

Kommunikationswissenschaft

Staaten und Habitus

Eine quantitativ-qualitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet. Dargestellt am Beispiel von Deutschland, Österreich und den Niederlanden.

Inaugural-Dissertation

zur Erlangung des Doktorgrades Dr. phil.

im Fachbereich Erziehungswissenschaft und Sozialwissenschaften

der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster

Vorgelegt von

Inna Mayer

aus Pskow

-2018-

Dekan: Prof. Dr. Martin Bosen

Vorsitzende/
Vorsitzender:

Erste Gutachterin: Prof. Dr. Ulrike Röttger

Zweiter Gutachter: Prof. Dr. Volker Gehrau

Tag der mündlichen
Prüfung (Disputation): 15.10.2018

Tag der Promotion:

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	VI
Tabellenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	IX
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung und Zielsetzung.....	1
1.2. Vorgehensweise.....	4
2. Theoretischer Rahmen: Habitus.....	6
2.1. Begriffserklärung des Habitus	6
2.1.1. <i>Habitusbegriff von Pierre Bourdieu.....</i>	6
2.1.2. <i>Habitusbegriff von Ralf Bohnsack im Anschluss an Karl Mannheim.....</i>	10
2.1.2.1. Verstehen und Interpretieren: Differenzierung von kommunikativem und konjunktivem Erfahrungswissen	10
2.1.2.2. Konjunktive Erfahrungsräume und Erlebnisschichtung als Grundlage des Habitus.....	12
2.1.2.3. Habitus, Orientierungsrahmen und Orientierungsschemata	13
2.2. Abgrenzung des Habitusbegriffs von anderen Definitionen.....	15
2.2.1. <i>Abgrenzung von Gewohnheit</i>	15
2.2.2. <i>Abgrenzung von Identität: Habitus als Grundlage der Identitätsbildung</i>	17
2.2.3. <i>Abgrenzung von Kultur</i>	19
2.2.3.1. Kulturverständnis von Bourdieu.....	20
2.2.3.2. Habitus als inkorporiertes Kulturkapital	21
2.2.4. <i>Abgrenzung von Mentalität</i>	23
2.3. Vom Habitus eines Individuums zum Staatenhabitus.....	26
2.4. Kritische Würdigung des Habituskonzeptes und seine Anwendung auf Länder und Staaten.....	30
3. Bild und Besonderheiten visueller Kommunikation	34
3.1. Visuelle Kommunikationsforschung und ihr Untersuchungsgegenstand 	34

3.1.1.	<i>Visuelle Kommunikation und Bildkommunikation</i>	34
3.1.2.	<i>Unterschiede zur Textkommunikation</i>	36
3.2.	Was ist ein Bild? – Versuch einer Annäherung an die Bilddefinition	38
3.2.1.	<i>Welches Bild? – Materialität und massenmediale Verbreitung als grundlegende Aspekte eines kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bildbegriffs</i>	39
3.2.2.	<i>Doppelnatur von Bildern: Abbild- und Denkbildcharakter</i>	43
3.2.3.	<i>Sinn von Bildern, ihre visuelle Evidenz und Polysemie</i>	44
3.2.4.	<i>Kontextabhängigkeit von Bildern und Einschränkung der Polysemie</i>	46
3.2.5.	<i>Bilddefinition und die Zusammenfassung der bildimmanenten Aspekte</i>	49
3.3.	Bild und sein ikonologischer Sinngehalt	54
3.3.1.	<i>Die Konstruktion der gesellschaftlichen Wirklichkeit durch Bilder</i>	55
3.3.2.	<i>Eigensinnigkeit des Bildes und Einklammerung des textlichen Vorwissens</i>	56
4.	Qualitative Methoden und Methodenkombinationen in der empirischen Bildforschung	58
4.1.	Die Problematik der empirischen Bildforschung	58
4.2.	Qualitative Bildanalyseverfahren: Eingrenzung und Methodenauswahl .	60
4.2.1.	<i>Rekonstruktive Bildanalyseverfahren im Überblick</i>	61
4.2.2.	<i>Die dokumentarische Bildinterpretation als Analysemethode</i>	64
4.2.2.1.	Formulierende Interpretation: vorikonografische und ikonografische Ebene	65
4.2.2.2.	Reflektierende Interpretation.....	67
4.2.2.2.1.	Ikonische Interpretation.....	67
4.2.2.2.2.	Ikonologisch-ikonische Interpretation.....	70
4.2.2.3.	Komparative Analyse, Typenbildung und Generalisierung.....	71
4.2.2.4.	Kritische Würdigung und Herausforderungen des Verfahren.....	73
4.2.2.4.1.	Gültigkeit der dokumentarischen Bildinterpretation: ästhetische Prinzipien der Ikonologie und Ikonik.....	73
4.2.2.4.2.	Herausforderungen der dokumentarischen Methode.....	77
4.3.	Methodenkombinationen in der empirischen Forschung: Möglichkeiten und Grenzen der Integration von quantitativen und qualitativen Ansätzen	80

4.4. Entwicklung eines Analysevorschlages zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet: Methodentriangulation	83
4.4.1. <i>Herausforderungen der Analyse von visuellen Online-Inhalten.....</i>	84
4.4.2. <i>Theoretische Grundlagen und Überlegungen in Vorbereitung auf die Entwicklung eines Analysevorschlages zur Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten</i>	86
4.4.2.1. Visuelle Inhaltsanalyse und Bildtypenbildung	86
4.4.2.2. Dokumentarische Bildinterpretation.....	90
4.4.3. <i>Ein Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet.....</i>	93
5. Quantitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet .	97
5.1. Vorgehensweise bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials	97
5.1.1. <i>Auswahl der Länder.....</i>	97
5.1.2. <i>Auswahl der Webseiten und des Bildmaterials</i>	99
5.2. Kurzer Überblick und deskriptive Betrachtung von Untersuchungsgegenständen.....	103
5.2.1. <i>Webseiten von Deutschland</i>	103
5.2.2. <i>Webseiten von Österreich</i>	106
5.2.3. <i>Webseiten von den Niederlanden.....</i>	108
5.3. Quantitative Bildinhaltsanalyse als Forschungsmethode	110
5.3.1. <i>Gang der visuellen Inhaltsanalyse</i>	112
5.3.2. <i>Pretest des Codebuchs</i>	112
5.3.3. <i>Ergebnispräsentation der quantitativen Inhaltsanalyse von visuellen Online-Inhalten</i>	116
5.3.3.1. Bildformat.....	116
5.3.3.2. Bildgröße.....	117
5.3.3.3. Kameraperspektive	118
5.3.3.4. Gestalterische Effekte	120
5.3.3.5. Bildquelle	122
5.3.3.6. Personen- und Sachaufnahmen.....	124
5.3.3.7. Personenaufnahmen: thematische Gliederung.....	125
5.3.3.7.1. Erholung und Freizeitaktivitäten	126
5.3.3.7.2. Abgebildete Bildproduzenten.....	127
5.3.3.7.3. Kamerablick	128

5.3.3.7.4.	Körperdarstellung.....	130
5.3.3.7.5.	Gestik.....	132
5.3.3.7.6.	Emotionen und Mimik.....	134
5.3.3.7.7.	Handlung der Personen	136
5.3.3.7.8.	Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund	138
5.3.3.8.	Sachaufnahmen: thematische Gliederung.....	140
5.3.3.8.1.	Abgebildete Gegenstände.....	142
5.3.3.8.2.	Gegenstandsdarstellung	144
5.3.3.8.3.	Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund	145
5.3.4.	<i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	147
6.	Habitusrekonstruktion: qualitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet.....	154
6.1.	Auswahl des Untersuchungsmaterials.....	154
6.1.1.	<i>Bildauswahl für Deutschland</i>	156
6.1.2.	<i>Bildauswahl für Österreich</i>	159
6.1.3.	<i>Bildauswahl für die Niederlande</i>	162
6.2.	Die visuelle Selbstdarstellung von Deutschland im Internet.....	166
6.2.1.	<i>Analyse des Bildmaterials</i>	166
6.2.1.1.	Personenaufnahmen.....	166
6.2.1.1.1.	Bild 6 der Kategorie „Wanderlust und Entdeckungstouren“	166
6.2.1.1.2.	Bild 11 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“ ...	172
6.2.1.1.3.	Bild 13 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“ ...	179
6.2.1.2.	Sachaufnahmen	188
6.2.1.2.1.	Bild 5 der Kategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“	188
6.2.1.2.2.	Bild 8 der Kategorie „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“	191
6.2.2.	<i>Komparative Analyse und Typenbildung</i>	195
6.3.	Die visuelle Selbstdarstellung von Österreich im Internet.....	199
6.3.1.	<i>Analyse des Bildmaterials</i>	199
6.3.1.1.	Personenaufnahmen.....	199
6.3.1.1.1.	Bild 6 der Kategorie „Sportaktivitäten“	199
6.3.1.1.2.	Bild 7 der Kategorie „Arbeitswelt/Alltag“	203
6.3.1.1.3.	Bild 9 der Kategorie „Arbeitswelt/Alltag“	207
6.3.1.2.	Sachaufnahmen	211
6.3.1.2.1.	Bild 2 der Kategorie „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“	211

6.3.1.2.2.	Bild 17 der Kategorie „Sonstige Innenraumansichten“	215
6.3.2.	<i>Komparative Analyse und Typenbildung</i>	219
6.4.	Die visuelle Selbstdarstellung von den Niederlanden im Internet	223
6.4.1.	<i>Analyse des Bildmaterials</i>	223
6.4.1.1.	Personenaufnahmen	223
6.4.1.1.1.	Bild 6 der Kategorie „Erholung am Strand/Meer/Wasser“	223
6.4.1.1.2.	Bild 19 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	230
6.4.1.2.	Sachaufnahmen	236
6.4.1.2.1.	Bild 2 der Kategorie „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“	236
6.4.1.2.2.	Bild 9 der Kategorie „Hafen/Strandarchitektur“	239
6.4.1.2.3.	Bild 16 der Kategorie „Innenraumansichten: Museum/Ausstellung“	243
6.4.2.	<i>Komparative Analyse und Typenbildung</i>	247
6.5.	Vergleichende Analyse von Deutschland, Österreich und den Niederlan- den	250
7.	Schlussbetrachtung	258
7.1.	Zur visuellen Selbstpräsentation von Staaten im Internet	258
7.2.	Zum angewandten Analysevorschlag: kritische Würdigung des Verfah- rens	262
7.3.	Forschungsperspektiven und wissenschaftliche Relevanz	264
7.4.	Nachwort	266
	Literatur- und Quellenverzeichnis	268
	Anhang	288

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Bestandkomponenten des Orientierungsrahmens nach Bohnsack.....	15
Abb. 2: Kapitalformen nach Bourdieu	22
Abb. 3: Familienstammbaum der Bilder nach Mitchell	39
Abb. 4: Bildmodell nach Doelker.....	42
Abb. 5: Bildkontext-Analyseschema nach Müller	48
Abb. 6: Sinn- und Interpretationsebenen des Bildes nach Bohnsack	65
Abb. 7: Möglichkeiten der Integration qualitativer und quantitativer Analyse auf der Designebene	81
Abb. 8: Dimensionierung der Bildebenen.....	87
Abb. 9: Abschied des TV-Entertainers	89
Abb. 10: Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet	94
Abb. 11: Das Treffen von Geschäftsleuten	94
Abb. 12: Der Oldtimer.....	95
Abb. 13: Bildformat.....	117
Abb. 14: Bildgröße.....	117
Abb. 15: Kameraperspektiven (eigene Darstellung).....	119
Abb. 16: Kameraperspektive	120
Abb. 17: Gestalterische Effekte	121
Abb. 18: Bildquelle.....	122
Abb. 19: Personen- und Sachaufnahmen	124
Abb. 20: Personenaufnahmen: thematische Gliederung.....	125
Abb. 21: Erholung und Freizeitaktivitäten	126
Abb. 22: Abgebildete Bildproduzenten.....	127
Abb. 23: Kamerablick	128
Abb. 24: Körperdarstellung	130
Abb. 25: Gestik.....	132
Abb. 26: Emotionen und Mimik	135
Abb. 27: Handlung der Personen.....	136
Abb. 28: Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund.....	138
Abb. 29: Sachaufnahmen: thematische Gliederung.....	141
Abb. 30: Abgebildete Gegenstände	142
Abb. 31: Gegenstandsdarstellung.....	144
Abb. 32: Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund.....	146
Abb. 33: Bildvorauswahl von Germany.travel	156
Abb. 34: Bildvorauswahl von Berlin.de.....	158
Abb. 35: Finale Bildauswahl auf den deutschen Webseiten.....	159

Abb. 36: Bildvorauswahl von Austria.info	160
Abb. 37: Bildvorauswahl von Wien.info	161
Abb. 38: Finale Bildauswahl auf den österreichischen Webseiten	162
Abb. 39: Bildvorauswahl von Holland.com	163
Abb. 40: Bildvorauswahl von lamsterdam.com	164
Abb. 41: Finale Bildauswahl auf den niederländischen Webseiten	166
Abb. 42: Bild 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“	166
Abb. 43: Planimetrie des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“ ..	169
Abb. 44: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“	170
Abb. 45: Szenische Choreografie des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“	170
Abb. 46: Bild 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	172
Abb. 47: Planimetrie des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	176
Abb. 48: Perspektivität des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	176
Abb. 49: Szenische Choreografie des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	178
Abb. 50: Bild 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	180
Abb. 51: Planimetrie des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	184
Abb. 52: Perspektivität des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	185
Abb. 53: Szenische Choreografie des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	186
Abb. 54: Bild 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“	188
Abb. 55: Planimetrie des Bildes 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“	190
Abb. 56: Perspektivität des Bildes 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“	190
Abb. 57: Bild 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“	191
Abb. 58: Planimetrie des Bildes 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“ ...	193
Abb. 59: Perspektivität des Bildes 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“	194
Abb. 60: Bild 6 der Variable „Sportaktivitäten“	199
Abb. 61: Planimetrie des Bildes 6 der Variable „Sportaktivitäten“	201
Abb. 62: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Sportaktivitäten“	202
Abb. 63: Bild 7 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	203
Abb. 64: Planimetrie des Bildes 7 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	205
Abb. 65: Perspektivität des Bildes 7 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	206
Abb. 66: Bild 9 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	207
Abb. 67: Planimetrie des Bildes 9 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	209
Abb. 68: Perspektivität des Bildes 9 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“	210

Abb. 69: Bild 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“	211
Abb. 70: Planimetrie des Bildes 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“	214
Abb. 71: Perspektivität des Bildes 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“	214
Abb. 72: Bild 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“	215
Abb. 73: Planimetrie des Bildes 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“	217
Abb. 74: Perspektivität des Bildes 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“	218
Abb. 75: Bild 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“	224
Abb. 76: Planimetrie und szenische Choreografie des Bildes 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“	228
Abb. 77: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“	228
Abb. 78: Bild 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	230
Abb. 79: Planimetrie und szenische Choreografie des Bildes 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	233
Abb. 80: Perspektivität des Bildes 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“	234
Abb. 81: Bild 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“	236
Abb. 82: Planimetrie des Bildes 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“	237
Abb. 83: Perspektivität des Bildes 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“	238
Abb. 84: Bild 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“	239
Abb. 85: Planimetrie des Bildes 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“	241
Abb. 86: Perspektivität des Bildes 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“	242
Abb. 87: Bild 16 der Variable „Museum/Ausstellung“	243
Abb. 88: Planimetrie des Bildes 16 der Variable „Museum/Ausstellung“	245
Abb. 89: Perspektivität des Bildes 16 der Variable „Museum/Ausstellung“	245
Abb. 90: Kameraperspektiven (eigene Darstellung)	292
Abb. 91: Einstellungsgrößen (eigene Darstellung)	295

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten der einzelnen Variablen	115
--	-----

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
AGOF	Arbeitsgemeinschaft Online Forschung
Aufl.	Auflage
Bd.	Band
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CC-BY-Lizenz	Creative Commons Attribution License
CHICAM	Children In Communication About Migration
DGPuK	Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
d. h.	das heißt
DWDS	Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache
DZT	Deutsche Zentrale für Tourismus
e. V.	eingetragener Verein
et al.	und andere
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
f.	folgende Seite
ff.	folgende Seiten
franz.	Französisch
ggf.	gegebenenfalls
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
griech.	griechisch
Hervorheb. i. Original	Hervorhebung im Original
HKW	Haus der Kulturen der Welt
Hrsg.	Herausgeber
i. e. S.	im engeren Sinne
i. d. R.	in der Regel
i. w. S.	im weiteren Sinne
Jahrg.	Jahrgang
lat.	lateinisch
NBTC	Nederlands Bureau voor Toerisme & Congressen
n. Chr.	nach Christus
Nr.	Nummer

o. J.	ohne Jahr
PR	Public Relation
resp.	respektive
S.	Seite
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
übers.	übersetzt
UrhG	Urheberrechtsgesetz
usw.	und so weiter
vgl.	Vergleiche
vs.	versus
z. B.	zum Beispiel
z. Dt.	zu Deutsch
zit. nach	zitiert nach
z. T.	zum Teil

1. Einleitung

1.1. Problemstellung und Zielsetzung

Staaten befinden sich genauso wie Unternehmen in einem verschärften Wettbewerb. Um ausländische Investoren, Urlaubsreisende, Spezialisten und junge Talente aus der ganzen Welt in das eigene Land zu ziehen, benötigt ein Staat ein starkes Image, das ausschließlich durch langfristig ausgerichtete Strategie, Kommunikations- und Staatspolitik zu erreichen ist. Nur mittels Kultur, Know-how, Service, Wissenschaft, Handel und Bildung ist es den Staaten möglich, sich auf der nationalen und internationalen Ebene zu behaupten und eine starke und nachhaltige Anziehungskraft gegenüber Kapitalanlegern, Touristen, Experten und jungen Talenten weltweit zu erlangen. Die Kommunikationspolitik der Länder ist deshalb darauf ausgerichtet, Stereotypen und meist diffuse Klischees über das eigene Land zu durchbrechen und seine wettbewerbsfähigen Alleinstellungsmerkmale hervorzuheben, um ein starkes, positives Image in den Köpfen von Menschen einzuprägen (vgl. Dinnie 2008: 17f.; Anholt 2007: 2f.). Dem Bereich der Medien – insbesondere dem Internet – kommt dabei eine essentielle Rolle zu, wenn es um die nationale sowie internationale Meinungsbildung geht (vgl. Schwan 2011: 90ff.; TNS Infratest 2016: 33).

