sich ihr Blick dem männlichen entzieht, obwohl an der Verwendung des Komparativ abzulesen ist, dass eine Negierung zweifelhaft erscheint. Es findet sich ein Hinweis auf Privatsphäre, Intimität oder Rückgezogenheit. Der Blick öffnet ein Bild, wohingegen das Fehlen eines Blickes dasselbe hermetischer macht, kann argumentiert werden. Wenn wir nicht den Blick sehen, verbleibt man als Betrachterin in einer voyeuristischen Haltung, da es zu keinem Blickkontakt kommt, was wiederum auf das Fehlen der Augen im Bild zurückgeführt werden könnte. Denn Bilder benötigen Augenkontakt der Figuren um symbolischen Austausch zu etablieren. Mit Jean-Paul Sartre könnte man in diesem Zusammenhang soweit gehen zu behaupten, der fehlende Blick lässt uns an der Existenz der dargestellten Person zweifeln, denn für ihn wird im Blick die kognitive Gewissheit konkret, „dass wir für alle lebenden Menschen existieren, das heißt, dass es (mehrere) Bewusstseine gibt, für die ich existiere.“²⁷⁰

²⁷⁰ Sartre, Jean Paul. Das Sein und das Nichts. Hamburg: Rowohlt, 1991. S. 503-504.

7. 5. Segment Eins und Zwei



Die Klammer, der schwarze Rahmen (1.) und der sich schminkende Mund (12.) verschmelzen in eine zusammengehörende Form. Die Nase-Mund-Partie wird von einem Rahmen umfasst, der an der linken Seite offen ist. Eine Rahmung rund um ein Gesicht deutet ein Bild an, wobei der Rahmen sich nicht wie ein typischer Bilderrahmen zeigt, der quadratisch oder rechteckig um ein Bild gelegt ist, sondern durch die schon erwähnte leicht gebogene Form und die geringe Höhe für einen Bilderrahmen speziell wäre. Die Deutung eines Bildes im Bild kann aufrecht bleiben, da Bilderrahmen oder Rahmen an sich vielgestaltig sein können. Ein Bild im Bild würde auf verschiedene Ebenen im Bild deuten. Diese Ebenen sind vor allem räumlich, könnten aber auch inhaltlich sein. Aus einer Raum allgemein beachtenden Perspektive ist bedeutsam, dass im Bild, das für uns zweidimensional ist, ein Objekt zu sehen ist, das für das Bild (bzw. das was im Bild stattfindet) zweidimensional ist. So bekommt das Bild eine eigene dreidimensionale Wirklichkeit, weil es sich bzw. auch die Betrachterinnen in Verhältnis zur bildinternen Zweidimensionalität stellen muss.

Kombinationen von „Natürlichkeiten“ spielen eine Rolle, da es natürlich (normal, fast vorausgesetzt) ist sich zu schminken, was durch die Naturhaftigkeit des Triebes (2.) unterstrichen wird. Allerdings verhindert das Gesicht und die Vorstellung eines Rahmens eine Urwüchsigkeit des Segments. Die Vorstellung, Natur an sich würde eine große Rolle spielen, wird mehr zu einer Lesart, die Natürlichkeit und Künstlichkeit mit einander kombiniert. Der Trieb könnte aber immer noch Teil einer großen, triebhaften Ornamentik (3.) sein, die sich

rund um das Gesicht im Rahmen ausbreitet, ebenso wie Teil einer „größeren“ Natur, mit Bäumen, Blumen, Gras usw. Damit können auch die roten Lippen verbunden werden, deren Röte mit natürlicher Gesundheit zusammenhängt, die aber aus einer hochgradig künstlichen Kombination unterschiedlicher Elemente erwächst.

Handelt es sich bei dem bearbeiteten Segment um ein Kunstbild, um ein im Bild ausgestelltes Bild, dann wären im weiteren Bildverlauf Hinweise auf Musealität, Betrachterinnen oder andere Bilder, eine Wand mit Hinweisen auf den Künstler und den Titel des Kunstwerks zu erwarten. Im Fall eines privaten Bildes müssten sich Gegenstände des Alltags, Hinweise auf einen privaten Wohnraum zeigen.

Der Eindruck, das Bild wäre abgeschnitten, abgetrennt würde sich durch die Lesart „Kunstbild“ als beabsichtigtes Aussehen des Kunstwerks deuten lassen. In dem Fall wäre es ein unkonventionelles Bild, das einen Rahmen hat, auf diesen aber in einem bestimmten Bereich verzichtet, wodurch es Simmels Vorstellung von Kunstwerk und Rahmen zumindest zur Diskussion stellen würde.

Die Öffnung kann durch eine im Weg stehende Person entstanden sein. Diese Person, die in einem anderen Segment dann zu sehen sein müsste, verdeckt einen Teil des Bildes, wodurch der Eindruck entsteht, es wäre abgeschnitten. In diesem Fall würden Bild und Person (oder Bild und anderes Objekt) ineinander übergehen.

Der Rahmen kann der Rahmen eines Spiegels sein. Dann würde es sich bei der inneren Fläche um die Spiegelfläche handeln. Wir wären in diesem Fall Beobachter, Zeugen, Voyeure (16.) einer Schminkszene. Handelt es sich um einen Spiegel, muss man sich fragen, welche Art von Spiegel es sein könnte. Der Form nach könnte einen Wandspiegel gezeigt werden, der nicht korrekt aufgehängt wurde, ein Handspiegel, der zumeist klein und handlich ist, um immer transportiert werden zu können. Die Form spricht dafür, dass es sich um einen Rückspiegel (6.) eines Autos handelt.

Die oben gestellten Erwartungen, in einem möglichen Rückspiegel vor allem die Aussicht aus der Heckscheibe zu sehen, erfüllt sich nicht. Von dem Innenraum eines Fahrzeugs ist generell nichts zu sehen, was wiederum stark gegen die Interpretation eines Rückspiegels, der sich ja inmitten eines Autos befinden würde, spricht. Vielmehr sehen wir in einem möglichen Autospiegel, der sich prinzipiell vorrangig der Sicherheit widmet, einen kosmetischen Vorgang. Das Verhalten der Person im Spiegel weicht ab hinsichtlich der Nutzung des

Spiegels, ich neige sogar dazu, den starken Begriff „deviant“²⁷¹ auf ihr Verhalten anzuwenden. Indem sie ihn für ihre Zwecke missbraucht, ist der Spiegel nicht in der Lage seiner vorgegebenen Funktion treu zu bleiben. Die Nutzung zeigt, dass der vorgegebenen Funktion eines Objekts ein Wert zugeschrieben wird, dem eine Art sozialer Kontrolle eingeschrieben zu sein scheint. Wir wissen, wie ein Objekt zu nutzen ist, anderes daran Handeln ist entweder (verhaltens)kreativ, oder abweichend. In diesem Fall besonders auffällig, als ein Spiegel zwar zu Spiegelungszwecken, aber dennoch auf falsche Weise genutzt wird und so nicht mehr das zeigen kann/darf, was er zeigen soll.

Die Kombination der zwei Segmente bringt das Schönheitsmal (15.) konkreter in den Bildzusammenhang. Fast wirkt es, als würde das Mal zum Rahmen dazugehören, bzw. mit diesem in einem zu klärenden Zusammenhang stehen. Die farbliche Ähnlichkeit fällt auf, selbst wenn bei genauer Betrachtung das Schwarz des Rahmens dunkler ist als das des Mals. Auch die parallel verlaufenden Kanten deuten auf eine Verbindung hin.

17. Spiegel (in Zusammenhang mit 6.)

Sich schminken geschieht, wie schon angesprochen, gerne innerhalb unterschiedlicher Rahmen, gegenständlicher und abstrakter. Man schminkt sich zumeist innerhalb des Rahmens eines Spiegels. Auf der Fläche, die von einem abgrenzenden Rahmen umgeben ist, findet sich der typische Ort für diese Tätigkeit. Sich vor einer sich spiegelnden, Nicht-Spiegelfläche zu schminken, bspw. vor dem Glas eines Bürogebäudes, einem polierten Metall oder ähnlichem, ist nicht üblich, nicht allein der objekthaften Rahmenlosigkeit wegen, sondern auf Grund des sozial normierten Rahmens, in dem diese Tätigkeit (wie oben beschrieben) stattfindet. Das Bild im Rahmen, das Bild im Bild, verweist auf eine private, zurückgezogene Ebene, in der diese Handlung vollzogen werden kann.

Die zentrale Stellung des Spiegels und des sich schminkenden Mundes deutet darauf hin, dass dieser Zusammenhang, also sich im Spiegel schminken, für das Bild wichtig ist.

²⁷¹ Der Devianzbegriff wird hier sicher erweitert verwendet, die stigmatisierte Handlung bezieht sich auf eine Interaktion zwischen Subjekt und Objekt und erhält ihre Abweichung durch das selbstgefährdende Verhalten des Subjekts, das der normierten Nutzung widerspricht. Dass sicherheitsgefährdendes Verhalten gesellschaftlich sanktioniert und insofern als deviant zu bezeichnen ist, zeigen Diskussionen um Handy am Fahrrad, Helm auf Skipisten etc. an. Hier nähert sich das am Objekt deviante Handeln in meinen Augen dem von Howard Becker beschriebenen Außenseiter an. Vgl. Becker, Howard. S. Außenseiter. Zur Soziologie abweichenden Verhaltens. Frankfurt a. M.: Fischer, 1981.

In der Lesart Spiegel wird die symbolische Ebene als Märchen/Zauberspiegel im Zusammenhang mit „wer ist die Schönste im Land“ augenfällig. Diese Bedeutungsebene der Kombination aus schöner Frau und (magischem) Spiegel ist nicht zuletzt der roten Lippen wegen hier zu assoziieren. Auch ist die Idee der kommunikativen Interaktion mit dem Spiegel, und nicht nur über ihn und so mit Dritten, im Märchen angelegt. Der magische Spiegel bei Schneewittchen verliert (zumindest zum Teil) seinen Objektstatus und wird schaffendes Subjekt, da er soziale Prozesse leitet. Einwerfen kann man, er wäre allein eine Blackbox, die auf Reize reagiert und sie schematisch geordnet zurückwirft. Die symbolische Märchenebene kann Bedeutung für das weitere Bild haben. Wird durch diese Assoziation die Frau im Bild positiv belegt? Handelt es sich um eine Persiflage über die moderne Frau, die (im Gegensatz zu Schneewittchen) auf Produkte angewiesen ist um blutrote Lippen zu bekommen?

Die Vorstellung, die Augenpartie (7.) wäre wegen einer Brille oder Ähnlichem nicht sichtbar, kann nicht aufrechterhalten werden. Der schwarze Rahmen befindet sich exakt an der Position, wo man für gewöhnlich das Augenpaar eines Menschen vermutet. Die Kante (des Rahmens) ist vor das Gesicht gelegt, dahinter kann sich im weiteren Verlauf zumindest Augenbrauen oder die Stirn sehen lassen. Der Trieb, der Blumentopf wären dann mitten im Gesicht, würden dieses berühren.

Während Thesen zu Bild, zu Schminken, zu Rahmen auf ein Bildsujet in einem Innenraum deuten, spricht der Trieb (2.) hingegen für eine Darstellung in der Natur. Insofern zieht sich die inhaltliche Differenz zwischen Natur und Kunst (Künstlichkeit) auch in den Bereich der räumlichen Vorstellungen. Das Bildsujet könnte sich Innen oder Außen befinden, in beiden Fällen würde Unterschiedliches zentral werden. Besonders das angesprochene Differenzpaar privat/öffentlich²⁷² ist hier wesentlich.

Auch in der Segmentkombination deutet sich die in ihren Einzelteilen schon angeführte Bewegung (9.) der Szenerie an. Der schräg gestellte Rahmen, der wehende Trieb, die geöffneten Lippen, der schmierende Stift, das gleißende Licht an der rechten Kante. Eine zentrale Botschaft in der Mitte des Bildes könnte so Bewegtheit sein.

²⁷² Die Fotografieausstellung „Privat“ in Frankfurt im Frühjahr 2013 zeigt die Aktualität dieser Gegenüberstellung für das Fotogenre an. Vgl.: <http://derstandard.at/1356427080076/Weltbilderpuzzle-und-Pornomosaik> Zugriff: 08.01.2013

In der Lesart Autospiegel (6.) wird das thematische Feld Frauen und Auto bzw. Frauen und Technik geöffnet. Dieser vor allem klischeebehaftete Themenkreis wird durch die symbolträchtige rote Farbe des Lippenstifts kräftig visualisiert und lässt sich problematisch mit Frau (bzw. Tussy) am Steuer umschreiben. Die unsachgemäße Verwendung des Rückspiegels als Schminkspiegel gehört auf jeden Fall in dieses Klischee. Somit drängen sich, neben den sexualisierten Lippen, weitere sexistische Klischees auf. Frauen sind allein darauf bedacht, schön auszusehen, für die praktischen Dinge des Lebens (bspw. eine Autofahrt zu überleben) sind sie nur soweit geschaffen, wie ihr Lippenstift sitzt. Frauen denken vorrangig an ihr Äußeres und sind dafür da, schön auszusehen.²⁷³

Einen spannenden Zusammenhang kann auch die Kombination aus Trieb (3.) und Lippen (12.) bilden, die sich räumlich sehr nahe sind und auf einer (gedachten) Linie liegen. Der vereinzelte, schwarze, nicht besonders lebendig wirkende Trieb bekommt durch das Rot der Lippen seine Blüte, seine Blume. In dieser Lesart wäre die Natur zurückgedrängt, nur ein kleiner, fast nichtiger Teil, während die eigentliche Natur, das Lebendige, die Blüte aus dem Menschen in Verbindung mit unnatürlichen Produkten entsteht. Durch vom Menschen geschaffene Produkte wird die Natur mit neuem Glanz (5.) erfüllt, die zerstörte (oder beinahe Tote) Natur zu neuem Leben erweckt.

Nicht oder nicht wirklich realisierte Kontexte sind der Haltegriff (4.), die Brillenarten (7.), wobei ein „Sehfenster“ auf die Lippen nicht ausgeschlossen werden kann, auch der abstürzende Balkon oder die Rolltreppe (9.) haben sich nicht realisiert, der Lesarttitel der Bewegung bleibt aber auch in Zusammenhang mit Lippenschminken (12.) bestehen.

Aus diesen Lesarten lassen sich einige Werbekontexte vorstellen, die hier nicht weiter kommentiert aufgelistet werden: Kosmetikwerbung, Autowerbung, Werbung zur Förderung von Frauen und Technik (Technikerin; Mechanikerin, Ingenieurin...), Werbung für technische Geräte (selbst für Frauen gut...), Nicht-kommerzielle Werbung vor Gefahren im Alltag, Werbung für Badezimmereinrichtung, Werbung für Einrichtung an sich, Werbung in der Kombination aus Natur und Kultur (im weiten unsicheren Sinn), Werbung für Reinigungsmittel (Schau den Fleck im Spiegel...), Bekleidungswerbung, u.a. Ebenso erscheinen andere Werbekontexte unrealistisch: Nahrungsmittel, Tiernahrung, Sportartikel, Geschirrspülmittel, Waschpulver, Medikamente, u.a.

²⁷³ Was wiederum in Zusammenhang mit dem männlich aktiven Blick zu sehen ist

Aus den Überlegungen und Interpretationen wird an den Knotenpunkten der einzelnen Segmente, versucht, wesentliche Gedanken zu Spiegeln, und Spiegeln und Werbung zusammenzufassen. Das dient der Verdichtung, der Festigung, aber gleichzeitig auch der Entwicklung von Hypothesen zu dem Thema der Arbeit. Die Hypothesen stehen, wie in der Artefaktanalyse dargelegt, nicht zwangsläufig mit den Hypothesen aus ebendieser in Verbindung, auf Verknüpfungs-, Entwicklungsmöglichkeiten zwischen Artefaktanalyse und Bildanalyse wird aber natürlich geachtet. Diese verdichtenden Teile der Analyse finden sich jeweils am Ende der Kapitel, in denen Segmente miteinander verknüpft werden, sich das Bild also Schritt für Schritt, bzw. Segment für Segment wieder zusammensetzt, sich rekonstruiert.

Hypothesen aus Segment 1 und 2

„Die normierte Nutzung des Spiegels ist mit dem Gegensatz öffentlich/privat verbunden.“

Diese Normierung dient der Einschätzung, wo der Spiegel auf welche Art zu nutzen ist. Sagen kann man, dass der Spiegel ein (fast) allgegenwärtiger Gegenstand ist, der aber nicht in allen Momenten genutzt werden darf. Gleichzeitig wird vermutet, dass sich die öffentliche bzw. private Nutzung voneinander unterscheidet. Ebenso haben wir als Bildbetrachterinnen normierte Vorstellungen zu öffentlich/privat und also der Erwartung, wie ein Spiegel zu nutzen wäre.

„Die Funktionen des Spiegels hängen von der Verwendung der Nutzerin ab.“

Das unterscheidet sich von dem in der Artefaktanalyse gedachten Zusammenhang. Vorstellbar bleibt weiters eine Kombination aus Spiegelnutzung und Raum mit Spiegelnutzung und Nutzerinnenverhalten.

„Werden in einem Bildsujet die Augen der zentralen Figur dem Betrachter nicht gezeigt, gerät dieser in eine voyeuristische Position.“

„Abweichendes Verhalten im Bild wird auf die Bildbetrachterin übertragen.“

Die Vermutung liegt nahe, dass eine Verbindung zur abgeschlossenen, privaten Interaktion zwischen Mensch und Spiegel besteht, wiewohl auch vorstellbar bleibt, dass allgemein Bilder mit (einer?) abgewandten Figur diese Verschiebung zum Voyeur bewirken kann. Diese Veränderung verstehe ich als plötzliche Selbstgewissheit der Position, die der Betrachter gegenüber dem Bild hat.

Bewertet man eine Voyeursposition, wie allgemein üblich, negativ, lässt sich über eine Kombination zwischen dem als abweichend bzw. ebenfalls negativ bewerteten Rückenzukehren der Figur im Bild und der (Selbst)Zuschreibung der Betrachterin als Voyeurin eine allgemein negative Konnotation feststellen, die sich über das Visuelle, wie es die Vorstellung der Sympraxis nahe legt, auf den Betrachter übertragen, ihn zum Mithandeln anregt.

„Sich spiegeln ist eine weiblich assoziierte Handlung, die sich im Bild über weitere weibliche Klischees (Schminken, gebräunte Haut, rote, offene Lippen) etabliert.“

7.6. Drittes Segment



Die Rückansicht eines Menschen (11. Der Mensch + Rücken), der einen Lippenstift dorthin führt, wo der Mund sein dürfte. Die symbolische Ebene des mit dem Rücken zu jemandem, vor allem zum Publikum, zur Betrachterin stehen, kann und wird in vielen Fällen öffentlicher Sichtbarmachung als abweichendes Verhalten gewertet. Man zeigt Menschen nicht seine Rückansicht, sondern sein Antlitz, die Vorderseite. Die Person macht den Eindruck, sie würde nicht interessieren, ob noch jemand anwesend ist, auch könnte man interpretieren, sie rechne nicht mit der Anwesenheit Anderer. Vorstellbar ist, der Frau auf die Schulter zu greifen, da

sie davon ausgeht, allein zu sein. Das ist der Voyeur-Traum(16.) schlechthin. Man ist dem „Opfer“ seiner Schaulust so nahe wie möglich. Eine schöne Frau, die sich den Blicken entzieht, da sie ihre Augen (13.) nicht zeigt, sich also „nicht blicken“ lässt. Aus dieser Verweigerung des Blicks entsteht ein voyeuristisches Verhalten im Betrachter. Das Rückenzeigen und das Fehlen der Augen (13.) gehören zusammen. Man kann meinen, das eine setzt das andere voraus, wenn man den Rücken sieht kann man nicht die Augen sehen und vice versa. Beides erzählt aber über soziale Situationen, Normen und symbolische Bildsprache. Der Voyeur bzw. der voyeuristische Blick wird speziell in der Filmwissenschaft aufgegriffen, was durch die Konstruktion des Kino-Apparates nicht überraschen mag. Über Frauen wie die sich im Segment befindende meint Alfred Hitchcock

„I'll bet you that nine out of ten people, if they see a woman across the courtyard undressing for bed, or even a man puttering around in his room, will stay and look; no one turns away and says, „It's none of my business.“ They could pull down the blinds, but they never do; they stand there and look.“²⁷⁴

Die Breitenwirkung, die der Regisseur unterstellt, mag übertrieben sein, die Möglichkeit des voyeuristischen Blicks als Lesart zeigt aber, dass nicht allein etablierte, erlaubte Blicke für Werbebilder von Bedeutung sind, wie sich in der Frage nach der Darstellung von intimen Situationen weiter oben schon angedeutet hat. Für Norman Denzin, der meiner Recherche nach das ausführlichste Werk über den Voyeur im Film geschaffen hat, wird dieser als ein „diseased, often paranoid, violent individual who violates the norms of everyday life“²⁷⁵ präsentiert. Das muss nicht die einzige oder auch nicht vorrangige Lesart für den hier unterstellten Voyeur in oder für ein Bildsujet sein, zeigt aber deutlich, welcher Beigeschmack sowohl dem Namen als auch der Tätigkeit zugegeben wird.

Ihr Blick, der uns nur indirekt über die Kopfbewegung zugänglich ist, deutet in Richtung rechts oben (vgl. Segment eins). Dorthin könnte sich das Bild öffnen, das Besondere oder etwas dergleichen befinden. Generell ist ihr gesamter Körper nach rechts gedreht, so kann der Betrachterin die rechte Schulter am Nächsten kommen.

Die nackte Haut, straff, glänzend, erweckt den Eindruck von Gesundheit, Jugend, aber auch von Verletzlichkeit, gerade weil sie sich wegdreht, weil sie dem Zuschauer den Rücken zeigt, sich also ungeschützt gibt, ist sie in Gefahr. Die Nacktheit des langen Halses ist erotisch zu sehen, und hat mit der Phrase „auch ein Rücken kann entzücken“ eine tradierte Alltagsbedeutung.

²⁷⁴ Truffaut, Francois. Hitchcock. A definitive study of Alfred Hitchcock. New York: Simon & Schuster, 1986. S. 216.

²⁷⁵ Denzin. Norman K. The cinematic society. The voyeur's gaze. London: Sage, 1995. S. 3.

Durch den geraden und gerade gehaltenen Hals, der groß, lang, überragend aussehen lässt, entsteht ein selbstbewusster Eindruck. Der Hals, der durch seine Nacktheit deutlich zu sehen ist, nimmt dementsprechend eine wichtige Rolle bei der Einschätzung der Frau ein, fehlt uns ja das Gesicht (vor allem die Augen), das ansonsten zur Einordnung herangezogen wird.

Andere Merkmale werden herangezogen um Figuren im Bild einordenbar zu machen, wenn das unserer Einschätzung Zugänglichste fehlt.

Im Bild nimmt der Mensch (11.) fast die gesamte linke Seite in Beschlag, steht im Vordergrund. Er ist zwar nicht zentral im Bild, dürfte aber allein durch die physische Größe und Präsenz eine wesentliche Rolle, wahrscheinlich die figural entscheidende Rolle spielen, allein weil sich kein weiterer Mensch in dieser Größenordnung ausgeht.

Das Glänzen (5.) der Haut an Schulter und vor allem Hand verweist auf direkte Lichteinstrahlung. Diese kann natürlich oder künstlich sein. Sonneneinstrahlung würde darauf hindeuten, dass das Bild eine Außenaufnahme ist, die bei Tag aufgenommen wurde.

18. Offenheit, Unklarheit, Widersprüchlichkeit

Welcher sozialen Schicht die Frau zuzuordnen ist, kann durch die Elemente des Segments kaum gedeutet werden. Es könnte den Versuch der Bildproduzenten darstellen, eine breite Masse an Menschen, die unterschiedlicher Herkunft sind, anzusprechen oder ein Hinweis auf unprofessionelles Arbeiten sein, wie schon in den Lesarten des leeren Raums und des Schönheitsflecks angedacht wurde. Für die Entwicklung des Bildes (bzw. der zwei abschließenden Segmente) kann das bedeuten, dass sich die Szenerie dieser „Unklarheit“ anpasst und ebenfalls Elemente aufweist, die mehrdeutig sind. Ein mit High Society assoziierter Ort (Villa mit Pool) ist für mich schwer vorstellbar, ebenso die Ansicht eines Parks in einer gigantischen Vorstadtwohnanlage.

Die Handhaltung, Fingerhaltung deutet auf ein sehr filigranes, motorisch aufwendiges Prozedere hin. Mich erinnert sie daran, wie eine Geigerin den Bogen zu halten hat. Nicht die Fingerhaltung ist identisch, viel mehr ähnelt die Grazie, Anmut, Feinheit, aber auch die Routine der Haltung. Einen Geigenbogen hält man ohne viel Druck in den Fingern, aber dennoch kräftig, auch das feine Abknicken des Handgelenks ist typisch. Eine besondere Tätigkeit ist im Gang (9. Bewegung), denn Schminken ist eine Kunst, wird hier mitgedacht. Während sich die Figur fast rüpelhaft wegdreht, zeigt sie in ihrer Handhaltung feines Geschick und damit gute Manieren. Auch kann man in der Kombination aus Körperhaltung und Fingerhaltung einen Widerspruch entdecken.

In dieser Widersprüchlichkeit mag die im Kapitel zur Werbung angesprochene sympraktische Einstellung von Werbung eine Rolle spielen. Indem unterschiedliche, widersprüchliche Informationen ineinander greifen, wird eine breitere Formation an Spielarten der (intendiert) gemeinsamen Handlungsabläufe aufgeschlossen. Allerdings wird Widersprüchlichkeit hier als eine Art diffiziler Unterscheidung gedacht, ähnlich der Vorstellung der „leichten Modulationen“²⁷⁶ Baudrillards, die womöglich als praktisches Unterscheidungsmerkmal allein in der scharfen Betrachtung auffallen, dem Kleingedruckten nahe sind. Allerdings sind diese kleinen Bewegungen notwendig und über Zeit ausreichend um Veränderung zu erlauben,²⁷⁷ und in der Lage sind „die Fiktion von Sinn aufrechtzuerhalten“²⁷⁸

7.7. Segmente Eins, Zwei und Drei



Eine Frau (11.) schminkt sich die Lippen (12.) in einem kleinen Spiegel (17.) rot. Der Spiegel und die Frau bilden im Zentrum und linken Bereich des Bildes das wesentliche Interaktionspaar (Mensch und Spiegel = 11. und 17.). Die Körperhaltung adressiert niemand (nichts) anderes als den Spiegel. Die äußere Betrachterin als Adressat wird nicht wahrgenommen. Beide Elemente sind im Vordergrund, sie haben für das Bild große Bedeutung. Das ergibt sich ebenso aus der obigen Bearbeitung zu Schminken im Privaten,

²⁷⁶ Baudrillard, 1982. S. 89.

²⁷⁷ Für mich liegt der Gedanke nah diese Modulationen wie die leichten Veränderungen von Kopien von Kopien bei der Vervielfältigung in Kopiermaschinen vorzustellen.

²⁷⁸ Baudrillard, 1982. S. 115.

weshalb nicht davon auszugehen ist, dass eine Vielzahl weiterer relevanter Personen zu sehen sein werden (Privatheit, Einsamkeit in Zusammenhang mit 14.) Weitere Personen im Bild könnten eine ähnliche Handlung ausführen, oder die Tätigkeit der Betrachterin einnehmen und auch zum Voyeur (16.) werden.

Die Frau hält den Spiegel (17.) in der Hand, die Berührung sieht aber fast zu sanft aus um ein Festhalten des Objekts zu ermöglichen. Handelt es sich um einen Handspiegel ist diese Handhaltung verständlich. Es ist aber der Rückspiegel eines Autos. Der Spiegel könnte lose sein (die Aufhängung, der Trieb (2.), hält nicht mehr dort wo er halten sollte). Dafür wirkt die Hand aber sehr locker. Vielleicht dienen die Handhaltung und die Berührung des Spiegels dazu, ihn in die richtige Position zu richten. Ein Rückspiegel wäre unter „normalen“ Umständen nicht derart angewinkelt, die Figur am gedachten Fahrersitz zu spiegeln, sondern viel mehr der Fahrerin einen Blick aus der Heckscheibe zu liefern.

Die Körperhaltung der Frau ist für ein Sitzen im Auto sehr merkwürdig, ebenso ist fraglich, woher das gleißende Licht (5.) im geschlossenen Auto kommt.

Der Spiegel (17.) ist das, was von der Frau wahrgenommen wird. Ihr ganzer Körper, ihr Kopf, ihre Schultern, ihre Hand, sind alle auf das Objekt hin ausgerichtet. Die Welt rundherum steht still und wird nicht wahrgenommen. In der momentanen Konzentration auf die Reflexion erscheint für mich die Vorstellung Lacans von der jubilatorischen Identifikation (vgl. Kapitel Spiegel) mitzuschwingen, die zwar schon verfestigt dennoch einer sich wiederholenden „Auffrischung“ bedarf. Die Welt steht still, wenn ich mich im Spiegel anschau. Im „Spiegelselbst“ mögen eigene Zeit und Zeit außerhalb zusammenfallen. Durch die Interaktion mit sich selbst wird dieser Nexus aufgemacht, in dem die Welt rundherum verschwimmt, an Bedeutung verliert, unklar (18.) wird. Thomas Macho interpretiert die „narzisstische Selbstverdoppelung als Inszenierung (...) autoerotischer Spiegelstadien des Selbstbesitzes“,²⁷⁹ und zeigt für mich die spielerische Qualität dieses Zusammenhangs durch die In-Szene-Setzung auf, gleichwohl auch eine pathologische Unterstellung mitschwingt, die an das (zumindest psychologische) Krankheitsbild der Selbstgespräche erinnert.

Es treten Kombinationen unterschiedlicher Formen abweichenden Verhaltens auf. Das Glänzen (5.) deutet auf ein Bild in einer Außenaufnahme hin. Allerdings entspricht das nicht den genormten Umständen, unter denen man sich schminkt (12.) Ebenfalls neigt man dazu, sich herrichten, schön machen, gut anziehen etc. mit abendlichen Veranstaltungen, Treffen etc. zu verknüpfen. Andere Umstände könnten Schminken bei Tag eher verständlich machen,

²⁷⁹ Thomas Macho. Mit sich allein. Einsamkeit als Kulturtechnik. In: Aleida und Jan Assmann (Hrsg): Einsamkeit. Archäologie der literarischen Kommunikation VI. München: Wilhelm Fink, 2000, S. 32.

bspw. Geschäftstreffen. Dafür scheint die Garderobe aber nicht hinreichend geschäftlich zu sein.

Schon angesprochen wurde das Schminken im Autospiegel.

Innerhalb der Vorstellungen zu sozialen Prozessen (12.) muss angeführt werden, dass gerade die Haltung der Figur dazu dient, möglichen Interaktionen aus dem Weg zu gehen, diese gar nicht erst beginnen zu lassen. Man kann sagen, da Schminken eine Vorbereitung auf Interaktion ist, wäre eine solche während des Schminkakts nicht gewünscht, also die Vorbereitung auf Soziales ohne Soziales abzulaufen hätte.

