

Kapitel 1

Einleitung

Es gibt heute eine Vielzahl von Veröffentlichungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstheorie. Die zunehmende Beschäftigung damit liegt vor allem in der weiten und weiterhin zunehmenden Verbreitung der Informations- und Kommunikationsmedien begründet. Die technischen Veränderungen und Entwicklungen dieser Medien haben großen Einfluß auf die Kommunikation. Es ist eine Diskussion entbrannt, die sich vor allem um die Begriffe „Bilderflut“¹ und „zunehmende Visualisierung“ dreht. „Angesichts der inflationären Präsenz von Bildern in einer medialen Umwelt spricht man heute vom „Pictorial“ oder „Iconic Turn“ (...).“² Mitchell prägte den Begriff des „pictorial turn“.³ Tatsache ist, daß wir heute von immer mehr Bildern umgeben sind - und diese Tendenz anhält.⁴ Dabei sind wir nicht nur Medienbildern ausgesetzt, sondern jeder einzelne macht auch selbst immer mehr Fotos.⁵ Dieser Übergang von der verbalen zur visuel-

¹Hirner 2000, Seite 13

Vgl. dazu auch Kauffmann 1988

²Stöhr 1996, Seite 9

³Mitchell 1994, Seite 11

⁴Bolz spricht hier sogar von einer regelrechten Sucht des Menschen nach Bildern. „Menschen sind bildbedürftig, ja bildersüchtig, weil sie Welt überhaupt nicht anders haben können als im Medium ihrer Projektionen.“ (Bolz 1992, Seite 99)

⁵Anders stellt hier sogar eine Verschiebung von „Wirklichkeit“ fest. Nicht mehr das Reale zählt, sondern das Bild davon erhält eine neue Bedeutung, indem es dem Touristen erlaubt, die Realität durch das fotografische Bild in Besitz zu nehmen.

len Kommunikation ändert die Mittel der Kommunikation.⁶ Heute wird nicht nur die verbalsprachliche Kommunikation stärker visuell übertragen (für diese Entwicklung ist vor allem die Erfindung des Buchdrucks ein wichtiger Faktor), vielmehr wird die verbalsprachliche Kommunikation immer mehr durch Kommunikationsformen mittels Bildern ergänzt und teilweise sogar durch diese ersetzt.

Mir geht es hier jedoch nicht um eine allgemeine Darstellung kommunikationstheoretischer Fragen, sondern um einen speziellen Bereich der visuellen Kommunikation: den der Fotografie. In der theoretischen Aufarbeitung der Medienentwicklung fehlt auch heute noch – nach über 150 Jahren ihres Bestehens und ihrer weiten Verbreitung – eine Rhetoriktheorie der Fotografie.

Die Fotografie hat in der Entwicklung der visuellen Kommunikation eine entscheidende Rolle gespielt. Auf ihr basieren die gegenwärtigen Formen der visuellen Kommunikation und damit auch große Teile unserer heutigen Kommunikation. Denn unsere heutige Kommunikation ist immer weniger eine verbalsprachliche Kommunikation, sie ist zunehmend visuell.⁷

Das Thema dieser Arbeit ist die Fotorhetorik. Hier steht die Untersuchung der Vermittlung einer Intention in einem technisch-mechanisch erzeugten Standbild im Mittelpunkt und nicht die Unter-

Das Medium Fotografie erlaubt durch seine „mimetische“ Abbildung des Realen und seine einfache Technik jedem Touristen zu fotografieren, um so das Gesehene in Besitz zu nehmen. So „*sind Nachbilder für sie eben das Wirkliche. (...) was sie fotografieren, fotografieren sie nur, um es zu haben – so wenig ist ihnen das, was sie fotografieren, das „Wirkliche“.* „Wirklich“ ist für sie vielmehr die Aufnahme.“ (Anders 1994, Seite 181)

⁶Vgl. dazu auch Dencker 1995

⁷Vgl. zum Reichtum unserer heutigen Kommunikationsmittel über die Verbal-sprache hinaus auch Chaplin: „We communicate in a variety of different ways. For example we present our world visually through artefacts, still pictures, television, video, and via the typescript and layout of verbal text itself. Furthermore, visual representation is acknowledged to be increasingly influential in shaping our views of the world.“ (Chaplin 1994, Seite 1)

suchung der Bilder im allgemeinen. Der Grund für die Untersuchung des Mediums Fotografie⁸ liegt in den gegenwärtigen Kommunikationsformen. Die Fotografie ist das Medium, das in der technischen Entwicklung der Motor für die Multiplikation des Bildes ist.⁹ Sie war das erste Medium, mit dem man die Welt mechanisch abbilden konnte. Der fotografische Prozeß ist für alle nachfolgenden technischen Entwicklungen der Bilderwelt maßgeblich. Alle Bilder, von denen wir heute so „überflutet“ werden, sind mit Hilfe der Fotografie selbst oder mit einer technischen Weiterentwicklung, die auf der fotografischen Technik beruht, erstellt.¹⁰ Daher ist es wichtig, das fotografische Bild zu untersuchen; es ist die Grundlage für die Formen der aktuellen Kommunikation. „Photographie ist das erste technische Massenmedium, das zum einen in der langen Tradition der Bildkultur für die Massen (von Panorama und Diorama zu Jahrmarkt, Varieté und Zirkus, von den Bildertafeln der Bänkelsänger zu Menagerie und Guckkasten) steht und zum anderen als Übergangsmedium zu Film und Television einen wichtigen Baustein für das Mediensystem unseres Jahrhunderts liefert.“¹¹

Die Fotografie wurde zeitgleich von mehreren Forschern erfunden, und das, obwohl die technischen Möglichkeiten einer solchen Erfin-

⁸Zur deutlicheren Unterscheidung zwischen der Fotografie als Medium und dem Foto als fotografischem Bild verwende ich den Begriff Fotografie, wenn ich es im Sinne von Medium verwende. Beziehe ich mich auf die mit Hilfe dieser Technik entstandene Kommunikationseinheit, also das fotografische Bild, werde ich entweder den Begriff „Foto“ oder den Ausdruck „fotografisches Bild“ verwenden.

⁹Die Fotografie hat jedoch nicht nur Auswirkungen auf die technischen Medien, sondern sie hat auch „die Literatur des neunzehnten Jahrhunderts verändert. Die Veränderung ist nicht etwa deswegen erfolgt, weil das Thema Photographie als Motiv oder Stoff eine Rolle gespielt hätte, die Spuren der Veränderung lassen sich vielmehr in den Texten erkennen.“ (Krauss, Rolf 2000, Seite 163)

¹⁰„Betrachtet man den Wandel des Sehens insgesamt, könnte man von der allmählichen Zurückdrängung des lustvollen Sehens und seiner Kanalisierung im technischen Sehen sprechen, das immer mehr von technischen, simulierten Bildern vorgeprägt wird.“ (Kleinspehn 1991, Seite 308)

¹¹Albersmeier 1992, Seite 9

dung schon vorher gegeben waren. Demnach ist der Grund für die Erfindung der Fotografie gesellschaftlicher Art. Starl betont, daß die Erfindung der Fotografie, die mit einem objektiven Bild verbunden wird, als visuelles Massenmedium mit der Erkenntnis des subjektiven Standpunktes, wie es zum Beispiel durch die Erfindung der Ballonfahrt¹² ermöglicht wurde, zusammenfällt.¹³ „Die visuellen Massenmedien kommen in einer Phase auf, in der die Wissenschaft die Subjektivität des Sehvorgangs festzustellen beginnt.“¹⁴

Die Fotografie scheint es zu ermöglichen, die Subjektivität des Künstlers einzuschränken. „Die technischen Medien übertrafen Malerei und Zeichnen ganz eindeutig in einem Aspekt, der zugegebenermaßen beschränkt, aber dennoch wesentlich war: Sie konnten Bilder von der Welt direkt aufzeichnen.“¹⁵ „Anstelle der malerischen, zeichnerischen oder plastischen Umsetzung tritt ein opto-chemo-mechanisches Verfahren, das in einem scheinbar „objektiven“ Abbildungsvorgang ein Bild eines vorgefundenen oder arrangierten Realitätsausschnitts liefert. Die Subjektivität des Künstlers wird damit scheinbar aus dem Abbildungsvorgang und dem Herstellen des Bildes eliminiert (...).“¹⁶ Da der Produzent des Bildes hinter das Bild selbst zurücktritt und es nicht durch seine Handarbeit, sondern mit Hilfe einer technischen Erfindung entstehen läßt, wird das Bild als mimetisches Abbild der Wirklichkeit angesehen.¹⁷ Den geänderten Schöpfungs- und Produktionsvorgang des fotografischen Bildes verdeutlicht Molderings am Bei-

¹²Vgl. dazu z.B. auch die Fotos aus dem Ballon von Nadar, sowie Nadar 1994, Seite 95-122

¹³Vgl. zur Subjektivität und Objektivität in der Fotografie selbst und im Umgang mit ihr auch Baudrillard 1989, Seite 123

¹⁴Starl 1995, Seite 108

¹⁵Monaco 1996, Seite 38

¹⁶Hickethier 1996, Seite 44

¹⁷Vgl. zur Mimesis im allgemeinen (Begriffsgeschichte und Entwicklungen) Gebauer/Wulf 1992

spiel von Paßbildautomaten (Fotomaton) auf Bahnhöfen: „Zum ersten Mal entstand ein Bild der Außenwelt automatisch, ohne schöpferischen Einfluß des Menschen. Die Schöpfung lag quasi *vor* der Bildentstehung; sie zeigte sich in der Erfindung des Instruments, der Bildmaschine selbst. Es war diese Revolution der Technik, die ihre tiefsten Spuren in der Kunst des 20. Jahrhunderts hinterlassen hat. Sie zerstörte das seit der Renaissance bestehende traditionelle Grundprinzip der Malerei: die vollendete Mimesis, ein Prinzip, in dem Sinnbild und Abbild, geistiger Entwurf und Nachahmung der Wirklichkeit sich vereinten.“¹⁸

Seit der Antike wird das mimetische Wirklichkeitsverhältnis in der Kunst diskutiert.¹⁹ Schon bei Platon wird im zehnten Buch der *Politeia* der Begriff der Mimesis untersucht.²⁰ Platon beschreibt dabei die Dinge (Gegenstände) als Abbilder von Ideen und ein Gemälde eines Gegenstandes als Abbild eines Gegenstandes und damit als Abbild eines Abbildes. Für ihn gibt es eine Hierarchie in der Mimesis. Dabei steht etwas, das etwas anderes mimetisch abbildet, unterhalb des Nachgeahmten. Diese Abstufung, die Platon vornimmt, gründet sich darauf, wie weit das Abbild von den Ideen entfernt ist. Dabei ist für ihn eine rein auf das Äußerliche beschränkte Teilhabe an der Idee weiter entfernt als eine Teilhabe, die den Gebrauch mit einschließt.²¹

In diesem Kontext ist nicht nur die Frage nach dem Erfolg der

¹⁸Molderings 1997, Seite 259

¹⁹„Die naturalistische Abbildung war zu keiner Zeit das Ziel der Künste. Heute hört man noch immer die Meinung, daß bildende Kunst, deren Ziel eine möglichst wahrheitsgetreue Abbildung ist, durch die Fotografie überflüssig geworden sei. Daß diese Auffassung nicht haltbar ist, wird klar, wenn man Gemälde, Zeichnungen und künstlerische Fotografien betrachtet und feststellen muß, daß es sich immer nur um eine Abbildung handelt, die bestimmte Aspekte charakterisiert, nur Bestimmtes zeigt, anderes verschweigt oder in beiden Fällen die Wirklichkeit sogar verzerrt.“ (Frey 1994, Seite 147f)

²⁰Zu Platon vgl. Gebauer/Wulf 1992, bes. Seite 61-66

²¹Darüber hinaus ist der Mimesis-Begriff nicht nur als ästhetisches Problem untersucht worden, sondern auch als ein gesellschaftliches. (Vgl. dazu Crary 1990, Seite 23 und auch Baudrillard 1976, Seite 84-86)

verschiedenen medialen Formen der Information und Kommunikation wichtig, sondern insbesondere die Frage nach dem Erfolg der jeweiligen Kommunikation von Bedeutung. Dies ist Gegenstand der Rhetorik, denn die „Rhetorik ist die Kunst erfolgreicher Kommunikation.“²² Die Rhetorik untersucht die strategische Kommunikation eines Anliegens. „Gegenstand der Rhetorik ist die Beredsamkeit; darunter wird zweckgerichtetes Reden verstanden, das es ermöglicht, auf andere zu wirken. Die Rhetorik versteht die Sprache nicht als Form (...), sondern als Handlung. Die sprachliche Form wird zum Bestandteil eines globalen Kommunikationsakts (dessen charakteristische Art das Überzeugen ist).“²³ Diese Frage nach der erfolgreichen Übermittlung eines Anliegens ist die Leitfrage der Rhetoriktheorie seit der Antike. Genau diese Frage wird in der aktuellen Forschung, vor allem in anderen Disziplinen, die sich nicht speziell auf Rhetorik, sondern auf Informations- und Kommunikationsformen im allgemeinen beziehen, allerdings vernachlässigt, obwohl sie auch heute nichts von ihrer Aktualität verloren hat. Angesichts dieser Tatsache habe ich es mir zur Aufgabe gemacht, den Erfolg der Kommunikation in einem spezifischen und für die heutige Kommunikation grundlegenden Medium zu untersuchen.

Die vorliegende Arbeit trägt der Entwicklung der zunehmenden Visualisierung der Kommunikation Rechnung und untersucht deren Grundlagen. Gerade die Frage nach der Fotorhetorik eröffnet die Möglichkeit, die Eigenschaften der Bilder, die uns heute umgeben, besser zu verstehen. Im Hinblick auf die dem Bild zugrundeliegende Rhetorik ist eine Analyse des Bildes ohne verbalsprachlichen Text sehr wichtig. Erst

²²Knape 1997b, Seite 9

²³Todorov 1995, Seite 53

von dort aus kann sich eine Untersuchung der Text-Bild-Verhältnisse²⁴ überhaupt nur eröffnen, ohne daß das Bild ein Anhängsel des verbal-sprachlichen Textes wird.

Ich werde dabei auf verschiedene Ergebnisse einzelner Disziplinen wie der Gestalttheorie, der Semiotik, der Kodetheorie, der Texttheorie, der Kunstgeschichte etc. eingehen. Durch solch einen interdisziplinären Ansatz ergibt sich häufig eine Unklarheit der Begriffe, da die verschiedenen Disziplinen kein einheitliches Vokabular verwenden. Um hier Klarheit zu schaffen, enthält meine Arbeit eine grundlegende Definition der wichtigsten Begriffe.

Ich betrachte das fotografische Bild als Spezialfall des Bildes. In diesem Zusammenhang ist zunächst einmal eine genauere Bestimmung des Begriffs „Bild“ notwendig. In der Forschungsliteratur ist „Bild“ nicht eindeutig definiert.²⁵ Wenn ich im folgenden den Begriff „Bild“ verwende, so meine ich damit das semiotische Phänomen Bild. Damit verbunden ist ein strukturaler, wahrnehmungstheoretischer Bildbegriff. Eine andere Bestimmung des Bildes ist die Unterscheidung von „Bild“ und „Technobild“ bei Flusser. Flusser stellt einander zwei verschiedene Bildbegriffe gegenüber: Mit „Bild“ benennt er eine Darstellung, die auf eine Szene verweist. Demgegenüber versteht er unter „Technobild“ eine Darstellung, die historisch gesehen nach der Verbalsprache anzusiedeln ist und auf Begriffe²⁶ verweist.²⁷ „Es geht in kodetheoretischer Hinsicht um eine neue Art von Bildern, die den

²⁴Es gibt zahlreiche Untersuchungen zu Text-Bild-Verhältnissen. Vgl. z.B. Dümchen/Nerlich 1990, Hoek/Meerhoff 1995, Harms 1990

²⁵Vgl. dazu Boehm 1994

²⁶Flusser geht davon aus, daß der moderne Mensch von immer mehr Technobildern umgeben ist. „Der vor-moderne Mensch lebte in einer Bilderwelt, welche die „Welt“ bedeutete. Wir leben in einer Bilderwelt, welche Theorien bezüglich der „Welt“ zu bedeuten versucht.“ (Flusser 1993a, Seite 65)

²⁷Vgl. dazu Knappe 2000b und Flusser 1996b

Schriftkode umkodieren. Mißverständlich wäre es, die technische Erzeugung zum Kriterium des neuen Kodes zu machen.²⁸ Daß auch technisch erzeugte Bilder, wie z.B. Fotografien, durchaus nicht unbedingt unter „Technobilder“ fallen müssen, zeigt die Starfotografie, insbesondere das von mir ausgewählte Bild im vierten Kapitel.²⁹

Das Bild unterscheidet sich bezüglich einiger Charakteristika vom verbalsprachlichen Text. Ein Bild ist eine zweidimensionale, also eine flächige Einheit. Diese Einheit ist unbewegt.³⁰ Die Besonderheit des fotografischen Bildes liegt nun einerseits, wie bereits angedeutet, in der wichtigen Rolle der fotografischen Technik innerhalb der historischen Entwicklung der Bilder und damit eng verbunden mit der Bedeutung der Fotografie für die Veränderung der Kommunikationsmedien. „Die Grundfunktionen der Fotografie sind Kommunikation, Hervorhebung und Dokumentation von Dingen, Personen und Ereignissen. Mit ihrer Hilfe werden Informationen vermittelt.“³¹ Sie kann auch „eine ästhetische Aussage beinhalten.“³² Andererseits hat die fotografische Technik auch Auswirkungen auf die Produktion und auf das Verständnis des Bildes.

Auch den digital übertragenen Bildern, die zunehmend durch Simulation und weniger durch rein mimetische Verfahren erzeugt werden, haftet noch immer die Darstellung der Wirklichkeit³³ an.³⁴ Diese Mediengläubigkeit, die ihren Ausdruck beim Fernsehen, z.B. in

²⁸Knape 2000b, Seite 15

²⁹Vgl. dazu hinten das Kapitel 4.4.

³⁰Ich werde auf die bewegten Bilder (Film, Fernsehen, Video) in meiner Untersuchung nicht eingehen, sondern lediglich das unbewegte Bild untersuchen. Auch auf weitere Zusätze, wie z.B. Ton, werde ich nicht eingehen, sondern das Bild für sich genommen betrachten.

³¹Jäger, Jens 1996, Seite 134

³²Jäger, Jens 1996, Seite 134

³³Wirklichkeit meint hier das visuell Wahrnehmbare. Ich werde in dieser Arbeit keine philosophischen Grundlagen zum Wirklichkeitsbegriff darlegen, sondern unter Wirklichkeit das Sichtbare verstehen.

³⁴Vgl. hierzu den indexikalischen Charakter des fotografischen Bildes.

den Nachrichten oder auch in Reality-TV-Shows, findet, birgt eine große Täuschungsgefahr, auf die vermehrt in der Forschung hingewiesen wird.³⁵ Schon in der Fotografie gab es sehr früh die Manipulation durch den Fotografen.³⁶ Auch nach über 150-jähriger Fotografiegeschichte ist die Manipulation durch die Medien nicht gebannt worden.³⁷ Dieser indexikalische Charakter³⁸ der Fotografie hat unsere Medienwahrnehmung nachhaltig beeinflusst. Hierin liegt ein weiterer Grund dafür, daß gerade die Fotografie für die heutige Medienentwicklung und auch die Medienwahrnehmung grundlegend ist. Das Empfinden des Getäuscht-Worden-Seins geht nicht von den computersimulierten Bildern³⁹ aus, sondern ist durch die Erwartungshaltung des Betrachters bedingt.⁴⁰ Diese Erwartungshaltung ist durch den indexikalischen Charakter der Fotografie geprägt worden; denn die analoge Fotografie kann nur das abbilden, was sich zum Zeitpunkt der Aufnahme wirklich vor dem Objektiv befindet bzw. befunden hat.⁴¹ Von daher ist die analoge (und nicht die digitale) Fotografie Gegenstand dieser Untersuchung.⁴² Um genauer sein zu können, werde ich mich

³⁵Vgl. dazu z.B. Jaubert 1986 oder die Ausstellung „Bilder, die lügen“ im Haus der Geschichte 1999

³⁶Vgl. hierzu z.B. die Amerika Bilder von Ansel Adams

³⁷Vgl. z.B. die Berichterstattung während der Golf-Kriegs. Hierzu gibt es eine immer breitere Forschung, aber auch die Thematisierung durch die Medien selbst, wie z.B. in dem Spielfilm „Wag the dog“.

³⁸Vgl. hierzu das Kapitel 2.3.8.2 Indexikalische Eigenschaft eines Zeichens.

³⁹Zur Entwicklung hin zur Simulation vgl. Jung 1995

⁴⁰Vgl. dazu Heubach 1995, Seite 139ff

⁴¹Martin betont den Unterschied zwischen Wirklichkeit und der Abbildung des fotografischen Bildes: „La photographie ne reproduit pas le réel. Elle n'en est qu'une imitation codée.“ (Martin 1982, Seite 27) Auf die Art der Kodierung werde ich später noch weiter eingehen.

⁴²Eine Weiterentwicklung der Fotografie, die sie von ihrer rein mimetischen Abbildung der Wirklichkeit loslöst, ist die Fotomontage. Sie wurde z.B. von Heartfield praktiziert, um insbesondere das nationalsozialistische Regime unter Hitler zu kritisieren. Zu Beginn seines Schaffens wurden seine Arbeiten häufig als Fälschungen getadelt. „Das ist in einem oberflächlichen Sinne gewiß richtig. Aber wenn Heartfield „fälscht“, wenn er die *Wirklichkeit entstellt* und auf ungewöhnliche Art zusammenstellt, tut er es nur, *um sie richtig zu stellen*. Wenn er konstruiert, konstruiert er nicht, wie die Konstrukteure üblicher Phantasiebilder, Klinger oder

auf die analoge Fotografie ohne Montage oder andere Nachbearbeitung des Bildes beziehen, da sie sich sonst zu sehr an die digitale Fotografie annähert. Dieser Ansatz erlaubt mir, die Parallelen zwischen Bild-Text und verbalsprachlichem Text genauer darstellen zu können.⁴³

Der Begriff „Rhetorik“ wird nicht einheitlich definiert. Gerade in der internationalen Forschung wird „Rhetorik“ sehr unterschiedlich aufgefaßt, aber auch im deutschsprachigen Raum gibt es große Differenzen. Meist wird der Begriff auf rhetorische Figuren bezogen, die im Text vorkommen. Dies wird schon in der Analyse des Forschungsstandes deutlich werden. Die Bedeutung der Bildrhetorik wurde bereits von einigen Forschern erkannt, denn es gibt hier hierzu verschiedene Ansätze einer Analyse. Es wird vor allem auf rhetorische Figuren eingegangen. Diese werde ich im folgenden „bildrhetorische“ Figuren nennen. Eine umfassende Untersuchung fehlt in der systematischen Analyse dieser Disziplin bislang. Auffallend eng ist die Konzentration auf Teilaspekte in der Forschung, ein umfassendes Rhetorikverständnis ist nicht vorhanden.