Mit zunehmender Bedeutung des Internets als wichtigen Informationskanals für die Lösung beruflicher und privater Fragestellungen (vgl. AGOF e. V. 2015: 10) wächst auch der Bedarf, neben Vereinen, Unternehmen oder Hobbys auch Staaten und Länder im Internet zu präsentieren. Laut Studienergebnissen der AGOF sind die Seiten von Suchmaschinen für rund 93 Prozent der Internetnutzer der Einstieg für eine Informationssuche (vgl. AGOF e. V. 2017: 10). Um im globalen Wettbewerb mithalten und das Potenzial des Internets ausschöpfen zu können, muss der Internetauftritt eines Staates nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch entsprechend aufbereitet sein und das Land authentisch und anmutsvoll darstellen. Sowohl eine leicht zu bedienende Navigation als auch ein klares Design sollen Internetnutzern mehr Orientierung, Komfort und Service bieten. Bei der drastisch wachsenden Zahl von Internetauftritten hängt die Wirkung bzw. der Erfolg einer Webseite maßgebend von der Akzeptanz und Anerkennung der Nutzer ab. Diese werden einen Webauftritt erst dann positiv wahrnehmen sowie auch zukünftig nutzen und weiterempfehlen, wenn sie ihn leicht und intuitiv bedienen und alle notwendigen Informationen darauf finden können. Ein entsprechend aufbereiteter Internetauftritt eines Staates ist deshalb von essentieller Bedeutung und stellt in gewisser Weise seine Visitenkarte dar. Je nachdem welchen Adressatenkreis ein Staat mit seiner Webpräsenz erreichen möchte, kommt nebst der Benutzerfreundlichkeit der Webseite sowohl textlichen als auch visuellen Inhalten, die auf Bedürfnisse und Erwartungen der angestrebten Zielgruppe zuzuschneiden sind, eine zentrale Rolle zu. Während die Textkompetenz und die textliche Kommunikation gelehrt werden und auch vielen vertraut sind, wird den Eigenheiten und Besonderheiten des Mediums Bild kaum Aufmerksamkeit zugewandt. „Sowohl in der empirischen Sozialforschung als auch in

der medialen Kommunikation bleibt das Bild immer noch eine Marginalie.“ (Mayer 2013: 88) Bilder transportieren genauso wie Texte Botschaften und Werte an ihre Adressaten, sodass mittels einer durchdachten visuellen Kommunikationsstrategie emotionale Ansprache und Bindung der Rezipienten bzw. des angestrebten Zielpublikums bewirkt werden kann. Nicht umsonst fungieren Bilder in der massenmedialen Kommunikation als die wichtigsten Vermittlungsmodi unserer Zeit und können sogar einen stärkeren Wirkungseffekt als Texte erzielen (vgl. Lobinger 2012: 95f.). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass die visuelle Alphabetisierung der Kommunikatoren bzw. Bildproduzenten in Hinblick auf die gezielte Nutzeransprache durch visuelle Inhalte unentbehrlich ist. Die fehlende Erfahrung über die Wirkung von Bildern kann nicht nur die Wahrnehmung der Webpräsenz eines Landes schwächen, sondern auch die Wirkung der auf der Webseite kommunizierten Textinhalte und -botschaften verringern.

Im Rahmen des Dissertationsprojektes sollen deshalb ausgewählte Internetseiten von Deutschland daraufhin untersucht werden, wie das Land durch die auf den Webauftritten veröffentlichten Bildinhalte nach außen repräsentiert wird. Um die gewonnenen Erkenntnisse zu überprüfen und zu erweitern, findet auch im Rahmen der Arbeit ein Vergleich der visuellen Inhalte auf den ausgewählten Webseiten von Deutschland mit denen von Österreich und den Niederlanden statt. Die zu untersuchenden Länder sind durch gemeinsame Geschichte, Wirtschaft, Tourismus, Kultur- und Wissenschaftsaustausch sowie politische Partnerschaft eng miteinander verbunden. Deutschland wird in diesem Fall als Ausgangsland genommen und Österreich und die Niederlande als Vergleichsländer zur Untersuchung und zur Erhöhung des Erkenntnisniveaus herangezogen. Gerade viele Ähnlichkeiten, die Deutschland mit diesen Nachbarländern aufweist, bringen auch Herausforderungen mit sich, sich als Land durch besondere Merkmale abzuheben und Akzente auf die jeweiligen Stärken bzw. Kernkompetenzen zu setzen. Das Forschungsinteresse liegt deshalb darin, nicht nur Homologien in der visuellen Selbstdarstellung von Deutschland, Österreich und den Niederlanden im Internet festzuhalten, sondern auch besondere Alleinstellungsmerkmale jedes Landes bzw. Heterologien in ihrem Habitus durch die Herausarbeitung von Kontrasten in der Gemeinsamkeit zu untersuchen.

Um dieses Ziel erreichen zu können, ist ein Analysevorschlag zur Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet, der für die Untersuchung großer Bildmengen mit einem hohen Durchdringungsgrad anwendbar ist, zu entwickeln. Wie eingangs erwähnt, wird der Fokus auf dynamisch wachsendes und sich rapid verbreitendes Medium Internet gelegt, das trotz seiner Flüchtigkeit und Transitorik für visuelle Kommunikation ein interessantes und vielversprechendes Forschungsfeld darstellt. Die Grundlage für den zu entwickelnden Analysevorschlag bilden die dokumentarische Bildinterpretation, die ihren theoretischen Rahmen in der rekonstruktiven Sozialforschung findet, sowie die visuelle Inhaltsanalyse und die quantitative Bildtypenanalyse, die wesentliche Anhaltspunkte für die Untersuchung einer großen Anzahl von Bildern unter Berücksichtigung immanenter Besonderheiten und

Eigentümlichkeiten des Mediums Bild liefern. Damit soll eine theoriegestützte Diskussion der Bedingungen, Möglichkeiten und Grenzen der Kombination und Integration von quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden geleistet und empirisch fundiert werden. Mittels des zu entwickelten Analysevorschlages soll schließlich eine der Verknüpfungsmöglichkeiten der quantitativen und qualitativen Bildanalyseverfahren vorgestellt sowie auch Stärken und Herausforderungen dieses Mehrmethodendesigns aufgezeigt werden.

Anhand der quantitativ erhobenen Daten, die eine systematisierte Grundlage für die anschließende qualitative Bildinterpretation bieten sollen, sind Antworten auf die folgenden Fragestellungen zu geben:

- Welche Darstellungs- bzw. Visualisierungsstrategien werden auf den zu untersuchenden Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden verfolgt?
- Auf welche Quellen wird es bei der Bildbeschaffung zugegriffen?
- Wer ist die Zielgruppe, die das jeweilige Land ansprechen möchte?
- Welche Bildmotive überwiegen bzw. durch welche Bilder wird das Bild des Landes nach außen transportiert?

Durch die Beantwortung dieser Fragen werden Ähnlichkeiten und Differenzen in der Bildauswahl der zu vergleichenden Ländern auf quantitativer Basis herausgearbeitet. Mittels der darauffolgenden qualitativen Bildinterpretation wird Bezug auf den Haupttitel der Arbeit „Staaten und Habitus“ genommen. Es werden landesspezifische Habitus dreier Staaten aus dem manifesten Bildinhalt herausgelöst und rekonstruiert. Der methodische Zugang zu dem konjunktiven Erfahrungsraum bzw. dem Habitus der Staaten stellt somit die wesentliche Grundlage der Arbeit dar. Im Fokus dieser Untersuchung stehen folgende Forschungsfragen:

- Wie ist der landesspezifische Habitus der zu untersuchenden Staaten?
- Welche Homologien bzw. Differenzen bestehen zwischen den Habitus von Deutschland und seinen Nachbarländern Österreich und den Niederlanden?
- Welche Werte und Botschaften werden durch die veröffentlichten Bildinhalte an Rezipienten kommuniziert?

Schließlich werden Ergebnisse aus der quantitativ-qualitativen Analyse von visuellen Online-Inhalten zusammengeführt, um den zentralen Forschungsfragen der Arbeit nachgehen zu können:

- Welche Rolle spielt der landesspezifische Habitus und seine durchdachte Kommunikation an Rezipienten in der visuellen Selbstdarstellung der Staaten im Internet?

- Wie können landeseigene Kernkompetenzen und Alleinstellungsmerkmale im Zuge der visuellen Online-Kommunikation stärker in den Vordergrund gestellt und die an Rezipienten zu vermittelnden Werte und Botschaften kommunikationsstark zum Ausdruck gebracht werden?

1.2. Vorgehensweise

Das vorliegende Forschungsprojekt setzt sich aus zwei großen Bereichen – einem theoretischen und einem praktischen Teil – zusammen. Der Theorieteil umfasst drei Kapitel, deren Gegenstand die theoretischen Grundlagen und Überlegungen zum Wesen des Habitus- und Bildbegriffs sowie zu Methodenkombinationen in der empirischen Bildforschung sind.

In Kapitel 2 erfolgt zunächst die Auseinandersetzung mit der Habitusdefinition von Pierre Bourdieu, die bedeutsame Anhaltspunkte für die heutige Forschung zum Habitus im Bereich der Soziologie und Kommunikationswissenschaft stiftet, bevor auf den Habitusterminus von Ralf Bohnsack in Anlehnung an Karl Mannheim eingegangen wird. Die Abgrenzung des Habitusbegriffs von solchen Definitionen wie Gewohnheit, Identität, Kultur und Mentalität, die einige Überschneidungen aufweisen und sogar von etlichen Wissenschaftlern fälschlicherweise synonym verwendet werden, sowie die kritische Würdigung des Habituskonzeptes und seine Anwendung auf Länder, Staaten und Nationen schließen dieses Kapitel ab.

Das Kapitel 3 beschäftigt sich mit visueller Kommunikation und ihrem Analysegegenstand Bild. Nach der Schilderung der Unterschiede zwischen bildbasierter und textbasierter Kommunikation erfolgt neben der Betrachtung von Besonderheiten und Eigentümlichkeiten des Mediums Bild auch die Formulierung und Eingrenzung des Bildbegriffs, der für den kommunikations- und medienwissenschaftlichen Gebrauch einzusetzen ist. Abschließend erfolgt die Auseinandersetzung mit dem ikonologischen Sinngehalt des Bildes, der im Speziellen auf den Habitus der Bildproduzenten zu beziehen ist.

Das vierte Kapitel widmet sich den qualitativ-rekonstruktiven Bildanalyseverfahren, von denen eine besondere Beachtung der dokumentarischen Bildinterpretation und ihrem Zugang zum konjunktiven, atheoretischen Wissen geschenkt wird. Nach der Erläuterung der einzelnen Arbeitsschritte, die der dokumentarischen Bildinterpretation zugrunde liegen, werden Möglichkeiten und Grenzen der Integration von quantitativen und qualitativen Ansätzen näher beleuchtet und diskutiert, bevor ein Analysevorschlagn zur quantitativ-qualitativen Interpretation und Auswertung vom Bildmaterial im Internet vorgestellt wird.

Die Kapitel 5 und 6 eröffnen den empirischen Teil der Arbeit, in dem der entwickelte Analysevorschlagn für die Untersuchung von visuellen Online-Inhalten auf den ausgewählten deutschen, österreichischen und niederländischen Internetauftritten getestet und praktisch vorgeführt wird. Zu Beginn des fünften Kapitels wird die Vorgehensweise bei der Selektion der Länder und des visuellen Analysematerials begründet sowie ein kurzer Überblick über

die selektierten Internetauftritte mittels ihrer deskriptiven Betrachtung gegeben. Die Erläuterung des Vorgehens der quantitativen Bildinhaltsanalyse, zu dem die Forschungsmethode samt Forschungsfragen, der Pretest des Codebuchs und die anschließende Präsentation der Ergebnisse zählen, schließt dieses Kapitel ab.

Das sechste Kapitel hat zum Gegenstand die Rekonstruktion der landesspezifischen Habitus der Staaten, die nach einer kurzen Erläuterung zur Auswahl des Untersuchungsmaterials, das auf Basis der quantitativ erhobenen Daten selektiert wird, erfolgt. Die vergleichende Analyse dreier Länder, bei der Homologien und Heterologien zwischen ihren Orientierungsrahmen und denen der abgebildeten Bildproduzenten herausgearbeitet werden, findet am Ende dieses Kapitels statt.

Den Schluss der Arbeit bilden die Zusammenführung der aus den theoretischen Erläuterungen und empirischen Untersuchungen gewonnenen Erkenntnisse, die sowohl auf die visuelle Selbstpräsentation von Staaten im Internet als auch den quantitativ-qualitativen Analysevorschlag zur Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten zu beziehen sind, sowie Forschungsperspektiven und -anregungen, die anhand des vorliegenden Dissertationsprojektes aufgezeigt werden und den Anstoß zu weiteren Untersuchungen geben sollen.

2. Theoretischer Rahmen: Habitus

2.1. Begriffserklärung des Habitus

Der Habitusbegriff findet seine Anwendung in verschiedenen Bereichen und Disziplinen und wird demzufolge unterschiedlich und kontextbedingt definiert. Im heutigen Sprachgebrauch charakterisiert dieser aus dem Lateinischen stammende Terminus das Gesamterscheinungsbild einer Person, das ihre äußere Erscheinungsweise samt ihrem Gehabe und Eigentümlichkeiten impliziert (vgl. DWDS 2013; Bibliographisches Institut GmbH 2013a). Im Bereich der Medizin bezeichnet der Habitus die besonderen Merkmale im Erscheinungsbild eines Menschen, aus denen eine Diagnose in Hinblick auf seine Krankheitslage gestellt werden kann. In der Biologie wird der Begriff verwendet, um die „Körperbeschaffenheit, äußere Gestalt von Tieren, Pflanzen oder Kristallen“ (Bibliographisches Institut GmbH 2013a) zu charakterisieren. Der philosophische Begriff von Habitus, der bereits bei Aristoteles und später auch bei Thomas Aquin seine Anwendung fand (vgl. Rehbein, Saalman 2009: 110), bezeichnet dagegen ein im Laufe des Lebens erworbener Erfahrungsschatz, der dem Menschen in Form von dauerhaften Gewohnheiten vorliegt und quasi als seine „zweite Natur“ mit der moralischen Gesinnung bzw. Einstellung zusammengeknüpft ist (vgl. Prechtel, Burkard 1999: 223f.; Schwingel 1995: 61ff.). So wird der Habitus als eine Haltung verstanden, die eine Vermittlerrolle zwischen der Potenzialität und der Ausführung einer Handlung einnimmt (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 26).

Auf dem Gebiet der Soziologie wird der Habitusbegriff oft mit dem französischen Soziologen und Ethnologen Pierre Bourdieu (1930-2002) in Verbindung gebracht. Und das nicht umsonst: „Obwohl Bourdieu nicht der erste war, der den Habitusbegriff verwendet und untersucht hatte, legte er als erster ein an empirischen Daten ausgearbeitetes Konzept des Habitusbegriffs vor und hat diesen in der Soziologie zum Fachterminus erhoben“ (Mayer 2013: 4; vgl. auch Biermann 2009a: 62; Rehbein 2006: 88ff.; Liebsch 2006: 72ff.). Aus dem Grund, dass Bourdieus Überlegungen die heutige Forschung zum Habitus im Bereich der Soziologie immer noch stark prägen und die soziologische Begriffserklärung für die vorliegende Arbeit von Belang ist, soll im Weiteren auf die Habitusdefinition von Bourdieu näher eingegangen werden.

2.1.1. Habitusbegriff von Pierre Bourdieu

Der Habitusbegriff von Bourdieu und das ihm zugrundeliegende Konzept genossen und genießen zurzeit immer noch ein erhöhtes Interesse (siehe z. B. Lenger et al. 2013a; Wiedemann, Meyen 2013). Dies liegt u. a. an dessen Erörterungskraft und „damit zusammenhängend an der empirischen Nutzungsmöglichkeit zur Erarbeitung von soziokulturellen Unterschieden“ (Biermann 2009b: 1). Das bedeutet in erster Linie, dass das Konzept des Habitus primär auf die Erklärung gesellschaftlicher und klassenspezifischer Praktiken abzielt

und nicht etwa individueller (vgl. Kubisch 2008: 74). Als vielschichtiges „System der organischen oder mentalen Dispositionen und der unbewussten Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata“ (Bourdieu 1974: 40), das die individuelle Verhaltensweise sowie das gesamte Auftreten einer Person mitbestimmt, beschäftigt sich der Habitusbegriff mit der grundlegenden Fragestellung der Soziologie „nach dem Zusammenhang von Individuum und Gesellschaft, von Person und Struktur“ (Liebsch 2006: 72). Der Habitus hat somit einen starken gesellschaftlichen Hintergrund und ist „in der sozialen Lage, dem kulturellen Milieu und der Biografie eines Individuums [begründet]“ sowie „in die Körper und Verhaltensweisen der Einzelnen eingeschrieben“ (Liebsch 2006: 72). Als „Leib gewordene Geschichte“ bildet er die Basis für alle bewussten Handlungen und Verhaltensweisen, bleibt jedoch i. d. R. präreflexiv, spontan und unbewusst (vgl. Rehbein, Saalman 2009: 111f.). Er dokumentiert sich in Lebensstilen, Strategien, Denk- und Verhaltensweisen, die sich zu Routinen und Handlungsmustern verfestigen (vgl. Bülow-Schramm, Gerlof 2004: 142). Die in der Praxis erworbenen Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata werden dabei nicht einfach so vom Individuum bzw. Akteur (franz. „agent“¹) einverleibt oder inkorporiert, sondern erfahren eine Transformation. Sie gehen quasi individuell in Fleisch und Blut über, sodass sie zu den bereits bestehenden Schemata passen. Es handelt sich dabei nicht zwingend um reflexive, bewusste und intendierte Lernprozesse, obgleich sich die Erweiterung und Strukturierung des Habitus meist in Verbindung mit Bewusstsein im Handeln vollziehen (vgl. Rehbein, Saalman 2009: 112; Beck et al. 2013: 238). Bourdieu zufolge existieren drei Formen der Verinnerlichung des Habitus: Lernen als einfaches, unmerkliches Vertrautwerden; ausdrückliche Überlieferung mithilfe von Vorschriften und Anordnungen sowie Einprägung mittels struktureller Übungen in Spielform, die im Habitus zum „Produkt kollektiver Geschichte und individueller Erfahrung“ werden (Müller 1986: 163; vgl. auch Beck et al. 2013: 238f.; Fröhlich 1994: 39). Unter strukturellen Übungen hat Bourdieu u. a. rituelle Spiele und Rätsel, Anredeformen, Interaktionen und Beziehungen zu Verwandtschaft, Eltern etc. verstanden (vgl. Fröhlich 1994: 39, 52; Bourdieu 1976: 192f.).