Das Größenverhältnis zwischen Frau und Spiegel ist fällt auf. Der Spiegel winzig, der Körper der Frau hingegen riesig. Dennoch ist es das Spiegelbild, das uns erklärt, was hier passiert, das uns die (vielleicht trügerische) Sicherheit gibt, hier würde sich eine Frau schminken, das im Zentrum dieses kompositorischen Zusammenhangs steht. Das liegt an der Abgewandtheit des Subjekts. Zwar sind beide Elemente im Vordergrund, dennoch kann nicht behauptet werden, das Größere hätte mehr Relevanz. Es scheint notwendig, visuelle Relevanzen festzustellen, was wie von außen als wichtig oder weniger wichtig kategorisiert wird. Ein Rücken, mag er noch so entzücken, hat gegen einen sich rot schminkenden Mund keine Durchsetzungskraft. Allerdings könnte gerade die Abgewandtheit für manche Interpretinnen eine derart starke Wirkung haben, dass sie das schnell als Klischeebild abgewertete Spiegelsegment dem großen weiblichen, starken Körper unterordnen.

Das Sehfenster muss hier als nicht realisiert verworfen werden, ebenfalls handelt es sich nicht um ein Loch in einer Wand durch das eine dahinter stehende Frau nur ihren Mund zeigt, umrahmt von einer schwarzen Klammer. Der Rahmen (1.) bleibt in der Lesart des Spiegels als Spiegelrahmen bestehen. Wir haben es nicht mit einem Trieb (2.) zu tun (wobei die Lesart der Kombination aus Natur und Technik in der Lesart „Widersprüchlichkeit (18.) bestehen bleibt), auch mit einer ausufernden Ornamentik (3.) ist nicht zu rechnen, die Vorstellung eines Teiles eines Ganzen oder Einzelteils ist aber weiterhin relevant. Die Frage nach der Materialität (8.) wird durch die Kenntnis des Objekts als Autospiegel beantwortet. Spiegel und Autospiegel können zusammen als Lesart verwendet werden. Mit einem großen Schönheitsfleck ist ebenfalls nicht zu rechnen, vielmehr handelt es sich um einen (vielleicht bemerkenswerten) Teil des Spiegels.

Werbekontexte

Die Vielzahl an möglichen Werbekontexten bleibt bestehen, hier wird die Offenheit, Unklarheit (18.) des Bildes auch deutlich.

Hypothesen zu Segment 1, 2 und 3

„Wer sich öffentlich spiegelt handelt abweichend.“

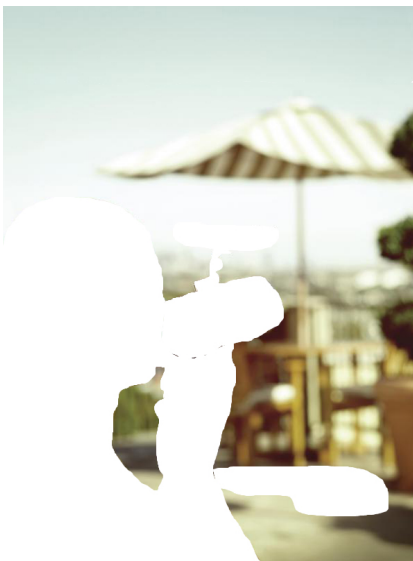
„Der Spiegel konzentriert die Aufmerksamkeit des Menschen auf sich (im dialektischen Widerspruch mit dem „Nicht-Sich“).“

Durch diese (zeitweise) Konzentration, wie sie auch in der Beobachtung am Anfang der Arbeit angedeutet wurde, kommt es zu einem interaktiven Zusammenhang zwischen Mensch und Spiegel.

„Wenn ein Spiegel im Bild einer Selbstbetrachtung dient, wird der Bildbetrachter zwangsläufig zum Voyeur.“

Diese, schon ähnlich formulierte Hypothese, wird hier im vervollständigten Zusammenhang zwischen Spiegelbild, Mensch vor Spiegel und Betrachter einer (Werbe)Fotografie klar.

7.8. Viertes Segment



Einen großen Teil der gesamten Fotografie bildet das vierte Segment.

Das Segment ist unscharf, unklar (18.). Ein Flimmern wie das heißer Flammen breitet sich über das Bild. Unschärfe ist aber gemeinhin und für dieses Bild sinnvoller mit der Fototechnik, als mit Hitze verbunden. Dennoch mag der Eindruck des Hitzeflimmerns nicht nur auf die Unschärfe zurückzuführen sein. Das gesamte Segment taucht ein in das Gefühl eines heißen Sommertages. Auch an Fata Morgana, an eine Oase ist zu denken. Die verwendeten Farben, wir sehen braun, gold, das aber auch als grau gesehen werden könnte, geben den Eindruck von Hitze wieder. Das Grau des Hintergrundes kann durch die Unschärfe als weitläufige Wüste, als verschwommene Stadt gedeutet werden. Der Sonnenschirm hat als Objekt vor allem die Aufgabe, vor heißen Sonnenstrahlen zu schützen. Der immergrüne Baum könnte der generellen Hitze entgegenstehen, einem Fels in der Brandung gleich, der sich von heißen Sommertemperaturen nicht entkräften, nicht aufhalten lässt. Gleichzeitig vermittelt er durch seine kleinen Blätter den Eindruck auf Wasser nicht besonders angewiesen zu sein. Symbolisch hat Unschärfe einiges zu bieten: In der Unschärfe lassen sich keine genauen Urteile fällen. Die berühmte Unschärferelation Heisenbergs ist für Physik, vielleicht auch für soziales Leben sehr relevant. Sie lässt uns im Ungewissen über einen bestimmten Zustand im Bild. Durch Unschärfe könnte man meinen, wird einem Teil eines Bildes weniger Relevanz zugesprochen.

Zu der Unschärfe in Widerspruch stehen die in diesem Segment getätigten Raum- und Zeitangaben. Der Raum wird in diesem Segment zwar visuell geöffnet, interpretativ aber geschlossen, da wir nun genaue Angaben darüber machen können, wo sich das Bild räumlich befindet, auf einer Terrasse mit Aussicht. Der Hintergrund liefert den Rahmen für diese zwei wesentlichen Ordnungsangaben des Bildes. Der räumlichen Ordnung der Dinge, einer Fülle im rechten Bildraum, steht eine Leere im linken gegenüber. Auf der einen Seite sind so Menschen potenziell vorhanden, auf der anderen ist der weite blaue Himmel (das Ungewisse, 14.). Die räumliche Konzentration ist jedenfalls auffällig.

Zu sehen ist eine Sitzgruppe mit Aussicht, die verschwommen, aber doch soweit sichtbar ist, um einen Tisch und zwei Sessel von einander unterscheiden zu können. Sie bildet den Ort in diesem Segment, der für soziale Interaktion ausgerichtet ist. An diesen Tisch kann man sich setzen, allerdings fehlt alles, was ihn als einladend ausweisen würde, abgesehen von der Aussicht, die generell eine besondere Verfügungsgewalt über Menschen haben dürfte. Andere Hinweise auf soziale Interaktion, oder soziale Prozesse (12.), die in Gang gebracht werden, fehlen vollständig. Kein Glas Wasser, kein Teller, vor allem kein Mensch ist in diesem Segment zu sehen. Der Tisch ist zwar von der Sonne stark bestrahlt, wirkt warm, aber auf Grund der Leere nur unzureichend einladend. Ein leerer Tisch könnte bedeuten, dass niemand

da ist, aber auch, dass noch niemand da, man die erste Gästin oder der Gastgeber ist.

Gleichzeitig hat dieses Segment vor allem im Bereich der Terrasse stark die Konnotation der Aufgeräumtheit, der Unberührtheit. Alles wirkt ordentlich, man kann sich kaum vorstellen, dort je einen Menschen zu sehen.

Die Kombination aus weit weg und nahe zeigt sich deutlich. Die nächste Sitzgelegenheit ist nahe, ein Ort zum Ausruhen. Alles andere wirkt weit weg, fast unerreichbar, durch den Zaun wird dieser Eindruck verstärkt. An mögliche symbolische Bedeutungen eines Zauns im Bild ist zu denken. Er trennt das Bild, gibt einen Bereich vor, der nicht zu betreten ist bzw. eine Grenze, die nicht überschritten werden kann. Ein Zaun stellt einen Schutz vor einer Gefahr dar, wenn dahinterliegend eine Schlucht droht. Dieser Schutz kann ein trügerischer sein. Nicht jeder Zaun, der vorgeblich dem Beschützen dient, schützt. Viel mehr sperrt er ein, oder sperrt aus (Grenzzäune, Zäune in Straflagern). Im Allgemeinen kann er als Symbol nur wankelmütig (18.) oszillierend verstanden werden, wobei mit großer Wahrscheinlichkeit die besten Jahre des Zauns (als er „unsere“ Städte in Mauerform vor allen Übel bewahrt hat) hinter ihm liegen und er vorrangig mit Kleinbürgerlichkeit (Maschendrahtzaun) oder menschlichen Desastern (Stacheldrahtzaun) in Verbindung gebracht wird. Der Zaun lässt sich in seiner symbolischen Deutung mit Widersprüchlichkeit (18.) verbinden.

Hinweise auf Natur und auf Kultur (18.) finden sich in diesem Segment nebeneinander, im Objekt des „Busches“ oder der Topfpflanze in Kombination. Natur und Kultur, wenn man als Natur die diffuse Steinwüste im Hintergrund, als Kultur die Terrassenszene besetzt, werden durch räumliche Zugehörigkeit, durch ähnliche Schärfegebung in einen Zusammenhang gebracht. Im Konnex Schirm und Topfpflanze erkennt man die beherrschte, zurechtgeschnittene Natur, also etwas, das als Kulturnatur bezeichnet werden könnte und in sich als Begriff die Widersprüchlichkeit verbalisiert.

19. Schutz (durch Sonnenschirm)

Der Sonnenschirm, ein Schutz, ein tragendes Zelt über dem gefahrvoll nackten Kopf der Menschen. Der Sonnenschirm breitet sich über einen guten Teil des Segments aus und nimmt den relevanten Bereich der rechten oberen Ecke ein. Das Bild bewegt sich in Richtung Sonnenschirm, der an einer Grenze aufgestellt ist. Der Sonnenschirm bedeckt beinahe die gesamte Bildbreite. Heute kursieren bspw. Nachrichten rund um „Euro-Rettungsschirme“ und jeder kann sich ungefähr vorstellen, was darunter zu verstehen ist, obwohl niemand zu Hause einen Rettungsschirm liegen oder jemals zu Gesicht bekommen hat. Es gibt so etwas nicht. Was es gibt ist einen Rettungsring, oder einen Sonnen-, Regen-, oder Fallschirm. Dennoch ist

das Bild klar und auch warum der Rettungsring (der einengt, keine Freiheit gibt) nicht die bevorzugte Metapher im Sinne einer EU Hilfsmaßnahme und (auch damit) einer Werbebotschaft sein kann.

20. Aussicht (in Verbindung zu Unklarheit, Unschärfe, Widerspruch)

Dieses Segment zeigt eine Aussicht. Aussicht heißt immer über etwas stehen um darüber sehen zu können. Synonym zu Aussicht kann der Begriff Ausblick verwendet werden, inwiefern das zutrifft, könnte befragt werden. Ein Ausblick gilt als etwas Erstrebenswertes, Aussichtsplattformen, Türme etc. werden überall gebaut, Berge ob der dann freiwerdenden Aussicht mühevoll bestiegen usw. Den Blick Höhe als Selbstzweck beschreibt Petrarca in seinem Brief über die Besteigung des Mont Ventoux,²⁸⁰ um dann diese kritisch mit Augustinus zu lesen, der in den Bekenntnissen schreibt:

„Und die Menschen gehen und bewundern die Höhen der Gebirge, die gewaltigen Wogen des Meeres, den breiten Fluss der Ströme, den Umfang des Ozeans und den Umlauf der Gestirne, auf sich selbst aber achten sie nicht (...).²⁸¹

Daneben ist Ausblick symbolisch mit anderen Blicken verbunden, die über die reine Weitenwirksamkeit der Höhenposition hinausgehen, wie der Weitblick, der Durchblick., die Aussicht wird gerne in Verbindung mit den Wetternachrichten als Wahrscheinlichkeitsform gesetzt. Ein Ausblick trägt also assoziativ auch geistigen, intellektuellen Vorsprung in sich. Wer weit blickt, kann weit vorausplanen und hat dadurch einen Vorteil, wer immer von unten auf die Terrasse hinaufschaut, sieht aus seiner Position viel weniger, als der von der Terrasse Hinunterblickende. Hier klingt deutlich der von Robert K. Merton detailreich verfolgte Aphorismus des Zwergs auf den Schultern von Riesen an, der durch seine Position weiter blicken kann, als der Riese selbst.²⁸²

²⁸⁰ Vgl. Petrarca, Francesco (an Francesco Dionigi von Borgo san Sepolcro in Paris). Die Besteigung des Mont Ventoux. Frankfurt a. M.: Insel, 1996. S. 27 f.

²⁸¹ Augustinus, Aurelius. Bekenntnisse. Aus dem Lateinischen übersetzt von Dr. Alfred Hoffmann. München: Kösel, 1914. S. 226.

²⁸² Merton, Robert. K. Auf den Schultern von Riesen. Ein Leitfaden durch das Labyrinth der Gelehrsamkeit. Frankfurt a. M.: Syndikat, 1980.

21. Einsamkeit (oder Alleinsein) (zu Privatheit²⁸³)

Keine Menschen zeigen sich. Es herrscht Einsamkeit und Menschenleere. Menschen sind das, worauf man sich verlässt, aber da sind sie nicht. Die Leere kann beabsichtigt sein, vielleicht soll niemand da sein, weil man es sich so wünscht. Dialektisch (oder eher paradox) kann man sagen, wir brauchen Menschen um uns wohlzufühlen und wir brauchen keine Menschen um uns wohlzufühlen. Besonders bei Schopenhauer bekommt die Einsamkeit im berühmt gewordenen (hier frei wiedergegebenen) Aphorismus „nur allein ist der Mensch frei“ eine positive Assoziation, die auch von neueren Einsamkeitsforschern aufgegriffen wird, indem sie die mutige Vermutung äußern, dass „die Idee der Freiheit als Vollkommenheit sich offensichtlich nur in der Einsamkeit der Menschen realisieren (kann).“²⁸⁴ Die hier kurz angeführte Kombination aus Einsamkeit und Freiheit kann im Segment als mit dem Ausblick in Verbindung stehend begriffen werden.

In einer anderen Lesart kann das Segmentsujet weit weniger befreiend interpretiert werden, denn der Ort, eigentlich einladend, da er eine Sitzgelegenheit sichtbar zeigt, wirkt gerade durch sie umso verlassener. Eine Hängematte kann man sich gut einsam, verwaist vorstellen vielleicht den Wunsch hegen, sie unbesetzt vorzufinden. Das ist bei einer Sitzgruppe anders. Insofern unterscheiden sich Räume, an denen man alleine sein will, durch die verwendeten Objekte von solchen, an denen man mit anderen zusammen sein möchte. So wären Räume im Besonderen von den jeweils verwendeten Objekten bestimmt bzw. bestimmbar, wobei die relationale Raumvorstellung Löws die Bewegung zwischen Menschen und Dingen verständlich machen kann.²⁸⁵ Die Objekte geben uns deutlich Aufschluss über die sozialen Prozesse, die an dem bestimmten Ort gewünscht sind, oder eben nicht, auch sie rahmen Interaktionen.

Die Einsamkeit des Ortes ist mit dem Zaun verschränkt. Ein Zaun dient dazu, von Anderen (aber auch von Gefahren) abzusondern (vgl. Sonnenschirm). Die einzelnen Elemente sprechen aus, dass von anderen Menschen Gefahr ausgeht, aber man durch gewisse Objekte zwar eine einsame, aber beständige Sicherheit erlangen kann.

²⁸³ Ich verstehe den Begriff im Sinn eines „Privat-Seins“, also „Für-sich-Seins“, um mit Sartre zu sprechen. Dass es in diesen Bereich Öffentlichkeit eindringt, sehe ich als selbstverständlich an. Die Trennung erscheint mir für das Bild trotz der berechtigten Einwände der kritischen Theorie sinnvoll. Vgl. Reinhold, Gert (Hrg.). Soziologie-Lexikon. 3. Auflage. München: Oldenbourg, 1997. S. 508-509.

²⁸⁴ Katschnig-Fasch, Elisabeth. Cecile Huber. Anita Niegelhall. Roberta Schaller-Steidl. Einsamkeiten. Orte. Verhältnisse. Erfahrungen. Figuren. Wien: Turia+Kant, 2001. S. 7.

²⁸⁵ Vgl. Löw, 2001.

Verschiedene Hintergrundebenen zeigen sich in der Tiefe der einsamen Aussicht, die Nähe der Terrasse als nächsten Bereich des Hintergrundes und weiter entfernt ein grauer Belag, der aber eindeutig weit weg und tiefer liegend wahrgenommen wird. Es könnte sich um die verschwommene Silhouette einer Stadt handeln. Die nächsten Menschen wären nur erahnbar, da weit entfernt und in Schemen (und nur in den Schemen ihrer Behausungen) zu erkennen.

7.9. Segment eins, zwei, drei, vier



Zusammengenommen öffnet sich ein als ungewohnt, speziell oder als ähnliches zu bezeichnender Bildzusammenhang (18.). Für sich genommen mögen eine Frau, die sich im Rückspiegel schminkt, und eine Terrasse jeweils nicht ungewöhnlich sein, erst in Kombination wird das den Sehgewohnheiten widersprechende Sujet deutlich. Aus dem zentralen Segment bzw. Interaktionszusammenhang wird ein Sujet erwartet, das innerhalb eines Raumes ist, der Hintergrund zeigt aber eine Außenaufnahme. Objekte und soziale Prozesse zeigen räumliche Verortungen an, deren Veränderung das trainierte visuelle Empfinden in Frage stellt. Das Brechen visueller Codes, die von Objekten geschaffen werden, dient dazu, Sehgewohnheiten und damit soziale Gewohnheiten zu konterkarieren, die Rahmung der einzelnen Situationen im Sujet wird dadurch widersprüchlich. Im Bild sind zwei

Bilder, die zusammen ein gemeinsames, nicht bekanntes Bild ergeben. Eine solche Einschätzung wird auch durch die Differenz scharf/unscharf unterstützt. Die subjektivistische Empfindung Roland Barthes eines „unerwarteten Geschehnisses“²⁸⁶ scheint sich in diesem Sujet über objektivierbare Sinnzusammenhänge zu ergeben. Auf eine Besonderheit der Konstruktion wurde in diesem Bild offenbar Wert gelegt.

Es findet ein sozialer Prozess (12.) innerhalb der Segmente statt, ohne die Gegenwart anderer Menschen (21.) zu benötigen. Die Frau ist stark auf sich fokussiert und steht in Gegensatz zu den Bildelementen im Hintergrund. Die Menschenleere gibt ihr auch die nötige Einsamkeit für einen privaten Vorgang. Im Zusammenhang der Segmente wird die Einordnung in Einsamkeit plausibel. Diese Einsamkeit beruht auf einer Unterscheidung „zwischen einsam sein und allein sein. (Es ist) das Gespür (...) ein inneres Leben zu haben, das mehr ist als eine Spiegelung der Leben der anderen. Es ist die Einsamkeit der Differenz.“²⁸⁷ Treffend wird eine solche Einsamkeit im Bild über die Differenz zwischen Vorder- und Hintergrund sowie die Selbstreflexion im Spiegel gezeigt. Dass diese momentane Einsamkeit eine allgemeine sein will, stünde zumindest in Widerspruch zu oben angeführten Vorstellungen um die soziale Verortung des Schminkens und kann hier nur als Vermutung angedacht werden. Daneben ist in meiner Lesart des Zitats nicht die auf abstraktem Niveau angesiedelte geistige Differenz zentral.

Die Vorstellung des fast anstehenden Voyeurs (16.) bleibt erhalten. Auch wenn sich hier Bedeutungsverschiebungen durch die Offenheit des Raumes hinter der Frau ergeben. Denn durch diese ist man als potentieller Voyeur geneigt den Eindruck zu bekommen, man könnte selbst leicht Opfer einer ungewollten Beobachtung werden.

Der Spiegel (17.) kann mit der Lesart erweitert werden, der Mensch (11.) hätte ihn beabsichtigt ausgerissen und könnte ihn deshalb direkt vor sein Gesicht heben. Die Zerstörung eines Objektzusammenhangs mit definierten Funktionen und einer bestimmten räumlichen Orientierung um ihn den eigenen Wünschen, Vorstellungen etc. nach nutzen zu können. Was dieser Lesart aber deutlich widerspricht ist die schon oben beschriebene grazile Haltung der haltenden Hand. Sie scheint vor allem eine Richtung vorzugeben, und nicht den Spiegel in die Höhe zu halten. Der Spiegel gibt den Eindruck als würde er schweben, im Raum aber

²⁸⁶ Barthes, Roland. 1985. S. 28. Zwar meint er damit etwas esoterisch „die Beseelung, die von der Fotografie ausgeht,“ etwas die persönlichen Sehgewohnheiten Durchbrechendes (dieses Differenzpaar nennt er *studium* und *punctum*), doch finde ich das angeführte Begriffspaar in diesem Fall passend genug, es aus dem subjektiven Zusammenhang zu lösen.

²⁸⁷ Foucault, Michel. Von der Freundschaft als Lebensweise. Michel Foucault im Gespräch. Berlin: Merve Verlag. 1984. S. 27.

eigentlich doch nicht in diesem Raum sein, der leere Raum im Spiegel (14.) wird dadurch unterstrichen. Die magischen Fähigkeiten des Zauberspiegels können hier mitgedacht werden.²⁸⁸ Das Spiegelbild des Spiegels erhält durch das Zusammenfügen der Segmente einen als magisch zu bezeichnenden Touch. Denn geht man davon aus, dass ein Spiegel das spiegelnd zurückwirft, das auf seine plane optische Fläche fällt, dann erscheint das blendende Weiß (14.) zusammen mit dem Terrassensujet unwirklich. Die Vorstellung einer in diesem Weiß ohne Kontur, vollkommen unwirklich gestrichenen Hauswand muss stutzig machen. Über den Spiegel können weitere Bildebenen aufgemacht werden, die sonst unsichtbar blieben, wie auch in der beschriebenen Arnolfinihochzeit, über einen magischen Spiegel dazu noch weitere Sinnebenen, die sonst ungedacht bleiben müssen. Da der Diskurs über Spiegel diesem Objekt diese Fähigkeit gibt, kann sie verwendet werden, um Sinn zu produzieren ohne zu verstören. Eine magische Zahnbürste lässt sich nicht derart herstellen.

Aus Segment zwei lassen sich einige Lesarten herauskristallisieren, wieso dieses Weiß zu sehen ist, im Zusammenhang mit Segment vier werden im Speziellen Vorstellungen zu Einsamkeit (21.), Verlassenheit, usw. spürbar. Der magische Spiegel blickt zurück und hinter der Frau ist eine völlige, weiße Einsamkeit, vor ihr eine weniger furchteinflößende mit schöner Aussicht. Nach hinten gibt es keine Aussicht, selbst wenn gerade das die Aufgabe eines Rückspiegels sein sollte. In anderen Sujets könnte der Spiegel die Fähigkeit bekommen, einem Menschen seine oder eine Zukunft zu zeigen. Der Spiegel kommuniziert mit dem Menschen im Bild, auch ohne magische Übertreibung. Er kommentiert, weist hin, lässt offen.

Interessant ist hinsichtlich der oben angesprochenen Undeutlichkeit, Widersprüchlichkeit (18.) des Bildes die Betrachtung der Abweichung. So ist die Handlung der Frau abweichend, in bestimmten Situationen sogar lebensgefährlich. Auch die räumliche Verortung der Tätigkeit gibt dem Eindruck der Abweichung Recht. Daneben werden aber eine Vielzahl an positiv normierten, an standardisiert-organisierten, an nicht-devianten Elementen dem Sujet beigelegt. Die stilsichere Haltung des Lippenstifts, der kultivierte Baum, die ästhetische Sitzgruppe, die perfekte Haut der Frau usw. Das Bild lebt von Widersprüchen auf unterschiedlichen Ebenen, im Bildsujet, in den abgebildeten Prozessen, in der normierten Einordnung der Bildelemente.

Der zentrale Farbkleck der roten Lippen (12.) kommt besonders zur Geltung, wenn er sich von den ansonsten eher matten Farbtönen absetzen kann. Die Verwendung des Rots

²⁸⁸ vgl. Hartlaub, Schneewittchen, Eco

gegenüber und in Opposition zu den anderen Farben fällt auf. Dazu trägt weiter die räumliche Position des Mundes bei. Er ist mitten im Bild, mitten im Spiegel (17.). An einem sehr einsamen Ort, neben der scharfen weißen Fläche (14.) im Spiegel, ist er mit seiner blutroten Farbe das wesentliche Anzeichen von Lebendigkeit in diesem Bild.

Im Spiegel sammeln sich so die Bedeutungsinhalte Tod (das Weiße) und Leben (das Rote). Die räumliche Anordnung von Subjekt und Objekt(en) ist auffällig. Das Subjekt befindet sich links im Bild, die Objekte im rechten Bildteil. In der Mitte findet sich als Zentrum der Spiegel, in dem sich das Subjekt spiegelt und das so mit ihm in Verbindung steht. Die Ordnung der Bildelemente findet rund um den Spiegel statt.

So kann das Objekt „Spiegel“ eine Vermittlerposition zwischen Objekt und Subjekt einnehmen. Das Interaktionspaar Mensch – Spiegel hat durch seine Schärfe viel Kraft, und stellt diese visuell gegen die anderen Bildelemente, die unscharf, unklar gezeigt werden. Aber die Bedeutung kann auch im Interaktionsprozess der beiden, der Frau und des Spiegels liegen, der einen derart kräftigen Zusammenhang aufmacht, dass die Umgebung nur verschwimmen kann, weil sie in dieser Art von der Frau wahrgenommen wird, verschwommen, nur an den Seiten ihres Blickfeldes etwas sichtbar. Die Frau und der Spiegel sind also durchaus die „Einheit“, das zentrale Bildmotiv, dennoch geht, wie schon gesagt, die Bewegung des Bildes hin in Richtung Schirm, Richtung Schutz, weg von dem nur noch andeutungsweise zu sehenden weißen Nichts.

Andeutungen (18.) spielen eine wichtige Rolle (Andeutung des Autos, des Gesichts, der Stadt). Diese werden in Diffusität visualisiert. Gerade dieser Begriff legt sich stimmig über bisher Gesagtes. Es könnte eben so, aber auch so sein, wie es kommen wird, wie es wirklich ist, weiß man noch nicht, weiß man erst später, und gibt so der szenischen Interpretation des Bildes oben Recht. Diese Deutungsoffenheit bei gleichzeitigem Abschluss durch

Einschränkung von Objekten und Handlungen könnte für die Werbebotschaft entscheidend sein. Das Bild ist nicht wirklich in der Lage, etwas, einen Sachverhalt klar anzusprechen.

Ebenso spielt das Bild mit dem Nicht-Erwarteten. Eine Vielzahl möglicher

Anschlussoptionen, die im Lauf der Segmentanalyse angedacht, begründet etc. wurden, erfüllt sich nicht. Das beginnt in den ersten Segmenten, wo sich nicht ein typisches Rückspiegelbild zeigt. In diesem Segmentzusammenhang ist es bspw. das Fehlen jedes weiteren technischen Hinweises, das Fehlen autospezifischer Elemente. Daneben wurden aber andere Optionen gezogen, wie die Vorstellung einer Außenaufnahme auf Grund der schon früh erkennbaren Lichtspiele in früheren Segmenten.

Auch mögliche, sinnvolle Anschlüsse wie eine Toilette, oder ein besonderer Raum, für den man sich hübsch machen möchte, konnten sich nicht etablieren, wenngleich die Sinnelemente der Toilette und des Hübschmachens weiterhin da, aber aus dem erwartbaren, zu erwartenden Zusammenhang gerissen sind, und eine Neueinordnung, teilweise sogar eine Neudeutung bekommen haben (bspw. Toilette machen auf der Terrasse als abweichendes Verhalten ist hier möglich)

Der Schirm (19.) breitet sich noch nicht über dem Haupt der Frau aus. Sie ist nicht unter dem Rettungsschirm, der sie vor der Sonne schützt. Es wirkt, als wollte der Schirm seine Flügel weit ausspannen, um sie unter sich zu bekommen, fast erhält er ein Eigenleben, doch nicht ganz, die Frau wird verlangt. Der Prozess, der im Gang ist, ist nicht der Weg zum rettenden Schirm, warum auch, das Wetter ist schön, sondern der Schminkvorgang.

Zwar nicht völlig ausgeschlossen, aber doch unstimmig ist der Kontext des Treffens, außer die zu treffende Person verspätet sich. Die Idee des Frischmachens kann auch nicht aufrechterhalten werden, vielmehr handelt es sich um einen einsamen Verschönerungsakt. Wir befinden uns offensichtlich weder in einem Auto, noch in einem Badezimmer oder einer Toilette. Die Kontexte der Verortung des (oder eines) Spiegels treffen nicht zu. Jedenfalls wurde die Vorstellung der Einsamkeit, die für diese Tätigkeit angenommen wurde, realisiert, jedoch nicht an einem Ort, an dem man diese erwartet, sondern viel mehr an einem völlig konträren Ort, auf einer Aussichtsplattform, die mit Geborgenheit, Privatheit oder Uneinsichtigkeit so gut wie nichts zu tun hat.

Die Welt ist, so weit es visuelle Merkmale angeht, relativ intakt. Weltuntergangsideen können auf Grund der Diffusität, der grauen Wüste, die alles sein könnte (also sowohl verschwommene Häuser als auch verschwommene eingestürzte Häuser) nicht völlig ausgeschlossen werden, wirken aber durch die Nähe der funktionstüchtigen Möbel, des Schirms, des kultivierten Baumes wenig haltbar. Allein der Zaun mag hier dagegen sprechen, dem man unterstellen könnte, er würde die Welt teilen, in eine zerstörte, graue Betonwüste, und eine heile, leichter verschwommene „Wirklichkeit“ der Terrasse.

Die Unklarheit, ob es sich um einen Teil eines Ganzen oder ein Einzelteil (3.) handelt, löst sich auf. Auch Glänzen als Bildzusammenhang verliert durch das Wissen um eines Außenaufnahme an Bedeutung.

Der Kontext einer Autowerbung wird durch das Fehlen des gesamten Autos natürlich schwächer. Es bleibt alleine der Autospiegel übrig, der aber durch seine zentrale Position sehr

wichtig ist. Die Gartenmöbel im Hintergrund könnten für eine Werbung in dieser Richtung sprechen, wobei sie doch sehr unscharf und ins Abseits gedrängt wirken. Der klassische Werbekontext des Schminkens wirkt möglich, die fehlende Zurückgezogenheit, der fehlende Blick, das allgemein deviante Verhalten der Figur sprechen aber gegen diesen Zusammenhang. Insgesamt verbleibt der Werbekontext demnach offen bzw. unklar.

Hypothesen

„Wenn Objekte Funktionen (auch als visuelle Metapher) übernehmen, die Menschen zugeordnet sind, werden sie in dieser Sicht, also funktional, anthropomorphisiert.“

Objekte werden zu Interaktionspartnern, und bleiben nicht nur funktionale

Verwendungszusammenhänge. Die Einsamkeit eines gesamten Bildes kann durch das Dasein eines Spiegels aufgehoben werden. Geht man davon aus, dass Funktionen von Objekten personalisiert werden können, kann man festhalten, dass Objekte ihre Position von Funktionsleistern zu Dienstleistern wandeln (können). Das verweist auf die Idee des Postsozialen von Karin Knorr-Cetina, in der „Objekte an die Stelle von Menschen als Interaktionspartner treten und traditionelle, über Interaktion vermittelte soziale Einbettungen ersetzen.“²⁸⁹ Das generelle Primat auf Interaktion wird nicht mehr allein dem Menschen mit Menschen (oder anderen Lebewesen) zugesprochen, sondern gerade das Unbelebte, das Objekthafte bekommt in der Bewegung über das vorausgesetzte lebendig-soziale eine Neubewertung. In der Artefaktanalyse könne diese Gedanken mit dem Begriff des figurationsschaffenden Artefakts verbunden werden (vgl. S. 56).