In meiner Arbeit werde ich die strukturalistische oder ästhetische Konzeption der Rhetorik, wie sie bei der Gruppe μ dargelegt ist, in einen ganzheitlichen Rhetorikbegriff integrieren. Mit Rhetorik verbinde ich einen strategischen Rhetorikbegriff, wie ihn Knappe näher definiert hat, und auf den ich im folgenden genauer eingehen werde.

Knappe unternimmt den Versuch, die Rhetorik im Hinblick auf ver-

Böcklin oder die Surrealisten, sondern um erst die wirkliche und dem unbewaffneten Auge *unsichtbare Welt sichtbar zu machen.*“ (Anders 1984, Seite 176) In einer weitergehenden Untersuchung wäre die Übertragung der Rhetorik auf Fotomontagen, die ja deutlicher noch als die fotografischen Bilder die Intention der Senders verdeutlichen, ein sehr ergiebiges Thema. Im Rahmen dieser Arbeit führt eine Untersuchung hier aber zu weit.

⁴³Wenn man diesen Ansatz als Basis nimmt, kann man von meinen Ergebnissen ausgehend nachher manipulierte Fotografien wesentlich leichter analysieren.

schiedene mediale Möglichkeiten der Kommunikation heute allgemeiner zu bestimmen. Sein funktionaler Rhetorikbegriff unterscheidet sich dabei grundlegend von den im Forschungsbericht analysierten ästhetischen Rhetorikbegriffen. Knappe bestimmt „Rhetorik“ vor allem anhand der drei Begriffe „Kommunikator“, „Produktion“ und „Botschaft“.⁴⁴ Diese drei Charakteristika der Knappe-Rhetorik werde ich im folgenden genauer untersuchen. Knappe setzt diese drei Komponenten in folgende Beziehung zueinander: „Ein Kommunikator bildet mit Texten nicht nur etwas ab (Feld des Wissens), sondern er handelt zugleich mit ihnen (Feld der Pragmatik).“⁴⁵ Damit ist die spezielle rhetorische Perspektive festgelegt: Es geht um einen Kommunikator, der einen Text in der Kommunikation strategisch instrumentalisiert und ihn daher auch entsprechend formuliert. Der Kommunikator verhandelt im Text immer mindestens zwei Dinge: eine Sache (Information) und ein Anliegen (Botschaft); hinzu kommt sein spezifischer Umgang mit den semiotischen Bedingungen (Art und Struktur der Kodierung).“⁴⁶ Der Kommunikator bedient sich also eines Textes, er handelt mit ihm (Kommunikatortheorie). Diesen Text produziert er seinem Anliegen gemäß (Produktionstheorie). Im Text sind sowohl Information als auch Botschaft enthalten (Botschaftstheorie). In der Botschaftstheorie liegt das Spezifikum der rhetorischen Kommunikation. „Rhetorik ist (...) eine besondere Kommunikationsweise, und die Sprache steht bei ihr in einem ganz bestimmten Gebrauchszusammenhang.“⁴⁷ Reden kann außerrhetorisch erfolgen, die rhetorische Kom-

⁴⁴ Knappe 2000a

⁴⁵ Vgl. dazu auch Todorov 1995, Seite 53: „Die Rhetorik versteht die Sprache nicht als Form – es geht ihr nicht um die Aussage an und für sich –, sondern als Handlung. Die sprachliche Form wird zum Bestandteil eines globalen Kommunikationsaktes (dessen charakteristische Art das Überzeugen ist).“

⁴⁶ Knappe 2000a, Seite 118

⁴⁷ Knappe 2000a, Seite 67

munikation ist immer an einen Persuasionsakt gebunden.⁴⁸ Rhetorik hat es immer „mit gerichtetem Reden zu tun (...), mit dem „Für-etwas-Sprechen“ eines Menschen, was wir dann das verbale Handeln eines Orators nennen.“⁴⁹ Dieses gerichtete Sprechen muß nicht notwendigerweise verbalsprachliches Sprechen sein. Ich werde in meiner Arbeit auf einen Fall des non-verbalsprachlichen Sprechens eingehen: auf die Kommunikation durch den fotografischen Bild-Text.

Innerhalb der Rhetorik muß immer davon ausgegangen werden, daß eine Form strategischer Kommunikation vorliegt.⁵⁰ Für die Fot rhetorik heißt dies also: Jemand – der Kommunikator/Fotograf – will etwas in einer bestimmten Absicht mitteilen.⁵¹ Dazu bedient

⁴⁸Damit ist auch das Ziel der Rhetorik deutlich: „Ziel der Rhetorik ist also immer die gesteuerte Adjustierung oder Assimilierung von Kommunikationspartnern, zunächst auf kognitiver Ebene, dann aber auch auf der Ebene des Verhaltens. Wir nennen das rhetorische Handeln Persuasion, d.h. Lenkung des Denkens der anderen nach dem auf Veränderung gerichteten Metabolieprinzip (Standpunktwechsel in Hinsicht auf Meinung, Einstellung oder Verhalten).“ (Knappe 2000a, Seite 79) Dieses Ziel hat der Kommunikator im Hinblick auf seine Kommunikation immer vor Augen. „Diese grundlegende Definition der Rhetorik als spezielle Kommunikationstheorie ist in der Fundamentalrhetorik dargelegt. Die Fundamentalrhetorik untersucht, was das Rhetorische ist, womit man es bei der Rhetorik überhaupt zu tun hat, was als der rhetorische Fall zu betrachten ist, wann er eintritt und wie er sich als „allgemeine Struktur“ der „Lebenswelt“ zeigt.“ (Knappe 2000a, Seite 64) Hier geht es also um die Frage, was überhaupt das Rhetorische ist. „Der Orator tritt in dieser Welt als rhetorisch Handelnder in Erscheinung.“ (Knappe 2000a, Seite 64) Wie bereits vorne beschrieben wird hier deutlich, daß die Rhetoriktheorie eine Handlungstheorie ist, die durch die Vermittlung der Botschaft einen Wandel beim Empfänger herbeiführt. Es geht der Rhetorik niemals allgemein um Kommunikation, sondern um die strategische Kommunikation des Menschen. „Die Fundamentalrhetorik in unserem Sinn arbeitet nicht etwa die Merkmale der Kommunikativität des Menschen als solche heraus, sondern lediglich die Spezifik des rhetorischen Kommunikationsereignisses oder -prozesses.“ (Knappe 2000a, Seite 65)

⁴⁹Knappe 2000a, Seite 71

⁵⁰Vgl. dazu vorne 1. Einleitung, und auch Todorov 1995, Seite 53: „Gegenstand der Rhetorik ist die Beredsamkeit; darunter wird ein zweckgerichtetes Reden verstanden, das es ermöglicht, auf andere zu wirken.“ Diese Spezifizierung ist einerseits historisch begründet, aber andererseits ergibt sie sich auch „aus der wissenschaftlichen Notwendigkeit nach systematischer Klarheit, die verlangt, das rhetorische Proprium innerhalb der allgemeinen Kommunikationstheorie zu spezifizieren.“ (Knappe 2000a, Seite 34)

⁵¹Dieser Kommunikator steht in der Kommunikatortheorie im Mittelpunkt. Dabei wird er im Hinblick auf rhetorische Funktion des Textes „Orator“ genannt.

er sich im Fall der Fotorhetorik der fotografischen Bildsprache. Je nach spezieller Kommunikationssituation kann dies mit Hilfe von unterschiedlichen Mitteln geschehen. Darauf werde ich im Verlauf meiner Arbeit noch weiter eingehen.

Das Ziel dieser Arbeit ist die Formulierung einer Fotorhetorik. Sie soll eine Antwort geben auf die Frage, wie die Fotografie bei der Kommunikation strategisch eingesetzt werden kann. Um eine zusammenhängende Darstellung zu erreichen, ist zunächst das fotografische Bild als Kommunikationsmittel zu definieren. Danach ist eine Übertragung der Rhetorik als Theorie erfolgreicher Kommunikationsverfahren auf das fotografische Bild möglich. Genaugenommen geht es hier zunächst um eine analoge Beschreibung der Bildsprache zur Verbalsprache, erst danach kann die Fotografie als Spezialfall der Bilder untersucht und im Anschluß daran eine Rhetorik der Fotografie formuliert werden.

Zunächst werde ich die Forschungsliteratur zur Rhetorik des Bildes und der Fotografie analysieren und beurteilen, inwiefern die einzelnen Beiträge für meine Arbeit fruchtbar zu machen sind. Im Anschluß daran werde ich anhand bisheriger Forschungsergebnisse ein eigenes Modell entwerfen, das auf das fotografische Bild anwendbar ist. Dabei werde ich dieses Modell komplettieren, indem ich ausgehend von der Verbalsprache ein Analogiemodell für die fotografische Bildsprache entwickeln und die Übertragbarkeit bestehender Theorien auf die Bildsprache aufzeigen werde. Schließlich werde ich die theoretischen

„Der Orator, den man auch den strategischen Kommunikator nennen könnte, ist der archimedische Punkt der Rhetoriktheorie. In ihrem Rahmen ist er als abstrakte Größe zu sehen, als theoretisches Konstrukt (...).“ (Knape 2000a, Seite 33)

Grundlagen auf Beispiele fotografischer Bilder anwenden und verschiedene fotografische Bilder auf ihre Botschaft hin analysieren.

Kapitel 2

Stand der Forschung

In diesem Kapitel analysiere ich den Stand der Forschung, der für die Fotorhetorik von Bedeutung ist. Speziell zur Fotorhetorik gibt es bislang kaum Beiträge: Ich gehe daher im folgenden auch auf allgemeiner gehaltene Beiträge zur Rhetorik des Bildes ein. Dies ist sinnvoll, da ich die Fotografie als Spezialfall der Bilder betrachte und von daher allgemeinere Aussagen zur Rhetorik des Bildes auch für die Rhetorik der Fotografie gültig sind.

Insgesamt läßt sich hier feststellen, daß sich einige Untersuchungen mit der Rhetorik des Bildes beschäftigen oder dieses Thema zumindest am Rande behandeln. Den einzelnen im Folgenden untersuchten Beiträgen liegt ein sehr unterschiedliches Verständnis von Rhetorik zugrunde. Darauf werde ich in der Untersuchung der einzelnen Beiträge genau eingehen, damit deutlicher wird, was unter Rhetorik des Bildes in der Forschung bislang verstanden wird und wo Differenzen und Defizite liegen. Die Frage nach dem zugrundeliegenden Rhetorikverständnis ist von besonderer Bedeutung, weil sich hieran entscheidet, wie hilfreich der einzelne Beitrag für mein eigenes Projekt, also für die Entwicklung einer Fotorhetorik, ist.

Das umfassende Sichten neuerer Arbeiten zur Rhetorik des Bildes und der Fotografie zeigt, daß es keine vollständige Übertragung der

Rhetorik auf das Bild gibt. Dennoch ist in vielen Untersuchungen durchaus ein Bewußtsein für visuelle Rhetorik vorhanden. Lediglich eine genauere Auseinandersetzung bleibt hier noch zu leisten. Knappe sieht den Austausch zwischen Kunsttheorie und Rhetorik darin begründet, daß es sich bei dem beiderseits in Frage stehenden „Vorgang um ein semiotisches Problem handelt.“¹ „Dieser Austausch geschah und geschieht wechselseitig. Sowohl Rhetoriker als auch Kunsttheoretiker haben ihn unternommen, indem sie sich auf die Praxis und die Theorietexte des jeweils anderen Faches bezogen.“² Insgesamt aber steht er der Auffassung, es habe früh eine „systematische“ Übertragung von Rhetorik auf die Malerei gegeben eher skeptisch gegenüber: „Es mag auf die Rhetorik bezogene Einzelreferenzen geben, aber kaum eine Systemreferenz oder gar rhetorische Systemaktualisierung.“³

Die untersuchten Beiträge zur Forschungsliteratur werde ich der Übersichtlichkeit halber in drei Bereiche untergliedern:

- Untersuchungen zur Rhetorik der Fotografie
- Untersuchungen zu Einzelaspekten der Rhetorik des Bildes und
- die Untersuchung der Gruppe μ , die eine Abweichungstheorie systematisch auf visuelle Phänomene überträgt.

2.1 Rhetorik der Fotografie

Die folgenden Untersuchungen beziehen sich auf zwei Kapitel des Buchs „Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie“⁴. Diese soziologische Untersuchung ist ein Gemeinschaftswerk

¹Knappe 1994, Seite 509

²Knappe 1994a, Seite 511

³Knappe 1994a, Seite 509

⁴Bourdieu 1968

verschiedener französischer Soziologen und beschreibt den Umgang mit der Fotografie. Daher liegt der Schwerpunkt auf der Verbreitung des Mediums Fotografie.

Boltanskis untersucht in seinem Kapitel anhand von zwei unterschiedlichen Zeitungen die verschiedenen Möglichkeiten, ein Foto zu gestalten. Dabei wählt er *France-Soir* und *Paris-Match*, also eine Tages- und eine Wochenzeitung. Er stellt fest, daß ein Foto bei *France-Soir* immer den Charakter eines Sensationsfotos hat⁵, hingegen hat ein Foto bei *Paris-Match* mehr Symbolgehalt.⁶ Dies hängt zum einen mit der Erscheinungshäufigkeit der jeweiligen Zeitung zusammen, zum anderen aber auch mit ihrem Stil, der jedoch wiederum von ihrer Erscheinungshäufigkeit abhängig ist. Das Sensationsfoto zeigt das Ereignis, über das berichtet wird. Von daher ist es für die dort arbeitenden Fotografen besonders wichtig, im entscheidenden Moment am richtigen Ort zu sein und zudem noch das Foto aufzunehmen. Dies ist bei der Wochenzeitung *Paris-Match* anders. „Les photographes de *Paris-Match* ne montrent pas l'événement mais, sur le trame de l'événement, tissent en images des anecdotes particulières. Ces anecdotes évoquent l'événement, mais comme une toile de fond sur laquelle s'agiteraient les acteurs, comme un décor qui permet seul de situer leurs actions et de leur donner sens. Ils ne sont donc pas astreints au même titre que les collègues des quotidiens (ou des agences de presse) à cette discipline qu'est la saisie immédiate de l'événement.“⁷

Boltanski beschreibt, daß ein Foto in den Gesamtrahmen einer Zeitung passen muß. Es wird daher nicht nur vom Fotografen gestaltet, sondern von einer Gruppe verschiedener Leute. Sie setzt sich aus dem Fotografen, dem Verantwortlichen für die Auswahl des Bildes, demje-

⁵Boltanski 1965, Seite 174ff

⁶Boltanski 1965, Seite 178ff

⁷Boltanski 1981, Seite 178f

nigen, der den (verbalsprachlichen) Text schreibt, und demjenigen, der das Layout der jeweiligen Seite gestaltet, zusammen. Dabei bilden all diese verschiedenen Personen eine personale Einheit, die das Ziel verfolgt, eine in sich homogene und der Zeitung gemäße Reportage zu schaffen.⁸ In diesem Zusammenhang führt er den Begriff Rhetorik ein. Dieses Zusammenwirken verschiedener an einer Text-Bild-Reportage beteiligten Personen geschieht für ihn – wie in der Rhetorik – nach bestimmten Regeln, nach Geboten und Verboten. „La fabrication d’un reportage cohérent, et d’une signification univoque, ne demeure possible que dans la mesure où tous ceux qui participent possèdent une certaine connaissance du style de journal, saisi comme un ensemble de préceptes et d’interdits, d’astuces et de tours de mains, bref, comme une rhétorique.“⁹ Danach schränkt er dieses Regelwerk jedoch wieder ein, indem er schreibt, daß es geordnet werden könne, jedoch nicht notwendigerweise so genau durchdacht und bewußt verwendet wird. „Bien que cette rhétorique puisse être organisée en système, les liens entre les différents termes qui constituent ne sont pas nécessairement connus de façon réflexive et en totalité.“¹⁰ Boltanski geht also davon aus, daß es im Bereich der Bilder sowie auch der Gesamtgestaltung von mit Bildern illustrierten Reportagen¹¹ Regeln ähnlich wie in der Rhetorik gibt, jedoch untersucht er diese nicht weiter und nimmt auch an, daß sie nicht systematisiert sind, sondern häufig unbewußt angewendet werden.¹² Darüber hinaus sieht er gerade in der Zersplitterung der Aufgaben bei der Erstellung einer Reportage die Normierung derselben. „Loin de faire obstacle, l’intervention d’un grand nombre de personnes apportant, chacune, des bribes de signification apparaît

⁸Boltanski 1965, Seite 197

⁹Boltanski 1965, Seite 197

¹⁰Boltanski 1965, Seite 197

¹¹Vgl. zur Funktion des Fotos in der Zeitung auch Waller 1982, Seite 18ff.

¹²Boltanski 1965, Seite 197

comme la condition de la standardisation du message. Ce sont en effet les contacts entre tous ceux qui participent à l'élaboration du reportage qui assurent la conformité du message à la norme: l'émiettement du travail a donc une fonction de normalisation."¹³ Während der gemeinsamen Erstellung der Reportage gibt es eine ständige Rückkopplung der einzelnen Mitarbeiter untereinander, so daß erst durch die Zusammenarbeit eine Reportage entsteht, die der Zeitung entspricht und weniger den Vorstellungen eines einzelnen.

In Boltanskis Artikel zeigt sich, daß Teilbereiche der Rhetorik, wie z.B. die Stilisierung, durchaus auf Bilder und Fotos angewendet werden können. Diese Übertragung einzelner Teilbereiche zeigt, daß ein systematisches Regelwerk nicht unbedingt Voraussetzung für die Anwendung von Rhetorik auf Bilder ist. Denn hier wird keine systematische Übertragung rhetorischer Kategorien auf das Bild geleistet, sondern es handelt sich um eine Übertragung von Teilaspekten. Dazu ist es nicht notwendig, ein systematisches Regelwerk zu erstellen, wie das bei einer systematischen Übertragung der Fall wäre. Die Übertragung, die Boltanski hier leistet, bezieht sich auf Hyperstrukturen, also eines Teilbereichs der Rhetorik, der im Bereich der Syntaktik (also der Textrhetorik) angesiedelt ist, und nicht auf die Übertragung eines umfassenderen strategischen Rhetorikbegriffs.

Noch expliziter als Boltanski spricht Chamboredon im selben Buch von Rhetorik der Fotografie (*rhétorique de la photographie*).¹⁴ Er schreibt im Zusammenhang mit der technischen Bilderstellung der Fotografie, daß die Rhetorik der Fotografie versucht, ein Bild eindeutig(er) zu machen. „Aussi la rhétorique de la photographie tend-elle toujours à constituer une signification unique en réduisant ou

¹³Boltanski 1965, Seite 197

¹⁴Chamboredon 1965, Seite 219-244

en ordonnant l'exubérance des indications qu'entretient partiellement la référence toujours perçue à l'objet reproduit.“¹⁵ Im großen und ganzen meint Rhetorik hier die Anordnung des Abgebildeten so zu bestimmen, daß es eindeutiger wird. Er bezieht sich also auf die Überdetermination im Bild und ist nicht direkt an die Fotografie gebunden, vielmehr gilt dies für alle Bilder. Bei der Fotografie hat sie insofern besondere Bedeutung, als der Kommunikator hier von den räumlichen Gegebenheiten stärker abhängig ist als bei der Produktion eines Bildes, das nicht an die mechanisch-technische Entstehung gebunden ist. In einem Zusammenhang mit der semantischen Überdetermination im Bild steht der Stil desselben. Die Stilisierung eines Bildes betont die Bedeutung des Kommunikators, also im Fall der Fotografie die Bedeutung des Fotografen bzw. der Kunstfertigkeit eines bestimmten Fotografen. Der Stil kann in der Fotografie leicht gefälscht oder kopiert werden. „Le style peut toujours se décomposer en „trucs“ et l'originalité n'est pas ici l'aspect synthétique d'une oeuvre mais l'effet convergent de procédés dont l'analyse et donc la reproduction est rarement considérée comme impossible.“¹⁶ Chamboredon betont, daß dadurch, daß die Originalität hier nicht im synthetischen Aspekt eines Werkes liegt, sondern der konvergente Effekt einzelner Verfahren ist, es möglich ist, ihn zu kopieren. Hier handelt es sich aus meiner Sicht jedoch nicht um ein speziell die Fotografie betreffendes Phänomen, sondern diese Gefahr ist ebenso in Bereichen gegeben, die mehr Kunstfertigkeit vom Kommunikator verlangen, wie z.B. die Malerei und auch die Verbalsprache. Auch in der Malerei hat es immer wieder Fälschungen gegeben, so daß die Fotografie hier nicht als anfälliger gelten sollte als andere Medien. Leider geht Chamboredon

¹⁵Chamboredon 1965, Seite 236

¹⁶Chamboredon 1965, Seite 229

auf die von ihm erwähnten Prozesse der Überdeterminierung, aus denen heraus das Bild eindeutiger wird und auch der Stil entsteht, nicht systematisch ein. Gerade sie wären aber für eine Untersuchung der Rhetorik der fotografischen Bilder oder auch der Bilder im allgemeinen von Bedeutung. Er bietet lediglich einzelne Beispiele. So kann z.B. durch eine Bilderserie die Intention stärker determiniert werden, weil sich so die verschiedenen Interpretationen der Einzelbilder neutralisieren können und eine Einheit, die alle Bilder durchzieht, erkennen lassen. „L'affirmation redondante d'une même intention signifiante à travers une série de photographies permet de neutraliser la multiplicité des indications contradictoires pour ne laisser apparaître que l'intention identique à travers la série des vues successives.“¹⁷ Dieses Beispiel gilt nicht für ein Einzelbild, das im Zentrum meines Interesses steht.