Der inkorporierte Habitus weist außerdem eine gewisse Trägheit bzw. Veränderungsresistenz der einst erworbenen Denk- und Handlungsmuster auf, die Bourdieu als Hysteresis-Effekt bezeichnet (Bourdieu 1998a: 238; Bourdieu 1987: 116). Der Begriff Hysteresis

¹ In seinem Habituskonzept spricht Bourdieu nicht von Subjekten oder Individuen, sondern entscheidet sich aufgrund eines weiten Bedeutungsspektrums für das Wort „Agent“ (z. Dt.: Akteur). Einerseits geht es beim Begriff einfach um die handelnde Person, andererseits aber um den im frühen Sprachgebrauch verwendeten Terminus „Handelsagent“ oder auch um den „Geheimagenten“, der für eine Institution bzw. fremde Macht handelt. Als soziale Wesen handeln Individuen ebenso nicht nur für sich selbst, sondern auch für die Gesellschaft, die sich über Individuen vermittelt wirksam macht. Die deutsche Übersetzung des französischen Wortes „Agent“ mit dem Wort „Akteur“ ist etwas unglücklich, da hier in erster Linie ein Schauspieler gemeint wird (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 84). Um jedoch die Einheitlichkeit und Stimmigkeit der in der Arbeit verwendeten Begrifflichkeiten mit denen in den zitierten Quellen zu erhalten, wird in weiteren Ausführungen das deutsche Wort „Akteur“ verwendet.

(griech. *hýsteron* = später, hinterher) stammt aus dem Physikbereich und bedeutet das Zurückbleiben oder auch die Verharrung einer Wirkung, die eine Veränderung verursachende Kraft hinterlassen hat. Im Magnetismus bedeutet das z. B., dass der Körper bzw. das Material nach Entfernen des Magnets seinen magnetisierten Zustand noch eine gewisse Zeit beibehält (vgl. Bibliographisches Institut GmbH 2013b, DATA-COM Buchverlag GmbH 2013, Lenger et al. 2013b: 24; Endreß 2013: 223). Dieser Effekt kann trotz veränderter Lebensverhältnisse über mehrere Generationen hinweg andauern. Praktische Beispiele hierfür wären z. B. ein „proletarischer Habitus“ der sog. „Neureichen“ oder ein „aristokratischer Habitus“ der abgestiegenen Aristokratie, die deutlich zeigen, dass plötzliche Verarmung oder Wohlstand keineswegs zu einer Neuformierung des Habitus binnen kurzem führen können. Das ursprüngliche Herkommen bleibt unabhängig vom sozialen Auf- oder Abstieg aus dem sozialen Verhalten erkennbar (vgl. Lenger et al. 2013b: 24f.). In der Auseinandersetzung mit dem Alltag modifiziert sich zwar der Habitus durch fortwährende Erfahrungen lebenslang, behält jedoch seinen Kern, der sich laut Bourdieu vor allem durch prägende Erfahrungen in der Kindheit und der Jugendzeit entwickelt, und kann weder bewusst noch arbiträr verändert werden (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 33; Kubisch 2008: 73; Rehbein, Saalman 2009: 111f.).

Während seines Aufenthalts in Algerien Anfang der 1960er Jahre hat Bourdieu das Verhalten der Kabylen, einer Sprachgruppe der Berber in Nordost-Algerien, untersucht, das sich in den durch die Lebensbedingungen geprägten Erfahrungen gründete (vgl. Bourdieu 2003; Biermann 2009a: 63). „Die Erfahrung dieser Existenzbedingungen hatte sich in bestimmten Wahrnehmungs- und Handlungs-Dispositionen in den Individuen niedergeschlagen, die selbst dann noch wirksam waren, als ihre materiellen Lebensverhältnisse sich tief greifend verändert hatten.“ (Kraus, Gebauer 2013: 22) Dort kam Bourdieu zu einigen bemerkenswerten Erkenntnissen, die die Natur des Habitus und seine Funktionsweise manifestieren. Auf der einen Seite sind Lebensverhältnisse und existenzielle Bedingungen für die lebenslange Entfaltung und Formung des Habitus ausschlaggebend. Auf der anderen Seite fungiert der Habitus „als System generativer Schemata von Praxis“ (Bourdieu 1998a: 279) und reproduziert auf Basis der erworbenen Erfahrungen Handlungsmuster und -praxen (Biermann 2009a: 63). Der Habitus ist demzufolge durch eine Doppelfunktion gekennzeichnet und wird von Bourdieu als „System[e] dauerhafter und übertragbarer Dispositionen [bezeichnet], als strukturierte Strukturen, die wie geschaffen sind, als strukturierende Strukturen zu fungieren [...], die objektiv ‚geregelt‘ und ‚regelmäßig‘ sind, ohne irgendwie das Ergebnis der Einhaltung von Regeln zu sein, und genau deswegen kollektiv aufeinander abgestimmt sind“ (Bourdieu 1987: 98f.). Damit verdeutlicht Bourdieu, dass der Habitus sowohl Produkt inkorporierter sozialer Strukturen als auch Produzent von Praktiken ist (vgl. Rehbein 2006: 87; Klein 2006: 244).

Als Praxis „strukturierende Struktur“ bzw. „modus operandi“ stellt der Habitus Ordnungsgrundlagen für Handlungen und Vorstellungen bereit und wirkt als Erzeugungsmodus für die Generierung und Hervorbringung neuer Praxisformen und ihrer Produkte (vgl. Mayer 2013: 5; Liebsch 2006: 74; Rehbein 2006: 91; Diaz-Bone 2010: 34). Er ist schöpferisch, einfallsreich und hat „das Potenzial einer *ars inveniendi*, einer Kunst des Erfindens (Kunst im Sinne der praktischen Meisterschaft)“ (Krais, Gebauer 2013: 6, Hervorheb. i. Original). Um kreative und erfindungsreiche Fähigkeiten des Habitus zu betonen, zieht Bourdieu eine Parallele zur generativen Grammatik von Noam Chomsky. Gleich wie die jeweiligen Situationen kann auch der Habitus unzählige und zudem auch relativ unvorhersehbare Praktiken erzeugen, die mit der erworbenen „Verhaltensgrammatik“ des Individuums bzw. Akteurs übereinstimmen (vgl. Bourdieu 1987: 104; Krais, Gebauer 2013: 32). Wie allerdings die Grammatik einer Sprache dem Redner bestimmte Schranken setzt, so lassen auch die äußeren gesellschaftlichen Strukturen, in denen Individuen bzw. Akteure angesichts ihrer spezifischen Position in sozialen Feldern agieren, viele neue Praktiken von dennoch begrenzter Verschiedenartigkeit hervorbringen (vgl. Beck et al. 2013: 238; Bourdieu 1987: 104; Krais, Gebauer 2013: 32f.; Klein 2006: 244; Mayer 2013: 6). Daraus lässt sich ableiten, dass „nicht jede Person in jeder Situation gleich (inter-personelle Differenz) [handelt], aber stets in Übereinstimmung mit dem eigenen Set an Handlungsmustern (inter-personelle Einheit)“ (Lenger et al. 2013b: 22).

Der Habitus als „strukturierte Struktur“ bzw. „opus operatum“ ist ein Produkt spezifischer existenzieller Bedingungen. Diese Existenzbedingungen sind materieller (Geld), kultureller (Bildung) sowie sozialer (Beziehungen) Natur und werden von Bourdieu als „Kapital“ bezeichnet (zu Kapitalformen von Bourdieu siehe Kapitel 2.2.3.2). Der Habitus agiert dabei als Unterscheidungs- und Bewertungssystem für unterschiedliche Praxisformen und ihre Produkte. Er ist durch kollektive sowie individuelle Erfahrungen, die sich in Form von Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsschemata ausdrücken, „geprägt, bereits konditioniert und mit seiner sozialen Umgebung, die Bourdieu als ‚Feld‘ bezeichnet, unauflöslich verbunden“ (Mayer 2013: 5).

„Während die Wahrnehmungsschemata die alltägliche Wahrnehmung der sozialen Welt strukturieren und die Handlungsschemata die Praktiken der Akteure erzeugen, ordnen die Denkschemata mithilfe von Alltagstheorien und Klassifikationsmustern die gemachten Erfahrungen ein, indem sie diese interpretieren und nach ethischen Normen (Ethos) und ästhetischen Maßstäben (Geschmack) bewerten und beurteilen. Diese habituellen Schemata sind im Vollzug der Praktiken untrennbar miteinander verbunden und wirken immer zusammen und unbewusst, das heißt, dass ihre Geschichte bzw. Genese vergessen wurde.“ (Mayer 2013: 5; vgl. auch Schwingel 1995: 56f.)

Demzufolge verfügen Individuen bzw. Akteure mit dem Habitus über einen „Alltagsverstand“, den Bourdieu als sozialen bzw. praktischen Sinn (franz. „*sense pratique*“) nennt. „Praktisch ist der Sinn insofern, als das Verstehen nicht in einem Akt der bewussten Zuwendung auf die Situation geschieht, sondern integraler Teil des Handelns in der Situation ist. Verstehen und Handeln geschehen ‚*uno actu*‘.“ (Meuser 2007: 212) Der Habitus ist also

„jener Praxissinn, der einem sagt, was in einer bestimmten Situation zu tun ist [und wie]“ (Bourdieu 1998b: 41), ohne dass es sich dabei um Ideologien, rationale Deutungsmuster oder explizite Prinzipien handelt (vgl. Beck et al. 2013: 239; Klein 2006: 244). Handlungsleitend ist für Individuen bzw. Akteure vielmehr das Wissen, „das in ihrem leibgebundenen Habitus abgespeichert ist und über ihren praktischen Sinn im sozialen Feld immer wieder wachgerufen wird“ (Klein 2006: 244).

In Hinblick auf die dargestellte Erläuterung des Habitusbegriffs lässt sich Folgendes zusammenfassen: Der Habitus stellt das Gesamterscheinungsbild einer Person dar, das „neben dem Wahrnehmen, Denken, Handeln und Urteilen auch das Unbewusste, die Psyche und den sozialisierten Körper“ (Rehbein 2006: 90) mit seinen habitualisierten Gewohnheiten und Handlungen umfasst. Er wird durch Erfahrungen geprägt und generiert als ein im sozialen Umfeld erworbenes Schema immer neue Handlungen, das „Grenzen und Spielräume sozialer Ordnungen reproduziert und verändert“ (Liebsch 2006: 74; vgl. auch Kraus, Gebauer 2013: 78).

2.1.2. Habitusbegriff von Ralf Bohnsack im Anschluss an Karl Mannheim

Der Wissenssoziologe Ralf Bohnsack hat sich mit dem Habituskonzept von Bourdieu auseinandergesetzt und unter Bezugnahme auf Karl Mannheim (1893-1947) eine praxeologische Wissenssoziologie (siehe Bohnsack 2007a: 180-190; Bohnsack 2013: 182) – und in diesem Zusammenhang die dokumentarische Methode (siehe Kapitel 4.2.2) – ausgearbeitet, die ihre Anwendung in der qualitativen resp. rekonstruktiven Sozialforschung fand. Da Bohnsack dadurch einen rekonstruktiven Forschungszugang zum Habitus mittels der Auswertung und Interpretation von Analysematerial (Text bzw. Bild) entwickelte, soll nun im Weiteren seine Begrifflichkeit von Habitus näher betrachtet werden.

2.1.2.1. Verstehen und Interpretieren: Differenzierung von kommunikativem und konjunktivem Erfahrungswissen

In Hinblick auf erfahrungsmäßige Wissensbestände weisen die alltägliche Verständigung und Interaktion laut Mannheim eine Doppelstruktur auf, die „eine Doppelheit der Verhaltensweisen in jedem einzelnen, sowohl gegenüber Begriffen als auch Realitäten“ konstituiert (Mannheim 1980: 296). In diesem Zusammenhang gilt es das handlungsleitende und im Sinne von Bourdieu inkorporierte Wissen mit der ihm zugrundeliegenden eigentümlichen Logik von den Common Sense- bzw. Alltagstheorien zu unterscheiden, „die sich im Modus von Motivunterstellungen nach Art der (Fremd-) Definition des subjektiv gemeinten Sinns auf der Ebene der Verständigung über eine Handlungspraxis [vollziehen]“ (Bohnsack 2001: 329; vgl. Bohnsack 2012: 121). Mannheim zufolge handelt es sich zum einen um öffentliches, kommunikativ-generalisierendes Wissen der Individuen in Form von Theorien über ihre eigene Praxis, das begrifflich expliziert werden kann. Als Orientierungsschemata in der

Alltagspraxis umfasst das kommunikativ-generalisierende Wissen „theoretische, bewertende, normative Aussagen über die Handlungspraxis oder das Selbstbild und ist mit Intentionalität und Zweckrationalität verbunden“ (Asbrand 2010: 2; vgl. auch Bohnsack 2012: 120; Bohnsack 2013: 179). Zum anderen geht es um nicht-öffentliches, milieuspezifisches oder im Sinne von Mannheim atheoretisches resp. konjunktives Erfahrungswissen, das das praktische Handeln, die Wahrnehmung und das Denken orientiert (vgl. Asbrand 2010: 2). Es handelt sich also nicht um „ein Wissen über etwas, sondern ein Wissen um und innerhalb von etwas“ (Bohnsack 2009a: 323). So relativ unabhängig von unserer Milieuzugehörigkeit, existenziellen und zum Teil auch kulturellen Bindung ist uns z. B. die öffentliche bzw. gesellschaftliche Bedeutung des Terminus Schule oder Familie als Institution mit rollenförmigem und institutionalisiertem Handeln vertraut. Dieses kommunikative Wissen umfasst bspw. rechtliche und normative Aspekte, Common Sense-Theorien über die Schule bzw. Familie sowie auch generalisierende Erwartungshaltungen in Hinblick auf die Beziehungen zwischen Schülern resp. Schülern und Lehrern in Bezug auf eine Schule oder zwischen Eltern und Kindern in Bezug auf eine Familie. Das konjunktive oder im Sinne vom Naturwissenschaftler und Philosophen Michael Polanyi (1891-1976) stillschweigende Wissen („tacit knowing“) bezieht sich wiederum auf eine konkrete Schule bzw. Familie in ihrer fall-spezifischen Besonderheit (vgl. Polanyi 1985: 9; Bohnsack 2013: 180; Bohnsack 2009a: 321; Bohnsack 2001: 331). Es orientiert die Handlungspraxis innerhalb der Schule bzw. Familie sowie auch mit Bezug auf diese und wird von Schülern bzw. Familienmitgliedern aufgrund ihrer biografischen, existenziellen oder erfahrungsbasierten Gemeinsamkeiten miteinander geteilt. Die Schule bzw. Familie stellt in diesem Zusammenhang einen „konjunktiven Erfahrungsraum“ mit einem je spezifischen schulischen bzw. familialen Habitus (vgl. Bohnsack 2013: 179; Mayer 2013: 10; Bohnsack 2001: 330; Bohnsack 2011a: 42f.).

In Bezug auf die Doppelstruktur der erfahrungsmäßigen Wissensbestände spricht Mannheim von ebenso zwei unterschiedlichen Arten der alltäglichen Verständigung und der Sozialität: „Verstehen“ und „Interpretieren“. Ein Verstehen ist für Mannheim „entweder das existenzielle, kontagiumartige Erfassen der Fremdexistenz oder das geistige, vorreflexive Erfassen der Gebiete“ (Mannheim 1980: 272). Bei einem Interpretieren handelt es sich dagegen um eine das Verstehen „niemals erschöpfende theoretisch-reflexive Explikation des Verstandenen“ (Mannheim 1980: 272). So ist ein unmittelbares Verstehen von Handlungen und Äußerungen bzw. der in ihnen fundierten Haltungen und Orientierungen unter denjenigen möglich, die denselben konjunktiven Erfahrungsräumen angehören und über gemeinsame bzw. ähnliche Erlebniszusammenhänge und somit über gemeinsames atheoretisches Wissen verfügen. Denn laut Mannheim „erfassen wir [...] beim Verstehen der geistigen Realitäten, die zu einem bestimmten Erfahrungsraum gehören, die besonderen existentiell gebundenen perspektivischen Bedeutungen nur, wenn wir uns den hinter ihnen stehenden Erlebnisraum und Erlebniszusammenhang irgendwie erarbeiten“ (Mannheim 1980:

272). Das unmittelbare, wechselseitige Verstehen mittels konjunktiver Wissensbestände bezeichnet Bohnsack als konjunktive Verständigung. Eine Verständigung auf Grundlage theoretischer bzw. kommunikativ-generalisierender Wissensbestände – über die Grenzen konjunktiver Erfahrungsräume hinweg – vollzieht sich dagegen im Medium von Theorien, auf dem Wege des Interpretierens, und wird von Bohnsack als kommunikative Verständigung im Kontext des institutionalisierten und rollenförmigen Handelns verstanden (vgl. Bohnsack 2010a: 59f.; Bohnsack 2009a: 323f.).

2.1.2.2. Konjunktive Erfahrungsräume und Erlebnisschichtung als Grundlage des Habitus

Mannheim ist genauso wie Bourdieu der Auffassung, dass „die Zugehörigkeit zu einer sozialen Lage sich in einer spezifischen Weise der Welterfahrung bzw. des Weltzugangs, den Orientierungen und dem Handeln niederschlägt“ (Mayer 2013: 15; vgl. auch Meuser 2007: 211; Michel 2006: 113). Daraus leitet er seine zentrale Idee der Standortgebundenheit bzw. Seinsverbundenheit des menschlichen Denkens ab und weist auf eine gemeinsame Erfahrungsbasis hin, die sich bei den Individuen, die derselben sozialen Lage angehören oder unter ähnlichen Existenzbedingungen leben, herauskristallisiert. In Hinblick auf diese Kollektivität bzw. Gleichartigkeit der Erlebnisschichtung charakterisiert Bohnsack im Anschluss an Mannheim den Habitus als in die alltägliche Handlungspraxis eingelassenes „konjunktives Erfahrungswissen“ bzw. Orientierungsrahmen, der sich auf Grundlage der Gemeinsamkeiten des Schicksals, des biographischen Erlebens und der Sozialisationsgeschichte vollzieht. Dieses Wissen ist im Sinne von Bourdieu das praktische Wissen der Individuen, das präreflexiv erworben wird und den Individuen unbewusst und meist intuitiv zur Verfügung steht (vgl. Meuser 2007: 210f.; Michel 2006: 113f.; Mayer 2013: 7; Bohnsack 2011a: 40; Bohnsack 2011b: 15; Bourdieu 1998b: 41f.).