²⁸⁹ Knorr-Cetina, Karin (2007): Umrisse einer Soziologie des Postsozialen. in: Lars Meyer, Hanno Pahl (Hrsg.), Kognitiver Kapitalismus. Soziologische Beiträge zur Theorie der Wissensökonomie. Marburg (Metropolis), S.25-40 (Übersetzung vom Englischen in Deutsche, zusammen mit Alexandra Hessling). S. 15.

7.10. Fünftes Segment

"It wasn't a total loss"



Dieses Segment ist von den anderen Segmenten zu unterscheiden, da es sich um bildinterne Textelemente handelt. Diese sind an zwei Stellen des Bildes zu finden, zum einen sehr zentral, zum anderen im rechten unteren Eck des Bildes.

Während das zentrale Textelement in brauner Schrift gezeigt wird auf einem weißen Untergrund, ist das zweite in weißer Schrift gehalten und über den unscharfen Bildhintergrund gelegt.

Das erste Textelement in der Mitte des Bildes lautet: „It wasn't a total loss“. Dieser Text ist in einer etwas nach rechts gelegten Schrift eingefügt und auf Englisch abgefasst. Das lässt zumindest die Vermutung zu, dieses Werbebild würde im englischen Sprachraum Verwendung finden, obwohl wir wissen, dass Werbesprache im Allgemeinen häufig auf Anglizismen, aber auch auf genuin englische Werbebotschaften rekurriert (Coca Cola sagt „Always Coca Cola“; McDonalds sagt „I'm loving it“).

Der hier gebrauchte Textblock bedeutet übersetzt „Es war nicht ein totaler Verlust“. Man kann sich die Frage stellen, ob durch die Übersetzung zwischen Englisch und Deutsch große Deutungsverluste entstehen, ob in der englischen Werbebotschaft Doppel- oder Mehrdeutigkeiten mitgedacht wurden, die eine deutsche Übersetzung mitdenken müsste, auch wenn sie keine adäquate sprachliche Entsprechung liefern könnte.

Das unspezifische (18.) „es“ zeigt nichts Genaues an, zu Beginn des Satzes bleibt die Leserin im Unklaren darüber, was hier verhandelt wird. Auf das Personalpronomen folgt eine Verneinung, auf Englisch in einem zusammengesetzten Wort, auf Deutsch mit Hilfe einer

Konstruktion aus zwei hintereinander stehenden Worten. Dieses „war nicht“ gibt dem Satz eine weitere Wendung hin ins Unbekannte. Wenn schon unklar war, was oder wer mit dem vieldeutigen „Es“ gemeint sein könnte, kann man die Verneinung dieses Unbekannten als weiterer Verklausulierung, Hermetisierung des Satzes wahrnehmen, da es sich jetzt um etwas Unbekanntes handelt, das nicht ist. Etwas Unbekanntes zu erkennen, das ist, mag schwierig sein, weil der Umgang mit dem Unbekannten Menschen vor Neues stellt. Ein Unbekanntes, das nicht ist, klingt fast nach einer unmöglichen, oder geisterjägerhaften Beschäftigung. Die ersten zwei Teile des Satzes spielen mit dem Element des Ungewissen.

Der zweite Teil des Satzes, der sich als „ein totaler Verlust“²⁹⁰ übersetzen lässt, bezieht sich grammatikalisch auf das Subjekt „es“ und definiert dieses, zumindest aus Sicht einer Satzkonstruktion, genauer. „Ein totaler Verlust“ bedeutet für mich, dass ein zuvor Anwesendes (ein Besitz, ein Gefühl, eine Person, ...) mittlerweile komplett und gänzlich zu einem Nicht-Anwesenden wurde. Verlust zeigt weiters an, dass diese Veränderung zumindest aus der Perspektive des verlierenden Subjektes unfreiwillig geschehen ist. Einen konkreten Hinweis, um was für eine Art von Verlust es sich handelt, findet sich nicht.

In Kombination der beiden hier aufgespalteten Satzteile bleibt vor allem der Eindruck der Unklarheit erhalten. Zwar wird klar, dass das unbekannte „Es“ nicht vollständig verlustig ging, Weiteres bleibt allein dem Assoziationsreichtum des Lesers überlassen.

Eine konkrete Aussage über das, was nicht mehr komplett da ist, mag erst aus dem Bild möglich werden. Hier könnte sich eine Sinnergänzung aus Bildsinn und Textsinn ergeben, die das Verständnis für beide erst im Zusammenhang liefert. Die textliche Offenheit lässt der Betrachterin nötigen Spielraum, um mit der Botschaft zu arbeiten, sich mit dieser auseinander zu setzen. Spannend ist Verlust als Werbebotschaft, da es gewöhnlich in Werbung um den Erwerb von Dingen geht.

Bemerkenswert sind die Anführungszeichen. Dieser Satz soll offen als gesprochener identifiziert werden. Der Figur im Bild wird dieser Satz damit direkt in den Mund gelegt, könnte man behaupten, gleichviel könnte man sagen, die Betrachterin des Bildes solle genau diesen Satz denken, sagen. Auf jeden Fall wird der Satz als zentrale Aussage, es handelt sich auch um einen Aussagesatz, ins Bild gelegt. Durch den Sprechblasen- und Aussagecharakter wird ein szenisches Potential dargestellt. Es soll, auch durch die Formulierung in der Vergangenheit, auf ein davor liegendes Ereignis hinweisen und eine szenische Abfolge im

²⁹⁰ Wobei „loss“ eine Vielzahl möglicher Übersetzungen haben könnte.

Vgl.

<http://dict.leo.org/ende?lp=ende&lang=en&searchLoc=0&cmpType=relaxed§Hdr=on&spellToler=&search=loss> Zugriff: 19.03.2012.

Kopf des Betrachters anregen. Der Satz deutet an, dass es im Bild vorrangig um etwas geht, das zuvor passiert ist und Auswirkungen auf die Gegenwart hat.

Der zweite Textblock im rechten unteren Eck sagt „Do you have the right car insurance?“ und dazu „State Farm“ wobei neben diesen zwei Wörtern ein viereckiges Symbol zu sehen ist, das als Firmenlogo zu identifizieren ist. Da auch dieser Satz, der die Auflösung der Frage welches Produkt mittels dieser Werbung beworben werden soll, vervollständigt, in englischer Sprache abgefasst ist, liegt die Interpretation nahe, dass es sich hier um eine Werbung aus einem englischsprachigen Land handelt. Denn im Gegensatz zur Werbebotschaft, die wie oben angeführt auch fremdsprachig sein kann, wirkt Selbes bei Bildunterschriften, bei der Angabe der Herkunft, doch außergewöhnlich.

In diesem Bereich wird ein eindeutiger Bezug zu einer Firma, einem Produkt hergestellt. Dieser ist ziemlich klein, und nimmt einen geringen Bereich im gesamten Bild ein. Die Bekanntheit des Werbenamen „StateFarm“ ist vielleicht derart allgemein, sie benötigt keine große Werbungsschrift. Daneben kann man argumentieren, dass für die Vermittlung der richtigen Botschaft nicht der Name des Unternehmens angesehen wird, sondern die visuelle Vermittlung von Vorstellungen, Ideen, sozialen Prozessen, die in ihrer Gesamtheit dazu beitragen, das bestimmte Produkt werblich zu fördern. Insofern wird die Botschaft des werbenden Bildes der Botschaft der werbenden Firma übergeordnet.

Während für das Bild, für die visuelle Performanz des Bildes die Überschrift, der Satz im Zentrum des Bildes von größerer hierarchischer Bedeutung sein mag, ist es das Emblem unten links und der dazugehörige Name, der das gesamte Bild unterschreibt, sich quasi verantwortlich für alles Gesagte zeichnet. So kann man von unterschiedlichen Hierarchien sprechen, einer Bildhierarchie, die in der zentralen Bildstellung bedeutsam ist.

Die räumliche Verortung der Textstellen erinnert an Überschrift und Unterschrift bzw. Fußnote. Der unspezifische Satz ist die Überschrift, die zentral im Bild steht. Die Unterschrift, die dem gesamten Bild einen Urheber beigibt, für dessen Name, guten Ruf aber ebenso die erwünschte Lesart des Bildes steht. Eine Unterschrift wäre eine Beglaubigung, würde auch den Wahrheitsgehalt des gesamten Bildes unterstreichen. Diese Abfolge der textlichen Elemente trägt typisierte Züge, die aus der barocken Form des Emblems übernommen sind und aus In- bzw. Subscriptio besteht, sowie einem dazwischen gestellten Bild, einem Pictura.²⁹¹ In der Bearbeitung des Gesamtbildes muss die intendierte Wirkung dieses historisch verwurzelten Bildaufbaus genauer befragt werden.

²⁹¹ Vgl. Vogt, Ludgera. Was hat ein Telegramm mit Treue zu tun? Eine kultursoziologisch-semiotische Studie zu Text-Bild-Montagen. In: Hartmann. Hans A. Rolf Haubl (Hrsg).

7.11. Segmente eins, zwei, drei, vier, fünf



Was macht ein Spiegel (17.) in einer Werbung für Versicherungen?

Es ist hier gerade der Spiegel, der mit Hilfe des Aussagesatzes anzeigt, dass nicht alles verloren gegangen ist, sondern eben etwas, nämlich der Spiegel, übrig blieb, überlebt hat, gerettet werden konnte.

Allerdings stellt die Versicherung in der Unterschrift die Frage, ob man sich für die richtige entschieden hat. Aus der Ironie, nicht alles ging verloren, nur der Spiegel blieb übrig, kann man ableiten, dass der Verlust in diesem Fall, innerhalb der Handlung des Bildes, nicht passiert ist, ein kleiner Teil des Ganzen bleibt erhalten. Die Werbung ist als Antiwerbung für andere Anbieter zu lesen, deren Versicherung zu einem solchen Ergebnis führt. Diese Lesart kann einen Erklärungsbeitrag dafür leisten, warum sich die Versicherungsfirma selbst im Bildsujet dezent im Hintergrund hält. Sie will nicht mit dem Inhalt direkt verbunden werden, sondern mit der kritischen Frage zum Abschluss der Betrachtung des Bildinhaltes.

Die unterschiedlichen Ebenen der Unklarheit, der Widersprüchlichkeit (18.) bleiben auch im Zusammenhang mit dem ersten Textelement aufrecht. Das kann auf die Unterschrift hindeuten, die sich gerade eine Unsicherheit über einen bestimmten Zustand zunutze machen möchte. Im Zusammenhang mit Versicherungen kann noch der Begriff der Undurchsichtigkeit

fallen. Dazu kann man sagen, legt der Spiegel den Anker für andere Möglichkeiten, für die Möglichkeit der Sichtbarkeit, der Durchsichtigkeit, der Klarheit.

Das Voyeurhafte (16.) der Situation bleibt deutlich bestehen und wird erweitert. Während wir im gesamten Bild nicht nur die Frau in absoluter Nähe betrachten, hören wir sie dazu noch einen, vielleicht ironisch-heiteren, im Zusammenhang mit weiblichen Klischees auch törichten, dümmlichen Satz sagen, den sie, dem Bildsujet entsprechend, eigentlich zu sich selbst sagt. Wir sehen sie also nicht nur, sondern nehmen im Grunde an ihrem Denken teil, das hier als nicht besonders weitreichend, klug etc. klassifiziert wird (was man als Frechheit antifeministischer Natur auslegen könnte, oder als Humor, man weiß nicht wirklich). Im filmischen Bereich wird argumentiert, dass durch Humor, vor allem in Komödien, die Gefahren, die Sanktionen des voyeuristischen Blicks neutralisiert werden, der Voyeur durch Komik Akzeptanz erhält.²⁹² Das kann in diesem Sujet als Mitgedacht angenommen werden. Die Unterschrift ist hingegen zu deuten als die Stimme unserer eigenen Vernunft, die Stimme, die diese Frau nicht, nie hören wird, sondern die direkt uns, die Voyeure anspricht. Der kurze Satz ist wie ein koboldhaftes Flüstern, das suggestiv zu verstehen ist, vor allem ob der beschämenden Situation, in die die Betrachterin durch das Bild bewegt wurde.

Zwar werden auf der einen Seite eindeutig weibliche Klischees (12.) angeführt, die Bildinhalte sind sexuell aufgeladen, allerdings wird nicht sexuelle Abhängigkeit suggeriert, die Frau bleibt im Grunde nicht sichtbar, da wir ihre Augen nicht sehen, sie sich unserem, dem männlichen Blick entzieht. Somit werden sexuelle Ebenen eröffnet, aber gleichzeitig geschlossen, indem der Betrachter die Unfreiwilligkeit der beobachteten Situation durch den Blickentzug akzeptieren muss. Diese Verbindung unterschiedlicher Ebenen zeigt das sich weiter etablierende Moment der Widersprüchlichkeit, Undurchsichtigkeit. Das Bild besitzt sexualisierte Elemente, lässt diese aber nicht geradewegs zu, viel mehr schließt sie diese. Der Spiegel dient der Sexualisierung (durch den Mund), aber gleichzeitig der Entsexualisierung, der Pervertierung durch Entfernen eines möglichen Blickkontakts.

Aus dem kulturellen Wissen über Spiegel ist das Sprechen mit ihm, das über den einem Sprechblasentext ähnlichen Satz mit dem Spiegelbild geschieht, bekannt. Die Frau sagt diesen Satz, der wohl nicht zufällig eine ähnliche Ladung besitzt wie das berühmte „wer ist die Schönste im Land“, da sich der Satz in seiner visuellen Verknüpfung mit der Schönheit, der Schönheitspflege der Frau verbindet. Sie sagt diesen Satz zum, in den Spiegel hinein, sie

²⁹² Vgl. Denzin, Norman K. 1995. S. 4.

personalisiert ihn, macht ihn zu ihrem Gesprächspartner, zu ihrem Interaktionszusammenhang. Dem oben beschriebenen Eindruck, sie würde allein zu sich selbst sprechen, ist nicht als einzige Beschreibung der Situation zuzulassen. Viel mehr spielt dieser Satz auch eine reflexive Rolle, in dem er durch das Spiegelbild, durch dessen bildliche Antwort angenommen, verändert oder zurückgewiesen wird. Denn zwischen einem zu sich selbst gesprochenen Satz und einem Satz zu seinem Spiegelbild (in einen Spiegel gesprochenen Satz) besteht ein wesentlicher Ebeneunterschied. Bei einem Satz in den Spiegel kommt es immer zu einem Austausch.²⁹³ Kommunikation mit Spiegeln ist möglich, vor allem im Märchen, in Geschichten, in magischen Zusammenhängen. Gerade die Werbung als nach Goffman „offen erfundene Szene“ macht den Eindruck lebendig, dieses diskursive Potential nutzen zu können bzw. nutzen zu wollen. Dadurch wiederum wird der Spiegel als potentiell magisches Objekt, als Person (Päpchen) gefördert, sowie der allgemeine Diskurs mit und Einschätzungen zu ihm angeregt.

Weiters kann man meinen, Spiegel dienen als Kommunikationspartner der Selbstgewissheit. Allerdings können Spiegel nicht nur zur Kommunikation der Selbstgewissheit herangezogen werden, sie artikulieren durch Übereinstimmung bzw. Nicht-Übereinstimmung der Selbstgewissheit mit dem optischen Abdruck eine kommunikative Spannung, die über Annahme, Veränderung und Zurückweisung der Kommunikation des sich Spiegelnden abläuft. So werden sie schließlich Objekte, die kommunizieren und soziale Prozesse in Gang setzen.

Der Spiegel schafft im Bild eine tiefere Ebene, eine zweite Ebene, eine greifbare Dreidimensionalität, vielleicht so etwas wie einen doppelten Boden. Vor allem kann er als Ort der Selbstreflexion gedacht werden. In der Raumsoziologie Martina Löws wird der Dreidimensionalität Bedeutung hinsichtlich des in ihr stattfindenden menschlichen Handelns und Denkens als „eine Dimension alltäglicher Syntheseleistung“²⁹⁴ zugesprochen. Der These des dreidimensionalen Bildraums durch die Spiegelebene könnte eine raumsoziologische Handlungskompetenz zugesprochen werden, wodurch die Vorstellung, es in Bildern dieser Art mit szenischen Abfolgen zu tun zu haben, verstärkt wird.

Gleichzeitig kann auf dieser Ebene gezeigt werden, was auf einem planen Bild ansonsten nicht möglich wäre. Das ist die Prothesenfunktion, von der Eco schreibt. Mit Hilfe des Spiegels kommt man in die Lage, Bildausschnitte zu zeigen, die ansonsten aus dem

²⁹³ Vergleichbar mit der Einsamkeitsüberwindung des Selbstgesprächs, wobei Macho meint, „zu viele Stimmen könnten sprechen und somit orientierungslos machen.“ Schaller-Steidl, 2001, S. 14. Der Spiegel könnte eine überbordende Stimmenvielfalt verhindern.

²⁹⁴ Löw, Martina. 2001. S. 66.

spezifischen Kamerawinkel nicht möglich wären. Insofern würde ich nicht mit Eco argumentieren, die Fotografie des Spiegelbilds wäre allein ein weiterer Spiegel und könne nie über sich hinausweisen. Denn als Spiegel im Zusammenhang eines Bildsujets ist das vor allem seine Aufgabe. Die Erweiterung des Bildpotentials zeigt in diesem Bild einen Teil eines Gesichts einer Frau. Erst durch diese Spiegelung wird möglich, genügend Tiefe in das Bild zu legen, sodass der Eindruck des Voyeurismus entstehen kann. Über den Spiegel läuft schließlich der soziale Prozess ab, die Kommunikation zwischen Person und Spiegelbild, die eine Konzentration auf die Situation für die Betrachterin andeutet, die eine voyeuristische Betrachtung erst möglich macht ohne Angst (vgl. oben).

Über Humor, wie gesagt wurde, vermögen es Werbungen, die gewohnte Suggestionskette zu durchbrechen, und auch mit negativen Suggestionen, Begriffen, etc werben zu können.

Während sich die Liste der zumeist recht offenen Lesarten auch nach der verbalen Erläuterung der Werbebotschaft durch Über- und Unterschrift in großen Teilen erhalten lässt, zumindest keine als irrelevant für den Bildzusammenhang abzuurteilen ist, kann das für die vermuteten Werbekontexte nicht gesagt werden. Die verwendeten Objekte, die angeregten Handlungszusammenhänge fügen sich in ein allgemeines Bildsujet, das aber auf den konkreten visuellen Reiz verzichtet. Es handelt sich demnach klarerweise nicht um eine Werbung für Kosmetikprodukte, die auch an unüblichen Plätzen für ein perfektes Rot sorgen, nicht um die Anzeige eines Möbelhauses und auch die Vorstellung einer Autowerbung passt nur bedingt in den Kontext der Werbung.

In meinem Lesen der einzelnen Lesarten lassen sich für dieses Bild vier zentrale Ansätze zusammenfassen. Diese helfen, den zu rekonstruierenden Werbekontext griffiger darzustellen:

Einsame Interaktion (Spiegel, Rahmen, der Mensch, Einsamkeit)

Bewegung (Lippenschminken, als Tätigkeit, szenische Handlung)

Der Voyeur (verbunden mit dem fehlenden Augenpaar, dem Fehlen einer Ansprache)

Offenheit, Unklarheit, Widersprüchlichkeit (unter anderem in Zusammenhang mit „der leere Raum,“ positiv gedeutet „die Aussicht,“ die eine Schutzfunktion)

Aus diesen vier Lesarten kann man dem Bild eine fundierte Botschaft beigeben und also den konstruierten Werbekontext rekonstruieren. Gleichzeitig gibt diese Einschätzung Hinweise

auf die Verwendung des Spiegels im Werbebild allgemein. Zunächst soll aber anhand der Lesarten eine Rekonstruktion des Werbebildes in Angriff genommen werden:

Ausgehend von der einsamen Interaktion zwischen Mensch und Spiegel wird der Voyeur derselben durch die szenischen, planimetrischen und den Bildaufbau bedingten Bewegungen in bildinhärenten Widersprüchlichkeiten gehalten, die sowohl auf Rücksicht (der Rückspiegel) als auch auf Aussicht rekurrieren. Die Unklarheit der Situation verweist auf die Offenheit von szenischen Entwicklungen, die gerade im Betrachter des Betrachtens Unsicherheit zu erzeugen versteht. Diese Unsicherheit wird durch die Bewegungen des Schminkens (sich bereit für einen schönen Zusammenhang machen), durch die Geselliges andeutende Terrasse, den Schutz durch Schirm und Zaun, die durch diese geschützte Aussicht, durch allgemeiner die Bewegung des Bildes nach rechts oben, zurückgenommen. Der Mensch ist zwar einsam, aber er ist nicht allein. Das ist die einsame Interaktion, die über den Spiegel läuft, und der wir, aus unserer tabuisierten Voyeursposition heraus, heimlich beiwohnen dürfen, um uns rekursiv die Frage zu stellen „Do I have...?“

Hypothesen

„Durch den voyeuristischen Akt des Betrachtens des Betrachtens wird der Betrachterin Zugang zu tabuisierten sozialen Zusammenhängen gewährt.“

Die Möglichkeit des Spiegels eine Intimisierung zu leisten, spielt hier eine Rolle. Daneben steht diese Hypothese in Verbindung mit der angedeuteten Vorstellung, durch den Spiegel im Bild hätte dasselbe die Möglichkeit, auf eine weitere, tiefere Bildebene zu verweisen. Wie Zaungäste nehmen wir auf (für uns) übergeordneter Bildebene wahr, was und wie auf dieser mit einer untergeordneten Bildebene verhandelt wird. Durch diese unterschiedlich angeordneten Bildebenen können im Bild Inhalte kritisch ausgeleuchtet werden, ohne in plumper Eindeutigkeit zu versinken, da durch das Objekt des Spiegels ein Bild im Bild, damit fast etwas wie eine Geschichte, auf jeden Fall eine Bewegung möglich wird. Eigentlich nicht Sichtbares, Heimliches, Problematisiertes kann so angesprochen werden. Hier zeigt sich für mich deutlich, dass Ecos Vorwurf an das Bild eines Spiegels nur im Falle der Reproduktion eines Spiegels ohne dazugehörige Umgebung als womöglich gerechtfertigt angesehen werden kann.

7.12. Zusammenführung der Ergebnisse von Bild- und Artefaktanalyse

„Der Spiegel erzeugt eine Perspektivendualität von Selbst- und Fremdbetrachtung,“
bleibt aufrecht und kann nach der Bildanalyse mit dem Gegensatzpaar öffentlich/privat, das für den Spiegel eine Rolle spielt, erweitert werden. An diesem Gegensatz scheidet sich die Differenz zwischen normiertem und deviantem Verhalten. Sich im öffentlichen Raum zu spiegeln ist deviant, im privaten Zusammenhang nicht. Ein intimer Zusammenhang wird in diesen Bildern etabliert, der in Bezug zu sympraktischen Angeboten des Bildes zu sehen sein kann.

„Der Spiegel setzt uns einer Illusion von Wahrheit aus.“

Im Zusammenhang mit den behandelten raumerweiternden Eigenschaften wird vor allem in ihrer ersten Instanz, der Illusion, die ja fast synonym mit Magie Verwendung findet, durch die Bildanalyse bekräftigt und um die Wendung hin zum Magischen erweitert. Denn der schwebende Spiegel kann leicht in die Welt der Märchen und Mythen überführt werden. Die Reformulierung könnte lauten: „Über den Spiegel wird mit der Illusion einer Wahrheit gespielt.“ Das spielt in Richtung der Manipulationsthese als Handlungsstrategie von Werbung an sich, in Zusammenhang mit Goffman die Täuschungsoption, die innerhalb gerahmter Situationen möglich ist.

Hingegen wird die unterstellte Raumerweiterung nicht realisiert, viel mehr wird das Bild in der Spiegelung, im undurchdringlichen Weißen geschlossen. Die über den Spiegel und dessen Verwendung mitgetragene Einsamkeit des gesamten Bildsujets gehen in die gleiche Richtung und lassen für die oben genannten Beispiele der Disco oder des Kaffees den Umkehrschluss zu, die Erweiterung wäre nicht an Interaktion in welcher Form auch immer gekoppelt.

„Spiegel definieren ihre Funktionen über Räume.“

Dem kann nach der Bildanalyse nicht zugestimmt werden. Zwar mag die räumlich-funktionale Verortung des Spiegels bestimmter Normierungen unterliegen (wie der angesprochenen Frage nach öffentlich/privat), doch wird die Nutzung durch die Verwendung des Nutzers abhängig. Allerdings ergibt sich aus dieser funktionsverändernden Verwendung deviantes und also nicht über die Normierung geschaffenes Verhalten, denen der Spiegel unterliegt.

Reformuliert kann man sagen: *„Handlungsnormen gegenüber dem Spiegelobjekt werden von Räumen vorgegeben, von Nutzerinnen durch deviantes Verhalten aber überschritten.“*

Die Funktionsüberschreitung wird beispielhaft in der Hypothese zur Anthropomorphisierung des Objekts behandelt.

„Entwicklung des Spiegels von einem Objekt mit sozialem Prestige zu einem allgemeinen Nutz- und Industrieprodukt.“

Nach der Bildanalyse kann das in seiner Zielrichtung beibehalten werden. Die Nutzung steht deutlich im Vordergrund, während die Ästhetik zurückgedrängt, ja beinahe in der Schönheit des Nutzers als relevante Eigenschaft aufgelöst wird. Die Herausgerissenheit des Objekts aus seinem angestammten Wirkungsbereich unterstützt diese These ebenfalls.

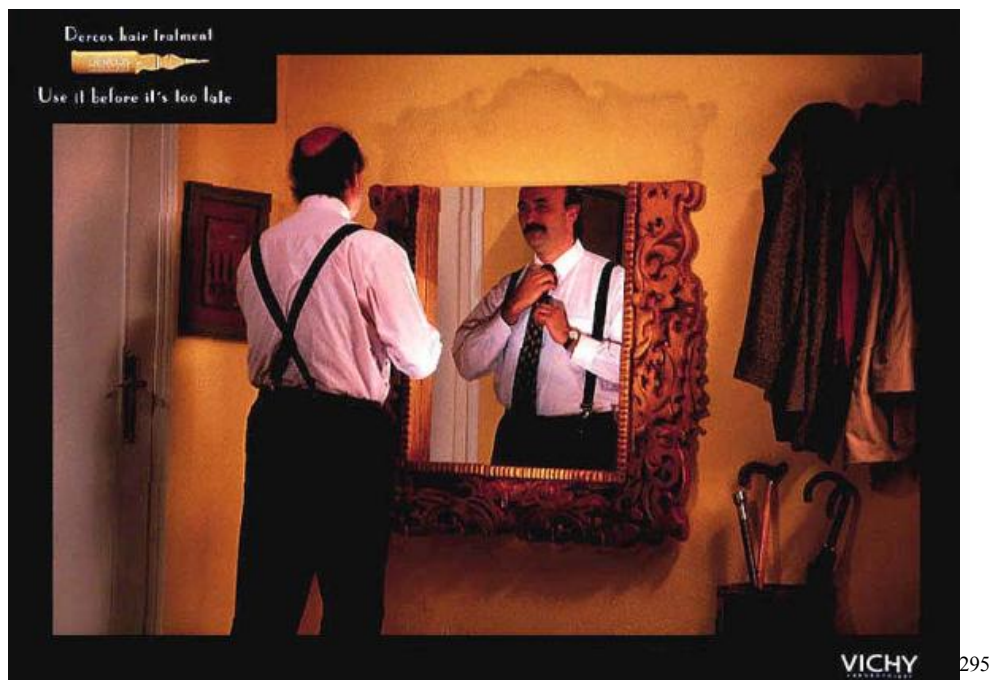
„Sich spiegeln ist eine weiblich assoziierte Handlung, die sich im Bild über weitere weibliche Klischees (Schminken, gebräunte Haut, rote, offene Lippen) etabliert.“

Das findet in den bisherigen Hypothesen in meinen Augen wenig Konnexion, allein die Tatsache, dass Spiegel und Spiegelbilder normiert zu sein scheinen, lässt für mich nicht eindeutig den Zusammenhang Spiegel und Weiblichkeit aufrecht halten. Allerdings ließ sich aus der vorangestellten kunstgeschichtlichen Betrachtung eine Konzentration der Frau und des Spiegels festhalten, die in weit mehr Bildern dargestellt wurde. Jedoch ist das wichtigste malerische einer androgynen Figur, dem Narziss zugeteilt, und auch in der Bildanalyse wurde Eindeutigkeit nur durch das Heranziehen von sekundären Klischees ermöglicht (die oben genannten sowie das Haar und das Kleid).

„Durch den voyeuristischen Akt des Betrachten des Betrachtens wird der Betrachterin Zugang zu tabuisierten sozialen Zusammenhängen gewährt.“

Das vermittelt sich auf bildlicher Ebene die H1. In dieser Hypothese kann man den Zusammenhang der in H1 als Oppositionen festgehaltenen Betrachterpositionen entdecken. Argumentieren mag man das mit der Bildern eigenen Kraft auf unterschiedliche Perspektiven simultan zu verweisen, die oben erwähnt wurde. Für die Betrachtung von Spiegelbildern hat diese Erkenntnis in meinen Augen Wichtigkeit. Vorstellungen über den Blickentzug in Bildern dieses Sujets sind (zumindest teilweise) in Zusammenhang mit der Etablierung des Betrachters als Voyeur zu sehen.

8. Zweite Bildanalyse



Aus den Ergebnissen der Artefakt- und ersten Bildanalyse heraus entschied ich mich nach Grundsätzen des theoretical samplings für ein weiteres Bild. Unterstützt wurde diese Entscheidung vor allem durch zuvor durchgeführte Schnellanalysen, die ich mit Adhoc-Hypothesen versah und so einen Vergleich hatte zwischen den bisherigen Ergebnissen und den möglichen neuen Bildern. Einige Schnellanalysen finden sich zur Darstellung meiner Vorgangsweise im Anhang. Ich wählte mein zweites Bild anhand einer Reihe von Elementen aus, die sich aus den Hypothesen der Analyseschritte ableiten. Wesentlich war mir die Einbettung des Spiegels in einem Raum, da dies auch innerhalb der Artefaktanalyse von Bedeutung war. In ihm sollte eine andere Tätigkeit als Schminken stattfinden, es sollten die Augen bzw. der Blick der Figur zu sehen sein. Daneben wollte ich eher ein Bild mit einem Mann auswählen, auch stellte ich mir Fragen hinsichtlich einer magischen Fähigkeit des Spiegels.

²⁹⁵ <http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/dercos-hair-treatment-mirror-1634355/>
Zugriff: 14.10.2012.

8.1. Bildersteindruck

Mein Blick landet zunächst in der Mitte des Bildes, bewegt sich zwei, drei Mal in diesem mittigen Bereich hin und her. Dann geht er nach links oben, hin zur Schrift und an der Seite hinunter, wieder in die Mitte, von dort nach rechts, hin zum Schirmständer. Nochmals zur Mitte und von dort nach oben und in einem Kreis rundherum. Am unteren Rand noch zwei Mal hin und her.