Danach geht Chamboredon noch auf zwei bildrhetorische Figuren ein. Wenn es sich nun um ein einzelnes Bild handelt, sind es vor allem die Antithese und die Häufung, die als bildrhetorische Figuren in der Fotografie auftreten. „A l'échelle de la photographie unique, ce sont l'accumulation et l'antithèse qui constituent les figures privilégiés de la rhétorique photographique: dans l'une les indications est négligée au profit de la signification née de l'opposition pour constituer un sens; dans l'autre, la diversité des indications est négligée au profit de la signification née de l'opposition entre deux objets rapprochés par une rencontre imprévue. Il ne suffit pas de supprimer toute référence au modèle par la déformation pour éliminer cette incertitude. Les objets créés, affranchis de la liaison avec un modèle, n'acquièrent pas pour autant une signification univoque, alors que les contradictions liées au faire se multiplient : l'absence d'objet de référence renfor-

¹⁷Chamboredon 1965, Seite 236

ce le doute sur l'image comme production aveugle.“¹⁸ geht von einer schwachen Kodierung der Fotografie aus, seiner Meinung nach liegt der Fotografie kein reflektiertes Symbolsystem zugrunde. „En l'absence d'un système symbolique constitué, les indications de la photographie restent incertaines, confuses et ambiguës.“¹⁹ Damit wäre dann eine Überdeterminierung eines fotografischen Bildes nicht möglich. Ich werde auf diesen Punkt später noch ausführlich eingehen.²⁰

Chamboredon geht ebenso wie Boltanski auf die Übertragung syntaktischer Hyperstrukturen ein. Auch hier findet ein Rückbezug auf einen Teilaspekt der klassischen Rhetorik statt. Eine systematische Übertragung der Rhetorik auf die Fotografie leisten weder Chamboredon noch Boltanski. Von daher werde ich nun auf allgemeiner gehaltene Beiträge zur Rhetorik des Bildes eingehen.

2.2 Einzelaspekte zur Rhetorik des Bildes

Im folgenden analysiere ich bei jedem Autor seine Vorgehensweise und das seiner Untersuchung (bzw. seinen Untersuchungen) zugrundeliegende Rhetorikverständnis. Auch hier unterscheide ich der Übersichtlichkeit halber wiederum vier Bereiche, denen ein unterschiedliches Rhetorikverständnis zugrunde liegt:

- Untersuchungen, die Rhetorik nur am Rande erwähnen, aber keinerlei Rhetorikbegriff definieren oder anwenden,
- Untersuchungen, denen ein textstrukturaler Rhetorikbegriff zugrundeliegt,

¹⁸Chamboredon 1965, Seite 236

¹⁹Chamboredon 1965, Seite 236

²⁰Vgl. dazu das Kapitel 3.1.3

- Untersuchungen, die Redeteile, die Wirkungsintentionen der Rede oder Phasen der Redeproduktion auf Bilder übertragen und
- Untersuchungen, die auf die visuelle Darstellbarkeit von einer rhetorischen Figur (meist der Metapher) oder mehrerer rhetorischer Figuren eingehen.

Die verschiedenen Autoren innerhalb eines Bereichs untersuche ich in chronologischer Reihenfolge, um eventuelle Einflüsse deutlich machen zu können, auch wenn diese sehr gering sind.²¹

2.2.1 Allgemeine Verwendung von Rhetorik in Bezug auf Bilder

Zu Beginn gehe ich hier auf zwei Beispiele ein, die ganz allgemein von Rhetorik in Bezug auf das Bild sprechen. Dabei geht es weder um die Anwendung einer allgemeingültigen Theorie der Rhetorik auf Bilder noch um die Übertragung einzelner Elemente aus der Rhetoriktheorie, die ja ursprünglich für die Verbalsprache entwickelt wurde. Es handelt sich vielmehr um eine umgangssprachliche Verwendung von Rhetorik, die sich nicht auf Rhetorik als wissenschaftliche Disziplin oder auf die Theorie der Rhetorik bezieht. Unter Rhetorik wird gerade nicht das wissenschaftlich systematisierte, durch Regeln Geordnete verstanden, sondern das noch nicht Definierte, man könnte sogar sagen: das Irrationale. In diesem Zusammenhang sind zwei Veröffentlichungen zu nennen, die Rhetorik auch deswegen nicht im Haupttitel des Buches haben, sondern lediglich im Untertitel. Rhetorik des Bildes ist nicht das eigentliche Thema, sondern die Analyse von Bildern. Bei Holly²² steht diese in Bezug zur historischen Vorstellung. Sie setzt Bilder in

²¹Wenn von einem Autor (wie z.B. bei Büttner) mehrere Untersuchungen zum Thema vorliegen, werde ich diese an einer Stelle als ganzes behandeln, um hier eine Entwicklung aufzeigen zu können.

²²Holly 1996

Bezug zu dem, was darüber in der jeweiligen Epoche geschrieben wurde. Bei Oester²³ geht es vor allem um die Untersuchung der Identität der Schweizer im Verhältnis zu Heimatbildern.

Holly beschäftigt sich in seinem Buch mit der Verbindung zwischen einem Gemälde und dem, was die Zeitgenossen des Malers über dieses Gemälde geschrieben haben. Sein Hauptanliegen ist es also, das Zusammenspiel zwischen dem Gemälde und dem, was darüber geschrieben wurde, zu analysieren. Dabei geht es ihm auch nicht um eine rhetorische Analyse des verbalsprachlichen Textes, der über das Bild geschrieben wurde.

Den Begriff Rhetorik verwendet er zum ersten Mal im Zusammenhang mit dem Repräsentationssystem des Bildes. Dieses System nennt er rhetorisch („system of representation which I call rhetorical“)²⁴. Der Inhalt von „rhetorisch“ wird zunächst nicht genauer definiert, später geht er dann darauf wieder ein und schreibt: „The term „rhetoric“ has to be read rhetorically.“²⁵ Es bleibt also unklar, was er genau unter Rhetorik versteht. Es bezieht sich auf das Unerklärbare im Bild und die manipulative Kraft von Bildern. Diese Kraft scheint sich dann auch in den Texten wiederzufinden, die über das behandelte Bild geschrieben worden sind. Sein Rhetorikverständnis scheint von einer klassischen Rhetoriktheorie sehr weit entfernt.²⁶ Rhetorik steht

²³Oester 1996

²⁴Holly 1996, Seite 14

²⁵Holly 1996, Seite 26

²⁶Holly bezieht sich allerdings auf die klassische Rhetorik, indem er ein Zitat Quintilians anführt. Es rekurriert auf die Kraft der Überredung der Kunst und bezeichnet Erfinden und Anordnen als zur Rhetorik gehörig. Doch die Zitierung hier ist ungenau. Darüber hinaus wird das Zitat in seiner englischen Übersetzung verfälscht. Auch die Stellenangabe bei Quintilian stimmt nicht genau. (Quintilian, *Institutio Oratoria* 1;389 – 3,II,12-13 richtig: III 3,12)

Darüber hinaus beschäftigt sich Holly nicht weiter mit dem rhetorischen System und auch nicht mit den rhetorischen Figuren. Seine Analyse bleibt auf die Rezeption des Bildes und die Rezeption des darüber geschriebenen Textes beschränkt. Er fragt weder nach der Entstehung des Bildes noch nach der Entstehung des Textes, in dem das Bild rezipiert wird. Insgesamt läßt sich festhalten, daß diese Unter-

bei ihm immer in Verbindung mit dem rational nicht Erklärbaren. Es sind keine Regeln zu erkennen, nach denen das Bild funktioniert, sondern es beschreibt gerade das Unerklärbare, Magisch-Manipulative im Bild. Demnach steht diese „rhetorische“ Verwendung von Rhetorik dem von mir zugrundegelegten Rhetorikverständnis, das gerade auf reflektierten Regeln beruht, entgegen und läßt sich mit ihm nicht vereinbaren.

Bei Oester liegt der Fall ähnlich. Ihr geht es in ihrem Buch ebenfalls nicht um die Beschreibung der Rhetorik in Bildern, sie macht keine Bildanalysen in meinem Sinn, sondern hier liegt eine diskursanalytische Untersuchung vor. Dabei unterscheidet sie den technokratischen, den folkloristischen und den ökologischen Diskurs. Mit der von ihr angewandten „Methode einer psychoanalytisch orientierten Semiotik soll versucht werden, das kompensatorische Verhältnis der einzelnen, scheinbar gegenläufigen Diskurse zu untersuchen.“²⁷ In ihrer Bildanalyse gibt sie zu Beginn teilweise grundlegende Definitionen, bei denen sie semiotische Forschungen mit einbezieht. So definiert sie zum Beispiel ein Bild als Text. Diese Definition liegt auch meiner Arbeit zugrunde. Darüber hinaus untersucht Oester jedoch weder spezielle Kommunikationssituationen, noch den Produktionsprozeß des Bildes. Ihr Thema ist vielmehr das schweizerische Nationalbewußtsein in Bezug auf die Kuh und deren Darstellung in verschiedenen Bildern. Der Begriff Rhetorik kommt im Buch selbst nicht vor, sondern wird lediglich im Untertitel erwähnt. Warum er dort erwähnt wird, ist nicht ganz klar. Auch hier scheint die Interpretation keineswegs in die Richtung einer reflektierten Rhetoriktheorie zu gehen. Es handelt sich hier um einen Begriff, der eher die Bedeutung von „Sprachgebrauch“ bzw.

suchung für mich sehr unfruchtbar ist, denn sie bleibt in ihrer Rhetorikdefinition sehr lückenhaft.

²⁷Oester 1996, Seite 18

genaugenommen von „Verwendung der Kuh als Symbol in schweizerischen Bildern“ hat.

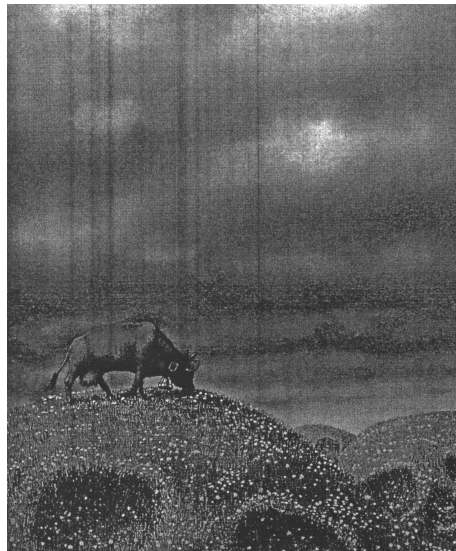


Abbildung 2.1: Beispiel für die Darstellung der Kuh

Zusammenfassend läßt sich hier festhalten, daß Oesters Verwendung des Begriffs Rhetorik ebenso wie Hollys Interpretation von Rhetorik nicht als Grundlage für meine Arbeit dienen kann. Oesters Ansatz kann einen Anreiz für die Weiterentwicklung meiner eigenen Arbeit bieten. Die Grundlagen meiner Arbeit bilden jedoch erst die Voraussetzungen für eine solche Weiterentwicklung.

2.2.2 Textstrukturaler Rhetorikbegriff

Roland Barthes hat 1964 in ‚Communications‘ eine Analyse veröffentlicht, in der er die Rhetorik des Bildes (rhétorique de l’image) analysiert. Er geht dabei vom Bild aus, untersucht darin verschiedene sich überlagernde Ebenen und stellt deren Struktur dar. Bei seiner Untersuchung geht er folgendermaßen vor: Zunächst einmal ist die Auswahl des untersuchten Bildes von Bedeutung. Er wählt eine Nudelwerbung. Barthes untersucht ein Werbebild, weil dies immer ein intentionales

Bild ist.²⁸ Zu Beginn stellt er die Frage, ob die analoge Abbildung Zeichensymbole hervorbringen kann, ob es einen analogen Code gibt. „Kann die analoge Darstellung (die ‚Kopie‘) tatsächlich Systeme von Zeichen schaffen und nicht nur einfache Aneinanderreihungen von Symbolen? Ist ein nicht mehr auf Zweierentscheidung, sondern auf Analogie beruhender ‚Code‘ begreifbar?“²⁹ Barthes versucht – ausgehend vom Sinn im Bild – eine Analogie zur Verbalsprache herzustellen. Er sucht nach dem Sinnstiftenden im Bild. „Wie erhält das Bild seinen Sinn?“³⁰ Barthes geht von linguistischen Modellen aus und arbeitet mit deren Begrifflichkeit. Dadurch wird seine Analyse genauer. Barthes unterscheidet drei Nachrichten, die das Bild hervorbringt: die sprachliche, die kodierte bildliche und die nicht kodierte bildliche Botschaft. Für jede dieser Botschaften ist ein spezifisches Wissen des Betrachters notwendig: a) für die sprachliche Botschaft (Beschriftung am Rand und auf den Etiketten) die Kenntnis der französischen Sprache b) für die kodierte bildliche Botschaft (Reihe diskontinuierlicher Zeichen) praktisches und nationales Wissen und c) für die nicht kodierte bildliche Botschaft kulturelles Wissen.³¹

Der Sinn in der Werbung besteht darin, den Betrachter zum Kunden zu machen, ihn davon zu überzeugen, das Produkt, für das geworben wird, zu kaufen.³² Das heißt, dieses Bild wird eine Intention

²⁸ Barthes 1964, Seite 40

²⁹ Barthes 1969, Seite 158, Frz. Original: „Nous voici tout de suite au coeur du problème le plus important qui puisse se poser à la sémiologie des images: La représentation analogique (la ‚copie‘) peut-elle produire de véritables systèmes de signes et non plus seulement de simples agglutinations de symboles? Un ‚code‘ analogique – et non plus digital – est-il convenable?“ (Barthes 1964, Seite 40)

³⁰ Barthes 1969, Seite 159, Frz. Original: „Comment le sens vient-il à l’image?“ (Barthes 1964, Seite 40)

³¹ Vgl. dazu auch die Analyse von Joly 1993, Seite 61-72

³² Daher läßt sich auch erklären, warum die meisten Bildanalysen sich auf Werbefotografien oder andere Werbebilder beziehen; denn hier vermutet man immer am ehesten eine erkennbare Aussage, weil die Werbung sich auf der von ihr ausgehenden Überzeugung für das jeweilige Produkt gründet. Damit wird die Intention für den Betrachter deutlich, was nicht unbedingt bei einem Foto aus dem Urlaub

haben, die darin liegt, um Konsumenten zu werben. Das wiederum heißt, das Produkt wird auf dem Bild so dargestellt sein, daß es zum Kauf anregt. Damit bezieht Barthes sich hier auf Persuasion als Element der Pragmatik. Barthes unterscheidet bei der Untersuchung drei Nachrichten, die im Bild gegeben werden: Die erste Nachricht nennt er eine linguistische. Sie bezieht sich auf alle geschriebenen Wörter in diesem Bild: Das sind die Bildunterschrift sowie die Schrift auf der Verpackung. Eine Kenntnis der Schrift und der Sprache, in der diese Werbung abgefaßt ist, sind ausreichend, um diese Nachricht zu verstehen. Hinzu kommt noch der italienisch anklingende Produktname, der sowohl auf die Marke hinweist, als auch den Anklang an das Italienische hat und damit überzeugend wirkt, weil das Produkt eine italienische Spezialität ist. Danach betrachtet er „das reine Bild“.³³ Durch diese scheinbar zufällige, planlose Anordnung wird mit Hilfe eines Wissens um die kulturellen Gebräuche auf einen Markteinkauf geschlossen. Durch die Farbwahl schließen wir auf Italien. Ein genaueres Betrachten der Anordnung erinnert uns durch unser Bildungswissen an ein Stilleben. Sowohl durch den Kontext des Bildes als auch durch Zusatzinformationen im Bild selbst wird deutlich, daß es sich um eine Werbung handelt. Diese Zeichen faßt Barthes in einer zweiten, der ikonischen Nachricht zusammen. Die quasi-*tautologische* Beziehung (*le rapport quasi-*tautologique**)³⁴ zwischen Signifikat und

der Fall sein muß; denn dort könnte die Aussage einem fremden Betrachter eventuell nicht so leicht zugänglich sein, weil er die betreffende Person nicht kennt und das Foto auch nicht für ihn gemacht wurde. Die Werbefotografie hingegen erhebt einen Universalitätsanspruch, mit dem sie alle Menschen, für die das Produkt, für das sie wirbt, ansprechen will. Sie ist unabhängiger von der jeweiligen Person des Betrachters. Barthes nimmt hier das Beispiel einer Nudel-Werbung; damit muß die Nachricht in diesem Bild für viele Leute einsehbar sein, denn eine Nudelwerbung betrifft fast jeden Menschen, weil fast jeder Nudeln ißt. Die Werbung wird also versuchen, möglichst viele Konsumenten zu erreichen.

³³Barthes 1969, Seite 159, Frz. Original: „l’image pure“ Barthes 1964, Seite 41

³⁴Barthes 1964, Seite 42

Signifikant ist nun eine weitere dritte Nachricht, eine Nachricht ohne Code (eine buchstäbliche Nachricht). Dazu müssen wir wissen, was ein Bild ist, und die darauf abgebildeten Gegenstände wiedererkennen. Das Bild setzt also ein nationales, kulturelles und ästhetisches Wissen voraus, damit uns die von ihm ausgehenden Nachrichten auch erreichen. „Die Rhetorik des Bildes ist soweit eine besondere, weil sie den physischen Beschränkungen durch den Gesichtssinn unterworfen ist. (...). Aber sie ist eine allgemeine, insofern die 'Abbildungen' immer nur formale Verknüpfungen von Elementen sind.“³⁵ „Die Werke der Massenkommunikation 'konjugieren' alle - durch die verschiedenen und unterschiedlich gelungenen Dialektiken hindurch - die Faszination einer Natur (des Berichts, der Diegese, des Sytagmas) und die Verständlichkeit einer Kultur, die sich in einige diskontinuierliche Symbole zurückgezogen hat, die die Menschen im Schutz ihrer lebenden Sprache ‚deklinieren‘.“³⁶

Hier zeigt sich, daß die Nachricht im Bild insofern von der eines verbalsprachlichen Textes unterschieden wird, als sie durch ikonische Zeichen vermittelt wird und ihre Ausdrucksmöglichkeit vor allem auch auf dem Wiedererkennen der abgebildeten Gegenstände beruhen. Trotzdem ist auch hier eine eindeutige Interpretation möglich. Um ein Bild zu verstehen, wird Wissen vorausgesetzt – ebenso wie bei verbalsprachlichen Texten. Auch wenn das Lesen dadurch anders ist, daß die Zeichen sich hier quasi-tautologisch zueinander verhalten, so kann man doch auch hier eine eindeutige Interpretation finden, die uns die Aussage des Bildes verstehen läßt. Bilder können ebenso ei-

³⁵Barthes 1969, Seite 165, Frz. Original: „Ainsi que la rhétorique de l'image (c'est-à-dire le classement de ses connotateurs) est spécifique dans la mesure où elle est soumise aux contraintes physiques de la vision (...), mais générale dans la mesure où les 'figures' ne sont jamais que des rapports formels d'éléments.“ (Barthes 1964, Seite 52)

³⁶Barthes 1969, Seite 166

ne Überzeugungskraft haben wie Texte, und in ihrem Zusammenspiel wird diese Kraft noch erhöht. Damit wird auch gerade in der Werbung diese ergänzende Funktion von verbalsprachlichem Text und Bild verwendet, um überzeugender zu wirken. Barthes nimmt bei der Analyse des Bildes durchgehend die Perspektive des Betrachters ein. Barthes hat damit ein struktureles Rhetorikverständnis, daß sich vor allem auf die ästhetische Ebene des Textes beschränkt. Die Pragmatik wird nur insofern miteinbezogen, als daß Barthes durch den Rekurs auf das kulturelle Wissen feststellt, daß es sich um ein intentionales und damit um ein rhetorisches Bild handeln muß, da es ein Werbebild ist. Damit ist Barthes' Analyse die einzige, die auch die Pragmatik mit einbezieht, ohne sich dabei nur auf die ästhetische Ebene des Bildes zu beschränken. Eine ausführlichere Analyse des Kontextes leistet er hier jedoch noch nicht.

Barthes restringierter Rhetorikbegriff kommt dem strategischen Rhetorikbegriff etwas näher als die anderen Untersuchungen, die sich viel stärker auf Teilaspekte konzentrieren. Aber auch er beschränkt sich auf eine selektive Übertragung einzelner Aspekte, die im Gegensatz zu den anderen Untersuchungen nicht auf Bereiche der Syntaktik beschränkt sind, sondern auch Teilbereiche der Semantik und Pragmatik mit einbeziehen.

2.2.3 Übertragung verschiedener Einzelaspekte aus der klassischen Rhetorik von der Rede auf das Bild

Im folgenden werde ich nun auf Autoren eingehen, die sich mit der Übertragung einzelner Gliederungselemente, die für die verbalsprachliche Rede definiert wurden, auf das Bild beschäftigt haben. Sie analysieren verschiedene Bilder, in denen sie ähnliche Teile wie in der

Rede entdecken. Auch in Bezug auf die Malerei betonen verschiedene Untersuchungen die Nähe zur Rhetorik.³⁷ Für die hier untersuchten Beiträge gilt, daß sie auf die klassische Rhetoriktheorie rekurrieren. Sie übertragen dort entwickelte Modelle für die Rede auf das Bild. Dies tun sie nicht systematisch, sondern beispielhaft. Um hier deutlich zu machen, worauf sich die einzelnen Beiträge beziehen, werde ich nun kurz den Bereich aus der klassischen Rhetorik zusammenfassen.

In der klassischen Rhetorik werden fünf Phasen der Redeproduktion unterschieden: die Erfindung (*inventio*)³⁸, die Anordnung (*dispositio*)³⁹, die Darstellung (*elocutio*)⁴⁰, das Gedächtnis (*memoria*)⁴¹

³⁷Vgl. dazu Spencer 1990 und Knappe 1994a

³⁸Die *Inventio* ist die Theorie, die sich mit der Stoffsammlung für den Text beschäftigt. „*Inventio* ist die Bezeichnung für das Auffinden der Gedanken und stofflichen Möglichkeiten, die sich aus einem Thema bzw. aus einer Fragestellung entwickeln lassen. Voraussetzung dafür ist das sorgfältige, gründliche Studium aller Umstände, die mit der zu behandelnden Sache im Zusammenhang stehen.“ (Ueding/Steinbrink 1986, Seite 195) Der Stoff muß dabei nicht unbekannt sein, sondern es kann sich auch um etwas Vorhandenes handeln, das für den speziellen Kommunikationsakt instrumentalisiert wird. Er kann also auch „gefunden“ werden.

³⁹Die *Dispositio* beschäftigt sich mit der Gliederung des Stoffes für den Text. Der Gegenstand hier ist also „eine Form der Zusammenstellung, die in der rechten Weise das Folgende mit dem Vorausgehenden verknüpft.“ (Quintilian 7,1,1) Die *Dispositio* schließt damit an das Auffinden des Stoffes an, selektiert und gliedert diesen in Bezug auf den Kommunikationsakt.

⁴⁰Die *Elocutio* bezeichnet „einerseits die praktische Formulierungskunst eines Redners oder Autors, andererseits die rhetorische Formulierungstheorie.“ (Knappe 1994b, Spalte 1022) Die *Elocutio* ist demnach die Theorie, die sich mit der Umarbeitung und Ausarbeitung des gegliederten Stoffes beschäftigt. Dies ist für die Rhetorik besonders wichtig, denn durch die Ausarbeitung des Textes kann der Kommunikator sein Anliegen kommunizieren. Unter der Perspektive rhetorischer Tradition sind „elokutionäre Kompetenz“ und „elokutionelles Wissen“ oberhalb der grammatischen Kompetenz. Der Kommunikator kommuniziert also nicht nur einen grammatikalisch korrekten Text, sondern einen in seinem Aufbau und seiner Ausarbeitung so strukturierten Text, daß er seine Absicht kommunizieren kann.