Stärker als Bourdieu hält Bohnsack für habituskonstituierend die Erlebnisse, die kollektiv geprägt sind und nicht jedem Einzelnen individuell in spezifischer Weise vorliegen. Diese im Sinne von Mannheim „konjunktiven“ Erfahrungen sind „fundamentale, existentiell bedeutsame Zusammenhänge, die die Sozialisation von Individuen bestimmen und mit anderen geteilt werden“ (Asbrand 2010: 3). Das handlungsleitende theoretische Wissen, das in der Sozialisation mittels geteilter Erfahrungen angeeignet und demnach als erfahrungsbasiertes bzw. habitualisiertes Wissen bezeichnet wird, gründet sich in milieuspezifischen Existenzbedingungen der Individuen und wird durch sie geprägt (vgl. Michel 2007: 94; Michel 2006: 114; Bohnsack 2011b: 15). „[Es] bildet einen Strukturzusammenhang, der als kollektiver Wissenszusammenhang das Handeln relativ unabhängig vom subjektiv gemeinten Sinn orientiert, ohne den Akteuren aber [...] ‚exterior‘ zu sein.“ (Bohnsack et al. 2007: 11; Bohnsack 2011a: 41) Auf der Grundlage der kollektiv geteilten Erfahrungen konstituie-

ren sich konjunktive Erfahrungsräume. Bohnsack versteht darunter „nicht nur reale Gruppen, sondern auch [...] Zugehörigkeiten und Zusammengehörigkeiten jenseits persönlicher Bekanntschaft und direkter Interaktion, wie u. a. Milieus, Generationszusammenhänge und geschlechtsspezifische Erfahrungsräume“ (Bohnsack 2012: 127). Demzufolge entstehen die konjunktiven Erfahrungsräume dort, „wo eine gemeinsam er- bzw. gelebte Handlungspraxis nicht nur internalisiert, sondern inkorporiert, d. h. [...] in den modus operandi der körperlichen und auch sprachlichen Praktiken eingeschrieben wird“ (Bohnsack 2001: 331). Dabei handelt es sich um solche konjunktive Erfahrungen, „die Individuen miteinander verbinden, ohne dass diese im Alltag tatsächlich zusammenleben oder sich kennen müssen, wie bspw. solche Erfahrungen mit Schule, die Schüler und Schülerinnen generell miteinander teilen unabhängig davon, welche konkrete Schule sie besuchen [...]“ (Asbrand 2010: 3).

Hier zeigen sich Parallelen zum Habituskonzept von Bourdieu. Die konjunktiven Erfahrungen treten zugleich als „strukturierte Struktur“ bzw. „das Produkt einer handlungspraktischen und erlebnismäßigen (d. h. in der Erinnerung einer selbst gelebten Praxis fundierten) Herstellung gesellschaftlicher Realität“ sowie auch als deren Produzent, „strukturierende Struktur“ resp. „modus operandi“ auf (Bohnsack 2001: 331). Der Hauptunterschied besteht jedoch darin, dass im Gegensatz zu Bourdieu, der die Habitusgenese im Wesentlichen im Medium der Distinktion bzw. der Herausarbeitung der Klassenunterschiede untersucht, analysiert Bohnsack die Genese des Habitus primär im Medium der Konjunktion. Im Fokus befinden sich vielmehr die in konjunktiven Erfahrungen zugrundeliegenden habituellen Gemeinsamkeiten und Übereinstimmungen (vgl. Bohnsack 2001: 332; Bohnsack 2010a: 68).

2.1.2.3. Habitus, Orientierungsrahmen und Orientierungsschemata

Die Erörterung der Habitusgenese knüpft Bohnsack an Mannheims Beispiel der Herstellung eines Knotens an und zieht darüberhinausgehend eine Grenze zwischen implizitem und inkorporiertem Wissen. Da die begrifflich-theoretische Explikation des Herstellungsprozesses eines Knotens sehr schwierig bis unmöglich ist, „solche [...] ‚Handgriffe‘ auf Begriffe zu bringen“ (Mannheim 1980: 73), erscheint deshalb die abbildliche Veranschaulichung bzw. Demonstration des Knotenknüpfens für die Verständigung im Medium des atheoretischen Wissens besonders geeignet. Der Prozess des Knotenknüpfens ist erst dann gänzlich automatisiert und inkorporiert, wenn es keine Notwendigkeit der bildhaften Vergegenwärtigung der Bewegungsabläufe in Form von materialen (äußeren) und mentalen (inneren) Bildern zur vollständigen Habitualisierung der Praxis besteht. Im Fall der bildhaften, imaginativen Vergegenwärtigung stellt der modus operandi das Produkt impliziter Wissensbestände sowie mentaler, von Individuen verbal vermittelter innerer Bilder in Form von metaphorischen Darstellungen und Beschreibungen der Handlungspraktiken dar, und wird von Bohnsack als Habitus bzw. Orientierungsrahmen charakterisiert (vgl. Bohnsack 2013: 180;

Bohnsack 2012: 125). Als Produkt bereits inkorporierter und automatisierter Praktiken vollzieht sich der Orientierungsrahmen bzw. Habitus „auf dem Wege der direkten Beobachtung der körpergebundenen Performanz von Interaktionen und Gesprächen und in der Vergegenwärtigung von körperlichen Gebärden im Medium materialer Bilder“ (Bohnsack 2013: 180; Bohnsack 2012: 126). So beinhaltet das atheoretische Wissen und der darin zugrundeliegende Orientierungsrahmen „sowohl das inkorporierte Wissen, welches in Form materialer (Ab-)Bilder empirisch-methodisch in valider Weise zugänglich ist, wie auch das implizite oder metaphorische Wissen im Medium des Textes, für welches mentale Bilder, also Metaphern, von zentraler Bedeutung sind“ (Bohnsack 2012: 126).

Wie in den oben stehenden Ausführungen bereits angedeutet, verwendet Bohnsack den Begriff des Habitus mit demjenigen des Orientierungsrahmens zwar im Wesentlichen synonym, erweitert diesen aber um einen weiteren wichtigen Aspekt, „dass und wie der Habitus sich in der Auseinandersetzung mit den Orientierungsschemata, also u. a. den normativen resp. institutionellen Anforderungen und denjenigen der Fremd- und Selbstidentifizierung, immer wieder reproduziert und konturiert“ (Bohnsack 2013: 181; siehe Abb. 1). So stellt der Terminus des Orientierungsrahmens Bohnsack zufolge i. e. S. denjenigen des Habitus und somit auch die Struktur der Handlungspraxis dar und bildet gleichzeitig das Gegenstück zu den Orientierungsschemata. Der Orientierungsrahmen i. w. S. ist jedoch der Oberbegriff sowohl für den Habitus als auch für die Orientierungsschemata. Diese entstehende Diskrepanz hebt Bohnsack mit der Begründung auf, dass „aus praxeologischer Perspektive die Orientierungsschemata ihre eigentliche Bedeutung erst durch die *Rahmung*, d. h. die Integration und ‚Brechung‘ in und durch die fundamentale existenzielle Dimension der Handlungspraxis erhalten, wie sie sich im modus operandi des *Habitus* oder eben *Orientierungsrahmens* vollzieht“ (Bohnsack 2013: 181, Hervorheb. i. Original). Darüber hinaus findet die Rekonstruktion des Habitus abduktiv – vom kommunikativen hin zum konjunktiven Erfahrungswissen – statt (siehe Kapitel 4.2.2). Die beiden Wissensdimensionen stellen deshalb eine unabdingbare analytische Basis dar und sind folglich wesentliche Analysekomponenten des Orientierungsrahmens. Bohnsack zufolge findet der Habitusbegriff im Gegensatz zu demjenigen des Orientierungsrahmens besonders dort seine Anwendung, „wo wir es nicht mit jener Variante des atheoretischen Wissens zu tun haben, welche als implizites Wissen u. a. in Form mentaler Bilder unser Handeln orientiert, sondern – wie dies auch der Definition von Bourdieu entspricht – dort, wo wir es mit einem atheoretischen Wissen zu tun haben, welches (vollständig) inkorporiert ist“ (Bohnsack 2012: 127).



Abb. 1: Bestandkomponenten des Orientierungsrahmens nach Bohnsack (vgl. Bohnsack 2013: 182)

Für die vorliegende Arbeit werden sowohl die Definition des Habitus bzw. Orientierungsrahmens von Bohnsack als auch die Begriffserklärung des Habitus von Bourdieu berücksichtigt. Während der Orientierungsrahmen von Bohnsack für die empirische Rekonstruktion des Staatenhabitus herangezogen wird, kommt dem Habitusbegriff von Bourdieu insbesondere bei der theoretischen Analyse und Reflexion eine essentielle Bedeutung zu.

2.2. Abgrenzung des Habitusbegriffs von anderen Definitionen

Die oben dargestellten Habitusdefinitionen von Bourdieu und Bohnsack sollen nun für ein besseres und ausgewogenes Verständnis von denen der Gewohnheit, Mentalität, Identität und Kultur abgegrenzt werden. Im gewissen Sinne finden sich diese Begrifflichkeiten im Terminus von Habitus partiell wieder und werden von etlichen Wissenschaftlern auch synonym verwendet. Aus diesem Grund sollen Unterschiede zwischen diesen Definitionen herausgearbeitet und kurz beleuchtet werden.

2.2.1. Abgrenzung von Gewohnheit

In seinem Werk „Ordnung der Gefühle“ spricht Peter Nickl davon, dass das Individuum zwar ein Gewohnheitstier, aber auch ein Habitus-Mensch sei. Eine scharfe Abgrenzung zwischen Habitus und Gewohnheit hält Nickl in diesem Zusammenhang für schwierig bzw. nur bedingt möglich (vgl. Nickl 2001: 2). So lehnt bspw. auch der US-amerikanische Philosoph und Pädagoge John Dewey (1859-1952) seinen Gewohnheitsbegriff („habit“) stark an denjenigen des Habitus an und verwendet die beiden Begrifflichkeiten weitgehend synonym

(vgl. Hartmann 2003: 157). Denn genauso wie der Habitus stellt die Gewohnheit eine inkorporierte bzw. einverleibte Eigenheit, Haltung oder Handlung dar, die durch häufige Wiederholung bzw. stetes Erleben selbstverständlich geworden ist und meist nur noch automatisiert und unbewusst ausgeführt wird (vgl. Bibliographisches Institut GmbH 2013c). Ernst Hache und Heinz Sander charakterisieren Gewohnheiten ebenso als „angelernte, geübte, dem bedingten Reflex vergleichbare, relativ automatisierte Reaktionsabläufe“ (Hache, Sander 1994: 358). Durch stete Wiederholung prägt sich das Verhaltens- bzw. Handlungsmuster beim Individuum ein und wird habitualisiert. Im Habitualisierungsprozess wird letzten Endes eine Handlung zur Gewohnheit (vgl. Rehbein 2006: 90).

Bei den Übergängen zwischen Gewohnheit und Habitus sieht Nickl allerdings eine Möglichkeit der Unterscheidung darin, „wie die betreffende Handlung vorgenommen wird – ob routinemäßig, ohne großes Engagement (das spräche für die Gewohnheit) oder mit ganzer Seele (das spräche für den habitus)“ (Nickl 2001: 2, Hervorheb. i. Original). In Anlehnung an Max Scheler (1874-1928) spricht er sogar davon, dass „die Zunahme des Gewohnheitsmäßigen ein Indiz für das Altern ist“ (Nickl 2001: 2). Dies hatte auch Martin Hartmann im Sinn, als er betonte, dass „eine Handlung, die aus Gewohnheit vollzogen wird, mechanisch abläuft und offenbar ohne starke innere Beteiligung auskommt“ (Hartmann 2003: 147). Im Gegensatz zur Gewohnheit, die stets das gleiche, routinemäßige Handeln hervorruft, ist der Habitus „determiniert und schöpferisch zugleich“ (Rehbein 2006: 87). „Wo die Gewohnheit herrschend wird, gilt das Verfallsgesetz der Zeit – mit dem habitus dagegen wird die Zeit intensiver, ihr Lauf kreativ umgekehrt zur ‚création continue‘ [...], zu fortlaufender Schöpfung; und zwar der ‚Schöpfung seiner selbst durch sich selbst.‘“ (Nickl 2001: 3) Dies illustriert Nickl an einem Beispiel des Kithara-Spielers. Er eignet sich zwar seine Virtuosität und Kunstfertigkeit durch stete Übung, Wiederholung und Gewöhnung an, kann allerdings keineswegs als Gewohnheits-Kithara-Spieler bezeichnet werden, der sein Spielen auf eine gewohnheitsmäßige Weise zum Ausdruck bringt (Nickl 2001: 3). Auch Hartmann geht davon aus, dass „Gewohnheiten dem persönlichen Kern des Individuums weitgehend äußerlich bleiben“ (Hartmann 2003: 150). Zwar vermögen sie „Wahrnehmungen und Einstellungen [des Individuums] zu binden und in feste Bahnen zu lenken, aber ihre formende Kraft wird häufig auf einen Bereich der Persönlichkeitsbildung eingeschränkt, der mit Blick auf die zentralen Eigenschaften eines unverwechselbaren oder wertvollen Charakters gleichsam am Rande bleibt“ (Hartmann 2003: 150).

Gewohnheiten sind genauso wie der Habitus nicht angeboren. Wenn sie bereits habitualisiert und einverleibt sind, stellen sie ein fester Bestandteil des Habitus dar, der neben Gewohnheiten im Handeln, Denken oder Wahrnehmen auch das Unbewusste, die Psyche und den sozialisierten Körper umfasst. Der Habitus impliziert somit das gesamte Auftreten einer

Person, das in der Habitusbegrifflichkeit von Bourdieu den Lebensstil, die Sprache, den Geschmack und die Kleidung beinhaltet (vgl. Rehbein 2006: 90; Bourdieu 1998a).

Ein weiterer Unterschied zwischen zwei Begrifflichkeiten besteht darin, dass im Gegensatz zur Gewohnheit (z. B. Gewohnheitsrauscher), die unter gewissen Umständen bewusst unterdrückt oder gar aufgegeben werden kann (z. B. aufgrund eines schlechten ärztlichen Befundes), entzieht sich der Habitus i. d. R. der rationalen Kontrolle und der bewussten Reflexion (vgl. Liebsch 2006: 77). Wenn er einmal konstituiert ist, bleibt der Habitus träge und verändert sich zumindest kurzfristig nicht. So kann man ihn trotz veränderten Lebensverhältnissen nicht einfach so wechseln wie ein Kleidungsstück (vgl. Bourdieu 1998a: 238; Bourdieu 1987: 116; Kraus, Gebauer 2013: 46). Als strukturierte und zugleich strukturierende Struktur fußt der Habitus auf der Aneignung sozialer Handlungsformen, reproduziert diese und bringt mit der Handlungssituation in Verbindung. So ermöglicht der Habitus im Gegensatz zur Gewohnheit, die i. d. R. das gleiche, routinemäßige Handeln hervorbringt, „eine freie Tätigkeit, die durch die Grenzen der Bedingungen des Habitus selbst eingegrenzt ist“ (Rehbein 2006: 92). Gewohnheiten sind zwar für menschliches Verhalten grundlegend (z. B. die sprachliche Artikulation oder bestimmte Verhaltensweisen in Stresssituationen), sind aber nicht in der Lage, „die Offenheit und Anpassungsfähigkeit für diejenigen Eigenschaften der Umwelt mitzubringen, auf die [das Individuum] in einer Weise lernend reagieren kann, durch die es den Horizont seiner Fähigkeiten zu erweitern vermag“ (Hartmann 2003: 151). Ihre Rolle besteht hauptsächlich darin, „die flexiblen Anpassungsleistungen des menschlichen Organismus auf den engen Horizont wirklich notwendiger Anpassungen zu beschränken“ (Hartmann 2003: 151).

2.2.2. Abgrenzung von Identität: Habitus als Grundlage der Identitätsbildung

Genauso wie Habitus bezeichnet auch Identität „Verhaltensdispositionen, die Menschen im Verlauf ihres Lebens entwickeln. Individuen statten sich selbst mit bestimmten sozialen Merkmalen aus und ordnen sich sozialen Gruppen zu. Auch werden sie von anderen zugeordnet und sozial typisiert [...]“ (Liebsch 2006: 68). Nach Kreis und Gebauer stellt sowohl die persönliche als auch soziale bzw. kollektive Identität eines Individuums einen integralen Bestandteil des Habitus dar (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 46). Während die soziale Identität einem Individuum in Form von Zuschreibungen an Merkmalen und Eigenschaften in Hinblick auf seine Lebensumwelt durch die Gesellschaft zugewiesen wird und somit eng mit der Übernahme von sozialen Rollen in Verbindung steht, stellt die persönliche Identität besondere Merkmale des Individuums dar, die es in Interaktionsprozessen und durch verschiedene situative Erfahrungen über sich selbst so reflexiv verarbeitet, dass diese als Mit-sich-selber-eins-sein erlebt und angenommen werden (vgl. Stangl 2013; Bamberg 2006: 162; Schäfers 2006: 34; Alsaker, Kroger 2007: 372). Die Identität eines Individuums entwi-

ckelt sich somit im Spannungsfeld zwischen Selbstverwirklichung bzw. Wahrung eines gewissen Selbst durch entsprechendes Auftreten und den Erwartungen der Gesellschaft und bildet sich im Prozess des Ausbalancierens bzw. Ausgleichens zwischen persönlichen und sozialen Dimensionen. Dies erfordert vom Individuum – neben dem Einbringen von seinen eigenen Interessen, Bedürfnissen und Werten – sich auch an Erwartungen und Anforderungen des sozialen Umfelds anzupassen (vgl. Kröger 2011: 49; Stangl 2013).

Der Wissenssoziologe Norbert Elias (1897-1990) berichtete in seinem Werk „Die Gesellschaft der Individuen“ von der „Ich-Wir-Identität“, die auf individueller und sozialer Ebene zeigt, wer man ist, und eine unabdingbare Komponente des sozialen Habitus eines Individuums bildet (vgl. Elias 1987: 245f.). So stellt der Habitus nach Elias den Mutterboden dar, „aus dem diejenigen persönlichen Merkmale herauswachsen, durch die sich ein einzelner Mensch von anderen Mitgliedern seiner Gesellschaft unterscheidet“ (Elias 1987: 244). Ähnlich hat auch Jens Keyßner auf eine Basis bildende Funktion des Habitus für die Identitätsentwicklung hingewiesen: „Der erworbene Habitus trägt zunächst zur Entwicklung der Identität der Persönlichkeit bei und wird später über Interaktion mit den Mitmenschen als Klassenhabitus überliefert und für die eigene Persönlichkeit konsolidiert.“ (Keyßner 2009: 66). Die im Habitualisierungsprozess entstehenden Dispositionen sind deshalb für die Entwicklung bzw. Bildung der Identität grundlegend. Als System dauerhafter und übertragbarer Dispositionen produziert der Habitus neben spezifischen Praxisformen auch Wahrnehmungs- und Beurteilungsschemata, die wiederum die soziale Praxis erzeugen. In der sozialen Praxis kommt schließlich die soziale bzw. kollektive Identität zum Ausdruck, die eine Grundlage für die individuelle Identität bildet. So beeinflusst der Habitus als Träger der Wirklichkeitsbedingungen die Identität eines Individuums und gewährleistet nicht nur deren Sicherstellung durch sich selbst – indem er als ein „System von Grenzen“ fungiert – sondern auch die Konstituierung der Identität durch Andere (vgl. Bourdieu 1987: 98; Bourdieu 1998a: 279; Bourdieu 1992: 33; Abels 2010: 225). „Er stellt eine mögliche Quelle für das individuelle Identitätsgefühl dar und verbindet die individuelle Identität mit der Gruppenidentität.“ (Keyßner 2009: 73) Mit der Definierung des Habitus als ein „System von Grenzen“ verdeutlicht Bourdieu, dass der Habitus zwar eine unbegrenzte Fähigkeit besitzt, freie Tätigkeiten, Handlungen, Äußerungen, Wahrnehmungen oder Gedanken hervorzubringen, schränkt diese allerdings stets durch die historischen und sozialen Grenzen seiner Bedingungen ein. In diesem Zusammenhang spricht Bourdieu von einer bedingten bzw. „negativen Freiheit“, die er mit einer sich immer nach Norden gerichteten Magnetnadel vergleicht. (vgl. Bourdieu 1987: 103; Bourdieu 1976: 166; Rehbein 2006: 92).