Mein Blick fing zunächst in der Mitte die Person auf, die ich als Person, die mich anblickt, erkannte. Aber, und deshalb das hin und her, wurde schnell klar, dass es sich bei dem, was ich zuerst aufnahm, nicht um die wirkliche Person handelte, denn die steht knapp daneben, mit dem Rücken zu mir und sieht in den Spiegel. Der Spiegel selbst verlangt auch für sich genaue Betrachtung, da man merkt, irgendwas stimmt nicht, erst nach einem Moment ist zu sehen, dass ein Teil des Spiegels fehlt. Ich erkenne über den Spiegel, dass sich ein Mann mit Bart eine Krawatte bindet.

Über das Rundherum im Bild, also das was abseits des Spiegel-Mensch Zusammenhangs zu sehen ist, kann ich nach den wenigen Sekunden Erstbetrachtung (bzw. erste Mal sehen nach Ewigkeiten) nicht viel sagen. Das kann natürlich an meiner Fokussierung liegen (ich weiß ja, dass mich Spiegel interessieren), vielleicht aber auch am Bild selbst. Rund um den Spiegel ist alles recht dunkel, wie mir scheint. Schwarze bzw. dunkle Pastelltöne (Dunkelorange?) geben die wesentliche Farbe. Rechts steht ein Schirmständer, ich glaube sogar mit Schirm drinnen, links war eine Türe, meine ich. Es könnte also ein Vorzimmer abgebildet sein, wo ein Mann zu sehen ist, der sich fertig macht um aus der Wohnung gehen zu können.

Im oberen linken Eck findet sich der Werbehinweis, an diesen kann ich mich gar nicht mehr erinnern, ich denke er war weiß und zumindest nicht vollständig in Druckbuchstaben geschrieben. Während der ersten Blicke auf das Bild las ich die Worte im Bild aber nicht.

In dem Bild wird über den Spiegel eine „witzige“ Situation gezeigt. Allerdings ist nichts witzig, das jetzt gerade im Bild passiert, sondern das, was einmal passiert ist. (Das stimmt nicht!). Der Spiegel an der Wand (Spieglein, Spieglein an der Wand...) wurde zurechtgesägt, es fehlt ein Teil am oberen Rand des Spiegels, dort wo die Stirn des Mannes beginnt. Ebenso fehlt ein Teil des Rahmens. Der Spiegel ist offen. Durch diese Veränderung am Spiegel ist es für den Mann möglich sich im Spiegel zu betrachten, ohne seine Glatze sehen zu müssen. Insofern ist erst durch den Menschen vor dem Spiegel und also das Jetzt die humoristische Note im Bild gegeben.

a. Primärbotschaft

Ein Mann knüpft sich vor dem Spiegel seine Krawatte zu.

b. dargestellte Objekte und Personen

Die Rückansicht eines Mannes, der vor einem Spiegel steht, in dem man (s)ein Spiegelbild sieht. Ein Spiegel mit ornamentreichem, goldenem Rand, eine weiße Tür mit Schnalle, ein Stockhalter mit zwei Stöcken und zwei Regenschirmen, einige aufgehängte Jacken.

c. verwendete markante Stilmomente

Wir sehen jemandem zu, wie er sich die Krawatte bindet. Der verwendete Spiegel ist im oberen Bereich abgeschnitten, man sieht nur den Schatten des ehemals Dagewesenen.

d. Primäre Inszenierungsmachart

Ein Mann und ein Spiegel in einem inszenierten Zusammenhang. Dazu die Vorzimmerlandschaft rechts vom Spiegel.

8.2. Einzelfallanalyse nach Müller-Doohm

Deskription

1. Beschreibung der Bildelemente

1.a. Beschreibung der Objekte

Das zentrale Objekt ist ein Spiegel, der in der Mitte des Bildes hängt. Er hat einen aufwendig ornamentierten Rahmen, von dem drei Viertel vorhanden sind. Anstatt des oberen Teils des Rahmens ist ein Abdruck, ein Schatten desselben zu sehen. Die obere Kante des Rahmens fehlt. Im Spiegel sieht man den Kopf, den Oberkörper bis zu den Hüften eines Mannes, der sich eine Krawatte bindet. Vor dem Spiegel steht der Mann, der fast gänzlich, von Kopf bis zu den Knien aus einer Rückansicht zu sehen ist. Die rechte Seite des Bildes wird von zwei Objekt – „Haufen“ bestimmt. Im oberen Bereich sind einige unordentlich übereinander aufgehängte Jacken, im unteren insgesamt vier Stöcke bzw. Regenschirme, die in einem Schirmhalter stecken, zu sehen. Die linke Seite wird von einer weißen Tür mit Türschnalle eingenommen, neben dieser sieht man etwas, das als Schlüsselkasten zu bezeichnen sein dürfte. Die Wand, die für das Bild den Hintergrund liefert, ist in einem unterschiedlich hell bzw. dunkel beleuchteten Orange gehalten.

1.b. Konfiguration der dargestellten Objekte

Alle Objekte befinden sich auf etwa derselben Höhe im Bild, das aus zwei Wänden, die sich im linken Bilddrittel rechtwinkelig zusammenfinden, seine Räumlichkeit bezieht. An der hinteren Wand, die fast die gesamte Bildbreite ausfüllt, sind Spiegel, Jacken und Stöcke angebracht. Von der zweiten Wand, die nur etwa ein Fünftel des Bildes ausmacht, sieht man ein wenig Tür und ein Kästchen. Vor dem Spiegel und etwa auf Höhe der Türschnalle steht eine Person vor dem Spiegel.

1.c. szenische Relationen/ Situationen + aktionale Relationen

Der szenische Aspekt dieses Bildes ist vor allem im Spiegelbild, bzw. in der Kombination aus Mensch vor dem Spiegel und Spiegel zu finden.

Daneben ergeben die Objekte der breiten Wand zusammen ein szenisches Ensemble, ein „typisches“ Vorzimmer-Stileben, ebenso an der linken Wand, mit Tür und Schlüsselkasten ein „Ausgangsszenario.“

Aktionales findet sich in diesem Bild in der Kombination aus Mann vor dem Spiegel und Spiegelbild.

1.d. zusätzliche Elemente im Bild

Im Bild selbst finden sich keine weiteren Elemente (abgesehen von Objekten bzw. Eigenschaften von Objekten die an dieser Stelle um nicht zu ausladend zu deskribieren nicht genannt wurden). Allerdings ist ein schwarzer Rahmen um das Bild zu sehen, der rechts unten und links oben mit Textelementen versehen ist, wobei der Text links oben das ansonsten rechteckige Bild auf Grund seiner eigenen Größe beschneidet, und also eine spezielle Form eines Bildes schafft.

2. Bildräumliche Komponenten (Bildformat, Perspektive, planimetrische Bedingungen)

Das Bild besteht aus einem schwarzen, rechteckigen Rahmen, der sich bis auf den schon beschriebenen linken oberen Bereich einheitlich um das Bild legt. Innerhalb des Rahmens ist eine Fotografie, die sechseckig ist, wobei ein kleiner Teil aus dem linken oberen Bildbereich entfernt bzw. durch ein Textelement ersetzt wurde.

Das Bild ist querformatig gehalten, eine größere Wirkung bzw. ein größerer Bildausschnitt der Breite kann gezeigt werden als bspw. im Fall des hochformatigen Bildes aus der ersten Bildanalyse.

Die Perspektive ist am Besten mit der Bezeichnung Halbtotale zu treffen. Die Betrachterin ist nicht gänzlich nahe am Bildgeschehen, gleichzeitig wird aber auch nicht alles, was möglich wäre, gezeigt (also vom gesamten Zimmer soviel wie möglich). Diese Perspektive erlaubt es, sowohl Hauptfigur als auch Umgebung der Szene zu sehen.

Im Gegensatz dazu handelte es sich im ersten bearbeiteten Bild eigentlich um ein Close up, das durch die Bildgestaltung die Möglichkeit bot, den Hintergrund (bzw. richtiger den Vordergrund) vor der Figur zu zeigen.

3. Bildästhetische Elemente (Licht- und Schattenverhältnisse, Farbgebung, Stilbrüche)

Das Bild ist geprägt von einer Vielzahl an starken Schatten. Insofern ist davon auszugehen, dass mit sehr weichem Licht bei der Belichtung dieser Szene gearbeitet wurde. Jedes Objekt wirft seinen eigenen Schatten, der im Bild, sogar im Spiegelbild zu sehen ist. Zu diesen weichen Schatten trägt die weiche Farbgebung bei, die zu einem großen Teil aus „beruhigenden“ Orangetönen, die bis ins Goldene gehen, besteht, und teilweise braun oder ocker werden. Der Farbe der Wand und der Objekte an der Wand entgegen laufen die Farben des Mannes, der weiß und schwarz gekleidet ist, und der Tür, die ebenfalls weiß ist. Inwiefern das als Stilbruch zu bezeichnen sein wird, möchte ich hier noch nicht zu behaupten versuchen. Hingegen kann als Stilbruch das Fehlen der vierten Kante des Spiegels gesehen werden, da dieser in das sonst relativ geordnete bildästhetische Konzept nicht zu passen scheint. Ebenso die recht unübersichtliche Lichtgebung könnte hier genannt werden, zwar wirft sich weiches Licht über das Bild, es scheint aber aus mehreren Positionen zu kommen. Als Bruch der Gesamtästhetik könnte auch der Eindruck gezählt werden, das Bild wäre schief. Dieser entsteht bei Betrachtung der Tür und der linken Wand, die dem gesamten Bild eine leichte Drehung nach rechts geben.

4. Textelemente

Zwei Textelemente sind im Bild zu sehen, zum einen eine Überschrift, die zur Erklärung des Bildinhaltes dient, zum anderen eine Bildunterschrift, die auf die Provenienz des Produktes hinweist. Eine genauere Analyse der Textelemente folgt innerhalb der Segmentanalyse. Abgesehen von den zwei im Rahmen des Bildes befindlichen Textteilen sind in der Fotografie keine weiteren zu entdecken.

5. Verhältnis Text/Bild

Das Bild nimmt im Verhältnis zum Text räumlich eine viel größere Rolle ein. Das liegt daran, dass das Bild in seiner visuellen Gestaltung als Fotografie vollständig auf Text in welcher Weise auch immer verzichtet. Allerdings sind Textelemente an sehr entscheidenden Positionen in der Gesamtbildlichkeit verortet, nämlich links oben und rechts unten, wodurch wiederum der Eindruck eines Briefes, bzw. einer Über- und einer Unterschrift entsteht. Insofern kann über das qualitative Verhältnis von Bild und Text erst nach einer genaueren Analyse Weiteres gesagt werden.

8.3. Erstes Segment



1. Ein Ganzes / zwei Teile?

Das erste Segment zeigt zwei Objekte, die zusammen fast eine U-Form bilden. Die zwei sichtbaren Elemente könnten zusammen gehören, dafür spricht die ähnliche Farbgestaltung der Teile. Dagegen, dass der größere Teil sich durch ein aufwendiges Muster auszeichnet, während der kleine gerade, schmucklos wirkt.

2. Die Ornamentik

Die Ornamentik kann man sicher weit, besonders kunsthistorisch oder kunsthandwerklich deuten. Das heute selten als „modern“ interpretiert werden würde, wobei eine Kombination von Mustern aus unterschiedlichen Epochen im gesamten Bild einer postmodernen eklektizistischen Tendenz folgen könnte. Das sichtbare Ornament erinnert an barocke

Schnörkel, an Verzierungen aus dem Rokoko, man hat den Eindruck durch diese Muster in eine andere Zeit versetzt zu sein. Während barocke Muster sich durch genaue Symmetrie auszeichnen, ist gerade die Asymmetrie ein Zeichen des Rokokos.²⁹⁶ Es könnte sich um ein altes Objekt handeln, das 200 – 300 Jahre alt ist, kunsthandwerklich kann dieses Objekt auch erst vor wenigen Jahren entstanden sein. Ein hohes Alter dieses Objekts würde für die weitere Entwicklung des Bildes einen anderen Ausschlag haben, andere Bildentwicklungen wären vorstellbar, als bei einem Nacherzeugnis aus unserer Zeit. Der Bildzusammenhang eines antiken Objekts würde nach weiteren Objekten dieser Zeit verlangen. Vorstellbar wäre ein ähnlich verschnörkelter Tisch oder eine barock-gemusterte Tapete. Handelt es sich um einen Nachbau, einen Historizismus, müsste man eher davon ausgehen, dass es sich um ein Einzelstück im Bildganzen handelt, also mehr um ein eklektizistisch ausgewähltes Objekt, das nicht in den gesamten historischen Rahmen passt. Diese unterschiedlichen Lesarten können noch weiter ausgeführt werden.

Das Muster erinnert an sich schlingende Pflanzen, die in ästhetischen, fast mathematischen Windungen an den Kanten des Objekts aufliegen, sich ausbreiten, sich entwickeln. Der Trieb, das Lebendige, Natürliche aus der ersten Bildanalyse taucht hier in veränderter Form wieder auf.

Mutmaßungen über das Material des Objekts machen Sinn. Ich denke, es handelt sich um lasiertes Holz. Durch die Lasur erhält die Oberfläche den Eindruck von Glanz und wirkt glatt.

3. Ein Rahmen

Das Objekt könnte ein antiker, zumindest stark ornamentierter Rahmen sein. Dafür spricht die Gestaltung der rechten und der unteren Kante des Objekts, die zwei rechten Winkel, die an die untere Kante anschließen. Die linke Seite ist deformiert, an der oberen Kante ist der Rahmen abgeschnitten. Ausführliches zu Rahmen wurde in der ersten Bildanalyse besprochen, in diesem Segment öffnen sich weitere Interpretationsansätze. Der Kunstrahmen, also der Rahmen als Kunstwerk an sich wird hier deutlich. Ein Rahmen ist mehr als das Ende von etwas, kann man in Widerspruch zu Simmel argumentieren, das innerhalb des Rahmens liegt, sondern er gibt, wie Goffmans Rahmen, eine bestimmte Rahmung vor, die hier einen antiken, kulturellen, ästhetischen Touch hat.

Man meint einen Rahmen aus einem Museum zu sehen, der einem alten Bild die nötige Abgrenzung zur Umwelt der Museumswand gibt.

²⁹⁶ Vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Rokoko> Zugriff: 23.05.2012.

Die Größe des Rahmens, im Verhältnis zu dem Platz der in ihm zur Verfügung steht, ist bemerkenswert. Geht man davon aus, er wäre auf der anderen Seite ebenso breit, kann man sagen, die beiden Ränder zusammengenommen sind ähnlich breit, wie das sich im Rahmen Befindliche. Das unterstreicht die Bedeutung des Rahmens und dessen Betonung im Gesamtbild. Man kann sich fragen, ob der Rahmen von dem im Rahmen befindlichen Objekt ablenken soll, ob das Objekt darin als wenig wert gilt, oder zumindest als höchstens ebenso viel wert wie der Rahmen. Ausgehen würde man davon, dass ein Rahmen etwas Wertvolles umrandet, etwas, das eine Betonung verdient. Auch könnte durch besonders schöne, aufwendige, auffällige Rahmen der Wert des Innenobjekts gesteigert werden. Die Frage der Größenverhältnisse bleibt hier noch offen, da das im Rahmen Befindliche unbekannt ist.²⁹⁷

4. Farbgefälle

Auffällig ist das farblich Gefälle am Objekt, das rechts oben hell, beinahe orange genannt werden kann (die Farbe erinnert an eine Geige), an der unteren Kante dunkel, ja fast schwarz ist. Es kann sich zum einen um eine bewusste Farbmischung handeln, was dafür sprechen würde, es für ein „modernes“ Objekt zu halten, eine Entwicklung der Jahrhunderte (also ein restauratorisches Problem) oder um einen Schattenwurf, der die Kante verdunkelt. Ist es ein Schattenwurf kann man davon ausgehen, dass etwas den Schatten darauf wirft. Dieses „Etwas“ kann vor dem Objekt stehen, seitlich davon, über diesem.

5. Die Unvollständigkeit, der fehlende Teil

Der Eindruck der Unvollständigkeit ist in diesem Segment eingeschrieben. Zum einen ist der linke Bereich durch den runden Ausschnitt so gestaltet, dass der Eindruck entsteht, hier müsste etwas über dem Objekt liegen, oder jemand hätte beabsichtigt einen Teil ausgeschnitten. Da Zweites verwundert, ist davon auszugehen, dass sich ein Objekt vor dem Objekt befindet (dafür sprechen die Schatten). Auch meint man, wenn man es mit einem Rahmen zu tun hat, eine vierte Kante, der obere Teil würde fehlen. Ein Rahmen besteht aus so vielen Kanten wie nötig das zu umrahmende Objekt zu umrahmen. Insofern könnten natürlich drei Kanten ausreichen, jedoch bleibt hier eine Kante völlig ausgespart, wodurch der Eindruck entsteht, der Rahmen hätte an einer Stelle ein Öffnung.

²⁹⁷ Etabliert sich die Lesart des Rahmens muss das als spannend, aber sicher auch als selbstreflexiv-kritisch im Sinn des theoretischen Sampelns festgehalten werden, eine zweimalige Positionierung eines Rahmens als erstes, und damit wesentlich gewichtetes Segment sollte nicht unangesprochen sein.

Er ist unvollständig, dem Rahmen fehlt etwas. Diese Unvollständigkeit kann ein Element der Bildsprache sein, das für das gesamte Bild Bedeutung hat, da sich eine „Fehlerhaftigkeit“ eines zentralen Objektes nicht durch Zufall oder Faulheit erklären lässt. Interessant mag das Widersprüchliche (vgl. erste Bildanalyse) zwischen der Unvollständigkeit des Rahmens, die ja fast plump ausfällt, und der versuchten Vollkommenheit, die sich über die Ornamente aus den früheren Stilepochen ergibt. Hier kann man eine historische Dialektik sehen, die für die Moderne (Postmoderne) in verschiedenen Zusammenhängen (vor allem der Kunst, der Architektur, der Musik) wesentlich war, der Zerstörung, die Zerstückelung der klassisch hergebrachten Form. Aus der Perspektive der Moderne wäre es wohl ein Unmögliches den als „vollkommen“ konzipierten Rahmen ganz zu lassen. Hingegen meinte Simmel noch Anfang des vorigen Jahrhunderts, da ein Rahmen die Stellung des Werks zur Außenwelt bestimmt, „darf der Rahmen nirgends durch seine Konfiguration eine Lücke oder eine Brücke bieten, an der sozusagen die Welt hinein könnte oder an der es in die Welt hinaus könnte.“²⁹⁸ Vorstellbar ist, dass sich dieser Gedanke durch das Bild zieht, weitere traditionelle Elemente eine Veränderung erfahren. Hierbei könnte es sich um das Objekt im Rahmen handeln, einer Bilderstürmerei ähnlich, oder um Objekte rund um den Rahmen, ein Tisch ohne Beine, eine Kommode ohne Schubladen.

Das Fehlen des vierten Teils des Rahmens erlaubt als Analogie einen Blick in die Theatergeschichte. Im Theater ist die Idee des Fehlens der vierten Wand, das einer Öffnung des geschlossenen Kunstwerks darstellt, wichtig, und ist spannend für die Betrachtung von Bildern generell. Das Theaterspielen ohne vierte Wand bezeichnet die Möglichkeiten des modernen Theaters, die gedachte vierte Wand der Theaterbühne,²⁹⁹ in der die Zuschauer sitzen, aufzubrechen, über sie hinauszugehen, über sie hinauszuspielen, die illusionistische Haltung der Dramatik zu brechen, wie es vor allem Bert Brecht in seinem epischen Theater praktizierte.³⁰⁰ Das öffnet, wie man sich im Nachhinein dieser Entwicklung leicht bewusst wird, eine unglaubliche Vielzahl an denkbaren Möglichkeiten für veränderte Darstellungsformen. Das Fehlen der vierten Wand hier hat vielleicht weniger viele Möglichkeiten in sich versteckt, spricht aber ein ähnliches Dilemma an. Durch den Rahmen wird man (wieder mit Goffman) in eine Rahmung gesetzt. Wie aus dieser Ausbrechen, wenn rund um uns die festen, gezurrten, hier sogar sehr dicken, bewaldeten Rahmenkanten den Weg versperren. Die Entfernung einer der Rahmenwände kann hierfür sicher hilfreich sein.

²⁹⁸ Simmel, Georg. 1995, S. 103.

²⁹⁹ Diese besteht aus drei seitlich abgrenzenden Flächen der Bühne und einer gedachte Fläche zum Zuschauerraum.

³⁰⁰ Vgl. Benjamin, Walter. Versuche über Brecht. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1971.

Für den Kontext eines Werbebildes kann das Übertragen die Überwindung alter, nicht mehr zeitkonformer Vorstellungen über Konsum bedeuten, die sich dann in dem jeweiligen Produkt wieder spiegelt.

6. Die zwei Rahmen, Grenzerfahrungen

Die Abgrenzungen innerhalb des Rahmens, quasi ein Außen- und ein kleiner Innenrahmen. Der große, fast überladen wirkende Rahmen ist in zwei „Bereiche“ geteilt, in einen stark ornamentierten, breiten äußeren Rahmen, und in einen dünnen, pragmatisch und in einem kontinuierlich einfachen Muster belassenen inneren Rahmen. Der innere Rahmen übernimmt die Mittlerfunktion zwischen Objekt im Rahmen und dem repräsentativen äußeren Rahmen. Durch seine schlichte Machart lässt er einen neutralen Raum zwischen beiden bestehen, was dadurch begründet werden kann, dass beide Teile des Objekts, Rahmen und was auch immer im Rahmen ist, Eigenständigkeit benötigen, verlangen, bzw. man ihnen zusprechen möchte. Es handelt sich um eine beabsichtigt eingefügte Grenze. Da der Rahmen an sich eine Grenze darstellt ist spannend, eine weitere Grenze zu ziehen, die das innere Objekt vom äußeren Rahmen abgrenzt. Als Rahmen ausreichend ist der innere alleine. Er benötigt für die Aufgabe der Rahmung den äußeren Rahmen in keinem Fall, da er die notwendigen Voraussetzungen (die bei diesem Rahmen durch das Fehlen der vierten Wand generell nicht erfüllt wird) erfüllen könnte.

Zentral ist die Dialektik zwischen Altem und Neuem, die sich in der Zerstörung tradierter Formen, sozial ausgelegt in der Überwindung hergebrachter Handlungen festmachen lässt und für die innovativ sein müssende Werbe- bzw. Produktindustrie fast synonym verwendet werden kann.

Im Rahmen selbst erwarten wir als Betrachterin alles das, was wert wäre, umrahmt zu werden. Ein großes Kunstwerk vor allem, einen Spiegel, ein Urkunde, ein Diplom, eine besondere (gepresste) Blume, einen speziellen Brief, die letzte Haarlocke des verstorbenen Lieblings und vieles mehr. Ebenfalls und besonders unter dem Aspekt der Zerstörung alter Vorstellungen kann man auch einen „leeren“ Rahmen vermuten, hinter dem eine Wand, eine Wildnis, die Umgebung oder Anderes sichtbar wird.

Der vermutete Licht-Schatten-Wechsel deutet auf entweder markante Lichtquellen oder besondere Schattenwerfer im Bildsujet hin. Während uns gut belichtete Stellen erlauben, deutlich zu sehen, halten uns verdunkelte, schattige Elemente davon ab, klar zu erkennen, was

gezeigt wird. Das erinnert an das Schärfe-Unschärfe-Verhältnis der ersten Bildanalyse und kann in diesem Segment als die dort genannte Unklarheit oder Diffusität verstanden werden. Wir sehen eben nicht klar auf das dargestellte Objekt, sondern sind viel eher nur in der Lage uns die Gesamtgestalt vorzustellen bzw. diese zusammenzufügen. Der Schatten, sicher auch die Fragmentierung des Objekts links, tragen dazu bei.

Eine markante Beleuchtung eines speziellen Teils eines Objekts hingegen würde auf eine besondere Bedeutung für das Gesamtbild hindeuten. Spekulationen über potentielle Schattenwerfer sind für mich interessant, weniger der Vielfältigkeit der Dinge die Schatten werfen können (alles kann einen Schatten werfen), sondern der Frage wegen, was man vor einem Rahmen erwartet. Man meint zumeist einen Menschen zu erwarten. Menschen stehen vor Rahmen um das im Rahmen sichtbare selbst sehen zu können, um durch den (Fenster)Rahmen hindurch zu sehen, um sich in gerahmten Spiegel zu betrachten. Vor dem Rahmen kann sich auch der Maler befinden, der ein Bild direkt in den Rahmen malt, was unwahrscheinlich scheint, die Künstlerin den Rahmen beschmutzen könnte. Der Gedanke ist hier, dass ein Rahmen nicht nur ein räumlicher, sondern auch ein zeitlicher Abschluss für ein Objekt ist. Neben antiken Rahmen in Museen erwartet man entweder weitere Rahmen, oder Hinweistafeln. Die Schatten könnten ebenso von Lichtern, Lampen stammen, die über oder neben dem Objekt aufgestellt, aufgehängt sind. Das würde gegen einen Museumszusammenhang sprechen, da in diesem wichtig ist, die Ausstellungsobjekte nicht „künstlich“ (hier mit Licht und Schatten) zu verändern, sondern darauf geachtet wird, den Lichteinfall so zu gestalten, dass keine Schlagschatten den Blick auf das Bild stören. Denkbar ist, dass auch in einem Kunstzusammenhang beabsichtigt Schatten auf das Objekt geworfen werden könnten, um eben besonders auf diesen Aspekt hinzuweisen. In einer Wohnung könnte sich hingegen eine Vielzahl von Objekten rund um den Rahmen aufstellen und wären auch die Schatten weniger umständlich als „gewöhnlich“ zu verstehen.

Das Objekt selbst erwartet man innerhalb eines Raumes. Überraschend wäre ein Bild ähnlich dem aus der ersten Bildanalyse. Gegen ein Bild außen in der Natur, der frischen Luft sprechen die Schatten, die in ihrer Intensität und Weiche für Außenaufnahmen merkwürdig erscheinen. Auch die Lichtgebung des „leuchtenden“ Teils bringe ich eher mit der Beleuchtung in einem schlecht bis mittelmäßig beleuchteten Zimmer in Einklang, weniger mit Sonnenlicht in der Natur.

8.4. Zweites Segment



7. der menschliche Rücken

Ein Mensch, der der Betrachterin den Rücken zugekehrt hat. Wir sehen ihn vom Kopf bis zu den Kniekehlen, er steht gerade, wir sehen ihn von rechts hinten. So sind sein gesamter Rücken und ein guter Teil der rechten Seite zu sehen. Von der linken Seite hingegen nichts. Hier werden ähnliche Assoziationen wie in der ersten Bildanalyse angeregt.

8. Der Hosenträger

Wir sehen lange schwarze Hosen, ein weißes Hemd, vor allem aber zu einem „X“ gekreuzte Hosenträger. Hosenträger waren (sind) eine ungewöhnliche Art, die Hose in der „richtigen“ Position zu halten, lange Zeit völlig in der Versenkung und im Schatten des Gürtels verschwunden. In den letzten Jahren haben sie sich in bestimmten Milieus als modische Accessoires etablieren können, sind aber weiterhin viel seltener als Gürtel und eher als exzentrisch und auffällig zu bezeichnen. Potentiell können sie in diesem Bild sowohl einen zeitnahen, als auch einen anachronistischen Aspekt zu betonen versuchen, beide Lesarten ließen sich durch eine dementsprechende Fortsetzung des Bildsujets durchsetzen. Allein durch das hier zur Verfügung stehende bildliche Muster ist an dieser Stelle davon auszugehen, dass es sich um ein Bildsujet handelt, in dem der Hosenträger die Rolle des veralteten Kleidungsstücks übernimmt. Dafür sprechen die restliche Kleidung, ebenso die Frisur und besonders die Glatze des Menschen. Auch die Haltung der gesamten Kleidung erinnert in seiner Steifheit mehr an eine klassische, also (derzeit) unmoderne Art, Hosenträger zu tragen.

Der Hosenträger versetzt den Betrachter in eine andere, vergangene Zeit. Eine solche, vielleicht lustig-kritische Betrachtung eines anachronistischen Verhaltens entdeckt eine Vielzahl an möglichen Sujets für Werbungen. Möglich scheinen mir an dieser Stelle Sujets, die Altes neu bewerben, die über Altes hinweggehen wollen um eine Neuentwicklung zu präsentieren, die das Neue mit dem Alten in einen bildlichen Kontrast stellen.

Durch die Hosenträger und das dazugehörnde feine Outfit werde ich an Szenen aus Mafia Filmen erinnert, auch die Glatze trägt zu dieser Assoziation bei (vgl. unten negative Reize im Bild)

9. Das große „X“

Das große „X“ auf dem Oberkörper ist präsent und wird vom Betrachter deutlich wahrgenommen. Ein „X“ kann sicher unterschiedlich verstanden werden (auf einer Landkarte als Ort des Schatzverstecks, als Lande-X für Fallschirmspringer usw.). Hier verstärken die zum „X“ gekreuzten Gummibänder des Hosenträgers den verschlossenen Eindruck, den der Mensch durch seine abgewandte Haltung (vgl. erste Bildanalyse) generell schon ausstrahlt. Im Bildzusammenhang könnte diese visuell produzierte Verschlossenheit eine Eigenschaft der Figur darstellen. Da es sich um eine zumeist als negativ empfundene Eigenschaft handelt, außer bei Sicherheitsschlössern, liegt die Vermutung nahe, dass ein Sujet, das dieses Thema aufgreift, darauf versucht hinzuweisen, wie dieser Zustand der Verschlossenheit, vielleicht Vereinsamung zu überwinden wäre.³⁰¹

Zu dieser Lesart passen auch die Interpretationen der Steifheit und des Anachronismus, vielleicht verdichten sie sich zu etwas, das als soziale Abwehrhaltung bezeichnet werden kann. Eine soziale Abwehrhaltung, die sich gegen Neues, gegen Kontakt stellt, kann, wie beschrieben, über einige visuelle Elemente im Bild erzeugt werden, in der Hyperrealität wird diese zur wesentlichen Eigenschaft der Figur, die ja ein Schauspieler ist, mit ihr wird Negatives verbunden. In Werbebildern werden negative visuelle Reize gesetzt um sie über das beworbene Produkt zu überwinden. Gleichzeitig wird der Figur auch Positives beigegeben, da

³⁰¹ Im Vergleich zur ersten Bildanalyse muss selbstkritisch und verwundert auffallen, dass zwar beide Rückenansichten negativ und als abweichend konnotiert wurden, der männliche Rücken aber, zumindest dem Gefühl des Forschers nach, positiver bewertet wird. Inwiefern hier Geschlechtsbilder prägend waren, es innerhalb des Analyseprozesses zu einer gemäßigten Haltung gegenüber Rückenansichten generell kam, die Nacktheit bzw. Angezogenheit des Rückens eine Rolle spielt, können hier nur als Spekulationen angeführt werden. Während die Problematik einer möglichen geschlechtsspezifischen Interpretation männlicher und weiblicher Rückansichten als Frage formuliert bleiben muss, ist für die Arbeit die Gemeinsamkeit festzuhalten, dass in beiden Bildern diese Sicht auf den Menschen tendenziell negativ ausgelegt wurde.

eine rein negative Figur aus dramaturgischer Sicht nicht funktional ist, eine rein schlechte Figur kann niemals gut werden.³⁰² So könnten die Eleganz, die Reinheit, die Weichheit dieser und der durch den Lichteinfall geschaffenen Farbübergänge als solche positiven Reize verstanden werden.