⁴¹Die *Memoria* ist die Phase, die sich mit der unmittelbaren Vorbereitung auf die Textübertragung befaßt, „dem sich der Redner seine Gedanken und deren sprachliche Formulierung zusammen mit der während der Redeführung geplanten Aktionen einprägt.“ (Ueding/Steinbrink 1986, Seite 214) Damit ist die *Memoria* also die letzte Vorbereitung auf den Kommunikationsakt.

und der Vortrag oder die Durchführung (*actio*, *pronuntiatio*)^{42, 43} In diesem Zusammenhang ist auch zu erwähnen, daß sich bereits in der Antike ein Modell herausgebildet hat, das über diese Fünf-Officia-Systematik hinausgeht. Dabei wurde ein weiteres, vorrangiges Planungsstadium eingeführt, das sich mit der Konzeption befaßt. Dies wurde „noesis“ oder „intellection“ genannt.⁴⁴

Für jede dieser Produktionsphasen gibt es rhetorische Theorien, in denen die einzelnen Phasen noch weiter differenziert werden. Ich werde zunächst auf die zwei bekanntesten, die auch in den folgenden Untersuchungen behandelt werden, näher eingehen: die Einteilung in verschiedene Redeteile, die zur *Dispositio* gehören und die zur *Elocutio* gehörende Katalogisierung der rhetorischen Figuren.⁴⁵

Die klassische Rhetoriktheorie unterscheidet mindestens vier verschiedene Teile des Textes, die aufeinander folgen: das *Exordium*⁴⁶,

⁴²Die *Actio* „bedeutet im weitesten Sinne die Verwirklichung (...) durch Vortrag, Mimik und Gestik und schließlich durch Handlungen.“ (Ueding/Steinbrink 1986, Seite 215) Hier handelt es sich also um die Durchführung des in der *Memoria* geplanten Kommunikationsaktes.

⁴³Vgl. dazu Quintilian *Inst. Or.* III 3, 1.

⁴⁴Die *Noesis* ist noch nicht so wie die folgenden Produktionsphasen auf Textlichkeit hin gedacht, sondern ist im Bereich des menschlichen Vorstellungsvermögens angesiedelt. (Vgl. dazu Knappe 2000a, Seite 123) Die fünf Produktionsphasen der Rede sind dann direkt auf den Text bezogen. In der *Noesis* ist demnach auch die Entscheidung des Kommunikators für das jeweilige Medium anzusiedeln. Knappe verwendet in diesem Zusammenhang den Begriff „projektives Adressaten- und Instrumentariumskalkül“. Auch wenn Knappe diesen Begriff allgemein auf die rhetorische Kommunikation verstanden wissen will, so ist er doch gerade in diesem Zusammenhang von besonderer Bedeutung. Denn in der *Noesis* gehört zur Überlegung des Orators ebenso die Frage, welches Medium und damit welche Sprache (wie z.B. Verbalsprache, Bildsprache oder fotografische Bildsprache) für die Produktion des Textes am besten geeignet ist. Aus der Wahl des Mediums ergeben sich dann unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten für die Vertextung.

⁴⁵Zur Figuralrhetorik gibt es viele Forschungsbeiträge, daher werde ich sie im nächsten Teilkapitel getrennt untersuchen.

⁴⁶Das *Exordium* bezeichnet den Anfang. Hier lenkt der Orator die Aufmerksamkeit auf sein Thema, er umreißt kurz den Inhalt der Rede und versucht, die Rezipienten auf seine Seite zu bringen. Von Beginn des Textes an ist die Ausrichtung auf die Strategie des Orators deutlich.

die Narratio⁴⁷, die Argumentatio⁴⁸ und die Peroratio⁴⁹. Auf Teile dieses Bereichs der klassischen Rhetorik beziehen sich die folgenden Ansätze einer Übertragung der Rhetoriktheorie auf das Bild.

Varga⁵⁰ untersucht das „Problem der Übertragbarkeit der begrifflichen Unterscheidung von Argumentation und Narrativität auf visuelle Medien“⁵¹. Dabei stellt sich zunächst das Problem der Zeitlichkeit, denn „wenn man die Künste der Zeit und die Künste des Raums der lessingschen Tradition gemäß scheidet, scheint es unmöglich, zeitliche Kategorien auf die Raumkunst anzuwenden.“⁵² Varga betrachtet in seinem Artikel dann das Bild als Ganzes sowohl als Argument (argumentum) und auch als Geschichte (narratio).

Bei der Argumentatio unterscheidet er zwischen der epideiktischen Gattung und der deliberativen Gattung, für die er Heiligenbilder und Porträts als Beispiele anführt.⁵³ Dennoch geht er davon aus, daß eine reine Trennung hier kaum zu ziehen ist. „Rein epideiktisch sind

⁴⁷Die Narratio ist die „nützliche Darstellung eines tatsächlichen oder scheinbaren Vorgangs.“ (Quintilian, 4,2,31) In der Erzählung wird die Strategie des Orators weiter fortgesetzt, indem er den Gegenstand in seinem Sinn („nützlich“) darstellt. Dabei ist es unerheblich, ob sich der dargestellte Sachverhalt tatsächlich oder scheinbar so verhält.

⁴⁸Die Argumentatio bezeichnet die Beweisführung im Text. Auch die Argumentation setzt die Strategie des Orators fort, dies geschieht hier insbesondere durch die Auswahl und Anordnung der Argumente.

⁴⁹Die Peroratio ist der Schluß des Textes. Auch hier ist die Orator-Strategie die bestimmende Komponente. Damit ist deutlich, daß sie sich durch den gesamten Text zieht. Deswegen ist die Produktion des Textes in der Rhetoriktheorie so wichtig.

⁵⁰Varga interessiert sich für Text-Bild-Phänomene. In verschiedenen Artikeln hat er sich mit einzelnen Aspekten der Rhetoriktheorie auseinandergesetzt. Ihm ist eine Festschrift gewidmet worden, die den Titel „Image Texte“ (Hoek/Meerhoff 1995) trägt. Varga hat einen Lehrstuhl für französische Literatur und beschäftigt sich unter anderem mit Rhetorik und Semiotik. Sein Schwerpunkt liegt auf der Untersuchung von Bildern in verbalen und visuellen Kontexten. Ich werde mich auf seine Arbeiten zur Rhetorik des Bildes (bzw. zu rhetorischen Phänomenen im Bild) beschränken.

⁵¹Varga 1990b, Seite 356

⁵²Varga 1990b, Seite 357

⁵³Varga 1990b, Seite 359

wahrscheinlich nur die Bilder der großen Helden, während man in den meisten anderen Fällen eher von einem Prozeß sprechen sollte, der mit der *admiratio* anfängt und bei aktiveren Formen der *persuasio* endet.⁵⁴ Schon bei der Untersuchung der *Argumentatio* bezieht Varga sich immer auf die Reaktion des Betrachters dem Bild gegenüber und stellt dann auch explizit fest, daß „die Argumentfunktion des Bildes nur in der Dialogizität des Rezeptionsvorgangs deutlich wird.“⁵⁵ Darin unterscheidet sie sich von der Narrativität, „schließlich stellen viele Bilder eine Handlung dar.“⁵⁶

Bei der Untersuchung des Bildes als Geschichte gelingt die Beschreibung bei Bilderreihen und pluriszenischen Bildern leichter als bei monoszenischen, wo der Betrachter „nur eine Handlung (...), jedoch keine Geschichte“⁵⁷ wahrnehmen kann. Da jedoch gerade auf einem in sich geschlossenen Einzelbild mein Hauptinteresse liegt, fällt es zunächst einmal schwer, aus diesem Artikel etwas für meinen Ansatz fruchtbar zu machen. Varga beschäftigt sich in seinem Artikel mit dem Verhältnis zwischen Literaturtheorie und Kunsttheorie im Klassizismus. Er betont, daß zwischen beiden viele Gemeinsamkeiten bestehen, auch wenn sie in der Kunsttheorie zum größten Teil bislang verkannt wurden. Er merkt an, daß die Ausbildung in Rhetorik nicht nur für Theologen und Anwälte zur Grundausbildung gehörte, sondern ebenso für Schriftsteller und Maler. Er sieht die *Inventio* und *Dispositio* auch auf die Malerei übertragbar und betont, daß darüber hinaus die in der Rhetorik untersuchten Gesten des Redners im Bild visuell dargestellt worden sind.⁵⁸ Er vergleicht Aufzeichnungen über den Stand der theoretischen Forschung im Klassizismus, der für mei-

⁵⁴Varga 1990b, Seite 359

⁵⁵Varga 1990b, Seite 360

⁵⁶Varga 1990b, Seite 360

⁵⁷Varga 1990b, Seite 364

⁵⁸Varga 1990b, Seite 358

ne Untersuchung aber nicht weiter von Bedeutung ist. Damit geht Vargas Untersuchung auf die Übertragung verschiedener inhaltlicher Teilaspekte aus der Rhetorik ein.

In einer anderen Untersuchung betont Varga daß sich „logos“, „ethos“ und „pathos“ in der Malerei finden lassen.⁵⁹ Damit betont er Gemeinsamkeiten von Bild und Verbalsprache, was die Wirkungsaspekte der Rhetorik angeht. Dabei geht er über den Inhalt hinaus und untersucht einen Teilbereich der Pragmatik. Varga betont in diesem Zusammenhang den Unterschied zwischen verbalsprachlichen und ikonischen Zeichen, der darin liegt, daß nur beim verbalsprachlichen Zeichen Arbitrarität vorliegt.⁶⁰ Er zieht daher den Schluß, daß ein Bild für sich nur eine zufallsbedingte Rhetorik (*rhétorique aléatoire*) haben kann. Nur bei zugesetztem verbalsprachlichem Text kann der undefinierte Charakter des Bildes soweit definiert werden, daß die Zufälligkeit der Rhetorik eingeschränkt wird.⁶¹ Ich werde später zeigen, daß auch ein Bild überdeterminiert werden kann und es ebenso wie der verbalsprachliche Text auf reflektierten Regeln beruht.⁶²

Auch wenn Varga Teilbereiche aus Semantik und Pragmatik anspricht, so handelt es sich auch hier nicht um eine systematische Übertragung der Rhetorik auf das Bild.

Ähnliche Ansätze wie Varga verfolgt der Kunsthistoriker Büttner. Er geht im Rahmen seiner kunsthistorischen Forschungen den Einflüssen der Rhetoriktheorie auf die Kunst – insbesondere auf die Malerei – nach. Er betont die Wechselbeziehungen zwischen Kunst und antiker Rhetorik. Dabei erwähnt er Alberti, der sich schon am Modell der antiken Rhetorik orientierte und in seinem Traktat über die

⁵⁹Varga 1990a, Seite 193-195

⁶⁰Varga 1990a, Seite 198

⁶¹Varga 1990a, Seite 199

⁶²Vgl. das Kapitel 3.1.1 sowie das Kapitel 4.

Malerei „ein System, das dem aus Inventio, Dispositio und Elocutio bestehenden System der Rhetorik entspricht“⁶³, schuf. Büttner geht darüber hinaus auf diese Problematik nicht weiter ein. Sie ist für ihn unumstritten. Auch bei Warncke findet sich der Hinweis auf die Übertragungsmöglichkeit der Produktionsphasen. „Die in vielfältigen Variationen immer wieder vorgetragene Regelung der Gestaltung von Bildern nach der Ordnung der Inventio, Dispositio und Expressio ist eine direkte Übertragung der rhetorischen Grundordnung von Inventio, Dispositio und Elocutio.“⁶⁴

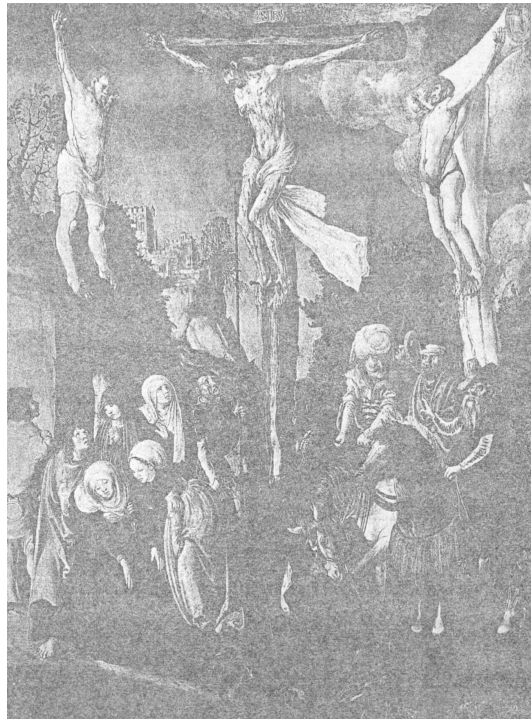


Abbildung 2.2: Beispiel für eine argumentative Darstellung

Ebenso wie Varga sieht Büttner neben der ähnlichen Produktion⁶⁵ auch die Wirkungsintentionen der Rede in die Theorie der Malerei

⁶³Büttner 1989, Seite 50

⁶⁴Warncke 1987, Seite 25

⁶⁵Vgl. vorne das Kapitel 3.2 Übertragung der Gliederungselemente

übernommen (*persuasio, docere, delectare und movere*). Darüber hinaus sind auch im Stil Parallelen zu den Vorschriften der Rhetorik über die *Elocutio* zu finden. (Er erwähnt hier *latinitas, perspicuitas, aptum* bzw. *decorum*.)

Ausgehend von den schon vorn dargelegten Parallelen zwischen Bild und Rede beschreibt Büttner die Fresken im Bruchsaler Schloß. Dabei geht er dann auch auf bildrhetorische Figuren ein. „Die große Zahl der Gedankenfiguren, mit denen die Rhetorik arbeitet, ist kaum auf die Kunst zu übertragen (...). Einzelne jedoch wird man in der Kunst wiederfinden, beispielsweise die Antithese (...).“⁶⁶ Sein Artikel zeigt einige Möglichkeiten auf, verschiedene Elemente aus der Rhetoriktheorie auf das Bild zu übertragen. Er bietet jedoch keine umfassende theoretische Grundlage – weder der Rhetoriktheorie noch ihrer Übertragung auf das Bild. In seinem Beispiel zeigt er dann, daß einige Mittel aus der Rhetorik vom Künstler im Bild umgesetzt wurden. „In der Konzeption seines Werkes, insbesondere im *ornatus* und in der *argumentatio* bedient sich Zick zahlreicher Mittel, die aus dem Repertoire der Rhetorik stammen (...).“⁶⁷ Damit bleibt Büttners Artikel auf der Ebene des Beispielhaften und bietet leider keinerlei theoretische Grundlagen an, von denen ich ausgehen könnte. Allerdings zeigt er durch die Beispiele, daß eine Übertragung vieler Elemente aus der Rhetorik auf Bilder möglich scheint.

Darüber hinaus überträgt Büttner in einer anderen Untersuchung einen Teil der Rede auf das Bild, indem er die *Argumentatio* im Bild untersucht.⁶⁸ Dieser Artikel ist auf der Ebene des Beispielhaften angesiedelt. Ohne grundlegende Definitionen zu liefern, zeigt Büttner hier, daß eine Übertragung möglich ist. Büttner legt den Schwerpunkt auf

⁶⁶Büttner 1989, Seite 69

⁶⁷Büttner 1989, Seite 70

⁶⁸Büttner 1989

den Bereich der Argumentatio, also eines Textteiles im Bild. Er grenzt diesen vom Bereich der Narratio ab. Anhand eines Bildes von Lukas Cranach (Die Kreuzigung Christi) beschreibt er das Phänomen, daß der Betrachter aus dem Bild weder einen szenischen Zusammenhang noch eine Handlung rekonstruieren kann.⁶⁹ Dieses Bild, das auch als „Simultanbild“⁷⁰ bezeichnet wurde, will er so nicht bezeichnet wissen, weil er diesen Begriff für mißverständlich hält. Die Gleichzeitigkeit, die der Begriff „Simultanbild“ thematisiert, werde zwar als „ideelle Gleichzeitigkeit“⁷¹ verstanden, dennoch bleibt sie mißverständlich, denn auch eine ideelle Gleichzeitigkeit entspricht nicht genau der Bildstruktur. Büttner schlägt deswegen die Bezeichnung „argumentative Struktur“ vor. „Auf dieser übergeordneten Verständnisebene werden die einzelnen Bildmotive zu Gliedern einer Argumentationskette. Die Bildaussage wird als in sich schlüssige Argumentation aufgefaßt.“⁷² Hier wird deutlich, daß Büttner die Linearität des verbalsprachlichen Textes auf das Bild überträgt. Auch im Bild folgen seiner Meinung nach – wie im verbalsprachlichen Text – verschiedene Einheiten aufeinander.

⁶⁹Büttner 1994, Seite 24

⁷⁰Ohly 1985

⁷¹Büttner 1994, Seite 27

⁷²Büttner 1994, Seite 27

2.2.4 Figuralrhetorik

Die Figuralrhetorik beschreibt den Bereich der rhetorischen Figuren.⁷³ Diese kann man auf Änderungskategorien zurückführen.⁷⁴ Ich werde hier die Matrix von Durand und im Kapitel 2.3 diejenige der Gruppe μ umreißen.⁷⁵ Wie ich bereits im Kapitel zum Stand der Forschung dargestellt habe, ist die rhetorische Figurenlehre auf der ästhetischen Ebene des Textes anzusiedeln.⁷⁶ Aus der Perspektive der Produktionstheorie gehören sie in den Bereich der Elocutio. Das Rhetorikverständnis, das auf der Figurenlehre gründet, ist demnach also ein ästhetisches.

Zur Bestimmung rhetorischer Figuren führt Bonsiepe eine Untersuchung anhand von Werbebildern durch. Er spricht in diesem Zusammenhang von visuell/verbaler Rhetorik. Damit ist zunächst nicht ganz klar, ob er sich auf Bildrhetorik bezieht. Sein Untersuchungsgegenstand sind Techniken der persuasiven Kommunikation. Dabei geht er folgendermaßen vor: Er setzt sich zunächst mit der klassischen Rhetorik auseinander und stellt fest, daß sie sich auf den ersten Blick

⁷³Es gibt in der Rhetorik eine Vielzahl von rhetorischen Figuren. Die Figurenlehre ist in der Rhetoriktheorie immer wieder verfeinert dargestellt worden. Am ausführlichsten ist die Katalogisierung der rhetorischen Figuren bei Lausberg. (Lausberg 1990) „Mit „Figur“ bezeichnet man in der Rhetoriktheorie generell bestimmte sprachliche, jedoch nicht grammatisch motivierte Gestaltphänomene der Oberflächen- oder Tiefenstruktur von Texten.“ (Knappe 1996, Spalte 290) Die rhetorische Figurenlehre versucht, diese Phänomene „zu klassifizieren, zu kodifizieren und gegebenenfalls theoretisch zu fassen.“ (Knappe 1996, Spalte 290)

⁷⁴Sie gründen in einer als allgemeingültig erachteten Deviationstheorie. „Da diese Generalisierung inzwischen kaum mehr aufrechterhalten werden kann, ist es angebracht, neutral lediglich von figuralen Entstehungskategorien zu sprechen.“ (Knappe 1992, Spalte 549)

⁷⁵Bei Durand und der Gruppe μ handelt es sich um die systematische Darstellung von Änderungskategorien. (Knappe 1992, Spalte 556-559) Diese vier Änderungskategorien lauten: Adiectio (Die Adiectio bezeichnet eine Hinzufügung oder Erweiterung.), Detractio (Die Detractio bezeichnet eine Auslassung.), Immutatio (Die Immutatio bezeichnet eine Vertauschung.) und Transmutatio (Die Transmutatio bezeichnet eine Umstellung.).

⁷⁶Vgl. dazu auch Knappe 2000a, Tabelle 2: Korrelierte Funktionen und Ebenen kommunikationstheoretischer und textsemiotischer Modelle, Seite 113

nicht zur Behandlung moderner rhetorischer Phänomene wie z.B. der Werbeinformation zu eignen scheint. Er will zeigen, daß eine davon abgeleitete „moderne Rhetorik ein brauchbares deskriptives und analytisches Instrument für die Phänomene der Werbung sein kann“. ⁷⁷ Bonsiepe beschreibt zunächst die klassische Rhetorik, die verschiedene Bereiche der Reden unterscheidet, fünf Phasen der Redeproduktion kennt und ein Repertoire von Figuren besitzt, das in Wort- und Gedankenfiguren eingeteilt ist. Hier zeigt sich, daß er Rhetorik nicht auf rhetorische Figuren beschränkt, sondern diesen Begriff zunächst weiter faßt. Er stellt einen Katalog von verbalsprachlichen rhetorischen Figuren auf, der dem der klassischen Rhetorik entspricht. Dann wendet er sich der „visuellen Rhetorik“ ⁷⁸ zu.