In der Begrifflichkeit von Bohnsack gehört die Identität, die neben Selbstidentifizierung auch Fremdentifizierung impliziert, zu den Orientierungsschemata, die ein Bestandteil des Ori-

entierungsrahmens i. w. S. bilden, den Habitus bzw. den Orientierungsrahmen i. e. S. strukturieren und auch von ihm erzeugt und konturiert werden (vgl. Bohnsack 2013: 182; Bohnsack 2003a: 140; siehe dazu Kapitel 1.1.2.3.). Genauso wie der Terminus des Habitus verbindet auch derjenige der Identität „die mikrosoziologische Ebene des Handelns von Individuen mit der makrosoziologischen Ebene der gesellschaftlichen Strukturen“ (Liebsch 2006: 68). Der wesentliche Unterschied zwischen den beiden Begrifflichkeiten besteht jedoch darin, „dass die (gelungene) Identitätsbildung eine klare Trennung von Innen und Außen impliziert, während der Habitus gerade auf deren gegenseitige Durchdringung abzielt“ (Lenger et al. 2013b: 22; vgl. auch Liebsch 2006: 68f.).

In Hinblick auf die obigen Ausführungen lässt sich abschließend festhalten, dass der Habitus eine essentielle Grundlage für die Identität und deren Entwicklung bildet. Die Identität – sowohl soziale als auch persönliche – stellt wiederum ein integraler Bestandteil des Habitus dar und trägt zur dessen Konturierung bei.

2.2.3. Abgrenzung von Kultur

Der Begriff der Kultur kommt genauso wie derjenige des Habitus in verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen wie z. B. in der Philosophie, Soziologie, Psychologie, Ethnologie, Anthropologie oder Pädagogik zum Einsatz. Aus diesem Grund herrschen auch unterschiedliche Auffassungen und Einstellungen darüber, was unter Kultur zu verstehen ist. So hielten bspw. die US-amerikanischen Anthropologen Alfred L. Kroeber (1876-1960) und Clyde Kluckhohn (1905-1960) schon in den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts über 160 verschiedene Definitionen von Kultur fest, die sie je nach hervorgehobenen Aspekten und Merkmalen in Kategorien bzw. Definitionstypen zuordneten und daraus schließlich einen Kulturbegriff ableiteten, dessen zentrale Idee bei den meisten Wissenschaftlern zu finden war (vgl. Kutschker, Schmid 2008: 674; Hammel 2007: 1, 5; Kroeber, Kluckhohn 1952: 149). Nach dieser Definition stellt Kultur „das tradierte Wissen und Verhalten eines sozialen Kollektivs“ dar (Beer 2012: 55). Sie besteht „aus expliziten und impliziten Mustern von und für Verhalten. Erworben und weitergegeben wird sie durch Symbole (einschließlich ihrer Verkörperung in Artefakten), welche eine besondere menschliche Leistung darstellen. Der Kern der Kultur besteht aus traditionellen (historisch überlieferten und ausgewählten) Ideen und damit verbundenen Werten“ (Kroeber, Kluckhohn 1952: 181, übers. und zit. nach Beer 2012: 55).

Viele namhafte Wissenschaftler wie Edward B. Tylor (1832-1917), Alfred L. Kroeber (1876-1960), Fred L. Strodbeck (1919-2005), Clyde Kluckhohn (1905-1960), Florence (Rockwood) Kluckhohn (1905-1968), Edward T. Hall (1914-2009), Geert Hofstede, Fons Trompenaars, um nur einige Namen zu nennen, haben sich mit dem Kulturbegriff auseinandergesetzt. Um allerdings eine Abgrenzung der Kulturdefinition vom Habitusbegriff vornehmen

zu können, ist es unabdingbar, sich mit dem Kulturterminus auf dem Gebiet der Soziologie zu befassen. Da allerdings auch in der Soziologie einige hundert Definitionen von Kultur existieren (vgl. Abfalter 2010: 151; Rauhe 1994: 5), soll auf den Kulturbegriff bzw. das Kulturverständnis von Bourdieu zurückgegriffen werden, um den Zusammenhang zwischen Habitus und Kultur besser herausarbeiten und nachvollziehen zu können.

2.2.3.1. Kulturverständnis von Bourdieu

Bei seiner Kulturdefinition knüpft Bourdieu an ein sozialwissenschaftliches Begriffsverständnis an, nach dem Kultur als „eine jeweilige Gesamtheit symbolischer, ideeller und materieller Ausdrucksformen“ charakterisiert wird (Bauer 2009: 158). Diese Ausdrucksformen beziehen sich dabei „auf konkrete Interaktionsverhältnisse, Institutionen, gruppen- oder gesellschaftsspezifische Ritualisierungen [...], die bewusst oder unbewusst vollzogen [...] und somit als Stabilität garantierende normen- und wertbezogene Bindungen verstanden werden“ (Bauer 2009: 158). Der Kulturbegriff von Bourdieu ist demnach ethnografisch-vergleichender Natur und umfasst neben sprachlichen Gesten auch „alle übrigen Formen kultureller Formationen, die modernen wie die ‚klassischen‘ Versuche der Sinnzuschreibung und -produktion (Mythos, Ritual, Doxa) sowie die alltäglichen Modi sozialen Handelns (die Begrüßung, den Gabentisch, die Gastfreundschaft etc.)“ (Bauer 2009: 158). Des Weiteren kommen hierzu noch die modernen Ritualisierungen in der Partnerschaft bzw. Kindererziehung, den Alltagsgeschmack sowie den institutionalisierten Kunst- und Kulturkonsum (vgl. Bauer 2009: 160).

Genauso wie Vertreter eines „symbolischen“ Ansatzes und semiotischen Kulturterminus, nach dem sich Kultur aus „Bedeutungsgeweben“ und Systemen geordneter Symbole zusammensetzt (vgl. Beer 2012: 60), lehnt auch Bourdieu sein Kulturverständnis an das Konzept der symbolischen Ordnung an. Sie beinhaltet „ein Bedeutungssystem gesellschaftlich anerkannter Zeichen und Praktiken, mit denen und durch welche die soziale Realität wahrgenommen und bewertet wird“ (Bauer 2009: 159). Ähnlich wie die symbolische Ordnung interagiert auch die Eigenlogik der kulturellen Sphäre mit gesellschaftlichen Strukturbedingungen, die diese strukturieren und auch von ihr reproduziert und konturiert werden. Da es beim Bourdieuschen Kulturbegriff primär um die Frage der gesellschaftlichen Herrschaftsbeziehungen geht, für die die kulturelle Ordnung die Grundlage bildet, betrachtet er Kultur einerseits als Medium von Herrschaft, andererseits aber auch als eine Art *modus operandi*, „die Möglichkeit, Herrschaft zu erlangen, zu legitimieren oder zu delegitimieren“ (Bauer 2009: 160). Ein Beispiel eines klassenspezifischen kulturellen Musters stellen für Bourdieu Sprachartikulation, Fleiß, Stil, Neugierde oder Konzentration dar. Sobald diese kulturellen Muster im Habitualisierungsprozess verinnerlicht bzw. inkorporiert werden, fungieren sie als natürliche Eigenschaften des Individuums und können in einen messbaren Gewinn um-

gewandelt werden (z. B. Erreichung eines akademischen Grades). So sind kulturelle Kompetenzen nach Bourdieu „immer zugleich Muster der aktiven gesellschaftlichen Distinktion“ (Bauer 2009: 160).

Abgesehen vom Bourdieuschen Gedanken der sozialen Herrschaft und kultureller Distinktionskämpfe, den er stets mit seinem Kulturbegriff zu erklären suchte, lassen sich nach diesem kurzen Definitionsaufriß deutliche Parallelen zum Habitusbegriff ziehen. Genauso wie der Terminus der Kultur wird auch derjenige des Habitus durch viele ähnliche Aspekte und Merkmale konturiert, was die beiden Definitionen in einen engen Zusammenhang bringt. An der Stelle, wo Bourdieu von Kultur als eine Art *modus operandi* spricht, die gesellschaftliche Strukturbedingungen reproduziert und von denen wiederum strukturiert wird, entsteht sogar der Eindruck einer synonymen Verwendung der Begrifflichkeiten. Aus diesem Grund soll im Weiteren das Verhältnis zwischen Kultur und Habitus sowie die Frage, unter welchen Bedingungen Kultur zu Habitus wird, näher betrachtet werden.

2.2.3.2. Habitus als inkorporiertes Kulturkapital

Jedem Individuum stehen soziale, ökonomische und kulturelle Ressourcen oder im Sinne von Bourdieu Kapitalformen zur Verfügung, die den Habitus konturieren und durch ihn auch reproduziert werden (siehe Abb. 2). Das ökonomische Kapital stellt jede Art des materiellen Reichtums wie Grundbesitz, Schmuck, Wertpapiere etc. dar, der unmittelbar in Geld konvertierbar und durch das Eigentumsrecht institutionalisiert ist. Unter dem sozialen Kapital wird „die Gesamtheit der aktuellen und potenziellen Ressourcen [verstanden], die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten *Beziehungen* gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind“ und „auf der *Zugehörigkeit zu einer Gruppe* beruhen“ (Bourdieu 1992: 63, Hervorheb. i. Original). Das kulturelle Kapital vereint in sich sowohl quantitative als auch qualitative Erscheinungsformen und unterteilt sich demnach in inkorporiertes, objektiviertes und institutionalisiertes Kulturkapital. Die wahrgenommene und als legitim anerkannte Form des ökonomischen, sozialen und kulturellen Kapitals stellt nach Bourdieu das symbolische Kapital dar, das sich auf Bekanntheit und Anerkennung gründet und den Individuen Prestige, Renommee, Privilegien, Position und Reputation verleiht. Das symbolische Kapital wird auch von Bourdieu mit dem Sozialkapital gleichgesetzt: So bewegt sich das soziale Kapital „ausschließlich in der Logik des Kennens und Anerkennens, dass es immer als symbolisches Kapital funktioniert“ (Bourdieu 1983: 195; Bourdieu 1985: 11).

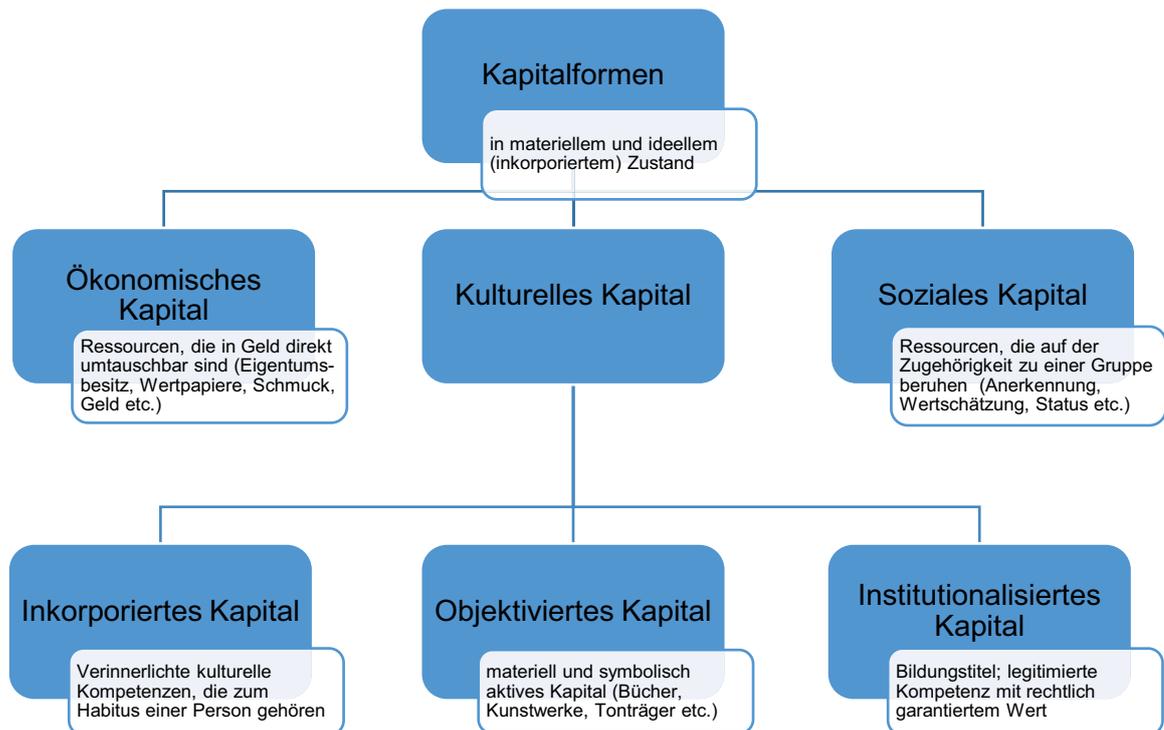


Abb. 2: Kapitalformen nach Bourdieu (Eigene Darstellung, angelehnt an Bourdieu 1983: 183-198)

Während das objektivierte Kulturkapital materialisierte kulturelle Güter wie Bücher, Gemälde, Kunstwerke, Tonträger etc. bildet und mit dem institutionalisierten Kulturkapital (einer Form der Objektivierung) Schul-, Universitätsabschlüsse und Bildungstitel gemeint sind, stellt das inkorporierte bzw. verinnerlichte Kulturkapital kulturelle Fähigkeiten, Fertigkeiten, Wissensformen und soziale Kompetenzen dar, „die man durch ‚Bildung‘ – freilich in einem sehr allgemeinen, nicht nur schulisch-akademischen Sinne – erwerben kann“ (Schwingel 1998: 84). So nimmt z. B. die familiäre Primärerziehung einen entscheidenden Einfluss auf die Ausbildung des kulturellen Kapitals, das wiederum eine wichtige Rolle bei der ersten Prägung des Habitus spielt. Wie alle verinnerlichten Dispositionen des Habitus bleibt auch das kulturelle Kapital „immer von den Umständen seiner ersten Aneignung geprägt. Sie hinterlassen mehr oder weniger sichtbare Spuren, z. B. die typische Sprechweise einer Klasse oder Region“ (Bourdieu 1992: 57, zit. nach Schwingel 1998: 85). Ähnlich wie der Habitus ist das kulturelle Kapital als verinnerlichte, inkorporierte kulturelle Kompetenz i. d. R. stets körper- bzw. personengebunden und „setzt einen im Verlaufe der Sozialisation längerwährenden Verinnerlichungsprozess voraus, der jedoch nicht zwangsläufig bewusst verlaufen muss“ (Schroeter 2008: 368). So wird das inkorporierte Kapital zur habituellen Disposition eines Individuums, „das als Kompetenz im kognitiven Sinne oder Geschmack im ästhetischen Sinne fungiert“ (Schroeter 2008: 368). Es stellt Bourdieu zufolge ein Besitztum dar, „das zu einem festen Bestandteil der ‚Person‘, zum Habitus geworden ist; aus ‚Haben‘ ist ‚Sein‘ geworden“ (Bourdieu 1992: 56). Das Schlüsselkonzept bei der Habitusgenese stellt demnach die Inkorporierung bzw. Einverleibung der Kultur, der Geschichte

und des Sozialen dar. Sobald das Kulturkapital in Form von kultureller Kompetenz inkorporiert wird, kommt Kultur in und über jene dauerhaften Dispositionen zum Ausdruck, die den Habitus bilden (vgl. Fröhlich 2004: 39; Brenner 2003: 35). Bestehend aus den in der kulturellen Praxis erworbenen, handlungsleitenden Dispositionen (Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata) einer Gesellschaftsklasse bzw. eines Milieus und bedingt durch bestimmte soziale Lage und Existenzbedingungen generiert der Habitus einen spezifischen Lebensstil und spiegelt wiederum die Alltagskultur bestimmter sozialer Schichten und deren Zugehörigen wider (vgl. Bourdieu 1974: 40; Bourdieu 1998a; Schönhuth 2006).

Als Teil des Kulturkapitals in seinem verinnerlichten bzw. inkorporierten Zustand berücksichtigt der Habitus die ideelle Form der Kultur. In seiner Funktion als Bindeglied zwischen dem physiologischen Körper eines Individuums und der Kultur einer Gesellschaft stellt er die verinnerlichte Gesellschaft dar und bietet somit die Möglichkeit an, die Eigenart des kulturellen Kapitals bzw. der Kultur in ihrer Komplexität soziologisch zu erfassen (vgl. Rehbein 2006: 94; Berger, Luckmann 1995: 65; Engler 2013: 250). Kultur findet im Habitus ihren Ausdruck, verstanden als „von Individuen im Lebensprozess erworbene spezifische Dispositionen, welche zu intersubjektiver Bedeutungsbildung und zu sinnhaftem Handeln befähigen“ (Wicker 1996: 385, zit. nach Brenner 2003: 38). So lassen sich mit dem Habitus unbewusste Aspekte der Kultur im Individuum und somit auch unbewusste Habitusdispositionen, die einheitliche und systematische objektive Bedeutungen besitzen, untersuchen.