10. Die Glatze

Von der Figur ist der Hinterkopf zu sehen, ein wenig vom rechten Ohr und der dazugehörenden Backe. Die Gesichtszüge sind nicht zu erkennen. Am Hinterkopf ist eine Glatze sichtbar, die sich rund in das daneben und darunter liegende dunkle und auch voll wirkende Haar einlässt. Eine sichtbare Glatze, im Gegensatz zu einem generell rasierten Kopf. Ein wenig erinnert die Glatzenform an die Tonsur von Mönchen, jedoch ist das Haar nicht in dieser Art, also rund wie eine Dornenkrone, geschnitten. Daneben hat man den Eindruck, auf der Glatze selbst würden noch ein paar schwarze Haare sein, wodurch jede Vorstellung einer beabsichtigten Glatze an Kraft verliert. Die Glatze gibt der Betrachterin den Eindruck in diesem Bild einen Mann zu sehen, da Glatzen sehr deutlich mit „Mann“ assoziiert sind. Ebenso deutet die Kleidung viel eher auf einen Mann hin, als auf eine Frau.

Die Glatze kann unterschiedliche Bewertungen erfahren, ist so weder an sich positiv noch negativ, bekommt aber in einer Kultur der Jugendlichkeit tendenziell ablehnende Wertungen. Zum einen ist sie für viele Männer ein großes Problem, zum anderen gehört sie zu vielen positiven männlichen Wesen bei vielen Menschen dazu (ich denke hier an Großväter). Viele Millionen Euro werden von Männern mit Haarverlust investiert um diesen zu stoppen, wenige Figuren mit Glatze sind positiv bewertet (bspw. Homer Simpson, Jean-Luce Piccard, Kojak).³⁰³ Über zumindest die westeuropäische weiße Gesellschaft lässt sich der Eindruck gewinnen, die Glatze ist als Makel, als nicht erwünschtes körperliches Signal eingeordnet. Insofern wäre die Glatze als negativer Reiz zu werten, den es zu überwinden gilt. Die Glatze kann sich in das Gesamtbild der sozialen Abwehr einordnen lassen, da diese dazu beiträgt, die Figur mit sich unzufrieden zu fühlen und darauf aufbauend die Abwehrhaltung erzeugt, die wir sehen.

Auf jeden Fall vermengen sich in diesem Bildsegment unterschiedliche visuelle Elemente, Reize zu einem eher negativen, ablehnenden Eindruck, die die Betrachterin von der Figur

³⁰² Aristoteles sieht einen Helden vor, „der nicht trotz seiner sittlichen Größe (...), aber auch nicht wegen seiner Schlechtigkeit (...) einen Umschlag“ erlebt. Aristoteles. Poetik. Übersetzt und herausgegeben von Martin Fuhrmann. Stuttgart: Reclam, 1982. S. 39.

³⁰³ Für Interessierte ist hier eine ausführliche Liste zu finden:

http://eierkiste.de/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=39 Zugriff: 24.09.2012.

(vom Rücken der Figur) hat, trotzdem diese in Teilbereichen durchaus positiviert wird, somit eine differenzierte Figur bleibt. Formulieren lässt sich, dass Werbefiguren, die eine Veränderung im Konsumverhalten bewegen sollen, zwischen positiv und negativ oszillieren müssen um eine solche Bewegung anfachen zu können. Denn eine rein positive Figur ist vor allem in der Lage zu sagen „so ist das“ oder „das ist gut“, während eine rein negative Figur sagen kann „so ist das nicht“ oder „das ist schlecht“. Die differenzierte, die unklare (siehe erste Bildanalyse) Figur schafft ein Potential, eine Möglichkeit, eine Veränderungsoption, was in manchen Werbesujets von Vorteil sein könnte, wenn man Figuren dieser Machart verwendet. Auch hier klingt das weiter oben angeführte unerwartete Geschehnis von Roland Barthes an. Dass solche Figuren in Sujets mit Spiegeln auftreten mag, jetzt kaum mehr zu überraschen, vielmehr überrascht, warum das nicht öfter passiert. Durch die dargestellte Figur wird das vermittelt, was in der ersten Bildanalyse als Unklarheit, als Diffusität beschrieben wurde. In diesem Segment ist es die Einordnung der Figur, die Schwierigkeiten bereitet, die uns zwischen den Polen des Positiven und Negativen oszillieren lässt.

11. Der feine Mann (ausgehen oder ausgegangen)

Man kann sagen, die Figur ist fein angezogen, jedoch fehlt ihr, dafür wirklich fein angezogen zu sein, etwas, das über das Hemd gelegt wird, ein Anzug, ein Gilet. Das wird durch die auffälligen Hosenträger deutlich. Da man den Eindruck hat, ein Sakko wäre für das Erscheinungsbild angebracht, sind Überlegungen nötig, in welcher Situation, in welcher Art von Handlung sich die Figur befindet. Sinnvoll erscheinen Situationen des An- bzw. des Ausziehens. Erwartet wird ein Sakko in der Nähe, vielleicht auf einem Haken oder einem Stuhl. An- und Ausziehen findet zumeist in einer unbeobachteten Situation statt. Befinden wir uns in einem Bild mit vielen anderen Menschen, ist es unwahrscheinlich, dass sich die Figur seiner Kleidung entledigt oder sich gerade hübsch herrichtet. Ausnahmen stellen sicher Umkleidekabinen im Sport dar oder Etablissements, die Ausziehen ins Zentrum ihres Entertainments stellen. Die feine Kleidung kann hier mit dem Hinweis auf die gewöhnliche Arbeitskleidung von Juristen oder Bankangestellten erklärt werden. Deutlich wird jedenfalls, dass für die Einschätzung des Bildzusammenhangs wichtig sein wird, ob sich die Figur allein in dem Bild befindet oder nicht.

Um einen späten Zeitpunkt eines feinen Anlasses kann es sich auch handeln, wo die steifen Hüllen fallen. Diese Richtung würde sich etablieren, wenn man sich entweder auf einer solchen Veranstaltung oder einer feinen Toilette befindet.

12. Tätigkeit der rechten Hand (gegenüber dem steifen Rest)

Die rechte Hand ist bis zu den Hemdsärmeln zu sehen, sie scheint danach abgewinkelt zu sein und etwas an Brust oder Hals zu tun. Da sie nicht mehr vor der Brust zu sehen ist, dürfte sie nichts am Gesicht des Menschen tun. Sie könnte einen Griff dorthin tun, wo das Sakko aufbewahrt wird, etwas an der Brust des Menschen ordnen, richten, hinzufügen. Ebenso ist denkbar, dass in der Hand etwas gehalten wird, das zum Mund, zu der Nase, zu den Augen des Menschen hingeführt wird (ein Glas Wasser, eine Brille, ein Lippenstift). Die Bewegung in diesem Segment geht, wie es scheint, nur von der Hand aus. Zwar ist sie ebenso wie der Rest des Menschen auf dem Bild (wie es sich für ein scharfes Bild gehört) steif, aber in einer unnatürlich steifen Haltung, die darauf schließen lässt, dass eine Bewegung geschieht. Im Gegensatz dazu machen die Beine, sie sind dementsprechend auch abgeschnitten, den Eindruck, sich nicht zu bewegen, sondern fest im Bild zu stehen, so fest, dass sie nicht gänzlich zu sehen sein müssen, denn sie werden sich nicht bewegen. Die Unvollständigkeit des ersten Segments zeigt sich hier. Der Bereich des Oberkörpers wirkt dazu beleuchtet, der rechte Ellbogen ist um einiges Heller, als der Rest des Segments. Im Fall der schwarzen Hose ist schwer von Beleuchtung zu sprechen.

13. Einsamkeit

Falls er nicht auf einer großen, endenden Feierlichkeit ist, spricht die Kleidung der Figur dafür, alleine zu sein. Er befindet sich in einem der Übergangsstadien, entweder kommt er von wo und will ins Bett oder er ist dabei auszugehen und zieht sich dafür an. Auf jeden Fall deutet die Art der unfertigen Bekleidung eine Art von Bewegung an, die sich in unterschiedliche Richtungen vollziehen kann.

Durch Glatze und die Interpretation eines fehlenden Teils der Bekleidung wird wieder und abschließend der Sinnhorizont der Unvollständigkeit in diesem Segment deutlich. Es fehlen Elemente, die ein Ganzes erlauben würden. Die Unvollständigkeit und Einsamkeit kann dahingehend gedeutet werden, dass „das Leben in der Spätmoderne sich auch dadurch aus(zeichnet), dass sich Menschen fragmentiert erfahren,³⁰⁴“ wir eine bildliche Umsetzung eines sehr modernen Lebensgefühls sehen, die zwischen den Polen einer gewollten Individualisierung und gleichzeitigem Wunsch nach Nicht-Einsamkeit changiert. Einsamkeit und Übergangsstadium verweisen daneben wieder auf eine Tendenz der fotografischen Werbung, die Konstantin Ingenkamp als Intimisierung bezeichnet, und mit

³⁰⁴ Schaller-Steidl, Roberta. Einsamkeit und Fantasie In: Katschnig-Fasch, Elisabeth. Cecile Huber. Anita Niegelhall. Roberta Schaller-Steidl. Einsamkeiten. Orte. Verhältnisse. Erfahrungen. Figuren. Wien: Turia+Kant, 2001. S. 24.

Anonymisierung der Dargestellten verknüpft.³⁰⁵ Auch die Atomisierung Sontags und Baudrillards, die Zerstückelung des Individuums innerhalb der Postmoderne kann in diesem Segment entdeckt werden. Das abwehrende „X“ mag dieses, hier auch Anatomisierung, zum einen unterstützen, indem es den Oberkörper in vier Bereiche teilt, zum anderen aber auch als Stoppzeichen die Zerstückelung ihrer Sturheit überführt haben, und sie, zumindest vorübergehend, aufhalten.

8.5. Segment Eins und Zwei



Ein Mann mit Glatze (10.) steht vor einem Rahmen (3.), durch die Kameraperspektive scheint er aber links zu diesem versetzt zu sein. Der Mann blickt in Richtung des Rahmens, wobei nicht klar ist, ob er diesen ansieht oder nicht. Durch die körperliche Richtung entsteht ein Zusammenhang zwischen dem Menschen und dem Rahmen. Dieser wird visuell durch die Überschneidung der beiden im linken Bereich des Rahmens unterstrichen. In diesem Bereich verschmelzen sie, besonders im Schwarz der Hose, zu einer zumindest farblichen Einheit. Auf die räumliche Verortung der beiden Segmente ist zu achten. Der Rahmen ist zentral im Bild, der Mann bekommt einen wesentlichen Teil des linken Bilddrittels zugesprochen, wobei am Rand noch Platz bleibt. Durch die Farbgebung wird das unterstrichen, das schwere, orange Holz legt viel Gewicht auf den Rahmen, weniger auf die Figur. Diese wirkt gegenüber dem leuchtenden Rahmen (die rechte Kante) fast farblos, unauffällig. Auch durch die Breite und die damit angedeutete Schwere des Objekts wird dieser Eindruck unterstrichen. Der Mensch

³⁰⁵ Ingenkamp, 1996. S. 275-276.

hat zumindest in diesem Zusammenhang ein geringeres visuelles Gewicht als das Objekt. Die Vermutung kann entstehen, das Subjekt des Bildes wäre der Rahmen, der sich dem abgewandten Menschen (7.) zuwendet. Objekte können so durch visuelle Gestaltung (durch Positionierung, Betonung etc.) als (Bild)Subjekte verwendet, bzw. dessen Charakterisierungen übernehmen.

Die Höhe des Rahmens ist bemerkenswert, er geht offenbar bis zu den Augen des Menschen, die linke Kante würde in die Augenhöhle hineinragen. Er ist mit dem Menschen „auf Augenhöhe“ lässt sich diese visuelle Information sprachlich umlegen, was zur vorhin aufgestellten Hypothese beiträgt. Wobei der Mensch das Objekt dann doch an Höhe überragt. Auffällig natürlich, dass es sich bei dem Objekt auf Augenhöhe um einen Rahmen handelt, also um etwas, das an sich weniger Bedeutung erhält, weniger gewichtig ist als das, was er umrahmt. Gerade deshalb scheint spannend, dass in diesem Bildsujet ein auffälliger, großer, ästhetisch aufwendiger Rahmen gewählt wurde, der dem Bild seine eigene Besonderheit beigibt. Man kann vermuten, dass der Rahmen einen besonderen Einfluss auf das gesamte Bildgeschehen ausüben wird, dass auf Rahmen als Objekte besonders zu achten sein dürfte. Hier auch hinsichtlich des Rahmens als Orientierungsanleitung, als Handlungsvorgabe, die durch die Betonung des Rahmens eine eigene Verstärkung erfährt. Aus der behandelten Unklarheit kann hier weiter gedacht werden, dass die (auch abstrakte) Vorgabe des Rahmens in diesem Bildzusammenhang angesprochen und als Fixum, als Notwendigkeit angegriffen wird. Zwar ist der Rahmen breit und schwer, gleichzeitig aber leicht zu verdecken und abzuschneiden. Während in diesen beiden Segmenten die Mächtigkeit des Rahmens gegenüber dem Menschen visualisiert wird, deuten sich gleichzeitig Möglichkeiten zu dessen Überwindung, bzw. der Rückeroberung der Macht durch den Menschen an. Abstrakter formuliert, deuten Veränderungen an Objekten auf Veränderungen visueller, metaphorischer etc. Ideen im Bildsujet hin. Zwar bekommen demnach Objekte Macht oder Mächtigkeit zugeschrieben, sie kann ihnen aber wieder entzogen werden.

In der Verbindung dieser zwei Segmente ist die Dialektik zwischen Altem und Neuem (jetzt 14.) wichtig. Sowohl im ersten, wie auch im zweiten Segment wird diese Debatte auf eigene Weise angesprochen. Während im ersten Segment die Zerstückelung des Rahmens diese Sinnebene forciert, sind es im zweiten Segment die Hosenträger, die sich in dieser Richtung interpretieren lassen. Allerdings wird in Kombination der beiden Segmente das Gewicht auf das Alter deutlicher gelegt.

Weiters ist es der Eindruck der Unvollständigkeit (5.), der in beiden Segmenten deutlich wird. Dieser entsteht durch die Kombination aus zerstückeltem Rahmen, abgeschnittenen Füßen, Glatze, möglicher Einsamkeit (13.). Gerade der Rahmen und die Füße bilden einen interessanten räumlichen Zusammenhang, da sie sich beinahe parallel zueinander verhalten. Die zwei Beine und die beiden Rahmenkanten verschmelzen. Der Eindruck wird dadurch verstärkt, dass diese zwei Bildelemente, Figur und Objekt, in einer stark aufgeladenen Verbindung zueinander stehen, sie interagieren nicht allein über ihre räumliche Nähe oder die Richtung des (wahrscheinlichen) Blicks der Figur, sondern werden über visuelle Eigenheiten als zusammengehörig dargestellt.

Die Unklarheit, Diffusität wird in beiden Segmenten zum Thema. Dazu gehören der sich unklar verhaltende Schatten, die Uneindeutigkeit der Handhaltung, des Anzugs, der Stilistik usw. Das Bild spielt damit.

Die Haltung vor dem Rahmen lässt Lesarten zu, was der interaktionale Zusammenhag zwischen Mensch und Rahmen sein könnte. Deutlich wird, dass sich kaum vorstellen lässt, der Mensch würde wirklich mit dem Rahmen einen Austausch in welcher Form auch immer begehen, vielmehr tauchen Vorstellungen, Assoziationen auf, was sich innerhalb des Rahmens befinden könnte, das den Menschen in dieser Haltung vor ihn bringt.

Durch die Bewegung der Hand hin zur Brust (12.) und den alten, ornamentierten Rahmen (2., 3.) kann sich eine religiöse Szene ergeben, wobei die Kleidung unpassend erscheinen könnte. Die Hände bei der Brust haben einen Armwinkel, der auf gefaltete Hände schließen lassen könnte, im Rahmen selbst sind unterschiedliche Bilder religiöser Inhalte denkbar, beispielsweise eine Ikone. Fraglich in dieser Lesart ist weiters ob es sich bei dieser Art von Ornamenten um religiöse Muster oder um in rein profanen Zusammenhängen verwendete handelt.

Der Mann kann sich ein Bild ansehen, das in einem Museum hängt. Wiederum spricht hier die Kleidung des Mannes dagegen. Ebenso aber die farbliche Gestaltung, die Nähe des Menschen zum Bild selbst, vielleicht auch die Höhe des Bildes. Dafür spricht in jedem Fall der zerstückelte Rahmen. Bei dem Mann und dem Rahmen kann es sich um einen „musealen“ Zusammenhang handeln, denn alles kann im Museum ausgestellt werden.

Der Mann vor einem Bild in einer Wohnung. Man gibt sich legerer und betrachtet auch in Hemdsärmeln ein Bild. Für eine Wohnung ist Rahmen aber protzig und überladen. Es könnte sich um ein altes Herrenhaus handeln. Bilder unterschiedlichster Provenienz könnten auch

hier ausgestellt sein, man würde eine klassische Malerei eher erwarten, als ein modernes abstraktes Gemälde, wobei der abgeschnittene Rahmen hierfür geeignet sein könnte. Unschlüssig, ob seine steife Haltung, die für ein Museum passen würde, im Wohnungszusammenhang angebracht ist. Es kann sich um das Bild handeln, das er anblickt, wenn er über ein Problem nachdenkt, die Handhaltung erinnert an eine Denkerpose. Steht der Mann vor einem leeren, zerstückelten Rahmen, verändert sich die Situation. Es kann sich in diesem Fall um einen Altwarenhändler handeln, der ein mögliches Verkaufsobjekt ansieht, oder um einen Restaurator mit seinem zu restau- hier mehr zu reparierenden Objekt. In dieser Vorstellung fügen sich die einzelnen Elemente recht stimmig ineinander. Der Mann vor einem Spiegel, der in einem antiken Rahmen steckt. Das wäre die schon genannte An- oder Ausziehszene, und die Figur würde in den Spiegel blicken, um sich selbst zu sehen, umgeben von einem schweren Rahmen. Der Rahmen spricht gegen ein Badezimmersujet, da er sehr groß und aus Holz ist. In der Denkfigur Alt/Neu könnte aber gerade ein solches Element schlagend sein, da es ein altes Objekt in einen neuen überraschenden Zusammenhang stellt. Im Schlafzimmer ist ein solcher Spiegel, ebenso im einem Vorzimmer eines als bürgerlich einzustufenden Haushalts, mit größerer Wahrscheinlichkeit zu finden. In beiden Szenen würden jeweils bestimmte andere Objekte dazu dienen, diesen richtig einzuordnen.

Die Dialektik zwischen alt und neu könnte sich in einer Vielzahl von Produkten realisieren. Ebenso ist die Interpretation der Unvollständigkeit für Werbezwecke gut nutzbar, versucht die Werbung ja Bedürfnisse an Stellen zu schaffen, wo noch keine Bedürfnisse wahrgenommen wurden, wenn ein neues Produkt eingeführt werden soll, oder lässt das eigene Produkt als besonders vollständig (den Bedürfnissen angepasst) erscheinen gegenüber gleichen Produkten.

Auch die für mich spürbare Unklarheit lässt eine Vielzahl an Werbekontexten geöffnet, die sich erst auflösen müssen.

Ich habe merkwürdigerweise hier vor allem die Produktassoziation „Soft Drink“, die sich eben nicht direkt über das Bild entschlüsselt, aber als Botschaft schließlich etwas in Richtung „Du willst dein Leben verändern – Trink“ vermittelt. Vor allem der starke Eindruck der Unvollständigkeit lässt diese Art von Werbespruch hörbar werden. Denn jede Unvollständigkeit dürfte der Produktindustrie ein Dorn im Auge, und für die Werbung ist es ein leichtes Sujet, eine Unvollständigkeit zu produzieren, die dann durch eine Veränderung sich in Vollständigkeit, in das große Glück verwandelt. Eine Assoziation mit Lotto-

Werbungen liegt nicht fern, zeigen diese gerne Menschen, denen es an etwas fehlt, oder die nicht das haben, was sie wollen, und dann, nach einem Schnitt, vollständig glücklich. Hier, könnte man meinen, hätte der arme Mann nicht einmal einen ganzen Spiegel. Aber auch im Fall der beabsichtigten Zerstückelung des Rahmens könnte ein Fehlen mitgedacht worden sein. Hierfür ist vor allem das fehlende Haar ein Indiz, wobei es sich in diesem Fall um eine Vielzahl an Werbungen im Bereich der Haarwiederherstellung, der Perückenproduktion handeln könnte.

Hypothesen

„Rahmen sind weder als Objekte noch als (normierte) Abstrakta fixiert, sondern veränderbar.“

Weiter gedacht kann in einem Bild die bewusste Veränderung eines Rahmens auf die Veränderung abstrakter Ideen im gesamten Bildsujet hindeuten. Oder Veränderung des Rahmens führen zu Veränderungen des Spiegelbildes.

8.6. Drittes Segment



15. Der Mensch von vorne

Das Segment ist in der Mitte des Gesamtbildes. Zu sehen ist ein Mann in weißem Hemd von links vorne, von der Stirn bis zur Hüfte. Sein Gesicht ist relativ dunkel und etwas im Schatten, er hat schwarze Haare, die an der rechten Seite seines Kopfes zu sehen sind und einen

schwarzen Schnurrbart. Die Kombination aus Schwarz und Weiß, aus hell und dunkel fällt auf (4.).

Sein Gesicht ist zumindest vom Betrachter abgewandt, er sieht vom ihm aus gesehen nach rechts, während sich die Betrachterin links von ihm befindet. Auch gibt es keinen Hinweis, dass er die Betrachterin in irgendeiner Form wahrnimmt. Wir betrachten den Mann demnach, ohne von ihm beachtet zu werden. Entweder er nimmt uns bzw. die Kamera nicht wahr, oder er will sie nicht wahrnehmen. Denzin geht in seiner filmwissenschaftlichen Arbeit so weit, der Kameralinse an sich die Kraft zuzusprechen, eine unsichtbare Präsenz einer Betrachterin zu kreieren, und also einen Voyeur.³⁰⁶ Im klassischen Hollywoodfilm mag diese Verallgemeinerung in Bezug auf die Aufrechterhaltung der Fiktion, die idealtypisch bspw. auf direkten Blickkontakt der Figur in die Kamera verzichtet, zutreffen. Im Genre der Fotografie scheint die Voyeurperspektive weniger auf einem dramaturgischen Konsens zu beruhen, viel mehr eine Besonderheit darzustellen.

Der Eindruck entsteht, der Mann würde in diesem Segment quasi „für sich“ sein, zusammen mit seiner Krawatte. Die Betrachterin stört zwar nicht, aber nur deshalb, weil sie nicht bemerkt wurde. Das erinnert wiederum an Bemerkungen zur Situation als Voyeur, der man in Bildern ausgesetzt werden kann (vgl. erste Bildanalyse), auch die Vorstellung des Blickentzugs deutet sich wiederum an, hier allerdings in Kombination mit einem Blick, der von einem Betrachter abgewendet ist.

16. Krawattebinden

Er ist gerade dabei, eine typisch männliche Handlung auszuführen, er macht einen Knoten in seine Krawatte, hat dazu seine beiden Hände (12.) zur Brust gehoben, seine rechte Hand fasst beinahe an den Hals, dorthin, wo der Knoten sich befindet, die linke greift ein wenig weiter unten zu. Es handelt sich um das letzte Richten der Krawatte, die schon fertig gebunden ist, aber noch in die perfekte Position gezupft werden muss oder um den letzten Moment des Zuziehens der Krawatte. Ebenso ist möglich, dass der Mann dabei ist, sich die Krawatte abzunehmen, den Knoten zu lösen. Dagegen spricht aber die zweite Hand, die in dieser Haltung für die Knotenlösung keinen sinnvollen Beitrag leisten könnte.

Die Krawatte kann als rituelles Kleidungsstück bezeichnet werden, das Binden dieser demnach als Ritual. Im Zusammenhang mit oben genannter religiöser Handhaltung wird dieser Gedanke attraktiver. Insofern ist es nicht verwunderlich, wie genau wir über Handhaltungen, Handbewegungen, usw. Aussagen treffen können, denn das Binden einer

³⁰⁶ Denzin, Norman K. 1995. S. 26.

Krawatte ist ein (wohl recht) strenger Zusammenhang von einzelnen Bewegungen, die sich zwischenmenschlich stark ähneln. Der Eindruck der Bewegung in diesem Segment kann betrachtet werden wie in der ersten Bildanalyse, Krawattebinden und Lippenschminken lassen sich als Handlungen auf einem sehr ähnlichen Niveau ansiedeln.

Situationen, für die man sich eine Krawatte bindet, sind vielfältig. Für manche Berufe ist es (beinahe) notwendig, zumindest der Konvention nach, Krawatte zu tragen. Es kann sich um eine Szene am (frühen) Morgen handeln, die Figur ist dabei, sich für den folgenden Arbeitstag fertig zu machen. Familienfeiern, seien sie fröhlich wie eine Hochzeit oder traurig wie ein Begräbnis, verlangen als standardisiertes Halsschmuckstück beim Mann eine Krawatte, wenige und weniger eine Fliege. Weitere Festlichkeiten unterschiedlicher Art wie Taufen usw. im religiösen, familiären Kontext, Firmenfeiern, Abschlussfeiern, Preisverleihungen usw. im profanen Kontext. Ebenso könnte er sich fein machen um auszugehen.

Man kann die spannende Phrase „sich fertig machen“³⁰⁷ nennen, denn der Mann legt die letzten Handgriffe (12.) an bevor er „fertig“ ist. Offenbar besteht ein gesellschaftlicher Konsens darüber, was in bestimmten Momenten des Lebens unter Menschen angebracht ist, und wie dies erreicht wird. Der Mann weiß, was er tut, das legt auch sein Gesichtsausdruck nahe, der nicht verzweifelt, verunsichert oder dergleichen wirkt, sondern viel mehr mit sich zufrieden, konzentriert, ruhig. Die in der ersten Bildanalyse angesprochene situative Rahmung ist von Bedeutung.

Durch die uns bekannte Handlungsfolge des Krawattenbindens entsteht in diesem Segment eine szenische Bewegung (12.), die sich sicher nicht an der Krawatte erschöpft, sondern zumindest beim Zuknöpfen des Hemdes beginnt, und beim Glatstreifen des Anzugs endet. Wir haben konkrete Vorstellungen darüber, wie sich ein Mann, der so angezogen ist, davor und vor allem danach weiter verhalten wird. Auch das gehört zum gesellschaftlich übertragenen Wissen, das wir von feinen Anlässen haben.

Dazu trägt der Mann ein langärmeliges weißes Hemd, das ein wenig zerknittert wirkt. Es ist, auch auf Grund der Krawatte, bis zum letzten Knopf zugeknöpft und reicht an den Ärmeln bis zum Handgelenk. Durch die Farbgebung (4.) sieht es an manchen Stellen fast rosarot aus, es ist nicht einheitlich beleuchtet und nicht weiß. An seinem linken Handgelenk trägt er eine Uhr. Seine schwarze Anzughose wird von schwarzen Hosenträgern (8.) gehalten.

Da die Krawatte gerade gerichtet wird, kann man meinen, der Mann wäre dabei, sich für ein Verlassen der Wohnung fertig zu machen, sich also anzuziehen. Allerdings könnte er auch zur Krawatte greifen, um diese zu lösen. Für den ersten Weg spricht wohl die Sauberkeit des

³⁰⁷ in erster Bildanalyse tauchte die ähnliche Phrase „sich frisch machen“ auf.

Hemdes, die nicht daran erinnert, dass ein Arbeitstag oder Abendessen an diesem vorbeigezogen ist.

Der abgeschnittene, der zerstückelte Kopf, ebenso die abgeschnittenen Beine und der nur zum Teil sichtbare Arm tragen wiederum die Information der Unvollständigkeit (5.) in sich. An verschiedenen Punkten des Körpers ist der Mann in diesem Bild auffällig geteilt. Die Betrachterin sieht demnach spezielle, ausgewählte Bereiche der Figur im Bild.

Die räumliche Umgebung des Mannes, der fast das gesamte Segment ausfüllt, besteht aus drei farblich unterschiedlichen Bereichen (4.), einem weißen, einem dunkelgelben und einem sehr dunklen schwarzen Teil, der allerdings fast so wirkt als würde er im Schatten liegen.

Auffällig ist die Form des Segments, die beinahe ein Rechteck ergibt, aber keine konkreten Hinweise preisgibt, weshalb das Bild genau auf diese Weise beschnitten wurde. Vielmehr scheint der Hintergrund, der sich aus einer orangenfarbenen Wand und einem weißen Teil eines Türrstocks zusammensetzt, recht willkürlich, ja eher selbst abgeschnitten, zerstückelt zu sein, er ergibt keine zusammenhängende Form. Viel mehr sind von unterschiedlichen Elementen Stücke zu sehen, man könnte sie auch Ausschnitte nennen, da die Einzelteile ja als zerstückelt, abgeschnitten beschrieben wurden. Dieser Eindruck wird eben von der „Exaktheit“ der Schnittlinien unterstützt. Rund um das Segment befindet sich etwas, das dieses in seiner „Entfaltungsmöglichkeit“ beschneidet, einschränkt, dass es zumindest dazu bringt, sich in dieser Form darzustellen (3.).

8.7. Segment eins, zwei und drei



17. Ein (feiner) Mann vor seinem Spiegelbild

Wir sehen einen Mann von hinten (7.) und einen Mann von vorne (15.). Beide sind sich gegenüber, sie schauen sich an, meint man. Durch den Rahmen (3.) rund um den sich die Krawatte bindenden Mann (16.), durch die Vermutung, es handle sich um dasselbe Hemd, die selbe Hose, durch unterschiedliche Ähnlichkeiten, die wir räumlich als zusammengehörig verstehen, durch unser Wissen rund um Objekte, die in Rahmen zu finden sein können, entsteht die Interpretation, wir würden einen Mann vor einem Spiegel sehen, und es also mit einem Mann und nicht mit zwei (ähnlichen) Männern zu tun haben.

Der Mann befindet sich in einer An- oder Ausziehszene (11.) vor einem Spiegel. Wofür er sich an- oder auszieht, wird aus diesen Segmenten nicht klarer als in den Spekulationen der vorigen Segmente.

Der Mann steht gerade vor dem Spiegel und blickt sich an. Seine Beine sind parallel zur Fläche des Spiegels gestellt. Das hängt damit zusammen, dass man sich in einem Spiegel nicht gut ansehen kann, wenn man mit hängendem Kopf davor steht. Je nachdem wie viel ordnende Kraft man dem Spiegel geneigt ist zuzusprechen, kann man sagen, dass der Spiegel die sich Betrachtenden anregt, dazu Haltung anzunehmen (vgl. Artefaktanalyse).

18. Die „glorifizierende“ Kameraposition

Das Bild ist aus einer auffälligen Kameraposition heraus geschossen, die eine Perspektive von leicht rechts unten schafft. Als Betrachterin von außen erscheint durch die Perspektive die Figur erhöht. Während sich die Figur im Bild in Augenhöhe anblickt, sind wir dazu angehalten, sie von unten, in einer angedeuteten, natürlich nicht vollständig durchgeführten Froschperspektive zu sehen. Die Vermutung kann aufgestellt werden, die Figur soll vom Betrachter durch seine Positionierung positiviert werden, die Möglichkeit des Tischspiegels eine solche Position auf sich selbst zu kreieren wurde oben besprochen. Ein weiteres Kriterium der Verwendung eines solchen Kamerawinkels ist die Darstellung von Kraft, Macht, martialischem Mannestum. Inwiefern das hier mitgedacht wird, könnte in den weiteren Segmenten geklärt werden. Festzuhalten ist, dass diese Interpretation auch ein ironisches Licht auf die Figur werfen wollen könnte, wenn man der versuchten Ermächtigung des Unheroischen ein solches zusprechen will.