Abbildung 2.3: Beispiel für eine visuell/verbale Metapher

Ausgehend von den Ergebnissen der verbalen Rhetorik untersucht er Figuren, die „ausschließlich auf dem Zusammenspiel von Bild und Wort beruhen.“ ⁷⁹ (Hier beschränkt er sich dann wieder auf die rheto-

⁷⁷Bonsiepe 1968, Seite 11

⁷⁸Bonsiepe 1968, Seite 14

⁷⁹Bonsiepe 1968, Seite 14

rischen Figuren, ohne auf den weiter gefaßten, zu Beginn umrissenen Rhetorikbegriff einzugehen.) Leider bleibt unklar, was genau die „moderne Rhetorik“ sein soll. Außerdem wird nicht deutlich, wie genau diese Mischfiguren funktionieren, die er „visuell/verbale rhetorische Figuren“ nennt. Ein Unterschied zu den Figuren der klassischen Rhetorik besteht zum einen auf der Ebene der materiellen Form⁸⁰ und zum anderen vor allem darin, daß es sich hier um zwei Zeichensysteme handelt (verbalsprachlichen Text und Bildtext). Es wäre sicherlich logischer, von verbal/visuellen Figuren zu sprechen, denn sein Ausgangspunkt ist bei der empirischen Analyse verschiedener Werbebilder immer der verbalsprachliche Text. Dort erkennt er eine rhetorische Figur, die er dann auch im Bild findet. Nur ganz selten tritt der Fall auf, daß das Bild etwas anders aussagt als der verbalsprachliche Text, also z.B. einen Gegensatz zu ihm bildet. Das Bild wird als solches auch gar nicht analysiert, es hat keine Textfunktion, sondern Bonsiepe betrachtet lediglich einzelne Zeichen im Bild oder setzt gar das Bild in Analogie mit einem einzelnen Zeichen. Damit widerspricht er der Analyse Barthes, der verschiedene Einheiten im Bild erkannt hat. Es bleibt also festzuhalten, daß es sich bei Bonsiepe nicht um eine Entwicklung einer visuellen Rhetorik handelt, sondern um die Benennung von Figuren, die durch das gemeinsame Vorkommen von Verbalsprache und Bild entstehen. Es geht also um Mischfiguren. Das Bild als Gesamtes wird ebenso wie die darin enthaltenen Einheiten nicht weiter untersucht. Auch die genaue Definition einer solchen Mischfigur bleibt unklar: „Um eine visuell/verbale Figur zu definieren, genügt es nicht mehr, das Kriterium „Abweichung vom normalen Gebrauch“ heranzuziehen wie bei den verbalen Figuren; denn es läßt sich hier nicht

⁸⁰Dies hat Dolle später ebenfalls thematisiert und auch besser gelöst als Bonsiepe. (Vgl. dazu hinten Dolle 1979)

feststellen, welche Beziehungen zwischen den verbalen und visuellen Zeichen den Standard ausmachen, von dem man abweichen kann.“⁸¹ Anhand dieses Zitats wird dennoch deutlich, wie unabdingbar eine Definition dieses „normalen Gebrauchs“ für das Bild ist. Wenn Bonsiepe darauf verzichtet, also rhetorische Figuren hier anders definieren will, dann sollte er zumindest eine grundlegende Definition einer rhetorischen Figur für sein Beispiel, das auf der Abweichungstheorie basiert, liefern. Dennoch leistet er dies nicht, sondern begnügt sich mit der folgenden Feststellung: „Es dürfte deshalb zweckmäßiger sein, zu Zwecken der Definition auf die in den Zeichen bereits angelegten möglichen Interaktionen zurückzugreifen. Eine visuell/verbale rhetorische Figur wäre demnach eine Kombination von zwei Zeichentypen, deren kommunikative Effektivität auf dem Spannungsverhältnis der semantischen Eigenschaften beruht.“⁸² Diese Aussage bleibt sehr undeutlich und kann keine Grundlage zur einer Mischfigurendefinition sein. Es liegt also weder eine Untersuchung zur ästhetischen Ebene des Bildes vor, noch eine darüberhinaus gehende Entwicklung einer Rhetorik des Bildes. Auch wenn der Titel zunächst mehrdeutig erscheint, ist jetzt deutlich, daß es hier nicht um Bildrhetorik im engeren Sinn geht, und deshalb liefert diese Untersuchung keine Ansatzpunkte zur Entwicklung einer Bildrhetorik.

Durand⁸³ hingegen nennt seine Untersuchung „Rhétorique et image publicitaire“. Er beschäftigt sich systematisch mit rhetorischen Figuren im Bild. Seine Untersuchung führt auch er anhand von Werbebildern durch.⁸⁴ Dabei geht er zunächst von der Definition der Rhetorik als „Kunst der täuschenden Rede“⁸⁵ aus. Heute werde die-

⁸¹Bonsiepe 1968, Seite 14

⁸²Bonsiepe 1968, Seite 14

⁸³Durand 1970

⁸⁴Durand 1970; Vgl. dazu auch Joly 1993, Seite 73-75

⁸⁵Durand 1970, Seite 70

se Durand-Rhetorik⁸⁶ aus seiner Sicht weitestgehend vernachlässigt. Sie scheine lediglich in der Werbung weiter zu existieren. Er nimmt darüber hinaus an, daß der Argwohn, der der Durand-Rhetorik lange Zeit entgegengebracht worden ist, heute auf die Werbung übertragen wurde, weil diese sich rhetorischer Operationen bedient. Die Rhetorik wird als System, das über Figuren verfügt, bestimmt. Er entwirft eine Matrix der rhetorischen Figuren, bei der er vor allem die Inhaltsebene als primär ansetzt. Die rhetorischen Figuren entstehen durch folgende logische Operationen (sogenannte Änderungskategorien): Hinzufügen, Weglassen, Ersetzen oder Vertauschen.⁸⁷ Diese Operationen werden vertikal in die Klassifizierungsmatrix eingetragen. Die horizontale Klassifizierung geschieht nach den Elementarrelationen Identität, Similarität, Opposition und Differenz. Ostheeren betont in seiner Gegenüberstellung dieses Modells mit dem von der Gruppe μ entworfenen Modell, das ebenfalls vier Kategorien zur Klassifizierung aufstellt, seine größere Eindeutigkeit und logische Stringenz. „Die distinktiven Merkmale auf der jeweiligen Bestimmungssachse liegen nicht auf verschiedenen Ebenen: Ausdruck und Inhalt werden nicht als Differenzierungskriterien in die Matrix eingebracht; es treten keine gemischten Operationen auf (wie etwa J. Dubois Immutation), die bereits Interpretationen sind und damit vor problematische Einordnungsentscheidungen stellen.“⁸⁸ Allerdings ist in Bezug auf die Übertragung der verbalsprachlichen Rhetorik auf das Bild die Untersuchung der Gruppe μ wesentlich umfassender.⁸⁹ Von seiner Matrix ausgehend stellt Durand einen Katalog von bildrhetorischen Figuren auf, die

⁸⁶Damit deutlich wird, daß es sich hier um Rhetorik gemäß der Definition von Durand handelt, werde ich im folgenden hier von Durand-Rhetorik sprechen.

⁸⁷Vgl. Knape 1992 Schon bei Quintilian und Cicero finden sich hierzu Anleitungen.

⁸⁸Vgl. dazu auch Ostheeren 1982, Seite 99

⁸⁹Vgl. dazu im folgenden die Analyse zur Gruppe μ .

in der Werbung vorkommen. Anhand einer Anzeigenserie, die leider nicht mit dieser Untersuchung veröffentlicht wurde, untersucht er die am häufigsten vorkommenden Figuren. Sein Ziel ist es, eine formale Durand-Rhetorik zu entwickeln, die sich von der Verbalsprache ablöst, um einen Katalog rhetorischer Figuren zu entwickeln, die formal so beschrieben werden, daß sie auch für das Bild gelten, auf das rhetorische Figuren übertragen werden können.

Durands Projekt bleibt immer auf die Figuralrhetorik, also auf die Analyse und Katalogisierung der rhetorischen Figuren, beschränkt. Er entwickelt einen Kode für die rhetorischen Figuren, der es ermöglicht, die rhetorischen Figuren unabhängig von dem Material des Textes zu bestimmen. Es dient somit zur Grundlage der Bestimmung der Strukturwerte des Textes, damit handelt es sich um eine Beschreibung der ästhetischen Ebene des Textes. Darüberhinaus fehlt aber eine Bestimmung der Rhetorik des Textes, die über die rhetorischen Figuren hinausgeht. Es bleibt hier festzuhalten, daß Durand Grundlagen für eine Figuralrhetorik des Bildes liefert, die für eine Bildrhetorik hilfreich sind, aber in sich noch keine Bildrhetorik darstellen. Eine vollständige Theorie bietet Durand selbst nicht, sondern lediglich Ansätze. Seine Matrix liefert eine abstrakte theoretische Grundlage für eine Abweichungstheorie, die genauer als die hinten beschriebene Matrix der Gruppe μ die einzelnen rhetorischen Figuren bestimmt.⁹⁰ Auch eine Formulierung der systematischen Übertragung Figuralrhetorik auf das Bild, die mit dieser Matrix möglich wäre, leistet Durand noch nicht. Eine solche Übertragung der Phänomene auf der ästhetischen Ebene des Textes findet sich ausführlich erst bei der Gruppe μ .⁹¹ Damit gehört Durands Untersuchung zu einer Gruppe von Untersuchungen,

⁹⁰Vgl. dazu das folgende Kapitel 3.5.3.6

⁹¹Vgl. dazu das folgende Kapitel 3.5.3 über den *Traité du signe visuel* der Gruppe μ .

die rhetorische Figuren im Bild betrachten.⁹²



Abbildung 2.4: Beispiel für visuelle Antithese bei Kopperschmidt

Im folgenden werde ich noch weitere Beispiele dafür untersuchen. Das Rhetorikverständnis bleibt hier immer auf die rhetorischen Figuren beschränkt. Sie untersuchen syntaktische Hyperstrukturen, also die ästhetische Ebene des Textes. Die Kommunikationssituation wird nicht mit einbezogen, und eine eventuelle Reaktion des Rezipienten wird von der Untersuchung ausgeschlossen. Häufig widmen sich diese Untersuchungen vor allem der Dekodierung und gehen nicht auf den Produktionsprozeß ein. Dabei bleibt der Begriff der Rhetorik auf

⁹²Eine Untersuchung eines Teilbereichs der Figuralrhetorik liefert Kopperschmidt. (Kopperschmidt 1972) Er beschränkt sich dabei auf eine einzige Figur: die „visuelle Antithese“. Diese visuelle Figur versteht er jedoch nicht als eine bildrhetorische Figur, die innerhalb eines Bildes vorkommt, sondern er untersucht zwei gegenüberliegende Seiten in einer Zeitschrift, die einen Gegensatz zueinander bilden. Dieser Gegensatz wird von ihm als „visuelle Antithese“ bezeichnet. So untersucht er zum Beispiel eine Doppelseite, auf der auf der einen Seite Werbung und auf der gegenüberliegenden Seite ein Bericht über eine Hungersnot abgedruckt ist. Damit wird seiner Analyse nach das Konsumverhalten der Industrienationen dem Leid der Entwicklungsländer antithetisch gegenübergestellt. Darüber geht seine Untersuchung nicht hinaus. Sie bringt somit keine Ergebnisse für eine Rhetorik des Bildes, da ja keine Bilder als solche untersucht, sondern lediglich zwei Seiten. Die Antithese bildet sich weniger aus gestalterischen Mitteln, sondern vielmehr aus entgegengesetzten Inhalten. Sie ist damit für mein Projekt, das sich auf die Untersuchung einzelner Bilder ohne Zusatz von verbalsprachlichen Texten beschränkt, nicht weiter von Bedeutung.

die Figuralrhetorik und damit auf die ästhetische Ebene des Textes beschränkt.⁹³

Eine weitere Untersuchung zu bildrhetorischen Figuren liefert Dolle.⁹⁴ Sie analysiert in ihrem Artikel verschiedene Karikaturen von Konk, die in LeMonde erschienen sind. Sie sieht den Bereich der Rhetorik auf die Ikonographie ausgedehnt. Dabei geht sie davon aus, daß die Rhetorik des Bildes sich lediglich auf der Ebene der Substanz, dem ikonographischen Material, aber nicht auf der Ebene der Form von der verbalsprachlichen Rhetorik der rhetorischen Figuren unterscheidet.⁹⁵ Das heißt, sie betrachtet das Bild als Text und versucht, im Bild in Analogie zum verbalsprachlichen Text rhetorische Figuren zu beschreiben. Insofern ist dieser Ansatz sehr interessant. Dolle zeigt in ihrem Artikel Beispiele für visuelle Figuren im Bild auf. Sie untersucht dabei vor allem die Metapher.



Abbildung 2.5: Zeichnung Konks

⁹³ „Die Figur ist (...) stets als Redeweise definiert worden, die man speziell wahrnimmt. Während jedoch früher die Figur nur eine von tausend Möglichkeiten war, die Rede zu analysieren, wird dieses Konzept nun zum einzig angemessenen (...). So nehmen die Figuren in den Rhetoriken (...) einen wachsenden Stellenwert ein – und es naht bekanntlich der Tag, an dem die Rhetorik eine bloße Aufreihung von Figuren sein wird.“ (Todorov 1995, Seite 59)

⁹⁴ Dolle 1979

⁹⁵ „...si l'on pourrait croire que la rhétorique est particulière, ce n'est qu'au niveau de la substance (matière iconographique) mais non pas de la forme...“ (Dolle 1979, Seite 234)

Sie wählt hier als ein Beispiel eine Zeichnung, die ein Hundehütte zeigt. Hieran ist eine Kette befestigt, die allerdings nicht einen Hund, sondern eine Bombe ankettet. Dadurch, daß der Hund durch eine Bombe ersetzt wurde, handelt es sich ihrer Meinung nach hier um eine metaphorische Darstellung. Die Untersuchung basiert jedoch leider ebenso wie die von Voullioux auf Beispielen und gibt keine grundlegenden Definitionen. Es fehlt auch hier zur Erarbeitung einer vollständigen Theorie eine grundlegende Definition der einzelnen Bildzeichen und damit auch des Textaufbaus.⁹⁶ Darüberhinaus fehlt eine weitergehende Unterscheidung und systematische Übertragung der rhetorischen Figuren auf das Bild. Damit fehlt Dolle ein systematischer Ansatz, der sich weiterentwickeln ließe. Durch fehlende Grundlagen ist Dolle nicht in der Lage, die rhetorischen Figuren systematisch auf das Bild zu übertragen, sondern bleibt auf wenige Figuren beschränkt. Dolle untersucht hier also einen kleinen Teil der Figuralrhetorik. Auch dieser Ansatz zeigt nur eine kleine Möglichkeit der Rhetorik im Bild an Beispielen. Dabei liegt der Schwerpunkt hier auf visuell darstellbaren Metaphern, ohne jedoch darüber hinaus Grundlagen zu schaffen, die ausbaufähig wären.

Ausgehend vom Verhältnis zwischen Abbildung und Wirklichkeit untersucht Michel Théron verschiedene „Visionen“ und Ausdrucksformen im fotografischen Bild.⁹⁷ Er untersucht auch verschiedene rhetorische Figuren, die er auf das Bild überträgt, und entwirft ein Syn-

⁹⁶Bei einer karikierenden Zeichnung kommt außerdem hinzu, daß es hier wesentlich leichter wäre, die einzelnen Zeichen zu unterscheiden, denn die Lesart ist durch die Beschränkung auf das Wesentliche und das Weglassen von Details klar vorgegeben. Alle abgebildeten Elemente sind für das Verständnis des Bildes notwendig. Der Blick des Betrachters wird bewußt gelenkt und nicht durch Details abgelenkt, wie das bei einem Foto leicht der Fall ist. Doch auch hierauf geht sie nicht näher ein. Hinzu kommt, daß die Figuren nicht in jedem Bild zu finden sind; denn hier wird systematisch ein Element ersetzt, damit sie ihre karikierende Wirkung erst entfalten können.

⁹⁷Théron 1990

taxmodell, um dann „le langage de l’image“⁹⁸ (Sprache des Bildes) zu untersuchen. Es ist das einzige mir bekannte Werk, daß systematisch versucht, an Fotos Figuren aus der Rhetorik am fotografischen Bild darzustellen.

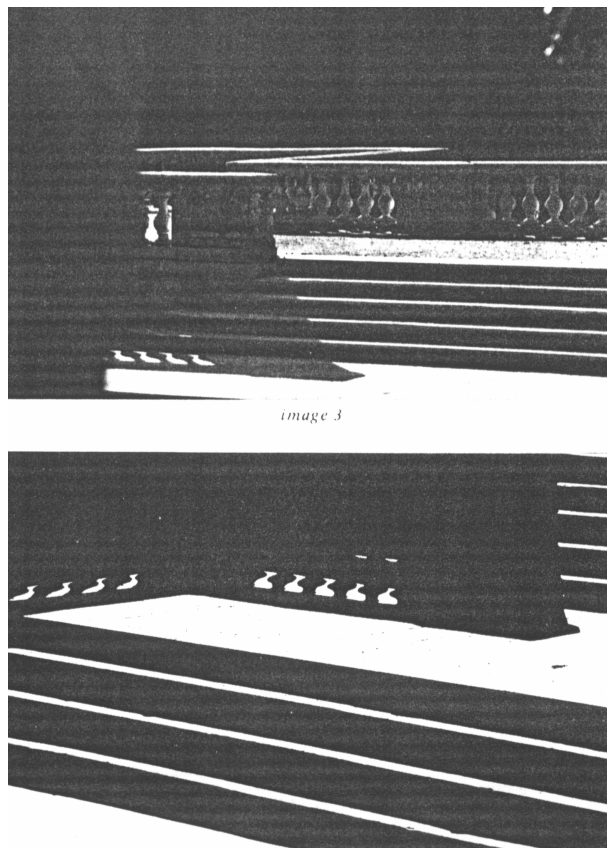


Abbildung 2.6: Beispiel für unterschiedliche Kodierung

Dennoch geht es nicht systematisch genug vor, um eine ausreichende Basis für mein Projekt zu bieten; denn er beschränkt sich zu weiten Teilen lediglich darauf, die bildrhetorischen Figuren der Reihe nach abzuhandeln. Auch hier wird stark analog zur Verbalsprache vorgefahren und das Bild nicht grundsätzlich von ihr unterschieden. Daher wird es nicht in seinen Eigenschaften als visuelles Gebilde untersucht. Leider gibt Théron keine umfassendere Darstellung seines Rhetorik-

⁹⁸Théron 1990, Seite V

verständnis. Er scheint sich hier auf die Auflistung bildrhetorischer Figuren zu beschränken. Damit bleibt auch diese Untersuchung auf die Ebene der Figuralrhetorik als einen Teil textueller Syntaktik beschränkt und bringt mein eigenes Projekt, das sich mit der dem Bild eigenen Rhetorik beschäftigt, nicht sonderlich voran.

Die Übertragung der Figuralrhetorik ist auch Gegenstand von Morris' Untersuchung.⁹⁹ Er untersucht anhand von Zeichnungen – insbesondere im Hinblick auf die Darstellung und Definition von Gruppen in politischen Cartoons – exemplarisch verschiedene bildrhetorische Figuren. Zu Beginn seines Artikels beschreibt er die Wandlung, die die Rhetorik im Verständnis der Kanadier in diesem Jahrhundert vollzogen hat. Zunächst war diese Disziplin verpönt und galt als manipulierend mit Hilfe der Lüge und konnte sich erst nach und nach als wissenschaftliche Disziplin etablieren. Diese Darstellung ist meiner Meinung nach fragwürdig, denn die Diskussion bestand in der Antike ebenso wie heute. Nachdem die rhetorische Tradition zunächst logozentrisch - also auf die Verbalsprache bezogen - war, will Morris sie nun auf visuelle Phänomene übertragen. Der gesamte Artikel ist darauf ausgerichtet, anhand zweier Beispiele von politischen Cartoons zu zeigen, daß es visuell dargestellte Metaphern gibt. Diese werden zumeist auch erst mit Hilfe des verbalsprachlichen Textes unter dem Bild als solche erkannt. Damit erweist sich dieser Artikel für mein Projekt als unfruchtbarer als der von Dolle. Denn durch die Bezugnahme auf den verbalsprachlichen Text wird das Verständnis des Bildes vorgegeben, es wird in seiner Vieldeutigkeit stark eingeschränkt.¹⁰⁰ Der

⁹⁹Morris 1993

¹⁰⁰Vgl. zur Bedeutung des Legende beim Zeitungsbild und auch zum Zusammenhang von verbalsprachlichem Text und Bildern in der Zeitung Waller 1982, Seite 81ff und Boltanski 1965, Seite 180ff, bes. auch Seite 181: „La fonction principale de la légende est de rendre manifeste une signification et une seule, ce que l'image muette ne permet jamais de faire: elle n'est pas autre chose qu'un mode d'emploi de l'image.“

Begriff der „visuellen Rhetorik“ wird nicht definiert. Auch geht Morris nicht auf den kommunikativen Zusammenhang ein, noch wird ein Bild in irgendeiner Form analog zum verbalsprachlichen Text definiert. Daher kann Morris' Untersuchung nichts zur Entwicklung einer systematischen Theorie der visuellen Rhetorik oder einer Rhetorik des Bildes beitragen.

Vouilloux¹⁰¹ verfolgt in seiner Analyse einen anderen Ansatz. Er versucht beispielhaft in einem Gemälde, Elemente aus der klassischen Rhetorik zu beschreiben. Es geht ihm darum, etwas im Bild in Beziehung zu einer Aussage in einem rhetorischen Lehrbuch zu setzen. Er beschränkt sich also nicht von vornherein auf die Figuralrhetorik. In seiner Analyse beschreibt er verschiedene Gemälde. Dabei bettet er diese nicht in einen kommunikativen Kontext, auch definiert er sie nicht weiter. In einem Beispiel beschreibt er, wie in der Malerei die Erkenntnisse Quintilians über die Gesten des Redners und dessen Kleidung dargestellt werden können.¹⁰² Sein Artikel ist jedoch keineswegs als systematische Untersuchung einer Rhetorik des Bildes zu verstehen, sondern er bleibt auf der Ebene des Beispielhaften. Exemplarisch beschreibt er lediglich die Übertragung eines S-Kodes, der in der klassischen Rhetorik (Quintilian) entwickelt wurde und Gestik und äußeres Auftreten des Redners (Togafalten) festlegt. Dies ist in einem Bild visuell darstellbar. Auch Varga hebt hervor, daß die Gesten des Redners visuell darstellbar sind.¹⁰³ Damit betonen Varga und Vouilloux, daß die Vorschriften aus der Rhetorik für das Auftreten und die Erscheinung des Orators nicht nur für den Orator selbst

¹⁰¹Vouilloux 1995

¹⁰²Vgl. dazu auch Dubois, J./Winkin 1988. Zur Gebärdensprache vgl. auch Wittkowers Untersuchung der Gebärdensprache bei El Greco. (Wittkower 1996, Seite 277ff)

¹⁰³Varga 1990b, Seite 358 (Vgl. auch vorn Seite 36.)

gelten, sondern auch für seine Darstellung in der Malerei.¹⁰⁴

Die metaphorische Darstellung in einem Bild wird auch in vielen anderen Untersuchungen belegt. Gerade hier scheint sich eine Übertragung der Rhetoriktheorie anzubieten, die eine genaue Definition der einzelnen Zeichen, die das Bild zusammensetzen, nicht notwendigerweise als Grundlage braucht. Vouilloux beendet seinen Artikel mit der Frage, ob die Rhetorik in der Lage ist, ein Wissen darüber zu vermitteln, das anders als zufällig ist.¹⁰⁵ Damit zeigt sich erneut, daß der Autor keine systematische Entwicklung einer Rhetoriktheorie für das Bild aufzeigen möchte, sondern nur Beispiele für Rhetorisches im Bild umreißt. Seine Untersuchung zeigt also, daß es rhetorische Aspekte im Bild gibt, auch wenn er darüber hinaus noch keine Theorie einer umfassenden Analyse des Bildes unter rhetoriktheoretischen Aspekten liefert.