2.2.4. *Abgrenzung von Mentalität*

Ursprünglich kommt das Wort „Mentalität“ (lat. *mens*, auf den Geist bezogen) aus dem Englischen „mentality“ und wird im alltäglichen Sprachgebrauch als Geisteshaltung, Gemütsart, Einstellung oder auch als eine besondere Art des Denkens und des Fühlens verstanden (vgl. Bibliographisches Institut GmbH 2013e; Schilling 2003: 77; Sellin 1985: 556). Genauso wie der Habitus ist die Mentalität eine mentale oder im Sinne von Theodor Geiger (1891-1952) „geistig-seelische Disposition, [...] unmittelbare Prägung des Menschen durch seine soziale Lebenswelt und die von ihr ausstrahlenden, an ihr gemachten Lebenserfahrungen“ (Geiger 1987: 77). Das heißt, dass Mentalitäten im Alltag verwurzelt oder im Sinne von Bourdieu inkorporiert sind und ihre Äußerung im alltäglichen Lebensvollzug erfahren. Sie seien eine Haut, so Geiger, und können deshalb nicht wie ein Kleidungsstück bzw. ein Gewand, das Geiger mit einer Ideologie vergleicht, gewechselt werden (vgl. Geiger 1987: 78). Als „formlos-fließende“ Vermittlungsinstanz zwischen der sozialen Lage und den „fest-geformten“ Ideologien, die wiederum auf Mentalitäten zurückwirken können, beinhaltet Mentalität eine ausgeprägte psychische bzw. geistige Komponente (vgl. Spode 1999: 34). So bilden Einzelheiten des Alltagslebens wie „Gewohnheiten des Konsums und der sonstigen Lebenshaltung, Freizeitverwendung, Lesegeschmack, Formen des Familienlebens und der

Geselligkeit“ (Geiger 1987: 80) in ihrem Ensemble den Typ des Lebensduktus und somit auch Mentalität.

Abgesehen davon, dass die übliche Verwendungspraxis des Mentalitätsbegriffes im Gegensatz zum Habitusbegriff vorrangig im Modus der Kognition stattfindet, erscheint die genaue Abgrenzung der Termini als schwieriges Unterfangen. In vielen Aspekten überschneiden sich die beiden Definitionen und werden von manchen Wissenschaftlern sowie auch in Lehrbüchern weitgehend synonym angewandt. So berichtet z. B. Herbert Willems davon, dass der Habitusbegriff sowohl dem Terminus der Mentalität als auch den benachbarten Begriffen wie Denkart, Denkgewohnheit, Denkstil und „mentale Struktur“ deutlich ähnelt (vgl. Willems 2008: 79). Auch Andreas Dörner und Ludgera Vogt sind der Auffassung, dass dem Begriff der Mentalität innerhalb der geschichtswissenschaftlichen Analyse forschungsstrategisch eine ähnliche Funktion wie dem Habitusbegriff im Konzept von Bourdieu zukommt. So lenkt die Definition der Mentalität genauso wie die des Habitus „die Aufmerksamkeit auf die jeweilige Struktur kollektiv geteilter Vorstellungen, Wertmuster und emotionaler Einstellungen, die das Handeln der Individuen und ihre Reaktionen auf elementare Lebenssituationen in bestimmter Weise programmiert. Als kulturelle Selbstverständlichkeiten stecken Mentalitäten gleichsam einen Horizont des Möglichen ab: Mentalitäten sind die Dispositionen, mit denen Menschen einer Situation begegnen und diese dadurch selbst wieder gestalten [...]“ (Dörner, Vogt 1994: 99f.). Ähnlich betont auch Roger Chartier, dass Mentalität „nicht bloß Ausdruck der sozioökonomischen Strukturen [sei], vielmehr habe die Wahrnehmung dieser Strukturen selbst strukturierende Kraft“ (Habermas 2000: 60). Dies entspricht der Definition des Habitus, der selbst als strukturierte Struktur bzw. Produkt von Praktiken und als strukturierende Struktur bzw. Produzent von Praktiken fungiert (vgl. Rehbein 2006: 87; Klein 2006: 244). Des Weiteren ist die Mentalität genauso wie der Habitus ein Teil der Kultur. „Zur Mentalität gehören die in der Kultur entwickelten Ideen und Werte sowie die Konventionen ihrer Darstellung.“ (Posner 1991: 38) Durch unterschiedliche Verknüpfungen und Überkreuzungen entstehen aus einzelnen Zügen der Mentalität „komplexe Typen des sozialen Habitus“. So können objektive soziale Lagen einen typischen Habitus hervorbringen (vgl. Geiger 1987: 13). Die beiden Definitionen sind demzufolge fest miteinander verwoben und bilden im gewissen Sinne eine grundlegende Basis füreinander.

Trotz vieler Ähnlichkeiten, Überschneidungen sowie auch der literaturwissenschaftlichen definitorischen Synonymität der beiden Termini, sollen jedoch deren wenigen semantischen und begrifflichen Unterschiede herausgearbeitet und die Wahl des Habitusbegriffs für die vorliegende Arbeit begründet werden. Spode zufolge ist die Mentalitätsforschung zwar ein transdisziplinäres Projekt, das seine Anwendung in etlichen Bindestrichgeschichten, wie Geschlechter-, Medizin- oder Alltagsgeschichte, in der historischen Demographie, Soziologie

und Psychologie sowie auch in der Kulturgeschichte und Ethnologie findet, stützt sich allerdings schwerpunktmäßig auf historische Verläufe, um konstante soziokulturelle psychosoziale Dispositionsmuster zu extrahieren und historische Sachverhalte und Kausalitäten zu beschreiben (vgl. Köster 2008: 75). Sie dient zur Erklärung von ideologischen Präferenzen und kann i. w. S. auch als „Historische Anthropologie“ charakterisiert werden. „Dabei steht jedoch nicht das Handeln eines als fertig und unwandelbar unterstellten Menschen im Vordergrund, sondern vielmehr der ‚Prozess der Menschwerdung selbst, oder richtiger: die Prozesse, durch die Menschen zu dem wurden, was sie jeweils waren‘“. (Raulff 1996: 8, zit. nach Buntfuss 1997: 77) Demzufolge bezieht sich Mentalität auf übergreifende Deutungen von Erfahrungsperspektiven und mentalen Dispositionen von sozialen Gruppen, um anthropologische Kollektivphänomene, Vorstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen historischer Lebenszeiten, Epochen oder Umbruchsituationen wie z. B. die Zeit der Französischen Revolution herauszuarbeiten (vgl. Buntfuss 1997: 77f.). Der Mentalitätsbegriff spezialisiert sich dabei auf bestimmte Sinn-, Wahrnehmungs-, Denk- und Emotionszusammenhänge im (Er-)Leben und Handeln und fungiert als Kategorie des „objektiven Geistes“ (Willems 2012: 113; Buntfuss 1997: 78). Der Habitusbegriff führt jedoch darüber hinaus. In Anbetracht seiner sachlichen Vielseitigkeit ist er universal einsetzbar und impliziert neben dem mentalen, den Geist betreffenden Gefüge auch das gesamte Erscheinungsbild einer Person, das Bourdieuschen Überlegungen zufolge den Lebensstil, die Sprache, den Geschmack, die Kleidung sowie nach Willems gesellschaftliche und gruppenspezifische Mentalitäten und Mentalitätstypen einschließt (vgl. Willems 2012: 113, 171; Rehbein 2006: 90; Bourdieu 1998a). Zudem kann das Habituskonzept von Bourdieu für viele unterschiedliche Fachrichtungen bzw. Disziplinen, analytische Ebenen, soziale Eigentümlichkeiten und Phänomene verwendet und zur Analyse sozialer Strukturen und Institutionen eingesetzt werden, ohne das Handeln von Individuen bzw. Akteuren in der Praxis aus den Augen zu verlieren (vgl. Lenger et al. 2013b: 32; Mayer 2013). So kann Willems zufolge der Habitusbegriff als Oberbegriff und die Habitus-theorie als Obertheorie betrachtet werden. „‘Gewohnheit‘ und ‚Mentalität‘ sind darin inkludiert resp. inkludierbar“. (Willems 2012: 101)

Des Weiteren hat Bohnsack auf Basis des Habituskonzeptes von Bourdieu und der Wissenssoziologie von Mannheim die dokumentarische Methode ausgearbeitet, die ihre Anwendung in der qualitativen resp. rekonstruktiven Sozialforschung findet und einen rekonstruktiven Forschungszugang zum Habitus mittels der Auswertung und Interpretation von Analysematerial (Bild und Text) ermöglicht (siehe z. B. Bohnsack 2011a, 2011b, 2010). Aus diesem Grund wurde die Entscheidung bewusst für den Begriff des Habitus getroffen, um die visuelle Selbstdarstellung von Deutschland, Österreich und den Niederlanden zu untersuchen und ihre landesspezifischen Habitus aus dem manifesten Bildmaterial rekonstruieren zu können.

Im Folgenden soll nun auf die Universalität bzw. mannigfaltige Verwendbarkeit des Habitusbegriffs, insbesondere in Hinblick auf die Analyse und Herausarbeitung von Staatenhabitus, näher eingegangen werden.

2.3. Vom Habitus eines Individuums zum Staatenhabitus

Als eine Vermittlungsinstanz zwischen Struktur und Praxis, Individuum und Gesellschaft fungiert der Habitus zwischen der Mikroebene der habitualisierten Handlungen eines Individuums und der Makroebene der gesellschaftlichen Strukturen und Institutionen, die in ihrer Gesamtheit i. w. S. auf Länder, Staaten und auch Nationen zu beziehen sind (vgl. Endreiß 2013: 223; Kraus, Gebauer 2013: 77ff.; Liebsch 2006: 72). Neben der politischen Komponente, die eine Reihe von Institutionen und Verwaltungseinheiten impliziert, weisen Staaten eine genuin soziale Komponente auf: Sie erscheinen als kollektive Orientierungsrahmen von Gruppen bzw. als eine Zusammenstellung unterschiedlicher Lebensentwürfe und Traditionen, wodurch eine Brücke zwischen der Mikro- und Makroebene geschlagen wird (vgl. Schuhmacher 2013: 11). Die Vermittlerrolle des Habitus und die Fruchtbarkeit des ihm zugrundeliegenden Konzeptes von Bourdieu, den Zusammenhang zwischen ihnen und außen zu konzeptualisieren, unterstreicht auch Karl Maton (2008: 53): „Habitus is the link not only between past, present and future, but also between the social and the individual, the objective and subjective, and structure and agency.“ An dieser Schnittstelle zwischen Subjekt und Objekt, zwischen Individuum und Gesellschaft sieht ebenfalls Florian Schumacher in Anlehnung an Jan Assmann und Maurice Halbwachs (1877-1945) den kollektiven Habitus, dessen wesentliches Element sich im Prozess der Verinnerlichung der Vergangenheit innerhalb einer Kultur gründet. Diese gemeinsame Vergangenheit ist nach Schumacher Teil des nationalen Habitus, „weil es jedem Mitglied der nationalen Gruppe ermöglicht, sowohl ‚Ich‘ als auch ‚Wir‘ sagen zu können. Es bindet den Einzelnen und die Einzelne an die gemeinsamen Regeln und Werte sowie an die gemeinsam bewohnte Vergangenheit“ (Schumacher 2013: 74). Selbst Bourdieu unterstreicht in seinem Habituskonzept, dass „die Geschichte des Individuums nie etwas anderes als eine gewisse Spezifizierung der kollektiven Geschichte [ist]“ (Bourdieu 1976: 189).

Ähnlich hat auch Mannheim darauf hingewiesen, dass nicht nur gruppenhafte Phänomene wie Familien, Cliquen, Freund- und Nachbarschaften sich auf der Grundlage der konjunktiven Erfahrung und Verständigung konturieren, sondern auch Milieus und Generationen, die die Zeit strukturieren und über die sich Staaten und Nationen als langlebige Institutionen erstrecken (vgl. Bohnsack 2013: 184; Balibar 2005: 40). Das gemeinsame existenzielle und handlungspraktische Erleben „zeitgeschichtlicher Veränderungen und Umbrüche konstituiert [...] Gemeinsamkeiten oder Strukturidentitäten der ‚Erlebnisschichtung‘ und somit einen ‚Generationszusammenhang‘ [...], einen konjunktiven Erfahrungsraum, welcher als ‚objek-

tiv-geistiger Strukturzusammenhang' [...] jene verbindet, die nicht in Kommunikation miteinander stehen und die einander gar nicht kennen brauchen" (Bohnsack 2013: 184f.). Das Erleben ist in diesem Sinne nicht identisch, sondern gleichartig bzw. strukturidentisch. So lässt sich dieses strukturidentische Erleben zeitgeschichtlicher Veränderungen und Umbrüche, das sich nach Mannheim im Bereich von Generationenmilieus konstituiert, ebenso auf die einzelnen Staaten und Nationen mit ihrem kollektiven Gedächtnis bzw. Wissensbestand und somit auf ihren kollektiven Habitus übertragen, der sich aus Gemeinsamkeiten und Strukturidentitäten der Erlebnisschichtung bzw. Sozialisationsgeschichte zusammensetzt (vgl. Halbwachs 1967; Berger, Luckmann 1995: 73; Bohnsack 2013: 185; Bohnsack 2010a: 60).

Mit dem Habitus wird ein Teil der gesellschaftlichen sozialen Strukturen und Ordnungen von Individuen einverleibt bzw. verinnerlicht. Durch die Inkorporierung der eigenen Position im spezifischen sozialen Umfeld, die sich im Habitus einer Person und ihrer Verhaltensweise widerspiegelt, objektiviert sich die Geschichte in zweifacher Form: auf der einen Seite in den Institutionen sowie deren Hierarchien und auf der anderen Seite im Habitus. „Die soziale Realität existiert sozusagen zweimal, in den Sachen und in den Köpfen, in den Feldern und in den Habitus, innerhalb und außerhalb der Akteure.“ (Bourdieu, Wacquant 1996b: 161, zit. nach Kraus, Gebauer 2013: 34)

„Einmal im Habitus eingelagert, funktionieren die verinnerlichteten gesellschaftlichen Strukturen zwar nach einer dem lebenden Organismus eigenen, das heißt nach einer systematischen, flexiblen, nicht mechanistischen Logik. Doch erst die Existenz und Funktionsweise dieser zugleich ‚strukturierten und strukturierenden Struktur‘ in den Subjekten erlaubt es, ‚die Institutionen zu bewohnen, sie sich praktisch anzueignen, um sie dadurch in Aktion, am Leben, bei Kräften zu erhalten, den in ihnen niedergelegten Sinn wieder mit Leben zu erfüllen [...]‘.“ (Bourdieu 1980: 96, zit. nach Kraus, Gebauer 2013: 34 (eigene Übersetzung der Autoren)

Das Habituskonzept von Bourdieu bringt in diesem Kontext ein komplett anderes Verständnis des Zusammenhangs von Gesellschaft und Individuum mit, das i. w. S. ebenso für Individuen eines Staates angewandt werden kann. Mit der Verknüpfung dieser Mikro- und Makroebenen überwindet Bourdieu „den Antagonismus von Subjekt und Objekt und kann so die Praktiken von sozialen Akteuren in verschiedenen sozialen Zusammenhängen (Sozialstrukturen, Feldern, Milieus etc.) analysieren“ (Lenger et al. 2013b: 32f.). Lenger, Schneickert und Schumacher sind dabei der Auffassung, dass damit nicht nur die Einheitlichkeit des Handelns in verschiedenen Kontexten bzw. auf unterschiedlichen Feldern erörtert, sondern auch die Idee der Ausdifferenzierung von Gesellschaften untermauert werden kann, ohne dabei die Strukturierungskraft sozialer Ungleichheiten und Klassenkämpfe innerhalb dieser Gesellschaften auszublenden (vgl. Lenger et al. 2013b: 32f.). Schumacher zieht an dieser Stelle eine Parallele zum Klassenhabitus von Bourdieu und spricht von der Differenzierung zwischen unterschiedlichen sozialen Klassen, die genauso auf die einzelnen Ge-

sellschaften sowie auch weitere größere Sozialstrukturen und Institutionen wie etwa Staaten und Nationen übertragen werden kann (vgl. Schumacher 2013: 78; zum Klassenhabitus siehe Bourdieu 1998a: 689-690).

Die Individuen sind im Grunde genommen bis ins Innerste gesellschaftlich. Sie stellen ein gesellschaftliches Produkt dar und „sind durch ihre körperliche Existenz, durch ihre Bewegungen, Blicke und Gesten, immer schon Mitglieder der Gesellschaft“ (Engler 2013: 250; vgl. auch Rehbein 2006: 94; Berger, Luckmann 1995: 65). Wie Elias betonte, besteht jede menschliche Gesellschaft „aus einzelnen Individuen, und jedes menschliche Individuum wird menschlich nur, wenn es zu handeln, zu sprechen, zu fühlen lernt in Gesellschaft von anderen. Die Gesellschaft ohne Individuen, das Individuum ohne Gesellschaft ist ein Unding“ (Elias 1987: 108f.). Beate Kraus und Gunter Gebauer unterstreichen dabei eine konstitutive Rolle jedes Einzelnen in der Gesellschaft und seinen aktiven Beitrag zur Erzeugung der sozialen Welt:

„Dieses In-der-Gesellschaft-Sein ist nicht als passives Ruhen in der Gesellschaft zu verstehen, es ist viel mehr von vornherein Tätigkeit, aktive Auseinandersetzung mit der sozialen Welt. Gesellschaft und Individuum erzeugen sich gegenseitig. [...] Die Beteiligung der Individuen an sozialen Prozessen erschöpft sich nicht darin, dass sie Erfahrungen machen, dass sie Rollen übernehmen und sich in Interaktionen gegenüber anderen behaupten – sie besteht wesentlich auch darin, dass sie mit ihrem Handeln, mit ihren Sinnen selbst die soziale Welt erzeugen.“ (Kraus, Gebauer 2013: 78)

Ebenso sieht Bourdieu Individuen als Subjekte der Geschichte in ihrer ursprünglichen Gesellschaftlichkeit. Er betrachtet sie allerdings keineswegs isoliert, als wäre jeder Einzelne von ihnen Schöpfer oder Erzeuger seiner eigenen sozialen Umwelt (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 80f.). Die Gesellschaft nimmt durch den Habitus, das „Körper gewordene Soziale“ (Bourdieu, Wacquant 1996: 161), in den handelnden Individuen Gestalt an und geht aus der als gemeinsam erlebten sozialen Welt der Individuen hervor. So verselbständigen sich die gesellschaftlichen Strukturen und Institutionen, zu denen wie bereits begründet Staaten und Nationen gehören, und konstituieren sich wiederum in sozialen Subjekten, werden von ihnen angeeignet und gestaltet (vgl. Kraus, Gebauer 2013: 81; Schumacher 2013: 73). Florian Schumacher beschreibt diesen Prozess anhand einer Nationenbildung wie folgt:

„Eine Nation entspringt also ursprünglich der subjektiven gemeinsamen Weltwahrnehmung einer Gruppe von Menschen, wird durch Institutionalisierung objektiviert und wirkt schließlich in ihrer objektivierten Form auf die Gruppe zurück, die ihre nationale Identität an ihrem institutionalisierten Entwurf der gemeinsamen Nation ausrichtet.“ (Schumacher 2013: 73)

Mit der gegenseitigen Konstituierung von sozialen Strukturen und handelnden Individuen erlaubt das Habituskonzept von Bourdieu „im Zentrum des Individuellen selber Kollektives zu entdecken“ (Bourdieu 1974: 132). Da Individuen bzw. soziale Subjekte Repräsentanten der Gesellschaft, eines Staates oder auch einer Nation sind, kann auch der Staatenhabitus als umfassender Habitus der Staatsbürger, der gemeinsame Denk-, Wahrnehmungs- und Handlungsschemata impliziert, betrachtet werden. Der Staat erscheint dadurch als eine in sich stimmige Gesamtheit und kann in Anlehnung an Schumacher und seine Überlegungen

zum nationalen Habitus in gewisser Weise als eine symbolische Sinnwelt fungieren. Er stellt für sein jedes einzelne Mitglied ein Bezugssystem für die kollektive Identität und somit auch für den kollektiven, nationalen Habitus dar.