19. Der Voyeur

Wir sind Betrachterinnen eines Betrachters (eines sich Betrachtenden), und so zwar Teil eines Handlungszusammenhangs, aber vor allem Voyeure. Hier, im Gegensatz zur ersten

Bildanalyse, können wir durch die vorhandenen, aber abgewendeten Augen vielleicht noch stärker in die Situation gelangen, ohne dabei erwischt zu werden. Wir nehmen an einer Situation im privaten, intimen Rahmen als im besten Fall ungebetene Gäste teil.

20. Spiel mit dem Spiegel

Zwar verlieren Vorstellungen eines Zusammenhangs alt/neu an Kräftigkeit, dennoch bleibt bestehen, dass der Spiegel auf spezielle Weise behandelt, beeinträchtigt, verändert wurde (5.). Im Zusammenhang mit klassischen Spiegeln, aber auch mit typischen Vorstellungen zu Rahmen, besonders in diesem antiken Barockfall, steht diese Veränderung als eine Auffälligkeit weiter im Raum.

Während der Rahmen an drei Seiten dem Spiegel einen Abschluss gibt, wird durch die Entfernung der vierten Wand (vgl. oben) eine Offenheit geschaffen, die diesem begrenzten und begrenzenden Objekt sonst nicht möglich ist. Dadurch verändert sich die (optische) Wahrnehmung des Objekts, gleichzeitig kann man meinen, auch die Wahrnehmung des Subjekts.

Ein Spiegel dient gewöhnlich dazu, sich in ihm (und durch seine Wahrheit) den eigenen oder fremden Vorstellung entsprechend umzugestalten, sei es durch Schminken wie in der ersten Bildanalyse oder durch Schmücken in diesem Bild. Allerdings wird die Perspektive eröffnet, nicht nur das Subjekt zu verändern, um eine Veränderung im Spiegel festzustellen, sondern eben den Spiegel selbst zu verändern, um eine veränderte Sicht auf das Subjekt zu erhalten. Es wird mit der Eindeutigkeit, mit der Wahrhaftigkeit, mit der Ehrlichkeit des Spiegels gespielt, vielleicht sogar etwas an ihr gezweifelt. Klar ist gleichzeitig, dass die Veränderung am Spiegel bewusst hergestellt wurde. Der (unveränderliche?) Glauben an den Spiegel wird hier bespielt und in Frage gestellt.

In diesem Ensemble besteht die Magie des Spiegels darin, nicht alles zeigen zu dürfen, was er zeigen könnte, und zwar durch einen mechanischen Eingriff. Zu fragen ist, welcher Unterschied durch das Entfernen des Rahmens gegenüber bspw. einfaches Tieferhängen des Objekts erzielt wurde. Angedacht kann werden, dass wir Spiegel mit Rahmen visualisieren, ein fehlender Rahmenteil uns derart ungewohnt ist, dass wir keine Einteilung mehr schaffen können.

Da auf den fehlenden Rahmenteil Wert gelegt wird, kann eine Erklärung für die Nutzung eines besonders auffälligen, breiten Rahmens gegeben werden. Durch die Betonung seiner Größe wird sein Fehlen um ein Vielfaches verstärkt. Der Spiegel, vor allem der Rahmen (3.) ist schwer, alt und (natürlich im Auge jedes Betrachters) schön. Durch das An- oder

Ausziehen können wir davon ausgehen, dass er sich im Schlaf- oder im Vorzimmer befindet. Gegen das Badezimmer spricht der im Spiegel sichtbare gespiegelte Teil des Zimmers in dem sich der Spiegel befindet. Durch den Spiegel werden mehr Informationen über die Umstände, Dimensionen des Bildes gegeben als ohne diesen möglich wäre (vgl. erste Bildanalyse). In anderen Bildern (siehe Anhang) wird nicht der Spiegel verändert, zerstückelt, sondern wandelt sich das Spiegelbild. Es wird damit gespielt, dass wir das sehen können, was wir sehen wollen. Eingriffe in das Objekt Spiegel führen zu Eingriffen in das Subjekt Mensch. Oder eine Veränderung am Spiegel führt zu Wahrnehmungsverschiebungen beim Menschen. Das Spiel mit dem Spiegel einschränkend wirkt der Gedanke, dass sich in diesem Sujet eine typisierte Handlung, ein männliches Klischee darstellt. Er fördert demnach nicht generell eine spielerische bildhafte Objektnutzung, sondern rekuriert (in der ersten BA das Schminken der Lippen) auf anerkannte Typiken.

Die meisten Zerstückelungen (5.) werden verständlich, da sich die einzelnen Segmente ineinander fügen. Allein die fehlende Oberkante, sowie die abgeschnittenen Beine verbleiben fehlend. Dem Mann im Bild fehlt die Schädeldecke. An dieser Stelle wird der Eindruck stärker, dass es sich um einen beabsichtigten Schnitt handelt. Möglich ist dagegen auch, dass wir durch das noch nicht sichtbare Abgeschnittene überrascht werden. Fragen kann man sich, ob etwas „fehlt“ oder nur unvollständig ist.

Die Frage aus dem ersten Segment nach einem Ganzen oder zwei Teilen (1.) kann sowohl als beantwortet, als auch als wenig relevant angesehen werden. Ebenso erscheint der über das „große X“ (9.) gedachte Zusammenhang der sozialen Abwehrhaltung durch die Positionierung des Mannes vor dem Spiegel als nicht gerechtfertigte Lesart. Daneben kann die Lesart „der Hosenträger“ (8.) in Lesart 14. Dialektik zwischen alt und neu aufgehen, die heuristische Lesart der Tätigkeit der rechten Hand in der des Krawattebindens (16.)

Da auch in dieser Segmentkombination die Unvollständigkeit eine zentrale Rolle spielt, können diese Vorstellungen aus den Werbekontexten aus Segment eins, zwei übernommen werden.

Aus den Elementen der Einsamkeit, des feinen Mannes und des Krawattebindens öffnen sich Vorstellungen zu Partnerwerbungen unterschiedlicher Ausprägung, von Partnerbörsen bis hin zu einem Escort-Service (sollten diese Bildwerbungen produzieren).

Werbung für Gewand

Werbung für Haare (Friseur, Shampoo, etc.)

Hypothesen

„Das Betrachten einer Betrachtung macht aus dem Betrachter des sich Betrachtenden einen Voyeur.“

Der Satz macht durch die Wiederholung immer leicht abgewandelter Formen desselben Wortes sichtbar, wie sich durch die spezielle Bildkonstruktion ein bestimmter Wahrnehmungsprozess im Rezipienten durchsetzt, der sich in einer bestimmten Haltung gegenüber dem Bild zeigt.

„Spiegel geben die Möglichkeit der Selbstvergewisserung. (Die hier als Bindeglied zwischen Selbst- und Fremdbeobachtung ohne Dritte gedacht ist).“

Diese ist so bspw. notwendig um uns „Ausgehfertig“ zu machen. Durch die Vergewisserung aus der Kombination von Selbst- und Fremdbeobachtung können wir den Entschluss treffen reisefertig für die Welt draußen zu sein. Zu beachten ist, dass besonders die Krawatte durch ihre räumliche Orientierung unter dem Gesicht und am Hals nicht direkt für das Auge zu sehen ist. Für das Binden der Krawatte, vor allem für die visuelle Versicherung, die Krawatte würde entsprechend der Vorstellungen des Binders sitzen, ist ein Spiegel, oder eine bestätigende andere Person unerlässlich.

„Der Spiegel übernimmt die Aufgaben Dritter.“

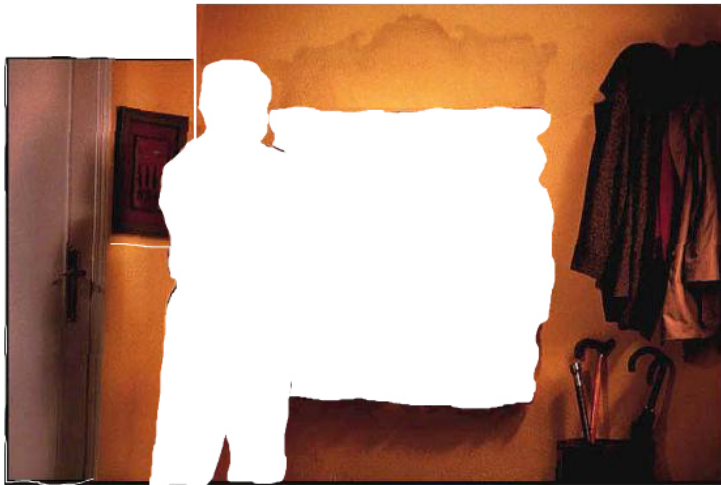
Ebenso kann gesagt werden, indem der Spiegel uns Auskunft über unser Aussehen gibt, interagiert er mit uns. Indem wir auf das Spiegelbild mit Handlungen reagieren, interagieren wir mit dem Spiegel.

„Zur Selbsttäuschung (vgl. Böll), die über die Illusionskraft des Spiegels gebildet werden kann, wird dieser mechanisch gebracht.“

Eine Unterscheidung zur Selbstvergewisserung tut sich auf und etabliert ein Spannungsfeld. Spiegel in Bildern können die Doppelperspektive zwischen Selbstvergewisserung und Selbsttäuschung einnehmen. Der Spiegel zeigt sich wiederum als ambivalentes Objekt.

„Spiegel steigern durch ihre Tiefenebenen den Informationsgehalt eines (planen) Bildes. Eine szenische Abfolge, die sonst nur mittels Bewegung möglich wäre, kann so realisiert werden.“

8.8. Viertes Segment



3. Ein Rahmen

Dieses Segment besteht aus Bildelementen, die rund um das Zentrum geordnet sind und eine Art Rahmen um die Bildmitte schaffen. Das wird durch die weiße Aussparung in der Bildmitte deutlich.

21. Ein Vorzimmer

Es handelt sich um eine typische Vorzimmerszene. Dafür sprechen die Jacken und Schirme im rechten Bereich des Segments. Ebenso kann die Tür als Haustür gedeutet werden, befinden wir uns in einem Vorzimmer.

Die Anordnung der Objekte im rechten Bildrand wirkt unaufgeräumt, fast überladen. Es hängt eine Vielzahl an Jacken übereinander. Man würde nicht sagen, es wäre in diesem Segment unordentlich, aber auch nicht, jemand würde sich um eine besondere Ästhetik der Aufgeräumtheit bemühen, andere ästhetische Empfindungen können aber gerade durch die chaotische Fülle angesprochen werden. Der Eindruck eines Junggesellenhaushalts (in Kombination mit 13. Einsamkeit) ist spürbar. Auffällig sind die vielen Jacken, die alle äußerst ähnlich zu sein scheinen. Im Schirmständer findet sich ein Schirm (und dessen Schatten), dazu zwei (Geh)Stöcke, einer mit Griff und einer mit Knauf. Ein solches Bild erwartet man aus einem Pensionistenheim, wenn in einem Schirmständer mehr eindeutige Gehstöcke zu finden sind als Regenschützer.

Der Funktion des Türknauf ist unklar, man hat den Eindruck er wäre so in der Tür platziert, dass diese eigentlich nicht zu öffnen ist. Das entsteht aus dem Eindruck der Tiefe³⁰⁸, durch das Relief (2.), das die Tür in einem Türstück vermuten und das Bild optisch windschief (siehe unten) erscheinen lässt. Auch das Objekt neben der Tür ist schwer einzuordnen und schlecht zu sehen. Es könnte sich um ein Bild handeln, was für die geringe Tiefe spricht, denn ein Schlüsselkästchen bräuchte davon mehr. Weiters denke ich noch an ein Sicherungskästchen, aber auch das scheint nicht passend zu sein.

Generell ist der gesamte Türbereich, der Bereich also, wo es aus dem Vorzimmer hinausgeht, etwas schräg, doch besonders, eigentlich komisch und unklar in Szene gesetzt.

4. Farbgefälle

Speziell erscheint die Farbgebung des Segments, vor allem aber der Wand. Diese ist Orange, also in einer sehr warmen und für ein Zimmer besonderen Farbe gehalten, sie ist sehr kräftig, relativ dunkel und benötigt Aufmerksamkeit. Es dominieren dunklere warme Farben, die bei dem an manchen Stellen recht hellen Orange anfangen, an einigen Stellen in ein weiches Braun wechseln, besonders bei den Jacken, und an wenigen Stellen, vor allem im Schirmständer, schwarz werden. Gesamt wird eine heimelige Stimmung erzeugt. Aus dem Gedanken der Sympraxis wird klar, weshalb Farben in Werbebildern von den Machern viel Aufmerksamkeit geschenkt werden dürfte. Doch es ist fast ein zu Viel der Wärme, die eher den Eindruck von Vereinsamung (13.) aufbaut, als an ein warmes Miteinander zu erinnern. Die Licht- und Schattenverhältnisse sind speziell, an verschiedenen Orten im Bild scheinen sie willkürlich zu leuchten. Eine eindeutige Organisation des Lichtes, also eine Lichtquelle für das gesamte Bild, ist nicht auszumachen, sie fehlt demnach (5.). Am ehesten hat man den Eindruck, das Licht würde von rechts hinten, also ungefähr der Position des Betrachters, kommen, klar ist das aber nicht. So deuten die schwarzen Schattenelemente unter der zentralen weißen Fläche für mich an, dass eine Bestrahlung von oben stattfinden muss, da ein solcher Schatten sonst nicht fallen würde.

22. der magische Schatten

Der speziellste Schatten befindet sich sicherlich über dem weißen Zentrum. Dieser hat eindeutig keinen schattenspendenden Referenten im Bild, sondern existiert quasi wie von Zauberhand (5.). Die Magie des Schattens kennt man aus Märchen, vor allem aus der Geschichte von Peter Pan. Der Schatten, der auch ein Aufdruck, Abdruck sein kann, und in

³⁰⁸ Hat ein Eindruck immer Tiefe?

dieser Überfülle an Schatten zunächst als solcher gedeutet wird, hat eine Objektform, die an den oberen Bereich eines Altars erinnert. Er ist relativ fein geschnitten, man erkennt ein symmetrisches Muster (2.), das sich auf beiden Seiten gleich hin zu einem gemeinsamen Höhepunkt in der Mitte des Schattens steigert. Es fällt auf, dass der Rand des Schattens dunkler ist als der innere Teil, es wirkt fast so als wäre dieser extra beleuchtet. Mit Unklarheit (5.) wird hier gearbeitet. Der Schatten ist nicht eindeutig zuordenbar, viel mehr befragt man seine Existenz und findet keine eindeutige Antwort.

23. die schiefe Optik

Im Bereich der Tür und des Objekts neben der Tür bekommt man den Eindruck, es wäre etwas schief. Also ein Art „schiefer Optik“ die planimetrisch darauf hinweist, dass etwas in diesem Bild schief und übertragen nicht in Ordnung ist. Dieser Schiefe ist mehr als Gefühl zu verstehen, als Betrachter spürt man leicht den Verlust des Gleichgewichts. Sieht man sich aber den Türbereich genau an und legt gedanklich eine Linie durch den Türstock, wird der Eindruck in der Schräge des Linie greifbarer.

24. Die Kragenweite

Das Eck am Jackenkragen kommuniziert mit der beabsichtigt geschaffenen Kante des Spiegels. Sagen bzw. fragen kann dieser Zusammenhang: Ist das meine (bzw. reflexiv „ihre“) Kragenweite? Liegt sie eben genau an dieser, doch peinlich selbstbetrügerischen Grenze oder kann sie höher hängen, wie die gesamte Jacke höher hängt?

Mit der schiefen Optik des Gesamtbildes korrespondiert die „falsche Optik“ auf die eigene Person ebenfalls.

8.9. Segment Eins, Zwei, Drei und Vier



Ein Mann (17.) bindet sich im Vorzimmer (21.) seinen Krawattenknoten (16.). Durch unterschiedliche Bildelemente wird die Vorstellung eines Single- oder Junggesellenhaushalts (13.) geschaffen. Dazu tragen die ungeordneten Jacken bei, die männlich-einsam konnotiert wirken, ebenso das Fehlen eines „richtigen“ Kleiderständers. Eine weitere Möglichkeit der Vereinsamung zeigt sich in einer schönen Passage aus Tolstois *Krieg und Frieden*:

„Seit seiner Reise hatte Fürst Andrei angefangen, sich auf dem Land zu langweilen, seine früheren Beschäftigungen interessierten ihn nicht mehr, und oft, wenn er allein in seinem Zimmer saß, stand er auf, trat zum Spiegel und blickte lange sein Gesicht an. Dann wandte er sich ab und betrachtete das Porträt der verstorbenen Lisa, die mit a la grecque frisierten Locken ihn freundlich und heiter aus ihrem goldenen Rahmen anblickte.“³⁰⁹

Der schöne Spiegel und die warme Wandfarbe könnten die Vermutung repräsentieren, eine Frau hätte bei Auswahl und Gestaltung mitgeholfen. Dass sich hinter dem angenommenen Schlüsselkästchen ein Portrait befindet, ist aber reine Spekulation.

Der Spiegel ist „beschnitten“ um nicht die Schädeldecke des Mannes zu zeigen (20.). Er ist mit Bedacht an der richtigen Stelle abgeschnitten worden, um durch das Fehlen des oberen Spiegelteiles die Spiegelung des fehlenden Haupthaars (10.) zu kaschieren (5.). Die Vergänglichkeit, die sich im Spiegel (wie im Bild des Dorian Grey) sichtbar macht, wird

³⁰⁹ Tolstoi; Lew. *Krieg und Frieden*. Frankfurt a. M.: Insel, 1984. Band VI, S. 15.

zumindest teilweise überlistet. Der Spiegel, der Wahrheitssprecher, dient der optischen Täuschung (22.), die allerdings stark auf Selbstsuggestion aufbaut. Man erinnert sich an den Ausspruch „aus den Augen aus dem Sinn“ der hier mitklingt. Da ein Spiegel tradierter Weise die Wahrheit sagt, darf ihm getraut werden.

Man kann nicht behaupten, dass es sich um einen magischen Spiegel im Sinne der Veränderung des sich spiegelnden Menschen im Spiegelbild selbst handelt, wofür es (siehe Ausblick) einige Beispiele gibt. Doch wird über diesen Spiegel gerade mit diesem magischen Potential des Spiegels gespielt (22.). Es zeigt nicht wie beispielsweise Ersteindruck 1 einen stark veränderten Menschen, nein es zeigt denselben Menschen, aber magisch verkürzt.

Das Gefühl jung zu sein wird thematisiert, der kreative Eingriff in den Spiegel kann dahingehend gewertet werden (14.). Gerade weil es sich um einen alten Spiegel (2.), vielleicht ein Familienerbstück handelt, wird der Aspekt das Alte zu überwinden deutlich. Das unpassende Alter des Mannes in Bezug auf die Stöcke muss als weitere dialektische Beigabe verstanden werden, denn sie machen ihn geradezu greisenhaft. In diesem Zusammenhang ist die Zerstückelung des Spiegels (5.) als Potential zu deuten, neue Sichtweisen auf sich selbst bekommen zu können, neue Optionen wahrzunehmen.

Es geht in diesem Bild um gesellschaftliche Tabuthemen (10.; 13.; 19.), wobei der Haarverlust zentral präsent ist. Männer verlieren ihre Haare, das ist wahr, aber ein „normaler“ Umgang konnte sich nicht etablieren. Hier bekommt der Betrachter auf voyeuristische Weise etwas vorgeführt, was er selbst ist. Er wird vielleicht lächerlich gemacht dabei. Das geht nur, weil wir uns in einer Situation befinden, in der wir einen Betrachtenden betrachten, wir sind dadurch aus der Ebenengleichheit mit einer Figur, die uns anblickt, in eine entfernte Position gewichen, die uns diesen ansonsten sanktionierten Blick, auch auf uns selbst, also auf den Glatzköpfigen, erlaubt. Es handelt sich sicher nicht um eine Werbung, die darauf hinweisen will, dass Haarverlust etwas Natürliches sein kann.

Das Spiel mit dem Licht (4.) geht in eine ähnliche verschleiende Richtung. Durch die warmen, weichen Farben wird eine Art wohliger, richtiger Wärme suggeriert, die aber nicht stimmt, da der Mann alleine (13.) ist und mit seiner Glatze (10.) zu kämpfen hat. Das diffuse, nicht zuordenbare Licht kann diesen Eindruck, dass der Mann zwar an Selbstzufriedenheit arbeitet, es aber unter diesen Umständen nicht erreichen wird, unterstreichen.

Durch den Zusammenhang des Vorzimmersujets wird der oben angedeutete Eindruck der intimen Darstellung bei Aufrechterhaltung einer „natürlichen“ Anonymität deutlich

unterstrichen. Ein Blick wird der Betrachterin auf eine Situation gewährt, in der ein solcher sanktionierbar erscheint, was wiederum auf die voyeuristische Natur des Blicks auf das Bild deutet. Ein verstärkter Eindruck der Intimität kommt dadurch zu Stande, dass nicht eine offene Intimität besteht, ich denke an ein Werbebild zweier Liebender, die den Betrachter nicht bemerken (können), sondern die Betrachterin einer versteckten Intimität beiwohnt, die keinen Betrachter erwartet. Während das erste Bild eine intime Situation zeigt um sie schon im Sujet öffentlich auszustellen, ist die Betrachterin in diesem Bild mitten in Intimität gelandet.

Der Türbereich kann als schief interpretiert werden, da sich im gesamten Bild eine schiefe Optik einstellt (23.). Sei es der imaginierte Blick des Mannes auf sich selbst, der zerstückelte Spiegel, die ungeordneten Jacken. Überall im Bild finden sich Elemente (auch Licht und Schatten), die darauf hindeuten, dass hier etwas nicht passt, jemand einen schiefen Blick auf etwas wirft. Die nach rechts vorne abfallende Tür und das nicht einzuordnende Objekt an der linken Wand sind durch ihre geringe Gesamtgröße und recht räumlich marginalisierte Verortung nicht wichtig, geben aber von außen eine Bewegung in das Bild weiter, das sich in diesem fortsetzt.

Der physische Spiegel hinterlässt einen Abdruck, einen Schatten (22.), weiter kann man Fragen, was ein Spiegel psychisch macht. Es bleibt etwas vom Spiegel im Menschen hängen, deshalb der Versuch, dieses Hängenbleiben zu hintergehen, indem man sich nicht dem gesamten Spiegelbild stellt. Der Abdruck des Spiegels kann als eine Symbolisierung seiner Kraft auf den Menschen gewertet werden.

Die Lesart 6 der zwei Rahmen hat keine eigenständige Kraft erhalten, jedoch wurden weitere Rahmen durch Segment vier entdeckt, die darauf hinweisen, dass Rahmen in einem abstrakten Sinn wesentlich für das Bild sind. Insofern wird Lesart 3 in „Rahmen“ anstatt „ein Rahmen“ umbenannt. Ansonsten scheint das Vorzimmer als Lesart nicht besonders ergiebig, sollte sich aber nach dem letzten Segment und der Verdichtung der Lesarten in einer übergeordneten Kategorie wieder finden. Das trifft auf einige der jetzt noch angeführten Lesarten zu, denen anzumerken ist, dass sie einer gemeinsamen Wurzel entspringen.

Durch die Kombination der Segmente wird die zentrale Position von Mensch, Spiegel und Spiegelbild unterstrichen. Ein Werbekontext aus Bereich der Einsamkeit im Alter wird wahrscheinlich. Es kann sich um eine Werbung für eine Partneragentur handeln.

Das Spiel mit dem Spiegel, der magische Schatten, die Unvollständigkeit der Haartracht und des Spiegels zeigen die Wichtigkeit des Glatzenthemas an, es hat eine zentrale Stellung in der Werbebotschaft. Produkte, die trotz Glatze Glück versprechen, können ebenso beworben werden wie solche, die Glatzköpfigkeit zu überwinden versprechen.

Die Dialektik von Alt und Neu lässt über die Vorstellung moderner, nicht mit dem Bildinhalt auf erster assoziativer Ebene verbundener Werbeinhalte eine Vielzahl anderer Kontexte zu. Durch die Informationen aus den ersten vier Segmenten können diese als noch nicht realisiert beschrieben werden.

Hypothesen

„Spiegel werden in Werbebildern verwendet um gesellschaftliche Tabuthemen ironisch anzusprechen.“

Wir sehen etwas nicht „direkt,“ sondern über die Tiefenverschiebung in der Bildebene über die Spiegelfläche. Dadurch wird das Tabu zeigbar, da es nicht mehr direkt mit dem Rezipienten kommuniziert, verhandelt wird. Das wird über die Position der Betrachterin als Voyeur möglich gemacht, denn

„Die heimliche Intimität der Selbstverdopplung kann nur als voyeuristischer Akt von außen betrachtet werden.“

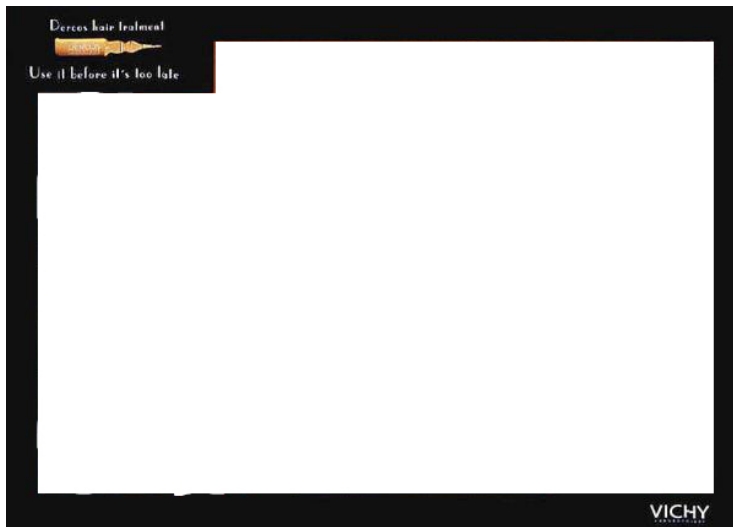
„Das Objekt wird als veränderbar wahrheitssagend interpretiert, durch Wandlungen am Objekt werden Wandlungen in dessen Bewertung vorgenommen.“

Auch das trägt zu einer ambivalenten Einschätzung des Spiegels und seiner bildlichen Verwendung bei, da mechanische Veränderungen am Äußeren des Objekts zu veränderten normierten Bewertungen einer Handlung, Haltung etc. herangezogen werden. Dadurch wird die Kommunikationsfunktion des Spiegels unterstrichen, da er nicht immer dieselbe Bewertung, nämlich die der „objektiven Wahrheit,“ weiterzugeben versteht (vgl. das Zitat von Heinrich Böll und die Veränderung der Wahrheit über Zeit)

„Der Blick der Anderen, der Dritten, kann durch Veränderungen am Objekt ausgeschlossen bzw. ebenfalls verändert werden.“

Das unterstreicht die kommunikative Fähigkeit, da es nicht ein Reiz-Reaktions-Schema ist, sondern mit dem Spiegel (und den darin eingeschlossenen Anderen) spielerisch interagiert werden kann.

8.10. Fünftes Segment



Ein schwarzer Rand (3.), der das Bild größtenteils einheitlich schwarz umgibt. Im linken oberen Eck wird der ansonsten gleichmäßig breite Rand zu einem größeren Rechteck erweitert, wodurch er quasi in das Bild hinein schneidet. Dieses Rechteck ist beschrieben und mit einer Grafik ausgefüllt, die sich auf dem schwarzen Grund des Rahmens befinden. Auch im rechten unteren Eck befindet sich Text. Eine Textbewegung von links oben nach rechts unten, die deutlich dem Gedanken von Über- und Unterschrift entspricht.

Ein schwarzer Rahmen (3.) für ein Bild prägt dasselbe. Zumindest teilweise schwarze Ränder kennt man von modernen Filmen, die immer einen gewissen Bereich des Filmes (der Filmränder) abdunkeln und nur eine konzentrierte Fläche zeigen. Diese Konzentration auf „das Wesentliche“ in der Mitte des Bildes mag auch hier eine Begründung für den schwarzen Rand sein.

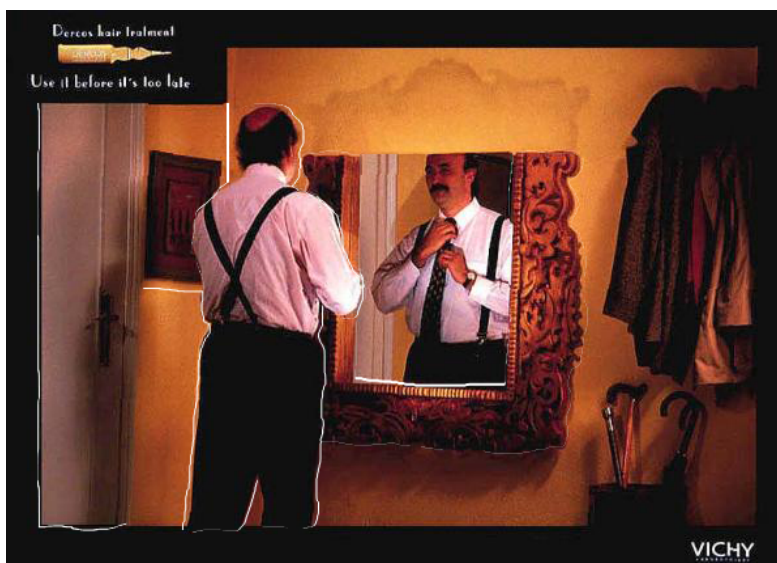
Die Textelemente sind vor allem weiß. Im oberen Rechteck findet man neben kleinen Textstücken ein goldenes Symbol, das an eine Füllfeder oder eine Spritze erinnert. Es hat einen runden Bauch und an diesen angelegt eine als verziert zu bezeichnende Spitze. Über dieser Spritze steht in einer besonderen, vielleicht jugendlichen Schrift, „Dercos hair treatment“, unter der Spritze steht „Use it before it's too late“. Die Idee der Jugendlichkeit (14.) zeigt an, worum es in der Werbung geht. Um Haare und ein Produkt, das dem Konsumenten hilft, sich darum zu kümmern. Hair treatment ist natürlich nicht sonderlich genau, ob damit ein Fön, eine Tinktur, ein Shampoo, etwas zum Essen gemeint ist, kann aus der Bezeichnung nur erraten werden. Der erste Eindruck einer Spritze zwischen den zwei Zeilen mag deshalb auch als Hinweis verstanden werden, was unter der Haarbehandlung zu verstehen ist.

Die Unterschrift hingegen besteht vor allem aus einem Wort, „VICHY“, in Großbuchstaben geschrieben. Diese Marke ist bekannt, sie ist als Unterschrift, als Verbürgung ausreichend, es ist nicht notwendig noch etwas hinzuzufügen (wie bspw. „Weltmarktführer“, oder „aus Frankreich“ oder etwas dergleichen). Vom Konsumenten wird erwartet, mit dem Namen vertraut zu sein, er braucht keine weiteren Herkunftshinweise, Beweise oder Anregungen um das Produkt für ein gutes, vertrauenswürdiges zu halten.

Man könnte meinen, die Achse links oben – rechts unten würde quasi die Leserichtung des Bildes vorgeben, zumindest ergibt sich aus unserer Buchform diese Bewegungsrichtung für Anfang (oben links) und Schluss (unten rechts)

Durch den Rahmen bekommt das Bild eine geometrische Form, die ansonsten zwar durch die Grenzen des Bildes, aber nicht in einer solchen Eindeutigkeit vorhanden wäre.