Eine neuere Untersuchung der Bildrhetorik anhand von Werbebildern liefert Fresnault-Deruelle. Auch er stellt die Figuralrhetorik in den Mittelpunkt. Bei seiner Untersuchung zum unbewegten Bild nimmt er die Position des Rezipienten ein. Dabei hat er, obwohl er von einem rhetorischen Aspekt des Werbeplakats spricht, keine Formulierung einer Rhetorik des Bildes zum Ziel, sondern er setzt den Begriff der Rhetorik auch in Bezug auf das Bild voraus. „Si le terme rhétorique ne fait guère question, qui désigne les formes et les figures (parfois fort subtiles) de l’image et du texte destinées à convaincre ou à séduire le spectateur...“¹⁰⁶ Der Begriff der Rhetorik, der die Formen und Figuren im Bild und im Text bezeichnet, die dazu bestimmt sind, den Betrachter zu überzeugen, steht für Fresnault-Deruelle außer Fra-

¹⁰⁴Eine Untersuchung der Gesten in der Anzeigenwerbung findet sich z.B. auch bei Schönemann 1974, Seite 71ff

¹⁰⁵„Mais, de cela, la rhétorique peut-elle délivrer un savoir autre qu’„aléatoire“?“ (Vouilloux 1995, Seite 122)

¹⁰⁶Fresnault-Deruelle 1997, Seite 6

ge. Er entwirft auch keinen systematischen Figurenkatalog, sondern untersucht einzelne Werbeplakate. Dabei spricht er auch kaum von rhetorischen Figuren,¹⁰⁷ sondern mit „Figur“ bezeichnet er meist die auf dem Plakat abgebildete Person. Die Verbindung dieses Begriffs entspricht also nicht dem Begriff der „rhetorischen Figur“, sondern eher dem Begriff „Figur“ aus der Gestalttheorie, der damit die Gestalt eines Körpers, der sich vom Hintergrund abhebt, bezeichnet.¹⁰⁸ Er nennt ein Kapitel „Rhétorique“, in dem er die Wahrnehmung eines Plakats im Kontext der Stadt untersucht. Dabei kommt er auf die Benetton-Werbung zu sprechen, die den Bereich der Werbung verläßt und sich auf den der Moral, der Politik und der Erinnerung ausdehnt. Im ganzen immerhin dreiseitigen Kapitel geht er jedoch niemals auf das ein, was er vorher Rhetorik genannt hat, nämlich die Figuren und Formen im Bild. Er bezieht sich hier lediglich auf den Inhalt – also die semantische Ebene – des Bildes und nicht auf die ästhetische.

Hervorzuheben ist sein Bild-Begriff, der das Plakat ebenso wie auch ein Gemälde als Text versteht. Daher ist es für ihn auch völlig logisch, den Begriff der *Dispositio* auf die Komposition eines Bildes zu übertragen, was er deswegen nicht weiter begründet.¹⁰⁹ Leider fehlt aber eine Definition der Einheiten im Bild. Auch der Bildaufbau wird nicht allgemein untersucht, sondern er bleibt bei seinen Analysen vor allem auf Inhaltliches und kulturell kodiertes beschränkt. Dies rückt seine Untersuchung in die Nähe von Barthes „*Rhétorique de l'image*“.¹¹⁰

Eine wichtige Rolle bei einem Werbeplakat spielt vor allem auch die Schrift. Daher wendet er sich ausführlich der Platzierung der Schrift

¹⁰⁷ Es kommen lediglich Metapher und Metonymie vor. Diese werde aber in ihrer Bedeutung nicht weiter untersucht.

¹⁰⁸ Vgl. dazu vorne Figur

¹⁰⁹ Fresnault-Deruelle 1997, Seite 51

¹¹⁰ Vgl. vorne in diesem Kapitel.

und deren Bedeutung zu. Außerdem untersucht er den Zusammenhang zwischen Schrift und Bild. Diese beiden Punkte sind für eine Analyse eines Bildes bzw. Fotos zunächst einmal nicht wichtig. Mir geht es ja gerade darum, allein das Bild zu interpretieren, das ohne verbalsprachliche Zusätze kommentiert wird. Fresnault-Deruelle belegt an der Untersuchung eines Werbebildes, das mit zwei verschiedenen Textversionen veröffentlicht wurde, daß die Schrift zu einer jeweils anderen Lesart des Bildes beim Betrachter führt.¹¹¹ Hier zeigt sich, wie wichtig also eine Analyse eines Bildes ist, das ohne Schrift produziert und auch veröffentlicht wird. Denn nur so kann man ein Bild bewußt und zielgerichtet einsetzen. Dies untersucht Fresnault-Deruelle leider nicht, und so bleibt seine Untersuchung von der Schriftperspektive dominiert.

Bei der Analyse der Werbebilder berücksichtigt er auch die große Bedeutung von Stereotypen und Klischees in der Werbung. In seiner Analyse eines Mitterand-Werbeplakats spricht er von der Rhetorik des Politikers („la rhétorique du politicien“)¹¹² und der Rhetorik dieses Werbeplakats („la rhétorique de cette affiche“)¹¹³. Damit meint er zum einen das Bild des Politikers, seine Darstellung auf dem Plakat, also die „Figur“, die er macht, und zum anderen die Formen und Figuren, die dem Plakat seinen Ausdruck verleihen. Hier wird also noch einmal deutlich, daß es bei Fresnault-Deruelles Rhetorikbegriff nicht um eine systematische Analyse bildrhetorischer Figuren geht, sondern hier jedes Bild für sich relativ oberflächlich interpretiert (ad hoc) und keine allgemeingültige Theorie aufgestellt wird.

¹¹¹Fresnault-Deruelle 1997, Seite 85f

¹¹²Fresnault-Deruelle 1997, Seite 142

¹¹³Fresnault-Deruelle 1997, Seite 144

2.3 Anwendung der Zeichentheorie

Anders als die zuvor untersuchten Beiträge ist das Projekt der Gruppe μ umfassender.¹¹⁴ Sie hat sich über 25 Jahre mit der Ausarbeitung einer Rhetorik des Bildes beschäftigt und liefert einen ausführlichen und systematischen Ansatz zur Lösung zeichentheoretischer Probleme im Bild.¹¹⁵ Ausgehend von der semiotischen Bildtheorie untersucht sie die visuelle Kommunikation und deren rhetorisches System. Dabei steht der Text und seine Dekodierung im Mittelpunkt ihrer Analyse, die sie als Strukturalisten unabhängig von einer speziellen Kommunikationssituation durchführt. Hier findet sich – wie bereits anfangs erwähnt – eine umfassende Übertragung von Figuralrhetorik auf das Bild.¹¹⁶ Bei der Untersuchung des Bildes ist die Gestalttheorie die Grundlage. Diese verbindet die Gruppe μ mit der strukturalistischen Theorie. Davon ausgehend entwickelt sie ähnlich wie Durand eine Katalogisierungsmatrix der rhetorischen Figuren. Dabei weicht sie in den Kategorien von Durand ab.¹¹⁷ Die Gruppe μ entwickelt ein Modell zur Katalogisierung der rhetorischen Figuren und behandelt ausführlicher als Durand die semiotischen Grundlagen der Bildsysteme. Denn sie erhebt den Anspruch, eine Theorie zu entwickeln, die für alle Bildsysteme gelten soll, also auch für Kino, Malerei, Briefmarken, Geldstücke, Kinderzeichnungen etc.¹¹⁸ Die Grundlage bildet hier

¹¹⁴Ich werde hierauf sehr ausführlich eingehen, da die Schriften der Gruppe μ im deutschen Sprachraum bislang wenig bekannt sind.

¹¹⁵Gruppe μ 1985

¹¹⁶Vgl. dazu Joly 1993, Seite 76f

¹¹⁷Vgl. dazu vorne Ostheeren (Ostheeren 1982) Kritik am Modell der Gruppe μ im Vergleich mit Durands Modell.

¹¹⁸„Notre ambition est donc d’élaborer ici des concepts généraux permettant d’envisager l’image visuelle quelle que soit la forme qu’elle prenne, et que cette forme soit légitimée ou non (peinture, cinéma, mais aussi timbre-poste, pièce de monnaie, dessin d’enfant): ce qui nous intéresse aujourd’hui c’est le modèle qui sous-tend ces divers manifestations, et nous remettons à plus tard l’examen de catégories complexes qui semblent surtout préoccuper nos contemporains.“ (Gruppe μ 1992, Seite 13)

immer die Malerei, dabei wollen sie der figurativen Malerei (*iconique*) ebenso wie der nicht-figurativen Malerei (*plastique*) gerecht werden. Diese Theorie für alle Bildsysteme ist Teil ihres bereits 1967 mit dem Artikel „*Rhétorique généralisée*“¹¹⁹ begonnenen Projektes, eine Rhetorik zu entwickeln, die für alle Kommunikationssysteme gelten soll. Die umfassendste Darstellung dieses Projektes findet sich in ihrem Buch „Allgemeine Rhetorik“ (*Rhétorique générale*)¹²⁰. Ihre Untersuchung der Bildsysteme beruht also auf einer Untersuchung und der Weiterentwicklung einer Rhetorikdefinition, die sie im Bereich der Verbal- und Bildsprache entwickelt hat. Diese werde ich im folgenden μ -Rhetorik nennen.

Auf der Grundlage des Strukturalismus erarbeitet die Gruppe μ ein umfassendes systematisches und ausbaufähiges Modell zur Analyse rhetorischer Figuren. In der „Allgemeinen Rhetorik“ faßt sie die *Elocutio* im Rahmen der Systematik und Begrifflichkeit der strukturalistischen Sprachwissenschaft neu. Sie geht von den grundlegenden Analyseverfahren der strukturalistischen Methode aus, Segmentierung und Klassifizierung, die, auf Sprache und Text angewendet, unterschiedliche Gliederungsebenen und innerhalb dieser unterschiedliche Analyseeinheiten ergeben.¹²¹ Hier gilt die gleiche Kritik wie bei Durand: Es wird keine umfassende rhetorische Texttheorie entwickelt, sondern die Untersuchung bleibt auf einen Bereich der Formierungsstrukturen beschränkt. Dabei liefert die Gruppe μ brauchbare Ansätze zur Entwicklung eines Analogiemodells von Verbal- und Bildsprache. Die darüber hinaus zu formulierende Theorie der Rhetorik bleibt aber offen.

¹¹⁹Gruppe μ 1967

¹²⁰Gruppe μ 1974 (1970)

¹²¹Siehe auch Ostheeren 1996, Spalte 1205ff

Im Kern der μ -Rhetorik steht eine Abweichungstheorie.¹²² Ausgangspunkt ist die Beschreibung der Abweichungen in allen semiotischen Systemen durch Operationen, die immer identisch bleiben. In allen Fällen vom umgangssprachlichen Suffix bis zur Rückblende im Kino lassen sich die rhetorischen Operation durch Wegnahme (Detraktionen/suppression), Hinzufügung (Adjektionen/adjunktion), Umstellung (Detraktionen-Adjektionen/suppression-adjunktion) und Ersetzung (Transmutationen/permutation) beschreiben. Dabei verändern sich lediglich die Einheiten, auf die diese Operationen angewendet werden. Deswegen ist es wichtig, die Untersysteme zu definieren, auf die rhetorische Operationen angewendet werden können. Man kann Rhetorik als geregelte Transformation der Elemente einer Aussage verstehen, wonach der Rezipient den Wahrnehmungsgrad (*degré perçu*) eines Elements der Aussage mit einem Erwartungsgrad (*degré conçu*) überlagern muß.¹²³ Die Operation umfaßt also folgende Schritte:

- die Produktion einer Abweichung (*production de l'écart*)¹²⁴,
- die Identifikation und
- die Neubewertung der Abweichung.

Hier wird deutlich, daß die Gruppe μ von der Rezeption des Textes ausgeht und sich vor allem mit der Reaktion des Betrachters beschäftigt. Damit geht sie aber davon aus, daß die wahrgenommene Abweichung bewußt vom Produzenten erzeugt wurde. Sie geht nicht weiter auf die Produktionsseite ein, sondern bezieht sich vor allem auf die Betrachterperspektive. Bei der Produktion steht auch nie der Produzent im Mittelpunkt, sondern die Operation, die die Abweichung erzeugt.

¹²² „... la rhétorique peut être définie comme la discipline étudiant les énoncés déviants...“ (Gruppe μ 1985, Seite 457)

¹²³ Diese Unterscheidung geht auf Barthes Text „Degré zéro dans la littérature“ zurück. Vgl. dazu auch Schaeffer 1987.

¹²⁴ Vgl. dazu ausführlicher Gruppe μ 1974, Seite 68ff

Die Gruppe μ untersucht in ihrem Projekt vor allem den Text, ohne auf den Kontext näher einzugehen. Ihr geht es hier vor allem um die Dekodierung des Textes. Der Hauptgegenstand der Untersuchung sind die im Text wirkenden Codes, die eine Abweichung erzeugen.

Die umfassende Untersuchung des Bildes, die im „*Traité du signe visuel*“¹²⁵ ausformuliert ist, wird in verschiedenen Artikeln umrissen. Eine grundlegende Beschreibung findet sich in „*Plan d’une rhétorique de l’image*“ von 1979. Hier wird die Abweichungstheorie als Grundlage der Rhetoriktheorie, die auf das Bild übertragen werden soll, kurz umrissen.

Die Gruppe μ teilt im Anschluß an verschiedene andere Untersuchungen die „visuellen“ Zeichen in ikonische und plastische Zeichen ein.¹²⁶ Die Aufteilung in zwei Zeichengruppen findet sich bereits in der bestehenden Forschungsliteratur. Dennoch wird hier mit einer unterschiedlichen Begrifflichkeit gearbeitet.¹²⁷ Die Gruppe μ definiert diese beiden Zeichentypen folgendermaßen:

Ein ikonisches Zeichen steht in einem Ähnlichkeitsverhältnis zu seinem Referenten, es ist mimetisch („...l’ordre iconique étant celui qui engage la mimésis“).¹²⁸ Was die Gruppe μ hier als „ikonisches Zeichen“ beschreibt, entspricht einem Zeichen mit einer ikonischen Eigenschaft, wie ich sie zu Anfang definiert habe. (Die Ausdrucksseite dieses Zeichens steht in einem Ähnlichkeitsverhältnis zum Referenten.)

Ein plastisches Zeichen hingegen könnte man im Deutschen als „abstraktes“ Zeichen bezeichnen, es ist nicht figurativ. Ich werde im Folgenden bei der Zusammenfassung der Arbeiten der Gruppe μ die

¹²⁵Gruppe μ 1979

¹²⁶Gruppe μ 1992, Seite 115

¹²⁷Damisch, Sonesson: *iconique-plastique*
Payant: *iconique-pictural*

Greimas, Floch: *figuratif-plastique*

¹²⁸Gruppe μ 1979, Seite 174

Begriffe „plastisch“ (für nicht-figurative) und „ikonisch“ (für figurative Zeichen) verwenden.¹²⁹

Das Verdienst der Gruppe μ besteht jedoch nicht nur in der klaren Definition der Begriffe „ikonisches Zeichen“ und „plastisches Zeichen“, sondern vor allem in der Betonung des autonomen Status des plastischen Zeichens, der diesem in anderen Arbeiten nicht zuerkannt wird.¹³⁰ Sie sieht das plastische Zeichen dem ikonischen gleichgestellt. Dies verdeutlicht sie in folgendem Schema:¹³¹

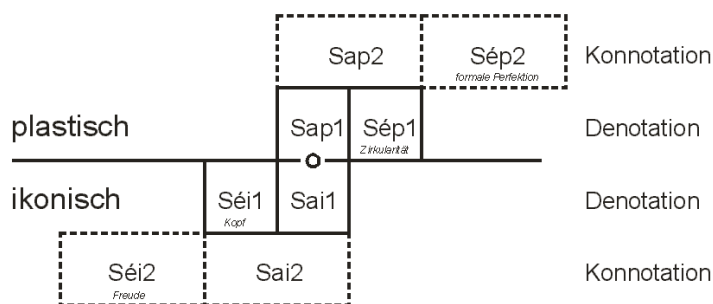


Abbildung 2.7: Ikonisches und plastisches Zeichen

Im Schema gibt es drei Spaltungen:

- Die erste stellt das plastische Zeichen dem ikonischen gegenüber. Dies führt zu einer Verdopplung der visuellen Nachricht.
- Die zweite Spaltung unterscheidet zwischen Signifié und Signifiant. (Also Ausdrucks- und Inhaltsseite. Dies gilt sowohl für das

¹²⁹Das, was die Gruppe μ hier als „plastisches Zeichen“ beschreibt, entspricht einem Zeichen mit einer symbolischen Eigenschaft, wie ich sie hinten im Kapitel 3.1.2 definieren werde. Auch Meyer Schapiro untersucht nicht-mimetische Zeichen. (Vgl. dazu Meyer Schapiro 1969, Seite 223-242)

¹³⁰Zur Unterscheidung von plastischen und ikonischen Zeichen vgl. auch „Iconicité et plasticité“ in Gruppe μ 1979, Seite 173-192, bes. Seite 174ff

¹³¹Die im Schema verwendeten Abkürzungen lauten:

Sap – Signifiant plastique (Ausdrucksseite des plastischen Zeichens (p-Zeichens))

Sáp – Signifié plastique (Inhaltsseite des plastischen Zeichens (p-Zeichens))

Séi – Signifié iconique (Inhaltsseite des ikonischen Zeichens (i-Zeichens))

Sai – Signifiant iconique (Ausdrucksseite des ikonischen Zeichens (i-Zeichens))

plastische Zeichen als auch für das ikonische.)

- Die dritte Trennung gilt dem Unterschied zwischen Denotation und Konnotation.

Um dieses Schema zu verdeutlichen, gibt die Gruppe μ ein Beispiel: Wenn man die graphische Darstellung eines Kreises untersucht, dann konstituiert die runde Form (O) den zugleich plastischen und ikonischen Signifiant. Der ikonische Signifié der Denotation steht z.B. für einen Kopf oder die Sonne, und der plastische Signifié der Denotation steht für das Konzept der Zirkularität. Auf der Ebene der Konnotation könnte der ikonische Signifié die Idee der Freude ausdrücken und der plastische Signifié die formale Perfektion.

Dieses Beispiel macht deutlich, wie komplex diese Begrifflichkeit ist. Es handelt sich hier um eine Ausdrucksseite, die zwei verschiedenen Inhaltsseiten zugeordnet wird. Es werden also gewissermaßen zwei Zeichen beschrieben. Zur besseren Unterscheidung werde ich beim „ikonischen Zeichen“ (i-Zeichen) von der i-Inhaltsseite und vom i-Referenten sprechen und beim „plastischen Zeichen“ (p-Zeichen) von der p-Inhaltsseite und vom p-Referenten. Damit werde ich das Beispiel jetzt noch einmal genauer untersuchen: Bei der Beschreibung des i-Zeichens ordnet die Gruppe μ der Ausdrucksseite¹³² eine so definierte Inhaltsseite (i-Inhaltsseite) zu, daß die Ausdrucksseite in einer Ähnlichkeitsbeziehung mit dem i-Referenten steht, das Zeichen (also Ausdrucks- und Inhaltsseite zusammen) eine ikonische Eigenschaft hat. Ausgehend von derselben Ausdrucksseite entwickelt die Gruppe μ ein weiteres Zeichen (p-Zeichen), indem sie der Ausdrucksseite eine weitere Inhaltsseite (p-Inhaltsseite) zuordnet, die weder in einer Ähnlichkeitsbeziehung noch in einem physischen Abhängigkeits-

¹³²Die „Ausdrucksseite“ bleibt hier neutral, weil sie bei beiden Zeichenentwürfen identisch bleibt.

verhältnis zum p-Referenten steht, sondern allein durch Konvention der Ausdrucksseite zugeordnet wird. Damit handelt es sich beim p-Zeichen um ein Zeichen, das eine symbolische Eigenschaft hat.

Durch diese Überlagerung von i-Zeichen und p-Zeichen schafft die Gruppe μ eine Überlagerung von zwei verschiedenen Ebenen im Text, die zusammenwirken. Anhand dieses Zusammenwirkens entwickelt sie bestimmte Figuren der μ -Rhetorik.

Außerdem können mit der Unterscheidung zwischen ikonischen und plastischen Systemen auch zwei Systeme unterschieden werden, die verschieden stark kodiert sind: Die Systeme des Typs 1 sind stark kodiert, und die Systeme des Typs 2 sind sehr unscharf. (Diese Systeme sind eine rein theoretische Kategorisierung. Sie sind in ihrer Reinform in der Praxis so nicht zu finden.) Die Gruppe μ gibt als Beispiele für Zeichen, bei denen starke Codes wirken z.B. den Blindenstock oder Richtungspfeile an. Als Zeichen bei denen schwache Codes wirken nennt sie die Bilder Mondrians, denn bei ihm ist die Bedeutung von Bildern nicht so leicht zu verstehen.

Für die μ -Rhetorik bedeutet die Unterscheidung zwischen Typ 1 und Typ 2, daß die rhetorische Operation lediglich im ersten Typ leicht auszumachen sein wird, im zweiten wird dies jedoch sehr schwierig sein, weil es keinen hochkonventionellen Kode gibt, der von vornherein klar ist. Deswegen ist dieser für den Einzelfall zu entwickeln, und dann erst kann die Nullstufe (*degré zéro*)¹³³ bestimmt werden, von der die Abweichung stattfindet und es somit zur Überlagerung der erwarteten Stufe (*degré conçu*) mit der wahrgenommenen Stufe (*degré perçu*) kommt. Das heißt, beim Typ 1 gibt es sowohl eine generelle Nullstufe (*degré zéro général*) als auch eine lokale Nullstufe (*degré zéro local*). Beim Typ 2 gibt es lediglich eine lokale Nullstufe (*degré zéro local*),

¹³³Gruppe μ 1974, Seite 59ff, bes. Seite 63

die in der Isotopie der einzelnen Aussage begründet ist.

Dies wird im *Traité* noch ausführlicher dargelegt.

Alle Untersuchungsschritte zur Rhetorik des Bildes finden sich erneut im *Traité*. Er ist das zuletzt erschienene Werk zur Theorie der visuellen Rhetorik und bietet eine umfassende Übertragung des Projektes der Gruppe μ auf visuelle Systeme. Hier bezieht die Gruppe μ auch viele andere Ansätze und Wissenschaften mit ein. Es steht die Formulierung einer μ -Rhetorik des Bildes, die auf einer semiotischen Grundlage aufgebaut wird, im Vordergrund.