„Die objektivierte symbolische Sinnwelt [der] Nation dringt also in die Selbstauffassung der einzelnen Mitglieder ein und wird mit der Einzelbiographie verwoben. Die objektive Nation wird damit zum imaginären Ort der Identität im einzelnen Subjekt. Die symbolische Sinnwelt der Nation gibt [...] dem Einzelnen die Gewissheit darüber, dass er richtig lebt und eben der ist, als den er sich ansieht.“ (Schumacher 2013: 73)

Ein weiterer Aspekt, den die Gesellschaft übernimmt und der auch auf Staaten und ihre gesellschaftliche Rolle übertragen werden kann, betrifft eine Einordnungsfunktion, die die Eingliederung von Individuen in die gesellschaftlichen Kategorien impliziert. Kraus und Gebauer stellen fest, dass die Art der Erfahrungen, die ein Individuum in seinem spezifischen sozialen Umfeld erwirbt, maßgebend durch drei Kategorien – Klasse, Geschlecht und soziales Feld – konstituiert wird. Die Eingliederung der Individuen in diese Kategorien findet dabei auf der Seite der Gesellschaft statt. Werden unterschiedliche Personen in die gleichen Kategorien eingegliedert, können sie viele Erfahrungen von ähnlicher Art machen und weisen demzufolge einen für ihre Kategorien ähnlichen Habitus auf (vgl. Kraus, Gebauer 2013). Ebenso wie die Weltwahrnehmung verschiedener sozialer Subjekte je nach ihrer Position in der Gesellschaft grundsätzlich unterschiedlich ist, erscheinen auch Weltwahrnehmungen unterschiedlicher Staaten je nach ihrer politischen und wirtschaftlichen Machtstellung in der Welt verschieden. So stellt auch der Staatenhabitus „eine Art inkorporiertes kollektives Gedächtnis dar und verweist damit auf das einzelne Subjekt ebenso wie auf die objektiven Strukturen“ (Schumacher 2013: 76f.). Er impliziert dabei die Gesamtheit der Orientierungen, Handlungen und Praktiken in unterschiedlichsten Bereichen und Feldern und hebt die Homologien des „praktischen Sinns“ der Individuen hervor.

Genauso wie der Habitus eines Menschen sich im Laufe seines ganzen Lebens verändert, modifiziert sich auch der nationale bzw. landesspezifische Habitus der Staaten über Jahrhunderte. Sein Kern bleibt jedoch beständig und unverändert (vgl. Kubisch 2008: 73). Durch eine gemeinsame Geschichte, die gleiche Sprache und gemeinsame Kultur entwickeln Menschen, die zusammen in einem Staat leben, im Laufe der Zeit viele gemeinsame Eigenschaften. Nach Berger und Luckmann kommt dabei eine besonders wichtige Rolle der gemeinsamen Sprache zu. Als ein bedeutungsvolles Instrument und Fundament eines kollektiven Wissensbestandes oder im Sinne von Halbwachs eines kollektiven Gedächtnisses „vergegenständlicht [Sprache] gemeinsame Erfahrungen und macht sie allen zugänglich, die einer Sprachgemeinschaft angehören“ (Berger, Luckmann 1995: 72, vgl. auch Halbwachs 1967). Ferner ist sie „das wichtigste Medium, durch das die vergegenständlichten und zu Objekten gewordenen Sedimente als Tradition der jeweiligen Gemeinschaft überliefert werden“ (Berger, Luckmann 1995: 73). So erleben und teilen Menschen miteinander

gleichartige, strukturidentische Erfahrungen z. B. in Bezug auf dieselben öffentlichen Institutionen (Schulsystem, Behörden etc.), Rechtsvorschriften, Riten, Bräuche und Traditionen. Dazu kommen noch klimatische, geografische, politische und ökonomische Besonderheiten des Landes, die sowohl das ganze Volk als auch jeden einzelnen Bewohner eines Staates auf eine besondere Art und Weise prägen und von denen anderer Staaten unterscheiden (vgl. Benkhoff 2013: 3; Schumacher 2013: 24, 73).

Zusammenfassend ist Folgendes zu resümieren: Der Staatenhabitus lässt sich als ein konjunktiver Erfahrungs- und Handlungsraum der Mitglieder eines Staates beschreiben, der sich aus dem gemeinsamen existenziellen und handlungspraktischen Erleben zeitgeschichtlicher Veränderungen und der Verinnerlichung der Vergangenheit innerhalb einer Kultur zusammensetzt.

2.4. Kritische Würdigung des Habituskonzeptes und seine Anwendung auf Länder und Staaten

Wie in den obigen Ausführungen bereits argumentiert und betrachtet wurde, besteht die essentielle Stärke des Habituskonzeptes darin, dass es nicht nur auf lokale Kollektive wie Klassen und gesellschaftliche Schichten angewandt werden kann, sondern auch auf solche Kollektive, die sich regional, national oder auch ethnisch definieren. Das Habituskonzept von Bourdieu lässt daher den Vergleich unterschiedlicher Habitus zu, sei es z. B. der Habitus von Deutschen, der mit dem von Österreichern verglichen wird, oder auch der Vergleich unterschiedlicher in Deutschland auffindbarer Habitus. Auf solche Weise können die Distinktion und Relativierung hinsichtlich anderer Habitus zu einer präziseren Konturierung und Verdeutlichung eines Staatenhabitus beitragen. So gehen laut Srdan Petkovic historische Strategien und Erfahrungen der Abhebung von anderen Habitus bzw. der Anlehnung an diese in den jeweiligen landesspezifischen Habitus selbst mit ein (vgl. Petkovic 2003: 64). Im Fahrwasser dieser Argumentation wird deutlich, dass das Bourdieusche Habituskonzept für die Habitusanalyse unterschiedlicher Länder, Staaten, Nationen sowie auch ethnischer Gruppen eingesetzt werden kann.

Trotz seiner universalen Einsetzbarkeit und der damit zusammenhängenden hohen Verbreitung in den wissenschaftlichen Kreisen (siehe z. B. Lenger et al. 2013a; Wiedemann, Meyen 2013, Schumacher 2013; Kröger 2011; Biermann 2009a; Michel 2006) weist das Habituskonzept von Bourdieu jedoch einige Unzulänglichkeiten auf, die an dieser Stelle kurz angerissen und diskutiert werden sollen. Der Schwerpunkt wird dabei auf die für die vorliegende Arbeit relevanten Kritikpunkte gelegt.

In Kapitel 2.2 wurde bereits zum Ausdruck gebracht, dass eine definitorische Abgrenzung des Habitusbegriffs von anderen, dem Terminus verwandten Definitionen wie Gewohnheit,

Identität, Kultur und Mentalität als schwieriges Vorhaben erscheint. Eine präzise Ausdifferenzierung ist oft nicht möglich, da die Grenzen meist fließend sind und eine Definition in die andere öfters nahtlos übergeht. Es existiert eine Reihe von wissenschaftlichen Ansätzen, die sich mit der Untersuchung kultureller Unterschiede in Hinblick auf Werte, Mentalitäten und Identitäten befassen und dabei auf die differente Terminologie und analytische Herangehensweise zurückgreifen (siehe z. B. Forschungsbereiche der Mentalitätsgeschichte und Identitätsforschung). Dies bringt Schwierigkeiten mit sich vor allem in Bezug auf eine methodisch-theoretische Begründung der Auswahl eines für die Betrachtung und Analyse von unterschiedlichen Ländern definitorischen Instrumentariums. Selbst Bourdieu zieht keine klare Grenze zwischen seinen Definitionen Habitus und Kultur und spricht von beiden als eine Art *modus operandi*, die gesellschaftliche Strukturbedingungen reproduziert und von denen wiederum strukturiert wird (vgl. Bauer 2009: 160). Erst durch die genaue Auseinandersetzung mit den Termini können deren Differenzen hervorgehoben werden. Doch genauso wie Bourdieu, der sich bei der Entwicklung eines integrativen Modells sozialen Handelns nicht auf tendenziell essenzialistische Konzepte wie Identität, Gesellschaft, Subjekt, Kultur oder Mentalität, sondern auf relationale Begriffe zurückgegriffen hat, sollte sich auch die vorliegende Arbeit für möglichst wenig vorbelastete Begriffe entscheiden. Mit dem Terminus Habitus strebte Bourdieu die Abdeckung des Bereichs zwischen traditionsgeleiteten und rationalen Entscheidungen und Handlungen an, in dem Normen, Gewohnheiten, Werte und Regeln bzw. Regelmäßigkeiten zu finden sind. Unklar bleibt bei seinem Konzept nur, wie Gewohnheiten zu definieren sind und was sie genau ausmacht. Auch die Normen wirken zu selbstbestimmend und determinierend (vgl. Rehbein, Saalman 2009: 115).

Der häufige Kritikpunkt am Habitusbegriff von Bourdieu ist deshalb der Strukturalismus- und Determinismusvorwurf. So beschäftigt sich Bourdieu mit typischen Lebensläufen und stabilen Klassenstrukturen und lässt jegliche Abweichungen von der Norm sowie auch subjektive Aneignungen und Eigentümlichkeiten größtenteils außer Acht. Darüber hinaus spielt das Individuum für Bourdieus Soziologie keine wichtige Rolle. „Das Individuum ist nur ein Exemplar der sozialen Klasse, der es zugehört, ebenso wie sein Habitus nur eine Variante des Klassenhabitus ist.“ (Rehbein, Saalman 2009: 116) Zwar gilt die Subjektivität und das Einbeziehen der subjektiven Perspektive auf die Welt für Bourdieus Soziologie als eine wichtige Voraussetzung, ist allerdings von der Individualität zu unterscheiden. „Die subjektive Perspektive ist für Bourdieu jedoch keine individuelle, sondern eine im Habitus verankerte und damit typisch für eine ganze Gruppe oder gar Klasse“, so Rehbein und Saalman (2009: 116). Nichtsdestotrotz kann die Konzentration auf habituelle Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede bewusst vorgenommen werden. Wenn man sich z. B. auf einen besonders ausgeprägten, konjunktiven Habitus der Deutschen fokussiert, ohne dem Anspruch, alle in

Deutschland auffindbaren Habitus zu berücksichtigen und zu erklären, gerecht werden zu wollen bzw. zu müssen.

Viele Interpreten sehen zudem die Habitualisierung als bloße Verinnerlichung der sozialen Struktur, was nicht ganz stimmt. Alle Menschen erwerben ihre Dispositionen in der Zeit, die vergeht und sich immer wieder verändert, von den Menschen, die ihre Dispositionen und ihren Habitus noch früher erworben haben. Als Produkt und Produzent der Geschichte inkludiert der Habitus subjektive, milieuspezifische und historische Kontingenz und kann nicht allein aus der sozialen Struktur abgeleitet werden (vgl. Rehbein, Saalman 2009: 116).

Ein weiterer Kritikpunkt besteht schließlich darin, dass Bourdieu sich mit der historischen Wandelbarkeit nicht ausreichend auseinandergesetzt hat. Dadurch, dass es keine klare Explikation der historischen Zeiträume gibt, in denen seine Begriffe gelten sollen, werden Bourdieu Vorwürfe einer fehlenden historischen Tiefe, des Eurozentrismus und seiner Kurzsichtigkeit in Bezug auf das Neue der Globalisierung gemacht. Die ersten zwei Vorwürfe hängen mit Bourdieus Untersuchung der ländlichen Kabylen (siehe Kapitel 2.1.1) und ihrer fehlenden Klassenzugehörigkeit zusammen, die die Ausbildung eines Klassenhabitus unzulässig macht. Auch die klare Trennung zwischen der unbewussten Habitualisierung der Vormoderne und der bewussten Habitualisierung durch das moderne Bildungssystem bleibt genauso wie die Unterschiede in der Ausbildung des Habitus unklar. Des Weiteren zieht die heutige Globalisierung die konkreten Inhalte des Bourdieuschen Habituskonzeptes in Zweifel. Rehbein und Saalman (2009: 117) formulieren dieses Problem wie folgt: „Es verschwindet nicht nur die klare Trennung zwischen europäischer Moderne und außereuropäischer Vormoderne, sondern auch die einheitliche, nationalstaatliche, klassenspezifische Ausbildung des Habitus.“

Abschließend lässt sich festhalten, dass die geschilderten Probleme die vorliegende Arbeit nur in geringer Weise betreffen. Durch das Analysevorhaben, das die Untersuchung von europäischen Ländern in der europäischen Moderne im Fokus hat, und den vorher definierten Untersuchungszeitrahmen wird diese Problematik umgangen. Im Großen und Ganzen bietet das Habituskonzept von Bourdieu eine gute methodologische Grundlage, die von vielen Wissenschaftlern in Anspruch genommen, weiterentwickelt und für aktuelle Analysevorhaben angepasst wird. So hat z. B. Bohnsack die Genese des Habitus weniger im Modus der Bourdieuschen Distinktion bzw. der Herausarbeitung von Klassenunterschieden analysiert, sondern vielmehr im Modus der Konjunktion. Sein Augenmerk richtete er dabei auf die konjunktiven Erfahrungen, denen habituelle Gemeinsamkeiten und Übereinstimmungen zugrunde liegen (vgl. Bohnsack 2001: 332; Bohnsack 2010a: 68). Der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit soll ebenso auf gleichartige, strukturidentische Erfahrungen von Individuen eines Staates gelegt werden. Und wie bereits in Kapitel 2.1.2.3 begründet

wurde, ist der Habitusbegriff von Bourdieu für die theoretische Analyse und Reflexion heranzuziehen, während die Habitusdefinition von Bohnsack seine Anwendung für die empirische Rekonstruktion des Staatenhabitus findet.

3. Bild und Besonderheiten visueller Kommunikation

3.1. Visuelle Kommunikationsforschung und ihr Untersuchungsgegenstand

Wenn es sich um die Analyse visueller Phänomene handelt, sind grundsätzlich zwei Herangehensweisen zu unterscheiden: allgemeine Annäherung an die Erforschung von Bildphänomenen und die auf eine bestimmte Art von Bildmedien konzentrierte disziplinäre Herangehensweise. Während sich die allgemeine, interdisziplinäre Bildwissenschaft primär um einen theoretischen Rahmen der Bildforschung bemüht und für die Erarbeitung und Erforschung des gesamten Spektrums von Bildlichkeit und Visualität zuständig ist, befassen sich spezialisierte und soeben medienspezifische Ansätze mit der Untersuchung bestimmter Bildaspekte, -merkmale und -typen (vgl. Lobinger 2012: 39; Sachs-Hombach 2014). Neben Kunstwissenschaft, Psychologie, Semiotik, Medienpädagogik oder Philosophie kann auch visuelle Kommunikationsforschung als eine spezielle bildwissenschaftliche Teildisziplin und ein Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft bezeichnet werden.

Obwohl visuelle Kommunikation als hochaktuelles Forschungsfeld charakterisiert werden kann und in den letzten 20 Jahren ein steigendes Interesse an visuellen Kommunikationsformen zu verzeichnen war, ist ihre Entwicklung zu einer „Expertenwissenschaft“ noch längst nicht abgeschlossen (vgl. Müller 2003: 13; Geise 2011: 39). Zwar ist das Visuelle in unserem alltäglichen Leben nicht wegzudenken. Setzt man sich jedoch systematisch und empirisch mit diesem Themenfeld auseinander, wird sofort klar, dass visuelle Kommunikationsforschung nicht nur bedeutsam, sondern genauso wie ihr Untersuchungsgegenstand Bild sehr facettenreich und komplex ist. Aus diesem Grund soll in folgenden Abschnitten auf dieses Forschungsfeld und sein Analysegegenstand ausführlicher eingegangen werden.

3.1.1. Visuelle Kommunikation und Bildkommunikation

Seit den 1990er Jahren ist eine zunehmende Institutionalisierung der visuellen Kommunikationsforschung zu beobachten. Im deutschsprachigen Raum hat sich dieser Fachbereich innerhalb der Medien- und Kommunikationswissenschaft dank der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“ etabliert, die von der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) im Jahr 2000 ins Leben gerufen wurde (vgl. Lobinger 2012: 42, 214). Nach dem Selbstverständnis der DGPK (2015) präsentiert sich visuelle Kommunikation als „ein kommunikationswissenschaftlich orientiertes, explizit auch interdisziplinär ausgerichtetes“ Forschungsfeld. Ihr Gegenstandsbereich beinhaltet „den gesamten Prozess der Produktion, Distribution, Selektion und Präsentation visueller (Medien-)Angebote,

die Rezeption als Zuwendung zu und Auswahl von visuellen (Medien-)Angeboten, die Aneignung als Integration der visuellen Inhalte oder Medien in die Lebenswelt der Rezipierenden sowie die Wirkung visueller (Medien-)Angebote auf die Rezipierenden“ (DGPuK 2015). Das bedeutet, dass visuelle Kommunikationsforschung als eine spezielle Bildwissenschaft aus der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Perspektive massenmedial verbreitete Bilder in ihren Produktions-, Verarbeitungs- und Rezeptionsprozessen erforscht und somit nur einen eingeschränkten Bereich visueller Phänomene berücksichtigt. Die Politikwissenschaftlerin Marion Müller (2007: 24) bezeichnet visuelle Kommunikation ebenso als ein Subfeld der Kommunikationswissenschaft und beschreibt ihr Forschungsfeld wie folgt:

„Visual communication can be described as an expanding subfield of communication science that uses social scientific methods to explain the production, distribution and reception processes, but also the meanings of mass-mediated visuals in contemporary social, cultural, economic and political contexts. Following an empirical, social scientific tradition that is based on multidisciplinary background, visual communication research is problem-oriented, critical in its method, and pedagogical intentions, and aimed at understanding and explaining current visual phenomena and their implications for the immediate future.“

Dieser Definition zufolge bedient sich visuelle Kommunikation sozialwissenschaftlicher Methoden, um Produktions-, Distributions- und Rezeptionsprozesse bildhafter Phänomene zu erklären und diese in ihren sozialen, kulturellen, wirtschaftlichen und politischen Kontexten zu beschreiben. Visuelle Kommunikationsforschung folgt einer empirischen, sozialwissenschaftlichen Tradition, die auf einem interdisziplinären Fundament fußt (vgl. Müller 2007: 24). Der Forschungsgegenstand stellen dabei visuelle Phänomene dar, die sich in Form von Bildern materialisieren. Damit grenzt Müller die visuelle Kommunikationsforschung von dem Forschungsbereich interpersonaler nonverbaler Kommunikation ab, die auditive Elemente und visuelle Eindrücke in Form von Mimik und Gesten umfasst, die nicht durch ein materialisiertes Bild visualisiert werden (vgl. Müller 2003: 14; Lobinger 2012: 45). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass visuelle Kommunikation vor allem Bildkommunikation ist, die die Befassung mit Medienbildern insbesondere aus kommunikations- und medienwissenschaftlichem Blickwinkel impliziert und als „bildliche Mitteilung in einem kommunikativen Prozess“ (Aicher 1994: 8) bezeichnet werden kann. Damit stellt sich auch die zentrale Frage: Was genau ein Bild darstellt und charakterisiert? Eine klare Abgrenzung der Bilddefinition erscheint deshalb sowohl für die wissenschaftliche Betrachtung als auch für die empirische Analyse unerlässlich. Unter Bezugnahme auf Kevin G. Barnhurst, Michael Vari und Ígor Rodríguez (2004: 633) befindet sich Visuelle Kommunikationsforschung „in branching development“ bzw. weist eine verzweigte Entwicklung auf. Sie stellt ein facettenreiches und komplexes Forschungsfeld dar, das sozial-, geistes- und naturwissenschaftliche Bezüge aufweist und zwischen soziologischen, psychologischen, kunst-, kommunikations- und medienwissenschaftlichen Ansätzen positioniert und verortet wird. Um der interdisziplinären

Ausrichtung der visuellen Kommunikationsforschung Rechnung tragen zu können, soll auch der Bildbegriff zum einen schlüssig, distinktiv und abgegrenzt und zum anderen vielseitig einsetzbar sein (vgl. Geise 2011: 55).