8.11. Segment Eins, Zwei, Drei, Vier und Fünf



Der Gedanke des Rahmens (3.) zieht sich durch das gesamte Bildsujet. Im Zentrum, in der Mitte der Aufnahme der hölzerne Rahmen, um ihn herum eine Rahmung mittels der Wandfarbe (21.) und um das Bild ein schwarzer Rahmen.

Die Szene bekommt durch den schwarzen Rand fast eine filmische Note. Er hebt das Bild hervor, unterstreicht dessen Abgeschlossenheit, schafft eine distinkte Grenze zu allem, das außerhalb des Bildes ist. Durch den Rand wird die das Bild mitbestimmende Unvollständigkeit (5.) aufgelöst. Man meint mit dem Rahmen in einem

Handlungszusammenhang versetzt zu sein, der an ein Still aus einem Film erinnert. Durch die schwarze Einbettung wird die Szenenhaftigkeit (16.; 17.) des Bildes hervorgehoben.

Die Überschrift frisst sich ins Bild wie die Glatze (10.) in den Schädel des Mannes. Es entsteht dadurch der Eindruck, dass sie einen Einfluss auf das Bild ausübt, da sie sich ins Bildfeld hineinbewegt, einen Teil des Bildes beschneidet. Das Textelement hat nicht alleine eine textliche, sondern auch eine visuelle Qualität, die für den Bildsinn Bedeutung hat.

Der Rand steht farblich stark in Kontrast zu den warmen Farben im Bild selbst (4.). Er soll durchaus nicht dasselbe im Betrachter evozieren, sondern ihn gegenteilig wieder aus dem Bild aus der Geschichte des Spiegels an der Wand hinausholen (20.), ihm zeigen, wie es anders gehen kann, das Fatalistische aus der Begegnung zwischen Glatze und Spiegel, Glatze und Mann nehmen, denn immerhin sagt VICHY was zu tun ist.

Die Textelemente sind außerhalb des Bildes gehalten, sogar so weit entfernt davon, dass sie auf einem aufgelegten Rahmen zu sehen sind. Sie bekommen eine Rahmenposition, man kann sagen, sie würden die Rahmenhandlung, die Einbettung in den Sinnzusammenhang aus einer äußerlichen Position an das Bild herantragen. Mit Hilfe der Über- und der Unterschrift wird wie mittels eingeschobenen Zwischentiteln im Stummfilm eine Geschichte erzählbar gemacht. Die Grenzen des Rahmens im Bild selbst stehen in Verbindung zu den Grenzen durch den schwarzen Rahmen. Beide können dahingehend verstanden werden, dass sie, jeweils im eigenen „Rahmen“ aufzeigen, bis wohin und nicht weiter es geht. Im Bild selbst wird mit der Typik des Rahmens gespielt, belustigt man sich über dessen Fixiertheit und konterkariert ihn, wobei gleichzeitig auch seine Unüberwindbarkeit angedeutet wird, indem der Schatten, der Abdruck, die Silhouette notwendigerweise sichtbar bleibt (22.). Der Rahmen ist die Grenze unserer Wahrnehmung bzw. die Grenze dessen, was wir akzeptieren. Das Bild will uns zeigen, dass diese Rahmen zu überwinden sind, gerade mit der kräftigen Unterstreichung des generellen Bildrahmens. In Abänderung mit Wittgenstein gesprochen, bedeuten die Grenzen meines Rahmens die Grenzen meiner Welt.³¹⁰ In dieser Lesart ist bedeutsam, dass Spiegel die großen Grenzen unserer Wahrnehmung sprengen, durch sie sind, wie schon erwähnt wurde, Blicke auf uns selbst erst möglich. Das bedeutet aber gleichzeitig nicht, dass durch den Spiegel deshalb alles fest und für immer vorgegeben ist. Spiegel sind redselig, leutselig, mit ihnen kann man sprechen. Während der magische Spiegel früherer Zeit uns den Schönsten der Welt gezeigt hat, können wir heute den Spiegel magisch machen, in dem wir ihn unserer

³¹⁰ „Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt.“ Wittgenstein, Ludwig. Tractatus logico-philosophicus. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1976. S. 89.

Willkür nach verändern oder indem wir andere Magie (Reim auf VICHY) anwenden, um der Schönste zu werden.

Vor allem der früh relevante Kontext des Ornaments hat an eigenständiger Kraft für das Bild verloren, und geht in der Dialektik zwischen alt und neu (14.) auf. Ebenso das Krawattebinden (16.), das sich als Teilaspekt des (feinen) Mannes vor dem Spiegelbild wieder findet. Dem Vorzimmer als eigene Lesart kann zwar nicht abgesprochen werden, dass sie im Bild realisiert wird, hat aber vor allem für den Kontext des Ausgehens oder nach Hause Kommens Relevanz. Die „glorifizierende Kameraposition“ (18.) wurde nicht mehr direkt angesprochen, scheint mir aber für die gesamte Bildwirkung von Wichtigkeit zu sein.

Verdichtete Lesarten des Gesamtbildes, die wie in der ersten Bildanalyse genutzt werden, um den rekonstruierten Werbekontext griffiger formulieren zu können.

Rahmen (Grenzerfahrungen)

Die Unvollständigkeit, der fehlende Teil (die Glatze, Einsamkeit)

Dialektik zwischen Alt und Neu (Ornamentik, Farbgefälle, Spiel mit dem Spiegel)

Mann vor seinem Spiegelbild (der menschliche Rücken, der feine Mann, der Mensch von vorn, Krawattebinden, ein Vorzimmer)

Der Voyeur („glorifizierende“ Kameraposition)

Schiefe Optik (der magische Schatten, die Kragenweite)

Werbekontext

Die „glorifizierende“ Kameraposition lässt den Voyeur der Selbstbetrachtung des Mannes vor seinem Spiegelbild ein von Unvollständigkeit, Zerstückelung geprägtes Bild aus euphemisiert-ironischer Perspektive sehen, während gleichzeitig die Komplettierung des etablierten männlichen Äußeren erfolgt. Etwas stimmt nicht, spielt in der schiefen Optik gepaart mit der plumpen Magie des Spiegels mit der Wahrnehmung der Beobachterin. Die Dialektik zwischen alt und neu lässt ein Veränderungspotential offen, das sich über den zerstückelten Spiegel als Vorgeschichte hinter das Sujet legt. Ähnlich dieser Dialektik agieren Rahmen und Unvollständigkeit, als zugleich normierter Ordnung und leicht anarchischer Übertretung dieser. Die Überwindung der gerahmten gesellschaftlichen Normung unter

Beibehaltung der alten, tradierten Lebenszusammenhänge kann als wesentliche Werbebotschaft angesehen werden.

Hypothesen

„Durch die Dimensionserweiterung im Bild ist der Spiegel in der Lage die Szene zu kommentieren.“

Diese Kommentare nutzen die ironische Distanzierung vom Sujet, um der intensiven Intimität der Situation abzuweichen und den tabuisierten Blick des Voyeurs humoristisch zu verformen. Diese Erweiterung nutzt die Werbung um Intimsituationen zu visualisieren, und sie durch das szenische Potenzial des Objekts als Werbebotschaft zu überwinden.

„Der Rahmen des Spiegels gibt soziale Normierungen vor, die im Spiel mit dem Spiegel überwunden werden können.“

Durch die Interaktion mit dem Objekt kann der gesellschaftlich normierte Druck (ebenfalls gerne humorvoll) abgelenkt werden.

9. Zusammenfassende Ergebnisse aus den Hypothesen der Artefakt-, ersten und zweiten Bildanalyse

In Spiegelbildern wird die perspektivische Erweiterung, die durch die spiegelnde Fläche geschaffen wird, zur metaphorischen Erweiterung des Bildsujets genutzt. Das etabliert sich über bildinterne Widersprüchlichkeiten oder Unklarheiten, die mit den Erkenntnispolen des Spiegels zwischen Wahrheit und Lüge bzw. aus dem Barock entlehnten Sein und Schein spielen. Spiegel sind, trotz oder womöglich gerade wegen ihrer (für uns) klaren Handhabung in Bildsujets keine „klaren“ Objekte, sondern werden über ihre historisch-magische Ladung für kritische Bilderweiterungen herangezogen. In diese Hypothese der Widersprüchlichkeit geht die Beobachtung von Einsamkeit ein, die in Bildern mit Spiegeln zum Thema gemacht wird, bei gleichzeitiger Etablierung einer Interaktion mit dem eigenen Spiegelbild, das die Einsamkeit in der Differenz zur Einsamkeit zu Anderen (oder warum nicht zu etwas Anderem, einem Objekt insbesondere oder aber einem Tier) graduell aufzuheben scheint. Humor bzw. Ironie ist der Königsweg dieser Werbebilder, um das für die Betrachterin voyeuristisch empfundene Sujet positiv zu rahmen.

In der Funktionsweise des Spiegels liegt eine Konzentration auf ihn, die in Bildsujets einen starken, abgeschlossenen Zusammenhang zwischen Subjekt und Objekt fördert. Durch diese Abgeschlossenheit und die kritische Reflexion des Spiegels durch Bilderweiterung wird die Betrachterin in eine ungewohnt voyeuristische Position gegenüber dem Bild an sich gebracht. Nicht Interaktion, geschweige denn Identifikation mit der protagonistischen Figur der Darstellung, werden über Spiegel etabliert, viel mehr eine intimisierte Stellung außen vor, die aber über die Intimität ein spezielles „Im-Bild-Sein“ hervorruft. Die voyeuristische Position auf die Spitze treibt der (vor allem in der ersten Bildanalyse deutliche) Blickentzug.

Spiegel neigen dazu, den Sujets selbst eine erstaunliche Tiefe von Intimität beizugeben, die mit der aufrechten Anonymität zu einem besonders intensiven voyeuristischen Zusammenhang zwischen Betrachterin und Bild führt.

Normative Abweichung (ich nannte sie an einer Stelle kräftiger Devianz), die nicht zuletzt durch die (für uns) merkwürdige Intimität der Interaktion zwischen Subjekt und Objekt zu Stande kommt, und Humor sind notwendig, diesen Eindruck zu schwächen.

Abweichendes Verhalten gegenüber dem Spiegel ist schließlich der Versuch, das kritische Objekt zum Schweigen zu bringen. Darin wird nochmals deutlich gemacht, wie sehr wir „ihn“ als Interaktionspartner angenommen haben. Oder sind es wirklich immer die nicht anwesenden Dritten, unsere dritten Augen?

10. Kleine Theorie zu Mensch, Spiegel und Werbung

Auf der ersten Ebene steht der Mensch vor dem Spiegel und betrachtet sich selbst, das ist die Ebene der Handlung und damit der Interaktion.

Auf der zweiten Ebene wirft der Spiegel den Blick der Anderen auf den sich Spiegelnden, über den Spiegel werden Normierungen aufgestellt. Das ist die Ebene der Rahmen.

Gleichzeitig wirkt auf dieser Ebene die von Lacan abgeleitete Erweiterung des Spiegelstadiums, die sich in der Übertragung des Interaktionspotentials des Spiegels als Kommunikationspartner eine Gegenposition zu individualistischer Vereinsamung schafft.

Diese Ebene kann als Normierung der Interaktion, als Organisation dieser verstanden werden. Diese zwei Ebenen gelten für den Spiegel allgemein, erst auf der dritten wird die Bildlichkeit in den Gedankengang eingefügt.

Auf der dritten Ebene sieht der Betrachter den sich selbst im Rahmen Betrachtenden, das ist die Ebene des (schamhaften) Voyeurs, also des Tabus. Die Ebene des Voyeurs ist die der Repräsentation, sie vergegenwärtigt, etymologisch repräsentieren folgend, eine Reflexionsdimension ohne eine objekthafte Spiegelung zu benötigen.

Diese Ebene ist die für das Werbebild entscheidende, denn über die Erweiterung der Ebenen, durch das im Spiegel angeregte Handlungspotential, entsteht zwischen Figur und Betrachterin eine intensive Dialektik, wie sie im „gewöhnlichen“ planen Werbebild nicht möglich wäre.

Hier liegt meines Erachtens auch die Erklärung, wieso Spiegel selten benutzt werden:

Zum einen mag zwar die Frage nach der technischen Produktion und der Angst vor Preisgabe der Produktionsbedingungen (selbst wenn auch diese als Hyperrealität zu verstehen wären) durch ungewollte Spiegelungen mitbedacht werden, zum anderen ist es aber die problematische Situation, in der sich die Betrachterin wieder findet, die sie in ständiger Sorge davor, ertappt zu werden, in der Position des sozialen Voyeurs hält.

Hingegen könnte durch die reflexive Haltung,³¹¹ die der Voyeur in diesen Bildsujets einnimmt, ein Rückschluss auf die erste, dann wiederum auf die zweite Ebene folgen, und also eine Art zirkulärer Prozess der Betrachtung aus unterschiedlichen Positionen, auf unterschiedlichen Ebenen entstehen, was für konsumanregende Werbungen als spannende Möglichkeit angesehen werden kann.

³¹¹ also das zumindest implizite Wissen um seine oder ihre Position

Kein Spiegel

Naiv erwartet wurden Spiegel in Werbungen, die Produkte für Tätigkeiten bewerben, die dieses Artefakt brauchen. Kosmetikprodukte etwa, denn schminken ohne Spiegel ist keine leichte Sache (Ungeübten oder Kindern sieht man auf der Strasse sogar ihre Schwierigkeiten mit dem Labello an). Wieso es ungewöhnlich ist, das Objekt in seinen angenommenen Nutzungssphären in Werbebildern aufzufinden, dafür scheinen sich über die erarbeiteten Hypothesen und die vereinheitlichende kleine Theorie Erklärungen zu bieten.

11. Fazit

In der Bearbeitung von Bildern in Textform konnte die Vielschichtigkeit des visuellen Materials gezeigt werden. Die Simultanität erzeugt eine Vielfalt an möglichen Interpretationsbewegungen, die nicht immer einfach zu handhaben ist. Mit Hilfe der Konzentration auf das Objekt des Spiegels in Zusammenhang mit (einem) Menschen ist es aber möglich gewesen, einem bestimmten Phänomen näher zu kommen, gleichwohl an jeder Stelle der Analyse klar werden sollte, dass das Objekt immer in Verbindung mit den anderen im jeweiligen Sujet dargestellten Elementen zu sehen ist. Wenn gezeigt werden konnte, dass die Betrachtung eines alltäglichen Zusammenhangs zu spannenden Aussagen über soziale Wirklichkeit führen kann, ist ein wesentliches Ziel dieser Arbeit bereits erfüllt. Die multidimensionalen Verflechtungen des Spiegels als historisches, soziales und womöglich interaktives Objekt sind gewaltig. Erste Schritte, dieses Wissen in abstrakte Form gebracht zu haben, konnten in dieser Arbeit gesetzt werden.

Vielleicht wäre, auf einer anderen Seite, möglich, wie Barthes es nennt, unverstellten Sinn auch aus diesen Werbefotografien zu entdecken. Doch scheint auf mich zuzutreffen, dass „die Gesellschaft dem unverstellten Sinn (misstraut): sie will Sinn, doch will sie gleichzeitig, dass dieser Sinn von einem Rauschen umgeben sei (...), das ihm etwas von seiner Schärfe nimmt.“³¹²

³¹² Barthes, Roland. 1985. S. 44.

12. Ausblick

Allgemein ist der Eindruck in mir entstanden, das Genre der Werbefotografie hätte nur begrenzt Einfluss auf die Handhabung des Spiegels und den damit verbundenen Normen. Insofern könnte eine Erweiterung der Bearbeitung auf Fotografien allgemein, in weiterer Sicht auf die mediale Visualisierung des Spiegelobjekts allgemein von Interesse sein. Ein Anhaltspunkt für die Entwicklung des Objekts als Bildinhalt kann das Internet-Mime des „scarlettjohanssonings“³¹³ sein, das mit einem Bild der amerikanischen Schauspielerin Scarlett Johansson begann, in dem sie sich mit dem Rücken zu einem Spiegel fotografierte, dadurch ihr Gesicht und im Spiegel ihre Rückansicht zu sehen ist. Mittlerweile wurde und wird dieses Sujet unzählige Male von Menschen auf dem gesamten Erdball kopiert und im Internet publik gemacht. Inwiefern aus einer solchen Vertiefung, die eben auch (Kunst)Fotografie und filmische Umsetzungen berücksichtigen müsste, Weiterentwicklungen zu erwarten sind, darüber könnte an dieser Stelle nur gemutmaßt werden.

Die Nutzung eines Objekts als Interaktionspartner, dem die Kraft eines Subjekts zugesprochen wird, scheint mir ein spannendes Themenfeld zu sein. Das könnte sich, wie angedeutet, theoretisch an Knorr-Cetinas Gedanken des Postsozialen orientieren. Im Bereich der Artefaktanalyse hinsichtlich der Verwendung von bspw. modernen Smartphones, kann das ein ergebnisreiches Bearbeitungsfeld darstellen. Auch der nur kurz angesprochene Gedanke der Entwicklung von Objekten von Funktions- hin zu Dienstleistern geht der Vorstellung einer Personalisierung des Objekts nach, die an Kinderspiele mit geliebten Spielzeugen, wie Teddys oder Puppen, erinnert. Eine spannende Differenz zu Knorr-Cetina könnte an dieser Stelle vermutet werden, denn die von ihr mit Objekten verbundenen „neuen, alternativen Formen der Selbst- und Fremdbindung“³¹⁴ bekommen in der Bearbeitung verwurzelter Objekte, wie eben des Spiegels, eine historische Dimension, die bei gleicher thematischer Aktualität Prozesshaftigkeit in Subjekt-Objekt-Beziehungen aufzunehmen in der Lage ist. Dem Objekt müsste demnach nicht die interaktive Fähigkeit wie einem *deus ex machina* beigegeben werden, sondern ließe sich versuchsweise geschichtlich auflösen.

Die Kraft, aber auch die Gefahr des angesprochenen Blickentzugs, der zwar zum einen eine Loslösung des weiblichen vom männlichen Blick suggerieren könnte, zum anderen aber keine

³¹³ <http://scarlettjohanssoning.com/> Zugriff: 12.10.2012 auf dieser Seite finden sich unzählige Nachahmungen des beschriebenen Sujets.

³¹⁴ Knorr-Cetina. 2007, S. 4-5.

eigene Blickstrategie etabliert und (vielleicht noch schlimmer) allein einen (weiblichen) Körper zurücklässt, könnte Ansatzpunkt für Arbeiten im Bereich der Blickforschung darstellen. Ich denke in diesem Fall speziell an die Kraft von Sonnenbrillen bzw. an deren (das eine Beobachtung von mir vielleicht durch die Brille der Unterhaltung) häufig völlig unnütz erscheinende Tragefunktion (bspw. in der U-Bahn). Die generelle Frage über diesem Thema lautet: was passiert mit dem weiblichen männlich bestimmten Blick, wenn er sich diesem entzieht und weiter was wird aus dem weiblichen Körper, wenn ein Blickentzug etabliert wird. Dieser Blickentzug kann auf einer Differenz zwischen Wegblicken und Nichtblicken betrachtet werden. Das sollte, das legen die Ergebnisse dieser Arbeit nahe, einen wesentlichen Unterschied in der Bewertung des Körpers haben (der Blickentzug durch das Nichtblicken in der ersten Bildanalyse). Während beim Wegblicken die Blickrichtung leicht variiert, dadurch nicht vollkommene Verfügbarkeit des Blicks signalisiert wird, sondern durchaus (überwindbarer) Abstand, ist Nichtblicken, so meint der Verfasser, von sehr eigener Natur, und vor allem im Werbebild kaum geschaffene Blick(bild)konstruktion. Man kann sich an dieser Stelle an Magrittes Apfelkopfbild erinnern, das stark durch den Entzug eines wie auch immer getätigten Blicks verstört, wenn ich mich recht an meine Reaktion entsinne. Eine dreistufige Form der Behandlung dieses Themas könnte sich anbieten: Anblicken – Wegblicken – Nichtblicken (der weiblichen, will man eine feministische Position einnehmen, Figur im Bildsujet)

Ein letzter Punkt sei noch erwähnt, der sich mit der eigentlichen Ausgangsfrage dieser Arbeit, die nur bis zur Ausarbeitung des Exposees als thematischer Rahmen wahrgenommen, danach, um die Arbeit nicht in unmöglich zu bearbeitende Größen zu erweitern, fallen gelassen wurde: der historische Vergleich von Werbefotografien mit Spiegeln, der an dieser Stelle zu einem historischen Vergleich von Fotografien mit Spiegeln erweitert werden könnte. Vermutung hinter dieser Idee war eine Veränderung des Gebrauchs von Gegenständen, über die Veränderungen in der Gesellschaft selbst verstehbar oder vielleicht erst wahrnehmbar werden. Ein erster, in meinen Augen gewinnbringender Ansatz kann über die Portraitfotografien von Clementina Hawarden etabliert werden, deren Fotografien schon ein wenig im wissenschaftlichen Diskurs etabliert sind.³¹⁵ Abschließend das, was dieser Arbeit am Besten gefällt: ein spannendes Bild.

³¹⁵ Vgl. Mavor, Carol. Reduplicative Desires. In: Mirzoeff, Nicholas (Editor). The Visual Culture Reader, 3rd edition. London: Routledge, 2013. S. 347 – 355.



316

³¹⁶ Hawarden, Clementina. Mirror.
<http://visualvictorians.wordpress.com/2011/10/13/introduction-to-photography/> Zugriff:
12.02.2013.

13. Literaturverzeichnis

- Aristoteles. Poetik. Übersetzt und herausgegeben von Martin Fuhrmann. Stuttgart: Reclam, 1982.
- Adorno, Theodor. W. Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001.
- Adorno, Theodor. W. Stichworte. Kritische Modelle II. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1969.
- Augè, Marc. Nicht-Orte. München: Beck, 2010.
- Augustinus, Aurelius. Bekenntnisse. Aus dem Lateinischen übersetzt von Dr. Alfred Hoffmann. München: Kösel, 1914.
- Bachtin, Michail. Rabelais und seine Welt. Volkskultur als Gegenkultur. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1987.
- Baltrusaitis, Jurgis. Der Spiegel. Entdeckungen, Täuschungen, Phantasien. Fulda: Anabas-Verlag, 1986.
- Barthes, Roland. Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie. Übersetzt von Dietrich Leube. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1985.
- Baudrillard, Jean. Der symbolische Tausch und der Tod. Aus dem französischen von Gerd Bergfleth, Gabriele Ricke und Ronald Voulliè. München: Matthes & Seitz Verlag, 1982.
- Beck, Ulrich. Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1986.
- Becker, Howard. S. Außenseiter. Zur Soziologie abweichenden Verhaltens. Frankfurt a. M.: Fischer, 1981.
- Benjamin, Walter. Versuche über Brecht. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1971.
- Boehm, Gottfried. Zu einer Hermeneutik des Bildes. In: Gadamer; Hans-Georg. Gottfried Boehm. Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1978.
- Böhme, Gernot. Theorie des Bildes. München: Wilhelm Fink, 1999.
- Böhmker, Richarda. Spiegel – Räume im Zeitalter Ludwigs XIV. Ein Beitrag zur Entwicklung und Bedeutung des Spiegels im Barock. Wien: Diss., 1946.
- Böll, Heinrich. Gruppenbild mit Dame. Köln: Kiepenheuer, 1971.
- Breckner, Roswitha. Bilder in sozialen Welten. Eine sozialwissenschaftliche Methodologie und Methode zur interpretativen Analyse von Bildern. Wien: Habilitationsschrift, 2008.
- Bude, Heinz. Das Latente und das Manifeste. Aporien einer „Hermeneutik des Verdachts“ In: Garz, Detlef. Klaus Krammer. (Hrsg.) Die Welt als Text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1994.

- Bourroughs, William. S. Naked Lunch. Frankfurt a. M.: Zweitausendeins, 1978.
- Denzin. Norman K. The cinematic society. The voyeur's gaze. London: Sage, 1995.
- Eco, Umberto. Über Spiegel. Und andere Phänomene. München: Hanser, 1988.
- Elias, Norbert. Gesellschaft der Individuen. Frankfurt a. M. Suhrkamp, 1987.
- Elias, Norbert. Über den Prozess der Zivilisation. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1976.
- Elias, Norbert. Was ist Soziologie. München: Juventa, 1970.
- Fichtl, Barbara. Susanne Gerner. Die Farbe Rot. In: Gieske, Sabine (Hrsg.). unter Mitarbeit von Frank Müller. Lippenstift. Ein kulturhistorischer Streifzug über den Mund. Marburg: Jonas, 1996. S. 34 - 41
- Foucault, Michel. Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt a. M.: Fischer, 2010.
- Foucault, Michel. Von der Freundschaft als Lebensweise. Michel Foucault im Gespräch. Berlin: Merve Verlag, 1984.
- Foucault, Michel. Überwachen und Strafe. Die Geburt des Gefängnisses. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1976.
- Fox, Stephan. The mirror makers. A history of American Advertising and his Creators. New York: Morrow, 1984.
- Gaarder, Jostein. Durch einen Spiegel, in einem dunklen Wort. München: Hanser, 1996.
- Garz, Detlef. Klaus Krammer. Die Welt als Text. Zum Projekt einer hermeneutisch-rekonstruktiven Sozialwissenschaft. In: Garz, Detlef. Klaus Krammer. (Hrsg.) Die Welt als Text. Theorie, Kritik und Praxis der objektiven Hermeneutik. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1994.
- Geertz, Clifford. Dichte Beschreibung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1987.
- Girtler, Roland. 10 Gebote der Feldforschung. Wien: LIT, 2004.
- Glaser, Barney G. Anselm Strauss. Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung. Bern: Verlag Hans Huber, 1998.
- Goffman, Erving. Geschlecht und Werbung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1981.
- Goffman, Erving. Rahmenanalyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1977.
- Goffman, Erving. Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper, 2009.
- Goldman, Robert. Reading ads socially. London: Routledge, 1992.

Grimm, Jakob und Wilhelm. Deutsches Wörterbuch. Vierzehnten Bandes I. Abteilung 2. Teil. Wenig – Wiking. Leipzig: Hirzel, 1960.

Habermas, Jürgen. Theorie des kommunikativen Handels. Band 1. Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995.

Hartlaub, G.F. Zauber des Spiegels. Geschichte und Bedeutung des Spiegels in der Kunst. München: Piper & Co, 1951.

Haubl, Rolf. Blaubarts Zimmer. Körperphantasien in szenischen Interviews. In: Hartmann. Hans A. Rolf Haubl (Hrsg). Bildflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.

Holmes, Oliver. Wendel. Stereoskop und Stereographie. 1859. In: Holmes, Oliver. Wendel. Spiegel mit einem Gedächtnis. Essays zur Photographie. Mit weiteren Dokumenten. Aus dem Amerikanischen von Michael Bischoff. Herausgegeben, kommentiert und mit einem Nachwort von Michael C. Frank und Bernd Stiegler. München: Fink, 2011.

Imdahl, Max. Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In: Boehm, Gottfried. (Hrg.) Was ist ein Bild? München: Fink, 1994. S. 300 – 324.

Ingenkamp, Konstantin. Werbung und Gesellschaft. Hintergründe und Kritik der kulturwissenschaftlichen Reflexion von Werbung. Frankfurt a. M.: Lang, 1996.

Jung, Thomas. Stefan Müller-Doohm. Lothar Voigt. Wovon das Schlafzimmer ein Zeichen ist. Text- und Bildanalyse von Schlafräumkultur im Werbemedium. In: Hartmann. Hans A. Rolf Haubl (Hrsg). Bildflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992. S. 245 – 267.

Kacunko, Slavko. Spiegel – Medium – Kunst. Zur Geschichte des Spiegels im Zeitalter des Bildes. München: Fink, 2010.

Katschnig-Fasch, Elisabeth. Cecile Huber. Anita Niegelhall. Roberta Schaller-Steidl. Einsamkeiten. Orte. Verhältnisse. Erfahrungen. Figuren. Wien: Turia+Kant, 2001.

Kleist, Heinrich von. Kleists Aufsatz über das Marionettentheater. Studien und Interpretationen. Hrsg. von Helmut Sembdner. Berlin: Schmidt, 1967.

Kloepfer, Rolf. Hanne Landbeck. Ästhetik der Werbung. Der Fernsehspot in Europa als Symptom neuer Macht. Frankfurt a. M.: Fischer, 1992.

Kluge, Friedrich. Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. Berlin: Walter de Gruyter, 1975.

Knorr-Cetina, Karin (2007): Umriss einer Soziologie des Postsozialen. in: Lars Meyer, Hanno Pahl (Hrsg.), Kognitiver Kapitalismus. Soziologische Beiträge zur Theorie der Wissensökonomie. Marburg (Metropolis), S.25-40 (Übersetzung vom Englischen in Deutsche, zusammen mit Alexandra Hessling).

Kolb, Bettina. Manipulation oder Wirklichkeit. Zur Rezeption visueller Codes in der Werbung und deren gesellschaftliche Verankerung im Alltag. Eine Fotobefragung. Wien: Dipl.-Arbeit, 1993.

Koschatzky, Walter. Die Kunst der Photographie. Salzburg: Residenz-Verlag, 1984.

Kröll, Friedhelm. Einblicke. Grundlagen sozialwissenschaftlicher Denkweisen. Wien: Braumüller, 2009.

Lacan, Jaques. Schriften 1. Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion, wie sie uns in der psychoanalytischen Erfahrung erscheint. Berlin: Quadriga, 1986.

Lasswell, Harold D. The Structure and Function of Communication in Society, in: Berelson, Bernhard, Morris Janowitz (Hrsg.). Reader in Public Opinion and Communication, New York: M W Books, 1967.

Lohse-Jasper, Renate. Die Farben der Schönheit. Eine Kulturgeschichte der Schminkkunst. Hildesheim: Gerstenberg, 2000.

Löw, Martina. Raumsoziologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2001.

Lueger, Manfred. Grundlagen qualitativer Feldforschung. Wien: WUV, 2000.

Macho, Thomas. Mit sich allein. Einsamkeit als Kulturtechnik. In: Aleida und Jan Assmann (Hrsg): Einsamkeit. Archäologie der literarischen Kommunikation VI. München: Wilhelm Fink, 2000, S. 27-44.

Mavor, Carol. Reduplicative Desires. In: Mirzoeff, Nicholas (Editor). The Visual Culture Reader, 3rd edition. London: Routledge, 2013. S. 347 – 355.

McLuhan, Marshall. The mechanical bride: folklore of the modern man. New York: Vanguard, 1951.

Merton. Robert. K. Auf den Schultern von Riesen. Ein Leitfaden durch das Labyrinth der Gelehrsamkeit. Frankfurt a. M.: Syndikat, 1980.

Meyer zu Eissen, Annette. Spiegel und Raum in der bildenden Kunst der Gegenwart. Bonn: Diss., 1980

Müller-Dooch, Stefan. Bildinterpretation als struktural-hermeneutische Symbolanalyse. S. 95 - 98. In: Hitzler, Ronald. Sozialwissenschaftliche Hermeneutik. Eine Einführung. Opladen, Leske+Budrich, 1997.

Müller-Dooch, Stefan. Visuelles Verstehen – Konzepte kultursoziologischer Bildhermeneutik. S. 443. In: Jung, Thomas. Stefan Müller-Dooch (Hrg.). „Wirklichkeit“ im Deutungsprozess. Verstehen und Methoden in den Kultur- und Sozialwissenschaften. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1993.

Mulvey, Laura. Visual and other pleasures. Bloomington: Indiana University Press, 1996.