Das Projekt geht von der Feststellung aus, daß es eine Verwendung von Sprache gibt, bei der der Referenzfunktion der Sprache keine primäre Funktion mehr zukommt und die Aufmerksamkeit des Benutzers sich zur Nachricht selbst hinwendet, die Jakobson „le message lui-même“ genannt hat. Diesen Gebrauch könnte man mit „Abweichung“ bezeichnen. Eine Katze wird nicht mehr „Katze“, sondern „orgueil de la maison“, „boule de poil“ oder „ronron“ genannt. Durch die Verwendung verschiedener Wörter für denselben Gegenstand wird eine Logik der Polyvalenz und Polyphonie in die Sprache eingeführt. Diese Gesetze nennt die Gruppe μ „Rhetorik“. Dies will sie als Würdigung dieser alten Disziplin, die bei weitem nicht so dumm sei, wie häufig angenommen wird, und die diese Phänomene ernst genommen hat, verstanden wissen.¹³⁴

Doch das μ -Projekt ist nicht die Formulierung einer speziellen Rhetorik, sondern die Formulierung einer textstrukturalen allgemeinen Rhetorik. Die Gruppe μ geht im *Traité* davon aus, daß es, wenn es allgemeine Regeln der Bedeutung und der Kommunikation gibt (dies ist das semiotische Postulat), auch möglich sein muß, Phänomene der

¹³⁴ „Lois que nous nommons rhétoriques, en hommage à cette discipline ancienne qui, point si sotté qu'on ne l'a souvent dit, avait su prendre ces phénomènes aux sérieux et les appréhender dans leur généralité.“ (Gruppe μ 1992, Seite 9)

Polyphonie im Bild zu finden, die mit den in der Verbalsprache beobachteten übereinstimmen. In ihrer Unterhypothese heißt das, daß es also allgemeinere Regeln gibt, die wirken, d.h., daß sie unabhängig von der speziellen Domäne sind, wo sie sich manifestieren.¹³⁵ Sie geht also davon aus, daß die Rhetorik, unabhängig von der Art des Textes, sei dieser nun verbalsprachlich oder ein Bild, nach den gleichen nachweisbaren Regeln funktioniert. Rhetorische Phänomene existieren demnach also ebenso in Bildtexten wie in verbalsprachlichen Texten.

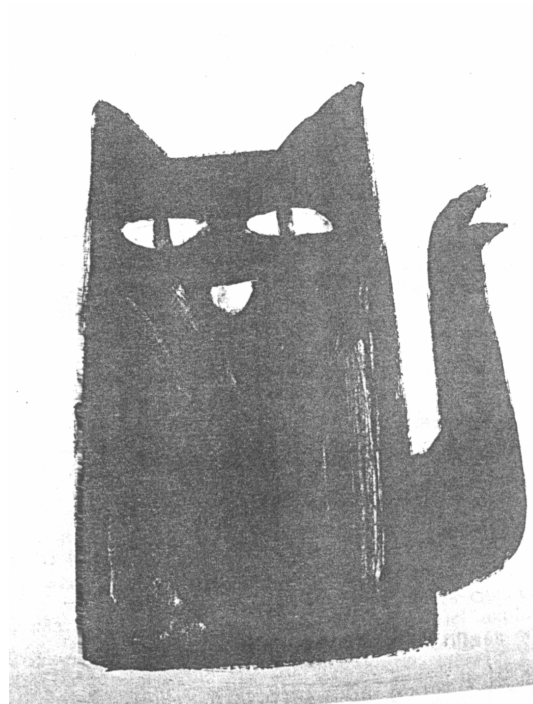


Abbildung 2.8: Beispiel für eine Chafetière (Kaffeekannen-Katze)

Dieses Projekt einer „rhétorique générale“ verfolgt die Gruppe μ seit zwanzig Jahren. Dabei hat sie mit einer linguistischen Neufor-

¹³⁵ „L’hypothèse de départ est que s’il existe des lois générales de la signification et de la communication – ce qui est le postulat sémiotique –, alors il est possible qu’on y retrouve des phénomènes de polyphonie comparables à ceux qu’on a pu observer dans le langage verbal. La sous-hypothèse est ensuite que ce sont des mécanismes assez généraux qui sont à l’oeuvre: généraux donc indépendants du domaine particulier où ils se manifestent.“ (Gruppe μ 1992, Seite 9)

mulierung derjenigen Partie der Rhetorik begonnen, die die Elocutio ausmacht. Hier ist es ihr gelungen, die Regeln der Verbalsprache zu generalisieren. Im *Traité* will sie diese Forschungen auf den Bereich der visuellen Kommunikation ausdehnen.¹³⁶

Die Untersuchung des Bildes und die Formulierung einer allgemeinen Bildtheorie ist bislang noch nicht gelungen, und die Gruppe μ sieht hier vor allem zwei Mißbildungen, die Fortschritte auf diesem Gebiet bislang verhindert haben: zum einen die Kunstkritik, die nur von einzelnen Bildern ausgeht, und zum anderen den linguistischen Imperialismus.¹³⁷ Die Gruppe μ will ihr Projekt im *Traité* deswegen keiner bekannten Strömung zugeordnet wissen, sieht sich aber in der Nähe der semiotischen Theorie. Die Gruppe μ untersucht das visuelle Bild als Signifikationssystem und seine autonome interne Organisation. Ihre Theorie soll dabei allgemeingültig bleiben, also nicht auf einzelne Bilder beschränkt sein und damit unabhängig von der sozialen Form des Bildes bleiben.¹³⁸ Dabei gilt aber natürlich, daß ein Bild immer zweidimensional ist, also eine flächige Ausdehnung hat. Durch den allgemeingültigen Anspruch ihrer Untersuchung vernachlässigt die Gruppe μ die den einzelnen Bildsystemen eigenen Charakteristika. So untersuchen sie beim Kinobild nicht die Aufeinanderfolge von verschiedenen Bildern, sondern das Standbild für sich. Nur so kann die Theorie für verschiedene Bildsysteme gelten.¹³⁹ So bildet sie eine gute Grundlage, von der aus man die einzelnen Bildsysteme dann genauer untersuchen kann. Grundlage für die Untersuchung wird also immer ein Modell sein, das unter verschiedenen Formen in Erscheinung treten

¹³⁶ 1992, Seite 9f

¹³⁷ Gruppe μ 1992, Seite 10f

¹³⁸ Gruppe μ 1992, Seite S.10f und S.52-54

¹³⁹ Hier stimmt ihr Ziel mit dem meines Projekts weitgehend überein, denn auch ich untersuche das unbewegte einzelne Bild.

kann.¹⁴⁰

Der Gruppe μ ist es sehr wichtig, nicht auf bestehenden Hypothesen aufzubauen, die nicht klar untersucht wurden. So verdeutlichen sie am Beispiel des Begriffs „Collage“, daß es sich dabei um zwei in der Textur völlig unterschiedliche Phänomene handelt.¹⁴¹ Denn damit werden einerseits Bilder bezeichnet, die aus homogenen Materialien zusammengesetzt sind, und andererseits Bilder, die aus völlig verschiedenen Materialien zusammengesetzt sind. Dies bedeutet, daß sich hinter einem bestehenden Begriff zwei völlig unterschiedliche Texturen verbergen. Hier liegt eine Gefahr für eine umfassende Untersuchung, denn es dürfen keine so unterschiedlichen Phänomene als eine homogene Gruppe betrachtet werden, weil dies zu Mißverständnissen führt. Die Gruppe μ will solche Fehler vermeiden, indem sie auf solche Klassifizierungen verzichtet.

Die Gruppe μ behandelt in ihrer Untersuchung verschiedene Zeichen, die jedoch immer Teil eines Bildes sind. Alle von ihr untersuchten Bilder sind – unabhängig vom speziellen Bildsystem – immer zweidimensional und unbewegt. Das Bild – ebenso wie das Bildzeichen – wird optisch wahrgenommen. Dazu untersucht sie die bestehenden Theorien der Naturwissenschaften. Bei der Untersuchung von Bildern stellt sich das Problem der Metasprache.¹⁴² Viele Disziplinen übernehmen linguistische Termini, um das Bild in seiner Struktur zu beschreiben. Hierin liegt jedoch die Gefahr, das Bild wie einen verbalsprachlichen Text zu behandeln und seine Eigenheiten als visuelle, zweidimensionale Fläche zu verkennen. Bei ihrer Untersuchung des Bildes will die Gruppe μ nicht die polemische Formel McLuhans „The medium is the message“ aufnehmen. Dennoch geht sie davon aus, daß

¹⁴⁰Gruppe μ 1992, Seite 13

¹⁴¹Gruppe μ 1992, Seite 13

¹⁴²Gruppe μ 1992, Seite 10

es bei jeder Theorie wichtig ist, zunächst das Material des Untersuchungsgegenstandes zu betrachten und seine spezifischen Merkmale zu bestimmen, um dann den Inhalt weiter untersuchen zu können.¹⁴³

Bei ihrer Untersuchung resümiert die Gruppe μ zunächst die bestehenden Theorien wie die philosophische¹⁴⁴, die wissenschaftlich-ästhetische¹⁴⁵ und die semiotische.¹⁴⁶ Der semiotische Ansatz hat die größte Bedeutung. Vorab betont die Gruppe μ das Fundamentale des Kodes und der Systeme der visuellen Kommunikation.¹⁴⁷ Ganz abstrakt und vereinfacht sagt sie mit Manfred Bierwisch¹⁴⁸, daß jeder Kode eine Korrelation zweier Entitäten, die jeweils unterschiedlichen Systemen angehören, ist. Doch sieht die Gruppe μ auch diese Theorie als bereits überholt an und es geht ihr basierend auf Hjelmslev vor allem darum, die Beziehung zwischen den zugeordneten Elementen zu beschreiben. Dabei kann die Arbitrarität des Zeichens eingeschränkt werden.¹⁴⁹

Desweiteren unterscheidet die Gruppe μ zwischen Makro- und Mikrosemiotik.¹⁵⁰ Der grundsätzliche Unterschied zwischen Makro- und Mikrosemiotik besteht darin, daß die Makrosemiotik immer nur für ein spezielles Bild Gültigkeit haben kann und nur die Mikrosemiotik dem Anspruch nach einer wissenschaftlichen Allgemeingültigkeit entspricht. In der Makrosemiotik wird das Bild als spezielle Aussage verstanden. Sie wird mit „ad-hoc-Konzepten“ dargelegt, das heißt, sie werden für das einzelne Bild formuliert und haben deshalb nur Gültigkeit in Bezug auf das Bild, für das sie formuliert worden sind.

¹⁴³ Gruppe μ 1992, Seite 58, 59

¹⁴⁴ Gruppe μ 1992, Seite 21ff

¹⁴⁵ Gruppe μ 1992, Seite 32ff

¹⁴⁶ Gruppe μ 1992, Seite 45ff

¹⁴⁷ Gruppe μ 1992, Seite 45

¹⁴⁸ Unveröffentlicht, zitiert in: Gruppe μ 1992, Seite 45

¹⁴⁹ Gruppe μ 1992, Seite 45

¹⁵⁰ Gruppe μ 1992, Seite 47-49

Sie sind nicht übertragbar. Die Mikrosemiotik hingegen geht von theoretischen Entitäten aus, und sie nennen die kleinsten Einheiten gemäß der Gestalttheorie im Bild „Flecken“ (*taches*). Aus der Wahrnehmung der Flecken setzt sich im Wahrnehmungsprozeß die Gestalt (*figure*)¹⁵¹ zusammen. Ausgehend von diesen kleinen Einheiten im Bild sucht sie Kombinationsgesetze dieser Flecken zu formulieren, die den Gestaltgesetzen entsprechen. Dabei handelt es sich um eine Struktur-Analogie zur Verbalsprache.¹⁵²

Die Gruppe μ geht bei der bildrhetorischen Figur davon aus, daß es drei verschiedene Niveaus gibt, auf denen diese als bildrhetorische Figur erkennbar werden kann:

- Formierendes (*formateur*),
- Tragendes (*porteur*),
- Entwickelndes/Offenbarendes (*révélateur*).

Im Vergleich der visuellen Semiotik mit der verbalen Semiotik wird immer wieder die starke Verschränkung zwischen Verbalsprachlichem und Visuellem festgestellt.¹⁵³ Häufig wird die Vermutung geäußert, daß die visuelle Information zu einem bestimmten Zeitpunkt in einen verbalsprachlichen Kode übertragen wird. Die Gruppe μ hält die Annahme, der verbalsprachliche Kode sei der Kode *par excellence*, die z.B. auch Roland Barthes vertritt, für falsch. Als Gegenbeispiel führt

¹⁵¹Die Gruppe μ unterscheidet im Register zwischen „*figure perceptive*“ und „*figure rhétorique*“ (Gruppe μ 1992, Seite 496) im Text jedoch spricht sie lediglich von „*figure*“. Ich werde daher bei der Zusammenfassung des *Traité* die von mir vorne definierten Begriffe „Gestalt“ und „rhetorische Figur“ verwenden, um Mißverständnissen vorzubeugen. (Vgl. dazu hinten das Kapitel 2.1.5 Figur.)

¹⁵²Die Gruppe μ verwirft sowohl die Theorie Odins (Odin 1976), der von einem arbiträren Charakter der Zeichenbedeutung ausgeht, als auch die Flochs (Floch 1984), der einen intuitiven Charakter der Zeichenbedeutung voranstellt. (Gruppe μ 1992, Seite 54-56)

¹⁵³Gruppe μ 1992, Seite 52-56

sie die zahlreichen Zeichnungen und Skizzen in naturwissenschaftlichen Lehrbüchern an. Sie spricht sich gegen den Imperialismus des Verbalen aus, der in der Bildtheorie immer wieder zu finden ist: so z.B. bei Louis Marin, der ebenfalls zu Gunsten der Sprache argumentiert und sagt, daß alles Visuelle auf dem beruht, was man sagen kann. Der erste internationale Kongreß „Word and Image“ hat dies sogar soweit gesteigert, daß hier die Überzeugung vertreten wurde, alles Visuelle beruhe auf der Verbalsprache und die bezeichnenden Wörter stehen zueinander in der gleichen Beziehung wie die Elemente des Bildes.¹⁵⁴ Diese Konfusion wird von der Greimas-Schule vehement bestritten.¹⁵⁵

Arnheim stellt sich ebenfalls die Frage nach der Vorherrschaft der Sprache über das Visuelle.¹⁵⁶ Er unterscheidet drei „introvertierte Theorien“:

- unsere Art zu sehen kommt vom Sprachgebrauch her,
- es gibt kein Denken außerhalb von Wörtern,
- die Einteilung der Natur ist lediglich ein Aspekt der Grammatik¹⁵⁷.

Arnheim spricht sich für eine extrovertiertere Sichtweise aus: die Gestalttheorie.¹⁵⁸ Für diese sind es nicht die Wörter, die ordnen, sondern die Wahrnehmung.

Die Gruppe μ betont, daß eine Gefahr in der Verbalisierung liegt und bei der Beschreibung der bi- oder tridimensionale¹⁵⁹ Charakter

¹⁵⁴Word and Image, Amsterdam, 1987

¹⁵⁵Greimas/Courtes: Ikone. Doch auch diese Schule ist nicht frei von den Fehlern, die sie selbst kritisiert. Das zeigt die Kritik von Sonesson. (Sonesson 1989, Seite 156-163)

¹⁵⁶Gruppe μ 1992, Seite 54

¹⁵⁷B.-L. Whorf

¹⁵⁸Vgl. dazu unten meinen Exkurs zur Gestalttheorie im Kapitel 3.1.1.

¹⁵⁹Die Gruppe μ untersucht im *Traité* nicht nur Bilder, sondern sie geht vor allem im Schlußkapitel (Gruppe μ 1992, Seite 400ff) auf dreidimensionale Gebilde wie Skulptur und Architektur ein. Dies ist für mein Projekt jedoch zu vernachlässigen.

beachtet werden muß; darüber hinaus muß man nicht unbedingt eine chronologische Ordnung der Sequenzen bestimmen, es sei denn, dies geschieht nach allgemeingültigen Regeln.

Nach der Untersuchung der verschiedenen bestehenden Theorien nähert sich die Gruppe μ dem Thema systematisch. Dazu untersucht sie zu Beginn die Fundamente der visuellen Wahrnehmung.¹⁶⁰ Die verbale Nachricht ist, unabhängig davon, ob sie akustisch oder graphisch übertragen wird, linear. Die einzelnen Elemente sind voneinander leicht zu unterscheiden. Auch gehören die arbiträren und diskreten Charaktereigenschaften zur Sprache. Hier liegt ein grundsätzlicher Unterschied zur visuellen Nachricht vor. Daraus folgt, daß die Kodierung bei der visuellen Nachricht reduzierter ist und der Kode selbst deswegen sehr undeutlich bleibt. Im ersten Vergleich der Sprache mit der visuellen Kommunikation scheint die visuelle Nachricht weniger kodiert als die verbale. Auch scheinen die Einheiten keine der Sprache vergleichbare Stabilität zu besitzen. Ebenso fehlt die Ausarbeitung eines ebenso hohen Grades im Bereich der Syntaktik, wie das bei der Verbalsprache der Fall ist.¹⁶¹

Außerdem ergeben sich aus dem Kanal Eigenheiten für das System: So liegt die Übertragungsgeschwindigkeit der Informationen bei einer visuellen Wahrnehmung wesentlich höher. Die visuelle Wahrnehmung geschieht sehr schnell. Dabei geschieht die Aufnahme des Bildes nicht passiv Punkt für Punkt, sondern es werden aktiv – im Sinn des Top-down- oder Bottom-up-Prinzips – Sinnzusammenhänge erfaßt, dabei ist es eine Voraussetzung, daß das Bild als Text eine Bedeutung hat und nicht eine wirre Ansammlung von Punkten ist. Unser Wahrnehmungssystem ist darauf ausgerichtet, Unterschiede wahrzu-

¹⁶⁰Gruppe μ 1992, Seite 58ff

¹⁶¹Gruppe μ 1992, Seite 60, 61

nehmen. Alles, was im Bereich des vom Auge Wahrnehmbaren liegt, wird als Feld definiert. Unsere Wahrnehmung besteht jedoch nicht nur in der Wahrnehmung von Unterschieden, sondern ebenso in der Wahrnehmung von Ähnlichkeiten. Hier übernimmt die Gruppe μ die Begriffe Grenze (*limite*) und Kontur (*contour*) aus der Gestaltpsychologie. Dabei wird die Grenze von der Kontur unterschieden. Wir sind in der Lage, auch ohne gezeichnete Konturen, einzelne Dinge als verschieden wahrzunehmen, weil unser Auge die Kontraste stärker akzentuiert. Der Unterschied zwischen Grenze, Kontur und Linie (*ligne*) liegt in der damit verbundenen Wertigkeit: Die Grenze ist eine neutrale Scheidung in zwei Teile, die Kontur ist die Grenze einer Figur und dabei Teil dieser Figur, die Linie hingegen kann beides sein und an jeden Teil angehängt werden. Eine weitere Unterscheidung ist die zwischen Hintergrund (*fond*), Gestalt (*figure*) und Form (*forme*): Der Hintergrund ist unbegrenzt, gehört zum Feld und liegt hinter der Gestalt. Der Unterschied zwischen Gestalt und Form liegt vor allem darin, daß jede Gestalt eine Form ist, aber nicht umgekehrt.¹⁶² Die Gestalten erscheinen uns unterschiedlich nah und haben unterschiedliche Identitäten. Das Erkennen der Gestalten beruht auf einem Hierarchiesystem verschiedener Prozesse im Auge. Diese Prozesse werden Filter (*extracteurs*) der Gestalten oder Motive genannt. Die Gruppe μ unterscheidet zwischen Kontrastfiltern (*extracteurs de contraste*), die Grenzen ziehen, und Richtungsfiltern (*extracteurs de direction*), die eine Orientierung z.B. vertikal oder horizontal sichtbar machen.¹⁶³ Die Textur (*texture*) eines Visuellen ist seine Microtopographie, die aus der Wiederholung einzelner Elemente besteht; dies kann sich auf seine Helligkeit (*luminance*) oder auch auf seine Körnigkeit (*granula-*

¹⁶²Gruppe μ 1992, Seite 64 (Vgl. in diesem Zusammenhang auch die Gestalttheorie.)

¹⁶³Gruppe μ 1992, Seite 69

rité) beziehen. Die Bestimmung dieser Textur (texture) ist ohne ein Erkennen der Gestalten möglich.¹⁶⁴ Dies gilt ebenfalls für die Farben: Ein farbiges Signal hat drei Dimensionen: die Farbdominante (dominante colorée), die Sättigung (saturation) und die Helligkeit (luminance). Diese verschiedenen Konstituenten ermöglichen die Wahrnehmung eines Objekts. Maurice Reuchlin schreibt darüber „L’objet perçu est une construction, un ensemble d’informations sélectionnées et structurées en fonction de l’expérience antérieure, des besoins, des intentions de l’organisme impliqué activement dans une certaine situation.“¹⁶⁵ Die Dimensionen des visuellen Systems (die Formqualität, die Textur und seine Chromatik) ermöglichen es, die Struktur des Wahrgenommenen zu erklären.¹⁶⁶

Nach diesen einleitenden und grundlegenden Überlegungen entwirft die Gruppe μ eine allgemeine Semiotik der visuellen Nachrichten¹⁶⁷: Es stellt sich zunächst die Frage, ob es ein visuelles Zeichen überhaupt geben kann. Dabei ist einerseits die Unterscheidung zwischen natürlichen und künstlichen Ereignissen (spectacles) hilfreich, aber auch die Beziehung zwischen Ausdrucks- und Inhaltsseite von Zeichen. Hieraus ergibt sich das Problem der Artikulation der visuellen Zeichen. Dazu entwirft die Gruppe μ ein globales Modell der visuellen Wahrnehmung (décodage visuel).¹⁶⁸ Dieses Modell hat zwei Grundlagen: die Wahrnehmung (percept) und das Konzept (concept). Das Konzept ist das Repertoire des Betrachters, das die Bedingung für das Erkennen eines wahrgenommenen Bildes ist. Die Wahrnehmung geschieht dreiteilig: in der mikrotopografischen Analyse, in der Untersuchung des Motivs und in der chromatischen Analyse. Das Repertoire

¹⁶⁴ Gruppe μ 1992, Seite 70-72

¹⁶⁵ Reuchlin 1979, Seite 80

¹⁶⁶ Gruppe μ 1992, Seite 82f

¹⁶⁷ Gruppe μ 1992, Seite 87-123 (Chapitre III)

¹⁶⁸ Gruppe μ 1992, Seite 90ff

ist auf alle drei dieser Bereiche bezogen. Danach werden die so untersuchten drei Bereiche des Aufbaus, der Form und der Chromatik des Bildes integriert und dann erneut mit dem Repertoire verglichen. Erst am Ende dieses Dekodierungsprozesses steht das Objekt. Es ist das Ergebnis eines kognitiven Prozesses, der aus dem Wahrnehmungsprozeß folgt.