- Pehnt, Wolfgang. Paul Scheerbart, ein Dichter der Architekten. In: Scheerbart, Paul. Glasarchitektur. München: Rogner & Bernhard, 1971.
- Raab, Jürgen. Visuelle Wissenssoziologie in der Fotografie. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie. 37 (2012). Ausgabe 2. S. 121 – 142.
- Petrarca, Francesco (an Francesco Dionigi von Borgo san Sepolcro in Paris). Die Besteigung des Mont Ventoux. Frankfurt a. M.: Insel, 1996
- Roche, Serge. Miroirs. Galeries et cabinets de glaces. Paris: Hartmann, 1956.
- Reinhold, Gert (Hrg.). Soziologie-Lexikon. 3. Auflage. München: Oldenbourg, 1997.
- Saramango, Jose. Die Stadt der Blinden. Reinbeck: Rowohlt, 2003.
- Sartre, Jean Paul. Das Sein und das Nichts. Hamburg: Rowohlt, 1991.
- Schaller-Steidl, Roberta. Einsamkeit und Fantasie In: Katschnig-Fasch, Elisabeth. Cecile Huber. Anita Niegelhall. Roberta Schaller-Steidl. Einsamkeiten. Orte. Verhältnisse. Erfahrungen. Figuren. Wien: Turia+Kant, 2001. S. 13 – 27.
- Scheerbart, Paul. Glasarchitektur. München: Rogner & Bernhard, 1971.
- Schneewittchen. Ein Märchen von den Brüdern Grimm. Bilder von Marlenka Stupica. Wien: Verlag für Jugend und Volk.
- Schütz, Alfred. Don Quixote und das Problem der Realität. Studien zur soziologischen Theorie. Den Haag: Nijoff, 1972.
- Schweiger, Günter. Gertraud Schrattenecker. Werbung. Eine Einführung. Stuttgart: Lucius & Lucius, 2009.
- Simmel, Georg. Der Bilderrahmen. Ein ästhetischer Versuch. In: Kramme, Rüdiger. Angela Rammstedt und Otthein Rammstedt (Hrg.). Georg Simmel. Aufsätze und Abhandlungen. 1901 – 1908. Band 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1995. S. 101-108.
- Soeffner, Hans-Georg. Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992.
- Sontag, Susan. Über Fotografie. München: Hanser, 1978.
- Strauss, Anselm. Spiegel und Masken. Frankfurt a. M : Suhrkamp, 1974
- Truffaut, Francois. Hitchcock. A definitive study of Alfred Hitchcock. New York: Simon & Schuster, 1986.
- Tolstoi, Lew. Krieg und Frieden. Frankfurt a. M.: Insel, 1984.
- Vigarelo, Georges. Wasser und Seife, Puder und Parfüm. Geschichte der Körperhygiene seit dem Mittelalter. Frankfurt a. M.: Campus, 1988.

Vogt, Ludgera. Was hat ein Telegramm mit Treue zu tun? Eine kultursoziologisch-semiotische Studie zu Text-Bild-Montagen. In: Hartmann, Hans A. Rolf Haubl (Hrsg). Bildflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1992.

Weber, Max. Wissenschaft als Beruf. Stuttgart: Reclam, 1995.

Wiesing, Lambert. Artificielle Präsenz. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 2005.

Wittgenstein, Ludwig. Tractatus logico-philosophicus. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1976.

Bilder der Bildanalyse:

<http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/dercos-hair-treatment-mirror-1634355/> Zugriff: 14.10.2012.

<http://www.coloribus.com/adsarchive/prints/insurance-mirror-13249255/> Zugriff: 14.10.2012.

Internetquellen:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Arnolfini-Hochzeit> Zugriff: 07.09.2012.

http://de.wikipedia.org/wiki/Édouard_Manet Zugriff: 13.09.2012.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Narziss> Zugriff: 28.05.2012.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Rokoko> Zugriff: 23.05.2012.

<http://derstandard.at/1356427080076/Weltbilderpuzzle-und-Pornomosaik> Zugriff: 08.01.2013

http://eierkiste.de/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=39 Zugriff: 24.09.2012.

<http://ovidsmetamorphoses.blogspot.co.at/2011/06/odyssey-8-ares-aphrodite-hephaestus.html> Zugriff: 08.10.2012.

<http://scarlettjohanssoning.com/> Zugriff: 12.10.2012.

<http://visualvictorians.wordpress.com/2011/10/13/introduction-to-photography/> Zugriff: 12.02.2013.

Filme:

American Psycho. Mary Harron. 2000.

Blindness. Fernando Meirelles. 2008.

Blow Up. Michelangelo Antonioni. 1966.

Citizen Kane. Orson Welles. 1941.

Fear and Loathing in Las Vegas. Terry Gilliam. 1998.

Wall-E. Andrew Stanton. 2008.

14. Anhang

Im Folgenden finden sich einige exemplarische Ersteindrucksanalysen, die im Zuge der Bearbeitung durchgeführt wurden. Da sie ursprünglich spontan und äußerst schnell verfasst wurden, sind sie der Lesbarkeit und Stringenz wegen hier gekürzt und gestrafft wiedergegeben. Abschließend ist eine Liste der Lesarten beigelegt.

Ersteindruck 1



Zugriff:

<http://www.adsandbrands.com/en/search>

(Stichwort „Spiegel“) 30.01.2012

Allianz, 2002.

Ich sehe das Gesicht einer jungen Frau mit langen Haaren. Sie ist geschminkt, hat violette Lippen. Ihr Blick ist auffällig, sieht aus wie verklart, ein leichtes Lächeln, das verklarte Lächeln, gehört zu dem Blick. Im nächsten Moment nehme ich die zweite Figur wahr, von der man vor allem weißes langes Haar sieht. Beide Figuren fassen mit der Hand an ihr Ohr, vielleicht um sich Ohringe anzustecken. Meine Augen machen Blicksprünge zwischen den zwei Figuren und bemerken den silbernen Rahmen, der sich vom Hintergrund abhebt, ein Spiegel. Eine graue Frau, die vor einer Frau mit kräftiger Haarfarbe steht. Beide tragen ein violettes Top, vielleicht ein Kleid, man sieht nicht die Körper, sondern Kopf und einen Teil des Oberkörpers. Die junge blickt die alte Frau an und vermutlich umgekehrt, aber man sieht den Blick der alten Frau nicht, sondern ahnt nur, dass sie in dieselbe Richtung schaut. Die Frage taucht auf, ob es sich wirklich um einen Spiegel handelt, oder nur um einen Rahmen in dem eine junge Frau sitzt, die vorgibt ein Spiegelbild zu sein, was mich von dieser Interpretation abhält, weiß ich nicht bzw. nicht mehr.

Sowohl im Spiegel als auch neben dem Spiegel fällt jeweils kurzer Text auf. Am unteren Rand des Bildes ist ein großer Teil in blau eingefärbt, auf diesem steht einiges, vor allem der Begriff „Allianz.“

Spontanthesen

- Spiegel haben magische Fähigkeiten. Sie können in die Vergangenheit (Zukunft?) blicken.

- Das Spiegelbild, das man sieht, ist von einem selbst abhängig. Es existiert kein Spiegelbild ohne jemanden, der es als Spiegelbild interpretiert. Und wie interpretiert wird hängt vom Interpreten ab.
- Spiegel dienen vorrangig der Schönheit, der Schönheitsentfaltung, der Schönheitsherstellung von Frauen.
- Schönheit hat nichts mit dem Alter zu tun, sondern ist quasi eine innere Ansicht. Ein Spiegel ist in der Lage, das Innere nach außen zu kehren.
- Vor dem Spiegel ist man nie alleine
- Das Spiegelbild ist die wesentliche Narration in Bildern, die auf ein Spiegelbild zurückgreifen, da sie die Besonderheit darstellen.
- Spiegelbilder machen Differenzen zwischen Sichtbarkeitsebenen auf, wodurch sie in Bildern zu Erzählungen beitragen, vielleicht diese sogar fördern oder erst in Gang bringen.
- Spiegel so wie Schönheit (und vieles mehr) sind etwas Zerbrechliches, Bewahrenswertes (auch hier der zarte, silberne Rahmen)
- Bild und Spiegelbild einer Figur auf demselben Foto können nicht die gleiche Perspektive auf den Betrachter einnehmen, wodurch immer ein Mehr(wert) zumindest eine Differenz bzw. eine Frage im Bild steht. Den Bildern wird Eindeutigkeit genommen, der Frage nach „Welche Seite soll ich ansehen? Welche Perspektive ist die relevante? Spiegelbilder können so einen interpretativen Unsicherheitsfaktor darstellen, der unangenehm ist (deshalb Spiegel in Werbebildern selten?)

Ersteindruck 2



Zugriff:

<http://main.stylelist.com/2010/03/18/plus-size-models-in-ads-cause-low-self-esteem-study-claims/>

22.03.2011

In Blicksprüngen bewegen sich meine Augen zwischen den Figuren. Rechts von der Kante eine hockende Frau in schwarzem engem Turnanzug, links davon dieselbe Person. Sie blickt in Richtung Kamera. Mein Blick wandert hinauf, links im oberen Eck eine blonde Frau, in einem schwarzen Kleid. Das Bild ist schwarz weiß fällt mir auf, ob die Anzüge wirklich schwarz sind? Auf der rechten Seite der Kante sehe ich die blonde Frau wieder, sie steht, über der hockenden Frau. Die Kante ist die Trennung zwischen „realer“ Bildwelt und gespiegelter Bildwelt. Ich erkenne ein mehrfach unterteiltes Fenster. Rechts von der Kante sieht man vielmehr vom Raum als links.

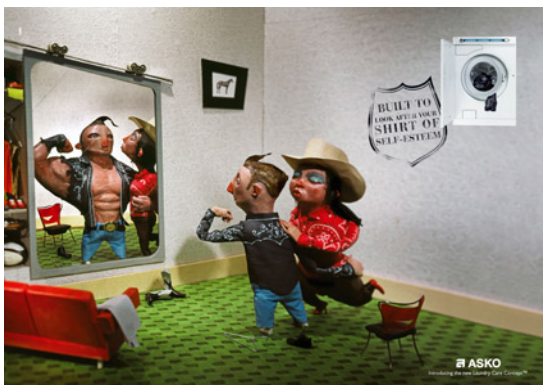
Ich erkenne keinen Hinweis auf eine schriftliche oder symbolische Werbebotschaft.

Der Spiegel ist, wie in einem Ballettübungsraum, ein großer, rahmenloser, ein absoluter Wandspiegel, der von der Wand weiter nichts sichtbar werden lässt. Er ist an der Spiegelkante zu erkennen. Der Spiegel wird durch eine zweite Kante „geteilt“ und vor allem am Boden durch einen Spiegelabschluss erkenntlich. Die Frauen im linken Bildteil schauen direkt in die Kamera, die im rechten nicht.

Spontanthesen

- Dem Spiegel und der Spiegelung wird der zentrale Raum des Bildes zugesprochen.
- Der Übergang in den Spiegel (die Kante) ist das wesentliche Gestaltungsmerkmal des Bildes. An dieser „verkantet“ sich der Blick der Betrachterin.
- Das Bild spielt mit der Unklarheit, was das Bild und was das Bild im Spiegel ist
- Ein Spiegelbild kann in einem Bild nur durch deutlichen Hinweis auf die Spiegelbildlichkeit des Bildes erkennbar gemacht werden.
- Die Konstitution des Raumes wird vorrangig über die spiegelnde Fläche dargestellt.
- Die Spiegelung wird als wichtiger, größer etc. gezeigt.
- Die wesentlichen Bildbotschaften werden über den Spiegel kommuniziert. Nicht die kameraanblickenden Frauen, sondern die den Blick abwendenden im Spiegel zeigen die relevanten Blickrichtungen an. Obwohl man von den Blicken der Models berührt wird, bleibt der Eindruck des Wegblickens über den Spiegel stärker.
- Der Spiegel als Ort der Ambivalenzen. Über ihn kann mit Blickrichtungen, mit Vorannahmen über Blicke gespielt werden, bzw. diese konkret (und vielleicht kritisch) angesprochen werden.
- Schöne Frauen gehören in den Spiegel. Zeigt man einen riesengroßen Spiegel, hat sich darin eine Frau zu spiegeln. → Im Spiegel ist die Frau. (Hinweis auf männliche Blickfantasien, die aber gerade hier auch umgedeutet werden)

Ersteindruck 3



Zugriff:

<http://www.rednosestudio.com/rednoseblog/?m=200802>

22.03.2011

Die gehobene Faust in der Mitte des Bildes sehe ich zuerst und versuche sie und ihre Bewegung einzuordnen, denke an Prügeln, an Nazis, an Drohung. Ich sehe die Frau mit dem Cowboyhut neben der Faust, dann nehme ich den Mann, der die Faust nach oben hält, wahr. Auch dieser erinnert an Cowboy, die sichtbar zugewandte Rückseite seines Hemdes ist im Cowboystil ornamentiert. Die Frau beugt sich zu seiner Wange mit Kussmund hin, während er nach vorne blickt. Jetzt merke ich, dass es sich um Figuren aus Plastilin oder Fimo handelt. Kurz nehme ich rechts oben eine Waschmaschine hängend wahr, ohne sie recht einordnen zu können, dann sehe ich links einen Spiegel. Es ist ein Standspiegel, in dem sich ein Mann mit offenem Hemd und einem mit großen Muskeln bepackten Oberarm, den er anwinkelt um sie zu spannen, zeigt. Er sieht sehr kräftig aus. Neben ihm steht eine Frau, die knapp davor ist, ihn auf die Wange zu küssen. Ich mache Blicksprünge zwischen dem Spiegel und den zwei Figuren in der Mitte des Bildes. Sehe sie mir an. Bemerke aber nichts. Mein Blick geht nach links unten, bleibt kurz an einer Couch oder einem Sofa hängen, auf dem ein Stück Wäsche hängt. Das ganze Bild ist sehr in grün gehalten, bemerke ich, kommt mir so vor. Nach einigen Sekunden fällt mir erst auf, dass der Muskelmann im Spiegel und der Mann vor dem Spiegel sehr unterschiedlich sind. Der Mann vor dem Spiegel besitzt gar keine Muskeln, er ist das, was die EAV einen Spaghettisultan nennt, ganz dünn, das Hemd scheint an seinem

Körper zu wehen vor lauter freiem Raum, während der Mann im Spiegel sein Hemd längst zerrissen hat.

Spontanthesen

- Der Spiegel kann über seine eigentliche Eindeutigkeit (Erwartungshaltung des Betrachters) im Bild Spannung erzeugen, weil es nicht vom ersten Moment an klar ist, sondern erst „erschaut“ werden muss.
- Über Spiegel in Bildern kann mit festen Sehgewohnheiten gespielt werden.
- Der Spiegel spiegelt Inneres, Wunschvorstellungen, er ist magisch, ironisch, zeigt Differenzen auf, macht sich lustig etc. etc. Der Spiegel ist ein wandelbares Spielzeug.
- Während sich Inhalte des Spiegelbildes im Werbebild ändern, bleiben eingenommene Haltungen konstant. Diese müssen aufrechterhalten werden um das Spiegeln sichtbar zu machen, während die Inhalte (anscheinend) geistig variabler gestaltet werden können. (Konstanz der Form ist notwendig, Inkonstanz des Inhalts kann akzeptiert werden)
- Es bestehen normierte Vorstellungen darüber, wie ein Spiegelbild auszusehen hat, bzw. wie es sich in einem Genre verhalten darf. Gewisse Fixierungen sind nötig um andernorts Freiheiten zu lösen.
- Der Spiegel benötigt nicht die zentrale Position im Bild um die zentrale Position in der Bildsprache einzunehmen.
- Spiegel werden thematisiert vs. Spiegel werden nicht thematisiert (vgl. IKEA Katalog, Spiegel als Nebenelement)
- Spiegel nehmen Geschlechterrollen gerne auf, sie derart stark geschlechtlich geprägt, dass sie nicht viel anders spiegeln können.
- Die „Augen“ der Gesellschaft, die Augen Dritter verlieren gegenüber der eigenen Dualität (Ich und Das-andere-Ich) an Bedeutung. Der Blick des Anderen (der Frau) spielt keine Rolle, da nur der „eigene“ anonymisierte Blick auf sich selbst über einen selbst Macht hat.
- Spiegel als Vereinsamungsinstrument unter den Menschenmassen. Der Blick in den Spiegel gehört (scheinbar?) nur dem Einzelnen selbst.

Ersteindruck 4



Zugriff:

http://adsoftheworld.com/media/ambient/dove_body_milk_magic_mirror?size=original

23.04.2012

Ein in einige kleiner Bilder unterteiltes Gesamtbild, Spiegel finden sich in jedem „Segment“ und er wird durch die Überschrift sofort als magisches Objekt vorgestellt, er ist der „magic mirror“. Während sich die „schöne“ Frau nicht spiegelt, darf die Putzfrau im kleineren Bild unten gespiegelt sein.

Über den Spiegel wird hier eine ganze Handlungsabfolge nachgezeichnet. Die Veränderungen im Spiegel scheinen beinahe personalisiert zu sein. Der Spiegel ist bei dir, mit dir, er „lebt“.

Die sich spiegelnde Putzfrau ist natürlich der Hit. Nicht ungepflegt, aber eindeutig nicht mit „Schönheit“ „Pflege“ an sich in Verbindung zu bringen, außer über den Zusatz, dass sie sich um den Spiegel kümmert, in also quasi „pflegt.“

Von der vermutlich „schönen“ Frau gibt es keine Spiegelung, sie erkennen wir allein durch ihre Hinteransicht.

Auch hier wird dem Betrachter der Rücken gezeigt, der Betrachter wird zum Voyeur.

Spannend: Erste Werbung für ein Kosmetikprodukt, das einen Spiegel im Sujet verwendet.

Ersteindruck 5



Zugriff:

<http://great-ads.blogspot.com/2011/05/spend-no-more-evenings-alone-with-amour.html>

23.04.2012

Spiegel als der Andere hier wie in einem Maskenball produziert.

Sehr spannende Interaktion zwischen Spiegel(bild) und Mensch vor dem Spiegel

Mensch wird im Spiegel beinahe ein Anderer, aber nicht wirklich

Einsamkeit als anonymes Verhalten

Das Spiegelbild ist weiblich, also was gesehen werden soll, wovon das Gesicht gesehen werden soll ist weiblich.

Hier sind Blicke vorhanden, der „weibliche Blick“ das Begehrliche wird hier karikiert.

Wiederum Spiegel in gewisser Form magisch, da er einen anderen Menschen, sogar eines anderen Geschlechts „herzaubert“, daneben deutlich, dass auch hier über den Spiegel soziale Normen karikiert, dadurch aber nur um so deutlicher angesprochen werden.

- Der Spiegel dient der Überzeichnung (auch hier)
- Im Spiegel kann verfremdet werden.
- Der Spiegel ist ein variabler Schauspieler.

Ersteindruck 6



Zugriff:

<http://fashiononrock.blogspot.co.at/2011/06/lessons-from-lanvin-designer-alber.html>

06.12.2011

Merkwürdig: Wie gewusst schießt mein Blick auf die linke Seite des Bildes, ausgehend von einer zentralen Position, die aber nur verschwommen von mir wahrgenommen wird. Auf der linken Seite sehe ich eine große Sonnenbrille, dann den offenen Mund. Mein Blick wandert zwischen dem sichtbaren Gesicht und dem Hinterkopf hin und her. Ich erkenne, dass es sich um ein Spiegelbild handelt. Ich sehe am linken Bildrand hinunter, an der gespiegelten Kette entlang, darauf in Richtung Mensch und mein Auge wandert über den hingestreckten Körper. Plötzlich ein Blicksprung, ich erkenne die schriftliche Einblendung „Lanvin“, merke sie mir auch, obwohl ich davon noch nie gehört habe. Kurz darauf erkenne ich die nach oben gestreckten Füße und vor allem die mit bunten Steinen oder so besetzten Stöckelschuhe. In weiterer Folge bewegt sich mein Blick ziemlich schnell über das Bild, immer wieder zu dem geöffneten Mund im Spiegel, viel weniger über die Umgebung. Auffällig ins Aug sticht mir die zerfetzte Couch. Ich assoziiere mit diesem Bild, der Vorstellung der Schönheit bei gleichzeitiger Versehrtheit das erfolgreiche Musikvideo zu Robbie Williams „Come Undone“, in dem die ersten, verkaterten Minuten des Morgens nach einer großen Feier in Zusammenhang mit Vanitas- und Vergänglichkeitsästhetik gezeigt wird.³¹⁷

Spontanthesen

- Der Spiegel ist hier ein Objekt der Begierde, etwas Tierisches, Anziehendes. Es ist die eigene Schönheit, die narzisstische, ohne Dritte, die gefällt. Was brauche ich andere Menschen, wenn ich ein Spiegelbild habe, das alle anderen „alt aussehen“ lässt?
- Der Spiegel befindet sich am linken Rand, dennoch nimmt er einen wesentlichen Bildraum ein, da in ihm die Interaktion abläuft.
- Spiegel lenken Aufmerksamkeit auf sich
- Der Mensch fühlt sich zum Objekt (kalt, zerbrechlich) hingezogen, soweit hingezogen, dass Körperkontakt notwendig wird. (was sagt das über Mensch, was über Objekt aus?)
- Der räkelnde Mensch vor sich selbst, es hat natürlich etwas Geiles, aber auch etwas Unterwürfiges, Schlängelndes, aber nie Unsicheres. Es ist eine bewusste Haltung der Verführung, die aber eben immer auch ein mögliches Hergeben in sich trägt, das sich vor allem nicht durch unerreichbare Distanz auszeichnet. Die Körperhaltung steht in einem Verfügungszusammenhang.
- Über den Spiegel wird der Betrachter erst zum Voyeur, da es eine Angesprochene im Bild gibt. Über den Spiegel sagt man aber, ist man als Dritter auch irgendwie anwesend.

³¹⁷ Williams, Robbie. Come Undone. <https://www.youtube.com/watch?v=4D35vfQ7eZg>
Zugriff: 12.02.2013.

Lesartliste BA I

Segment 1&2

1. Eine Klammer, ein Rahmen
2. Der Austritt, ein Trieb
3. Teil eines Ganzen vs. Einzelteil
5. Glänzen als Bildzusammenhang
6. Autospiegel
7. „Sehfenster“
8. Material
9. Bewegung
11. Der Mensch
12. Lippenschminken (als Tätigkeit, szenische Handlung; mit 9. Bewegung in Verbindung)
13. fehlendes Augenpaar
14. Der leere Raum (Entwicklungspotentiale für das Bild)
15. Der übernatürliche Schönheitsfleck
16. Der Voyeur
17. Spiegel (in Zusammenhang mit 6.)

Segment 1&2&3

3. Teil eines Ganzen vs. Einzelteil
5. Glänzen als Bildzusammenhang
6. Spiegel (Autospiegel) und Rahmen
9. Bewegung
11. Der Mensch
12. Lippenschminken (als Tätigkeit, szenische Handlung; mit 9. Bewegung in Verbindung)
13. fehlendes Augenpaar
14. Der leere Raum (Entwicklungspotentiale für das Bild)
16. Der Voyeur
18. Offenheit, Unklarheit, Widersprüchlichkeit

Segmente 1&2&3&4

6. Spiegel (Autospiegel) und Rahmen
9. Bewegung
11. Der Mensch
12. Lippenschminken (als Tätigkeit, szenische Handlung; mit 9. Bewegung in Verbindung)
13. fehlendes Augenpaar
14. Der leere Raum (Entwicklungspotentiale für das Bild)
16. Der Voyeur
18. Offenheit, Unklarheit, Widersprüchlichkeit (neu Diffusität)
19. Schutz (durch Sonnenschirm)
20. Aussicht (in Verbindung zu Unklarheit, Unschärfe, Widerspruch)
21. Einsamkeit

Lesartliste BA II

Segment 1& 2

1. Ein Ganzes / zwei Teile?
2. Die Ornamentik

3. Ein Rahmen
4. Farbgefälle
5. Die Unvollständigkeit, der fehlende Teil
6. Die zwei Rahmen, Grenzerfahrungen
7. der menschliche Rücken
8. Der Hosenträger (Anachronismus vs. Moderne)
9. Das große „X“ (die soziale Abwehrhaltung)
10. Die Glatze
11. Der feine Mann (ausgehen oder ausgegangen)
12. Tätigkeit der rechten Hand (gegenüber dem steifen Rest)
13. Einsamkeit
14. Dialektik zwischen alt und neu

Segmente 1 & 2 & 3

2. Die Ornamentik
3. Ein Rahmen
4. Farbgefälle
5. Die Unvollständigkeit, der fehlende Teil
6. Die zwei Rahmen, Grenzerfahrungen
10. Die Glatze
13. Einsamkeit
14. Dialektik zwischen alt und neu
16. Krawattebinden
17. Ein (feiner) Mann vor seinem Spiegelbild (aus „der menschliche Rücken (7.); „der feine Mann (ausgehen oder ausgegangen)“ (11.); „der Mensch von vorne“ (15.))
18. Die „glorifizierende“ Kameraposition
19. Der Voyeur
20. Spiel mit dem Spiegel

Segmente 1 & 2 & 3 & 4

2. Die Ornamentik
3. Ein Rahmen (Grenzerfahrungen)
4. Farbgefälle
5. Die Unvollständigkeit, der fehlende Teil
10. Die Glatze
13. Einsamkeit
14. Dialektik zwischen alt und neu
16. Krawattebinden
17. Ein (feiner) Mann vor seinem Spiegelbild (aus „der menschliche Rücken (7.); „der feine Mann (ausgehen oder ausgegangen)“ (11.); „der Mensch von vorne“ (15.))
18. Die „glorifizierende“ Kameraposition
19. Der Voyeur
20. Spiel mit dem Spiegel
21. Ein Vorzimmer
22. der magische Schatten
23. schiefe Optik
24. Die Kragenweite

Lebenslauf

Name: Konstantin Hondros

Ausbildungsweg: 1992-1996 VS Kreindlgasse, in 1190 Wien
1996-2004 AHS, Gymnasiumstrasse, in 1190 Wien (im humanistischen
Zweig: Latein und Altgriechisch)
2002-2003 Schulsprecher der AHS Gymnasiumstrasse
2004 Sommer: bestandene Matura

Präsenzdienst geleistet 2004-2005 als Zivildienstler im Institut Keil (Schule und
Ausbildungsstelle für cerebralparetische Kinder und Jugendliche).

Von 2005 – 2012 ebendort als Englisch- und Deutschlehrer beschäftigt.

Seit Herbst 2005 Student an der Universität Wien, inskribiert in den Studienfächern und
Theater-, Film- und Medienwissenschaft und Soziologie

Abgeschlossenes Bakkalaureatsstudium Soziologie im Sommersemester 2009

Seit Winter 2009 im Masterstudium Soziologie

Seit Herbst 2011 Diplomarbeit im Fach Theaterwissenschaft: „Die Kunst des Schimpfens.
Versuch einer dramatischen Malediktologie.“

und Masterarbeit im Fach Soziologie: „Spiegel und Mensch. Eine Analyse von
Werbebildern.“

Im Februar 2013 als Teaching Assistant zu Atlas.ti in der ECPR-Winterschool tätig.

Kurzdarstellung

Der Mensch und der Spiegel haben eine jahrtausende alte gemeinsame Geschichte, wenig Objekten kann eine ähnliche Kraft gegenüber und eine vergleichbare Verbindung mit seinem „Schöpfer“ nachgesagt werden. In einer Artefaktanalyse nach Manfred Lueger und mit zwei Bildbearbeitungen, die sowohl auf der bildhermeneutischen Methode Stefan Müller-Dooohms als auf der Segmentanalyse nach Roswitha Breckner basieren, nähert sich diese Arbeit dem Zusammenhang zwischen Mensch und Spiegel an. In zwei einleitenden Kapiteln wird auf das Objekt des Spiegels und das gesellschaftliche Phänomen der Werbung aus wissenschaftlicher Sicht eingegangen und versucht, sowohl die wesentlichen Gedanken der jeweiligen Diskurse aufzubereiten, als auch auf für die Arbeit bedeutsame Aspekte fundierter einzugehen.

Wesentlich ist dieser Arbeit die Behandlung gesellschaftlicher Artefakte, die als Objekte gesehen werden können, über die auf latent vorhandenes soziales Wissen geschlossen werden soll. Dem folgend ist in der Artefaktanalyse ein ausgewählter Spiegel im Fokus, über den hinaus aber hypothetische Aussagen über Spiegel allgemein getroffen werden. Die Bildanalysen setzen Werbefotografien mit prominenten genutzten Spiegeln und also bildliche Repräsentationen von Objekten zentral.

In den Analysen wird Wert darauf gelegt, die im Bildmedium angelegte narrative Vielschichtigkeit darzustellen. Die Etablierung einer großen Zahl an Lesarten bzw. Lesartsträngen soll das unterstützen. Diese Narrative werden mit unterschiedlichen theoretischen Hintergründen an den geistes-, sozial- und kulturwissenschaftlichen Diskurs rückgebunden. Unter Anderen wird auf Erving Goffman, Michel Foucault, Jean Baudrillard, Susan Sontag und Norbert Elias verwiesen und also versucht, reichhaltiges Wissen für das Spiegelartefakt und Werbebild nutzbar zu machen.

Über die hermeneutische Deutung wird der Spiegel in der Werbung als interaktionsfähiges Objekt dargestellt, dem Aufgaben über die gewöhnlicher Objekte hinaus zugegeben werden. Dieses Changieren zwischen dem Spiegel als Funktions- und einem Dienstleister wird in den Werbebildern als durch das gesamte Sujet etablierte Widersprüchlichkeiten visuell umgesetzt. Eine „kleine Theorie“ implementiert schließlich drei unterschiedliche Ebenen, in denen der Spiegel gesellschaftlich wirkt, die von den direkten objekthaften Ebenen der Handlung (also Interaktion) und des Rahmens (als normierte Organisation) in einer visuellen Nutzung als Repräsentation eines Objekts in einem Bild über die Ebene des Voyeurs eine Reflexionsoption für Betrachterinnen dieser Bilder etabliert (ohne sich im herkömmlichen Sinn selbst zu spiegeln). Die in dieser Ebenen ebenfalls angelegte Intimisierung des Bildsujets

und die damit verbundene Visualisierung von Tabus konterkariert die Normierung auf der Objektebene.

Abstract

Man and mirror have a thousands of years old common history, rarely any object is as strongly connected to his „creator“. In an artefactanalysis according to Manfred Lueger and two image editings, which are based on Stefan Müller-Doohm's method of visual hermeneutics and Roswitha Breckner's segmentanalysis, this thesis approaches the connection between man and mirror. In two introductory chapters the object mirror and the social phenomenon advertising are being looked at scientifically, major discursive thoughts should be displayed here.

Essential for this thesis is the dealing with social artefacts, via which latent knowledge is focussed. While the artefactanalysis uses a common mirror for its assumptions, the image analysis methods use fotografies of advertisements that show mirrors, and so visual representations of objects, centrally.

The analysis attaches importance to the narrative complexity of the image medium. The establishment of an amount of readings helps to support this. The narratives are being connected tho various theoretical beackgrounds, especially but not only to Erving Goffman, Michel Foucault, Jean Baudrillard, Susan Sontag and Norbert Elias.

The hermeneutical interpretation shows mirrors in advertisements as objects being able to interact, they take over tasks that exceed those of common objects. Via contrariness that is established in the image subjects, the advertisements show the changing between the two poles of function and service.

A little theory about mirrors and advertisements discovers three connected levels that make up the usage of the object. The basic level is the one of interaction, this level is followed by the level of frames, that organize the interaction, and, now within the visual use as an image of the object, the level of voyeurs. For the viewer this last level is one able of reflexion, for it shows intimacy and connected visualized tabus that thwarts the norms on the level of objects.