Danach untersucht die Gruppe μ den Status des Repertoires, welches auf vier verschiedene Arten definiert werden kann:

- es umfaßt alle Wahrnehmungsobjekte, unabhängig von ihrem Komplexitätsgrad,
- es ist durch Gegensätze und Unterschiede organisiert, also ein System,
- es dient dazu, das Wahrgenommene einer Konformitätsprüfung zu unterziehen,
- diese Prüfung wird durch den Typ (type) ermöglicht, das Repertoire ist ein Typensystem.¹⁶⁹

Der Typ ist eine theoretische Konstruktion wie in der Sprache der *signifié linguistique*. Für jeden der drei Bereiche Form, Farbe, Objekt gibt es einen Typ. Zwischen dem Formtyp und der wahrgenommenen Form besteht die gleiche Verbindung wie zwischen den Phonemen und den Lauten, die ihnen zugeordnet werden können.¹⁷⁰

Nach der Kritik der bestehenden Ikonizitätsbegriffe (z.B. von Morris, Eco, Goodman und Peirce)¹⁷¹ entwirft die Gruppe μ ein eigenes Modell des ikonischen Zeichens. Dabei geht sie von einem dreiteiligen

¹⁶⁹Gruppe μ 1992, Seite 93ff, bes. Seite 97ff

¹⁷⁰Gruppe μ 1992, Seite 97

¹⁷¹Vgl. dazu hinten das Kapitel 3.1.2.1. Der Zeichenbegriff.

Modell aus: es besteht aus Referent (référent) und Signifiant (signifiant) und Typ (type). Der Referent ist das designatum. Er hat spezielle physische Eigenschaften. Der Signifiant ist ein Ensemble visueller Stimuli. Er steht mit dem Referenten, der anhand des Signifiant „wiedererkannt“ werden kann, in einer Transformations-Beziehung. Der Typ ist die Basis des kognitiven Prozesses. Er hat keine physischen Charakteristika, sondern konzeptuelle Eigenschaften, von denen einige mit physischen Eigenschaften des Referenten übereinstimmen können. Der Unterschied zwischen dem ikonischen Typ (type iconique) und dem linguistischen Signifié (signifié linguistique) besteht darin, daß sie mit Referent und Signifiant unterschiedlich verbunden gedacht werden müssen.¹⁷²

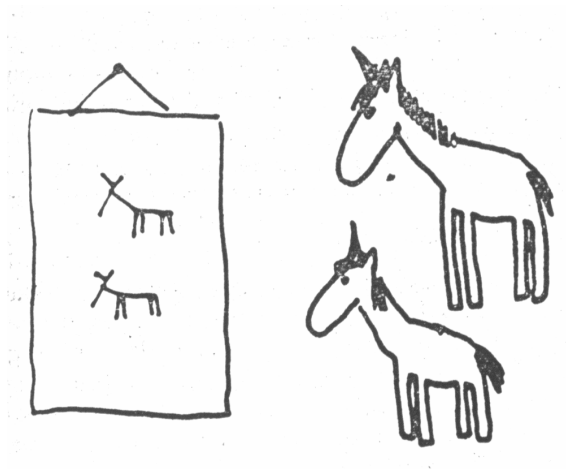


Abbildung 2.9: Beispiel für eine sich reproduzierende Zeichnung

Das Kapitel zum plastischen Zeichen ist völlig anders aufgebaut als dasjenige zum ikonischen Zeichen.¹⁷³ Damit ist bereits offensichtlich, daß beide Zeichen sehr unterschiedlicher Art sind. Zunächst einmal unternimmt die Gruppe μ hier den Versuch, innerhalb des plastischen Zeichens verschiedene Gruppen zu unterscheiden. Dabei

¹⁷²Gruppe μ 1992, Seite 124ff

¹⁷³Gruppe μ 1992, Seite 186ff

gibt es drei Hauptgruppen, die dann jeweils weiter untergliedert werden: Oberflächenbeschaffenheit (texture), Form und Farbe. Diese einzelnen Gruppen werden dann wiederum untersucht. Bei der Oberflächenbeschaffenheit wird zwischen Körnung (grain) und Fleckigkeit (macule) unterschieden, diese werden dann jeweils auf ihren Träger, ihre Materie und ihre Art hin untersucht. Bei der Form gibt es Unterschiede in Bezug auf die Position (position), die Größe (dimension) und die Orientierung (orientation).

Im dritten Teil des *Traité* wird das Programm der visuellen Rhetorik¹⁷⁴ formuliert. Auch hier gilt, daß Rhetorik als Transformation der Elemente einer Äußerung (enoncé) verstanden wird. Immer wird von der erwarteten Nullstufe abgewichen.¹⁷⁵ Die Gruppe μ will vor allem zwei Fragen klären:

- die Frage nach den Regeln, die Empfänger bzw. Betrachter dazu bewegen, die spezielle Äußerung (enoncé) (oder einen Teil davon) als unakzeptierbar zu erklären und
- die Frage nach den Beziehungen zwischen begriffenen und wahrgenommenen Gradationen, d.h. die Regeln des Bereichs, an den sich die rhetorische Operation appliziert, und die Operation selbst zu untersuchen.

Bei der fundamentalen Rhetorik ist die bereits erwähnte Unterscheidung zwischen stark und schwach kodierten Systemen von Bedeutung.

¹⁷⁴Die Unterscheidung zwischen ikonischen und plastischen Zeichen wird zu zwei Systemen führen, die verschiedene Regeln haben, dabei bleibt hier noch die Frage offen, ob es sich bei ikonischem und plastischen System um unterschiedliche Arten der Rhetorik handelt oder ob es hierbei Parallelen gibt. (Gruppe μ 1992, Seite 255ff)

¹⁷⁵„Dans la perspective qui est la nôtre, la rhétorique est la transformation réglée des éléments d'un énoncé telle qu'au degré perçu d'un élément manifesté dans l'énoncé, le récepteur doit dialectiquement surposer un degré conçu (...).“ (Gruppe μ 1992, Seite 255f)

Bei stark kodierten Systemen genügt es, die Regeln zu kennen, um eine rhetorische Figur zu enkodieren und zu dekodieren. Bei schwach kodierten Systemen jedoch scheinen diese Regeln zu fehlen. Bei stark kodierten Systemen ist die allgemeine Nullstufe (*degré zéro général*) bekannt. Bei schwach kodierten Systemen, da es keine allgemeine Nullstufe (*degré zero général*) zu geben scheint, ist es wichtig eine lokale Nullstufe (*degré zero local*) zu definieren.¹⁷⁶ Doch ist dies nicht so eindeutig und vom einzelnen Bild abhängig. Durch die fehlende allgemeine Nullstufe (*degré zero général*) wird hier eine Formulierung allgemeiner Regeln komplizierter. Bei der Unterscheidung zwischen ikonischer und plastischer Aussage ergibt sich für die Rolle des Kodes ebenfalls ein Unterschied zwischen beiden Systemen: Bei ikonischen Aussagen ist die Rolle des Kodes durch das Repertoire der Typs, bei plastischen Aussagen, wo es keinen Referenten gibt, durch einen eigenen Kode vorgegeben, so daß in beiden Fällen Abweichungen erkannt werden können. Der pragmatische Kontext kann außerhalb der bestehenden Systemregeln eine lokale Nullstufe (*degré zero local*) liefern. Das wäre dann z.B. für das Zeichen auf der Toilettentür oder andere durch die Kultur bedingte Abbildungsarten, vorgegebene Zeichen oder Bildgestaltungen gültig.

Bei der Beschreibung der rhetorischen Beziehung geht die Gruppe μ von ihrer bereits in der allgemeinen Rhetorik entworfenen Matrix aus (IAC; IPC, IPD, IAD).¹⁷⁷

¹⁷⁶Hier liegt ein deutlicher Unterschied zur Arbeit Bonsiepes, der sich darauf beschränkt hat festzustellen, daß eine allgemeine Nullstufe nicht vorhanden ist. („Um eine visuell/verbale Figur zu definieren, genügt es nicht mehr, das Kriterium „Abweichung vom normalen Gebrauch“ heranzuziehen wie bei den verbalen Figuren; denn es läßt sich hier nicht feststellen, welche Beziehungen zwischen den verbalen und visuellen Zeichen den Standart ausmachen, von dem man abweichen kann.“ (Bonsiepe 1968, Seite 14) Auch dort hat sich bereits gezeigt, wie grundlegend eine solche Definition ist.

¹⁷⁷Bei der Effektbeschreibung unterscheidet sie zwischen nuklearem und autonomen Ethos. Dieser hängt jedoch immer von der Art der rhetorischen Figur ab.

mode domaine		In absentia conjoint (IAC)	In praesentia conjoint (IPC)	In praesentia disjoint (IPD)	In absentia disjoint (IAD)
		linguistique		tropes	mots-valises
visuel	iconique	tropes iconiques	interpénétrations iconiques	couplages iconiques	tropes iconiques projetés
	plastique	tropes plastiques	interpénétrations plastiques	couplages plastiques	tropes plastiques projetés

Abbildung 2.10: Modalités de manifestation de l'invariant rhétorique

Die Gruppe μ unterscheidet hier also vier Operationen (IAC; IPC, IPD, IAD), die ich im Folgenden im einzelnen beschreiben werde. Im ersten Fall (IAC – in absentia conjoint) handelt es sich um etwas in Abwesenheit miteinander verbundenes. Hier wird etwas durch etwas anderes ersetzt. Als Beispiel aus der Verbalsprache gibt die Gruppe μ hier die Tropen an. Konsequenterweise nennt sie ähnliche Fälle im Bereich des visuellen dann ikonische Tropen (tropes iconiques) und plastische Tropen (tropes plastiques). Als Beispiel aus der Malerei für einen ikonische Tropen erwähnt die Gruppe μ hier die Ersetzung der Nase des Acrimboldo durch eine Birne. Im zweiten Fall (IPC – in praesentia conjoint) handelt es sich um etwas in Anwesenheit miteinander verbundenes. Hier wird etwas mit anderen Eigenschaften dargestellt. Als Beispiel in der Verbalsprache gibt die Gruppe μ Wortverschmelzungen (mot-valises) an. Eine Wortverschmelzung ist in der Verbalsprache z.B. „franglais“, das aus dem Beginn von „français“ und der Endung von „anglais“ gebildet wurde. Es handelt sich als um eine Verschmelzung von Französisch und Englisch. Im Bereich des Visuellen spricht die Gruppe μ von ikonischen bzw. plastischen Verflechtungen (interpénétrations iconiques, interpénétrations plastiques). Eine

(Gruppe μ 1992, Seite 270ff)

ikonische Verflechtung ist z.B. die Darstellung eines Frauenkopfes mit Zügen eines Vogelkopfes wie das im surrealistischen Gemälden vorkommt. Im dritten Fall (IPD – in praesentia disjoint) handelt es sich um Verbindungen zwischen verschiedenen Elementen, wie bei Vergleichen und Reimen in der Verbalsprache. Diese nennt die Gruppe μ ikonische bzw. plastische Verbindungen (*couplages iconiques, couplages plastiques*). Im vierten Fall (IAD – in absentia disjoint) handelt es sich um etwas in Abwesenheit verbundenes. Dazu zählen in der Verbalsprache die Sprichwörter, weil sich hier der Sinn erst auf einer zweiten übertragenen Ebene entfaltet. Im Bild handelt es sich hier um projizierte ikonische bzw. projizierte plastische Tropen (*tropes iconiques projetés, tropes plastiques projetés*).¹⁷⁸

Bei der ikonischen Rhetorik unterscheidet die Gruppe μ zwei Formen: die Typenrhetorik (*rhétorique des types*) und die Transformationsrhetorik (*rhétorique de la transformation*).¹⁷⁹ Diese befinden sich auf unterschiedlichen Achsen des Dreiecks.¹⁸⁰

Auch wenn das Dreieck starke Ähnlichkeit mit anderen semiotischen Dreiecken aufweist, unterscheidet es sich doch grundlegend von ihnen. Dieses Dreieck stellt die Beziehungen dreier Elemente zueinander dar: des Referenten (*référent*), des Typs (*type*) und der Ausdrucksseite des Zeichens (*signifiant*). Diese Elemente können vollständig nur in ihrem Zusammenspiel - nicht aber jedes für sich – unterschieden werden. Der Referent ist außersemiotisch, er hat spezielle physische Eigenschaften. Die Ausdrucksseite des Zeichens ist ein Ensemble visueller Stimuli. Der Typ bildet die Basis des kognitiven Prozesses. Er hat keine physischen Eigenschaften, sondern ist wie eine Serie konzeptueller Eigenschaften, von denen einige mit physischen Eigenschaften

¹⁷⁸Vgl. dazu auch Nöth 2000, Seite 442f

¹⁷⁹Gruppe μ 1992, Seite 291ff

¹⁸⁰Vgl. dazu Abbildung 2.3 auf der nächsten Seite.

des Referenten übereinstimmen können.

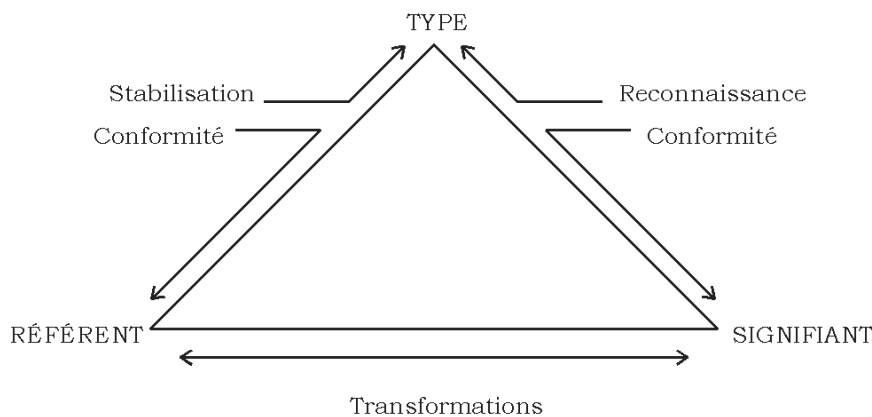


Abbildung 2.11: Modèle du signe iconique

Betrachtet man nun die einzelnen Beziehungen zwischen den Elementen im Dreieck, so wird deutlich, daß auf der Achse Referent – Ausdrucksseite eine doppelte Transformation zugrunde liegt. Sie wirkt in beide Richtungen. Diese wird durch den Typ stabilisiert. Auf der Achse Referent – Typ kommt es zu einer Stabilisierung und auf der Achse Typ – Ausdrucksseite zu einer Konformität. In der anderen Richtung kommt es auf der Achse Ausdrucksseite – Typ zu einem Wiedererkennen des Typs und damit zu einer Konformität auf der Achse Typ – Referent. Dies kann man anhand eines Beispiels noch deutlicher machen. Wenn X ein Foto seiner eigenen Katze – nennen wir sie Y – macht, und er zeigt das Foto seinem Freund Z, der die Katze Y kennt, dann erkennt Z auf dem Bild die Katze Y. Wenn jetzt aber jemand fremdes das Bild sieht, dann erkennt auch er, obwohl er

die Katze Y nicht kennt, eine Katze auf dem Bild. Dies ist darin begründet, daß die Ausdrucksseite, die die konzeptuellen Eigenschaften der Katze Y hat, auch Eigenschaften hat, die für Katzen im allgemeinen gelten. Diese kann man über die konzeptionellen Eigenschaften des Typs „Katze“ zuordnen.

Eine rhetorische Operation kann sich sowohl auf der Achse Signifiant-Type als auch auf der Achse Signifiant-Référent vollziehen. Die rhetorische Dekodierung vollzieht sich dann in drei Schritten:

- Identifizierung einer wahrgenommenen Stufe (*degré conçu*) und einer Redundanz,
- Ermittlung der Normabweichung des geäußerten Grades (*degré perçu*) in Bezug zum Kontext,
- Paarung/Verbindung der wahrgenommenen Stufe (*degré conçu*) und der Neubewertung (*des degré manifesté*).

Bei der Transformationsrhetorik handelt es sich um eine formale Veränderung eines Elementes im Bild. Dabei könnte z.B. in einer Collage ein Element mehrfarbig sein und alles andere einfarbig. Die Homogenität der Aussage wird dadurch unterbrochen. Bei der Typenrhetorik wird die Aussage – im Gegensatz zur Transformationsrhetorik – nicht formal, sondern inhaltlich gestört. Ein Beispiel wäre hier die Abbildung eines ein- oder dreiäugigen Menschen.¹⁸¹

Das Hauptproblem bei der Untersuchung der plastischen Rhetorik stellt die fehlende allgemeine Nullstufe (*degré zero général*) dar.¹⁸² Hier fehlt eine Norm, die erkennbar ist. Dennoch gibt es eine Rhetorik der Form, der Oberflächenbeschaffenheit und der Farbe. Innerhalb eines jeden Bereichs kann man nämlich eine lokale Nullstufe finden.

¹⁸¹Gruppe μ 1992, Seite 296f

¹⁸²Gruppe μ 1992, Seite 315

Danach kann man dort auch rhetorische Figuren, wie z.B. die der Homogenität oder die des Gegensatzes finden. Wichtig ist hier allerdings, daß nicht jeder Bruch gleich eine rhetorische Figur sein muß, sondern die Differenz auch zur Übertragung einer Information dienen kann. Innerhalb dieser Gruppen (Form, Oberflächenbeschaffenheit und Farbe) sind rhetorische Figuren auszumachen, allerdings ist es durch die insgesamt schwächere Kodierung hier wesentlich schwieriger als bei der ikonischen Rhetorik. Als Beispiel für ein Phänomen der plastischen Rhetorik der Form führt die Gruppe μ die Zugabe oder Wegnahme von Farbe in einem Bild an.

Im letzten Kapitel des dritten Teils untersucht die Gruppe μ nun das Zusammenwirken von ikonischer und plastischer Rhetorik. Diese findet sich ebenfalls in den vorher bestimmten Bereichen der Textur, der Farbe und der Form. Hier ist es noch schwieriger, eindeutige Gruppierungen vorzunehmen, denn dabei werden die schwachen Kodierungen aus den beiden anderen Bereichen noch verstärkt.¹⁸³ Dies verdeutlicht die Gruppe μ anhand der Untersuchung eines Gemäldes von Cezanne. Dabei untersucht sie die Schraffur.

Um eine allgemeine Rhetorik zu entwerfen, löst sich die Gruppe μ nun von den ikonischen und plastischen Ebenen und untersucht das Phänomen der Stilisierung.¹⁸⁴ Die Merkmale eines Stilisierungsprozesses sind

- seine Generalisierung,
- die Spuren des Senders des Ikons und
- seine Produktionsbedingungen.¹⁸⁵

¹⁸³Gruppe μ 1992, Seite 345

¹⁸⁴Gruppe μ 1992, Seite 365ff

¹⁸⁵Gruppe μ 1992, Seite 365

Die Stilisierung als Rhetorik ist z.B. eine Vereinfachung einerseits und eine Übertreibung andererseits. So kann ein Bild z.B. „geometrisiert“ werden.¹⁸⁶ Dabei wird dann alles in Anlehnung an geometrische Formen dargestellt und die ikonische Eigenschaft vernachlässigt. Dies gilt auch bei der „Egalisierung“ (égalité). Hier wird alles betont gleichwertig dargestellt.¹⁸⁷ Jeder Stil hat seine Eigenheiten, die verschiedenen Stile kann man voneinander unterscheiden. Unter Stil wird auch die Zugehörigkeit zu einer Epoche sowie zu einem Werk oder sogar Phase eines bestimmten Künstlers verstanden. Damit kann man Bilder, die gewisse Ähnlichkeiten in der Art der Darstellung aufweisen, zu einer Gruppe zusammenfassen.

Insgesamt läßt sich am Projekt der Gruppe μ gut nachvollziehen, daß sich gerade aus der Interdisziplinarität auch begriffliche Schwierigkeiten ergeben, denn viele Begriffe werden von verschiedenen Forschern unterschiedlich verwendet und gefüllt. Es wird darüberhinaus deutlich, welche grundsätzlichen Übertragungen zu leisten sind, um eine Bild- oder Fotorhetorik überhaupt erst entwickeln zu können. Sicherlich muß man zunächst einmal den Untersuchungsgegenstand, also das Bild bzw. das Foto definieren. Dies muß man in Analogie zur Verbalsprache durchführen, weil die Rhetorik ursprünglich für die Verbalsprache entwickelt wurde. Darüber hinaus ist der Rhetorikbegriff umfassend zu definieren, um eine vollständige Übertragung der Rhetorik zu leisten, ohne wie die Gruppe μ auf die Figuralrhetorik beschränkt zu bleiben.

¹⁸⁶ Gruppe μ 1992, Seite 366

¹⁸⁷ Gruppe μ 1992, Seite 367

2.4 Zusammenfassung

Es existiert kein Grundlagenwerk, das sich ausreichend mit der Rhetoriktheorie der Fotografie beschäftigt. Verfügbar sind lediglich einige wenige Ansätze zur Analyse einzelner Teilaspekte der Rhetorik im Bild, die anzeigen, daß verschiedene Aspekte der auf die Verbalsprache bezogenen Rhetoriktheorie auf das Bild übertragbar sind.

Die verschiedenen untersuchten Beiträge zu Einzelaspekten aus der klassischen Rhetorik decken einen Teilbereich vor allem der Figuralrhetorik ab. Darüber gehen die einzelnen Untersuchungen nicht hinaus, eine funktionale Perspektive der Rhetorik gibt es hier nicht. Von daher bleibt eine vollständige Übertragung hier noch zu leisten. In Bezug auf die ästhetische Theorie, die Figurenlehre, ist der ausführlichste und am systematischsten ausgearbeitete Ansatz das Projekt der Gruppe μ . Doch auch hier ist bedingt durch deren Rhetorikverständnis keine grundlegende Transponierung der umfassenden Rhetoriktheorie, sondern lediglich die Übertragung der Deviationstheorie geleistet worden. Eine grundlegende Anwendung bleibt auch hier noch zu leisten.

Ein Grundproblem stellt sich in der Analogie zwischen Bild und verbalsprachlichem Text. Dazu gibt es bereits in verschiedenen Disziplinen einzelne Ansätze. Hier stellt sich jedoch ein ähnliches Problem wie bei der oben erwähnten unterschiedlich verwendeten Begriffsverwendung in den Einzeldisziplinen, die eine interdisziplinäre Forschung zusätzlich erschweren. Auf die einzelnen Teilergebnisse der bisherigen Forschung zu diesem Thema, die für meine Arbeit relevant sind, werde ich bei der Darlegung der theoretischen Grundlagen erneut eingehen. Eine Grundlage, auf der ich jetzt aufbauen könnte, bietet die Forschung zur Bildrhetorik aber noch nicht.

Es gilt generell, daß es viele verschiedene Disziplinen (z.B. Rheto-

rik, Soziologie, Psychologie, Kunstgeschichte, Linguistik, Informatik) gibt, die sich mit Bildtheorie, Fotografie etc. beschäftigen, jedoch keine umfassende Forschung, die diese bereits bestehenden Einzeldisziplinen miteinander verbindet.