Bevor die Auseinandersetzung mit dem Bildbegriff erfolgt, sollen im nächsten Kapitel Besonderheiten visueller Kommunikation und ihre Unterschiede zur Textkommunikation beleuchtet werden.

3.1.2. *Unterschiede zur Textkommunikation*

Im Vergleich zu textlicher bzw. verbaler Kommunikation besitzt visuelle Kommunikation ihre eigene Logik, die sich von der sprachlich-narrativen Logik deutlich unterscheidet (vgl. Geise 2011: 27). Die Eigensinnigkeit visueller Phänomene hebt auch Thomas Knieper (2005: 37) hervor:

„Während wir über Semantik, Syntax und Pragmatik von Texten, über deren Logik, Rezeption und Wirkung vergleichsweise gut Bescheid wissen, befinden wir uns bei Bildern immer noch in der Entdeckungsphase: Bilder werden vom menschlichen Sinnesapparat anders verarbeitet als Texte, sie werden auf andere Art und Weise erinnert und sie folgen einer anderen, einer assoziativen Logik [...].“

Dies erklärt auch die Tatsache, dass im Gegensatz zu Texten, die deutlich weniger Streuverluste und eine geringe semantische Unbestimmtheit haben, Bilder zumeist komplex, ambig und polysemisch sind. Die beiden Kanäle sind grundverschieden; sie weisen unterschiedliche Kapazitäten auf und beseitzen differente, eigentümliche Stärken und Schwächen. Während Texte ethische Gesinnung, ästhetisches Empfinden und Wertvorstellungen gut vermitteln können, sind Bilder in ihrer Veranschaulichung von Imaginationen mit großer Detailtiefe unerlässlich. Des Weiteren gehören zu Funktionen des Textes Verallgemeinerung, Analogienbildung, Betonung von Kontrasten, Äußerung von Hypothesen oder Vermutungen. Handelt es sich allerdings um die Beschreibung von Sachverhalten und Gegenständen, können Texte keineswegs genauso wie Bilder alles bis ins kleinste Detail unverkennbar und signifikant fassen. Keine so gute Bildbeschreibung kann das Bild selbst substituieren. Der Auffassung von Thomas Petersen und Clemens Schwender zufolge besteht die Aufgabe des Textes darin, summarische und subjektive Bewertungen und Beurteilungen, die für den kommunikativen Abgleich von Bedeutung sind, zu vermitteln. Bilder versorgen dagegen den Bildbetrachter mit visuellen Details, die schließlich mental oder verbal bewertet und interpretiert werden können (vgl. Petersen, Schwender 2011: 20f.).

Ein weiterer Vorteil in Hinblick auf visuelle Phänomene besteht darin, dass sie eher als Texte die Aufmerksamkeit der Rezipierenden erregen können, von diesen deutlich schneller aufgenommen und erfasst werden, über einen emotionalen Mehrwert verfügen und in der Vermittlung von Einstellungen und Gefühlen wesentlich subtiler sind (vgl. Schierl 2005: 312ff.; Lobinger 2012: 75). In diesem Zusammenhang spricht man von „Picture Superiority

Effekt“, zu Deutsch „Bildüberlegenheitseffekt“, der aus Medienwirkungsperspektive betrachtet im Rahmen des Wahrnehmungs- und Informationsverarbeitungsprozesses zu finden ist. Nach diesem Effekt generieren Bilder „höhere Aktivierung als Texte, sie werden mit geringerer kognitiver Kontrolle ganzheitlich und quasi-automatisch aufgenommen, extrem schnell entschlüsselt und verarbeitet, länger und besser erinnert sowie besser und schneller wieder erkannt“ (Geise 2011: 26f.). Dieser Effekt findet seine Anwendung vor allem in dem Bereich der Werbung und damit zusammenhängenden Kommunikationsstrategien (vgl. Schierl 2005: 312).

Wenn es allerdings um die Analyse und Interpretation von Bildern handelt, besteht die Problematik visueller Kommunikationsforschung darin, dass Bilder, wenn sie wissenschaftlich relevant werden sollen, zunächst in Beobachtungssätze umzuformulieren gilt. So soll nach Bohnsack jede Beobachtung „durch das Nadelöhr des Textes hindurch“ (Bohnsack 2011b: 26). Auch Patrick Rössler und Stephanie Geise sehen eine Herausforderung darin, Bildinformationen erst in Sprache übersetzten zu müssen (vgl. Rössler, Geise 2013a: 280). Katharina Lobinger hebt ebenfalls hervor, dass Bilder und Texte differente Wahrnehmungsprozesse generieren und dementsprechend zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt werden. Ihre jeweils spezifischen kommunikativen Möglichkeiten und Begrenzungen führen dazu, dass sich eine Übertragung vom visuellen in den verbalen Modus oder umgekehrt als schwierig erweist (vgl. Lobinger 2012: 73). Bilder besitzen keine Syntax, die im Sinne einer Grammatik für die Sprache gilt (vgl. Sachs-Hombach 2006: 26). Vor diesem Hintergrund stellten Geise und Rössler (2012: 347) Folgendes fest:

„Während etwa die Grammatik der Sprache eine temporale Ordnung der Kommunikationselemente voraussetzt und damit die zeitliche Vor- und Nachordnung der verbalen Informationen die inhaltliche Bedeutungszuweisung determiniert, folgt die Informationsverarbeitung bei Bildern einer analogen, räumlich-assoziativen Logik, einer ‚räumlichen Grammatik‘.“

Zwar sind Texte genauso wie Bilder vom Problem der Bedeutungsoffenheit betroffen. Die Linearität und Sequentialität von Texten erlaubt jedoch ihre einfachere Analyse, indem diese unkompliziert und problemlos in Sätze und einzelne Wörter zerlegt werden können (vgl. Lobinger 2012: 220). Bilder weisen dagegen einen simultanen Charakter auf und transportieren deshalb Bedeutungen „nicht nur über die abgebildeten Bildelemente, sondern auch über die jeweilige räumliche Anordnung der Bildelemente zueinander. Vernachlässige man die Bedeutung der einzelnen Objekte und ihre Beziehung zueinander, bliebe damit letztlich auch der Informationsgehalt des Bildes verschlossen“ (Geise, Rössler 2012: 347, Hervorheb. i. Original, zit. nach Wilking 1990: 54). Dies hatte auch Gottfried Boehm im Sinn, als er Folgendes feststellte: „Wer den Text hinter dem Bild aber allzu stark betont, landet unweigerlich bei einer Dominanz der Sprache, die das Bild – im wörtlichen Sinne – in seinen Möglichkeiten ‚übersieht‘“. (Boehm 2005: 35)

Der folgende Abschnitt widmet sich deshalb der Betrachtung von Spezifika des Bildes und seinen inhärenten Merkmalen. Dabei soll ein Bildbegriff festgelegt werden, der auf Medienbilder im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kontext zugeschnitten werden soll.

3.2. Was ist ein Bild? – Versuch einer Annäherung an die Bilddefinition

Wenn man sich mit der Frage „Was ist ein Bild?“ auseinandersetzt, kommt diese zunächst trivial und sehr einfach vor. Denn nahezu jede Person kann ziemlich genau sagen, was unter einem Bild zu verstehen oder in welchem Fall ein Bild als solches zu bezeichnen ist. Versucht man aber eine präzise Definition von Bild zu formulieren, erweist sich dieses Unterfangen als komplex und schwierig. Denn sowohl im alltäglichen Sprachgebrauch als auch in der wissenschaftlichen Diskussion kommen unterschiedlich weitreichende Explikationen des Terminus Bild zum Tragen (vgl. Lobinger 2012: 47). Es existiert eine ganze Reihe von Bildtheorien, vorwiegend aus den Bereichen der Philosophie, Semiotik, Kunstwissenschaft und Psychologie visueller Wahrnehmung, die auch eine Vielzahl an Interpretationen von Bildbegriff und Bildverständnis herbeiführen (vgl. Geise 2011: 56). Ähnlich kommt der Bildbegriff auch in der deutschen Sprache nicht nur in unterschiedlichsten Bereichen und Disziplinen wie z. B. Mathematik, Medizin, Psychologie, Musik, Film und Theater zum Einsatz, sondern wird auch mit diversen Phänomenen wie Gemälden, Fotografien, Zeichnungen, Piktogrammen, bildlichen Ausdrücken und Metaphern, Spiegelbildern, Träumen, Ideen und Eindrücken in Verbindung gebracht (vgl. Müller 2003: 18; Bibliographisches Institut GmbH 2013d).

Der US-amerikanische Sprachwissenschaftler William John Thomas Mitchell, der bereits 1986 in seinem Werk „Iconology. Image, Text, Ideology.“ der Frage „Was ist ein Bild?“ nachgegangen ist, unterstreicht ebenso den Gedanken, dass die Bedeutung des Wortes Bild mehrdeutig ist (siehe dazu Mitchell 1986: 7-46; Mitchell 1990: 17-68; Mitchell 2008: 15-77).

„Es kann sowohl einen physischen Gegenstand (ein Gemälde oder eine Skulptur) als auch eine mentale, imaginäre Entität bezeichnen, eine psychologische *Imago*, den visuellen Inhalt von Träumen, Erinnerungen und der Wahrnehmung. Es spielt in den visuellen wie auch den verbalen Künsten eine Rolle – als Name für den dargestellten Inhalt eines Bildes oder für dessen gesamte formale Gestalt [...]; oder es kann als ‚verbales Ikon‘ ein verbales Motiv, einen benannten Gegenstand oder eine benannte Eigenschaft, eine Metapher oder eine andere ‚Figur‘ oder gar die formale Totalität des Textes bezeichnen.“ (Mitchell 2008: 18. Hervorheb. i. Original)

Ein solch flexibles und weit gefasstes Verständnis von Bild ist für die visuelle Kommunikationsforschung sehr ungenau und muss deshalb eingegrenzt und differenziert werden. Für die vorliegende Arbeit, die sich mit medial (vor allem durch Internet) vermittelten Bildern befasst, soll ein Bildbegriff formuliert werden, der eine kommunikations- und medienwissenschaftliche Betrachtungsweise zulässt und sich dabei auf eine bestimmte Art von (Me-

dien-)Bildern fokussiert, „ohne dem Anspruch, Bilder insgesamt zu erklären, gerecht werden zu wollen bzw. gerecht werden zu müssen“ (Lobinger 2012: 48). In weiteren Ausführungen werden neben der Formulierung der Bilddefinition auch besondere Merkmale bzw. Spezifika des Mediums Bild wie „Ambiguität“ und „Polysemie“, abbildlicher und sinnbildlicher Charakter der Bilder sowie auch „Relativität des Bildes“ betrachtet, die nach Mitchell „in sozialen und kulturellen Praktiken verankert [sind] und [...] in einer für unser Verstehen – nicht nur des Wesens der Bilder, sondern auch der jetzigen oder künftigen Natur des Menschen – grundlegenden Geschichte [wurzeln]“ (Mitchell 1990: 18; Mitchell 2008: 19).

3.2.1. *Welches Bild? – Materialität und massenmediale Verbreitung als grundlegende Aspekte eines kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bildbegriffs*

Wie bereits festgehalten wurde, ist die Definition von Bild sehr weitreichend und stellt eine breite Palette an den darunterfallenden bildlichen Phänomenen dar. Einen guten Überblick über die Vielfalt bildlicher Erscheinungen bietet die von Mitchell entworfene Übersicht der fünf Bildkategorien: grafische, optische, perzeptuelle, geistige und sprachliche Bilder. Dabei geht Mitchell davon aus, dass alle Phänomene, die den Namen Bild tragen, nicht zwingend etwas Gemeinsames haben müssen. Die zuweilen fehlenden Berührungspunkte zwischen verschiedenen bildlichen Erscheinungen macht er am Beispiel eines genealogischen Familienstammbaums anschaulich. So betrachtet Mitchell Bilder als eine weit verzweigte Familie, „die sich zeitlich und räumlich auseinandergelebt und in diesem Prozess grundlegende Veränderungen durchgemacht hat“ (Mitchell 1990: 19; Mitchell 2008: 20).

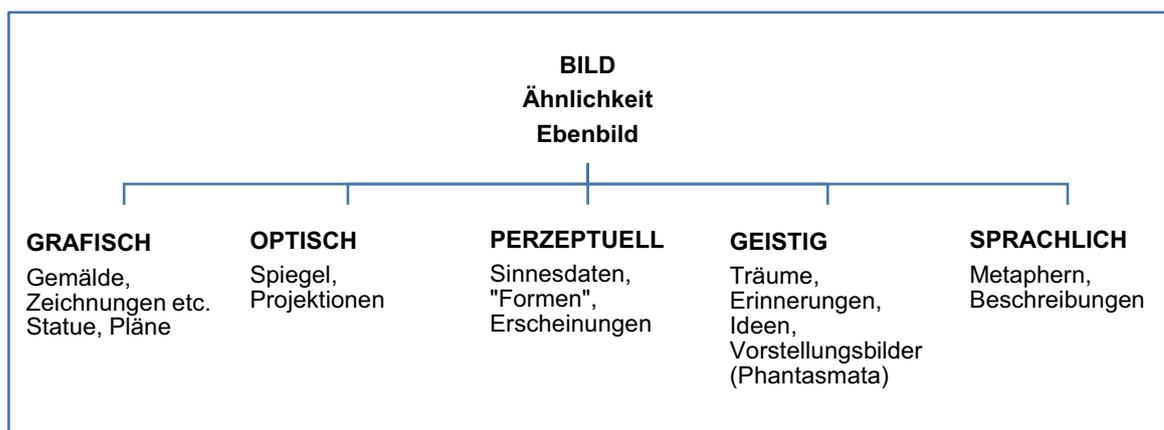


Abb. 3: Familienstammbaum der Bilder nach Mitchell (1990: 20; 2008: 20)

Jede Bildkategorie stellt einen Zweig des Familienstammbaums dar und wird von einer bestimmten Fachrichtung untersucht. So sind graphische, plastische und architektonische Bilder Forschungsgegenstand der Kunstgeschichte; optische Bilder sind der Physik zugehörig; perzeptuelle Bilder fallen in das Grenzgebiet etlicher Disziplinen an, die „die Grenze

zwischen physischen und psychologischen Darstellungsformen der Bildlichkeit heimsuchen“ (Mitchell 1990: 20; Mitchell 2008: 21); geistige Bilder werden im Bereich der Psychologie und Erkenntnistheorie untersucht und sprachliche Bilder sind Forschungsgegenstand der Linguistik und Literaturwissenschaft (vgl. Mitchell 1990: 18f.; Mitchell 2008: 21). Mitchells Übersicht über mannigfaltige Merkmalsausprägungen der bildlichen Phänomene veranschaulicht nicht nur, wie weitreichend der Terminus Bild ist, sondern gibt auch Aufschluss darüber, dass die Auseinandersetzung mit einem weiten, allgemeinen Bildbegriff für die visuelle Kommunikationsforschung nicht präzisiert genug und keineswegs gewinnbringend ist. Zudem wird anhand des Stammbaums der Bilder ersichtlich, dass es sich in Hinblick auf das Kriterium Materialität um zwei Bildarten handelt: Bei graphischen und optischen Bildern geht es um materielle und bei perzeptuellen, geistigen und sprachlichen Bildern um immaterielle Bilder (vgl. Lobinger 2012: 50; Müller 2003: 18; Wolf 2006: 109; Geise 2011: 61).

Die Unterteilung aller Bildphänomene in externe bzw. materielle und interne (mentale) bzw. immaterielle Bilder nimmt auch Klaus Sachs-Hombach in seiner Erörterung über die Beschaffenheit der Bilder vor. Diese beiden Bereiche stehen miteinander in einem unmittelbaren Zusammenhang. So können z. B. aus externen Bildern interne abgeleitet werden, wenn man etwa in einer unbekanntem Gegend anstatt die Karte in die Hand zu nehmen diese in Erinnerung ruft. Und umgekehrt können interne bzw. mentale Bilder in externe konvertiert werden, wenn man diese durch Öl, Stein, Zelluloid oder in Pixel als materialisiertes Bild abbildet und visualisiert (vgl. Sachs-Hombach 2006: 244; Sachs-Hombach 2002: 15; Müller 2003: 14). Sachs-Hombach bestreitet zwar nicht die Möglichkeit der Formulierung eines allgemeinen Bildbegriffs, der die beiden Bildbereiche impliziert, sieht allerdings „ihre unkritische Vermischung eher verwirrend als klärend“ (Sachs-Hombach 2002: 15). Da immaterielle Bilder auf inneren und somit auch auf privaten imaginativen Prozessen und Vorgängen fußen und sich dadurch auf einem für die Forschung schwierig zugänglichen Gelände befinden, empfiehlt Sachs-Hombach für die Allgemeine Bildwissenschaft einen Bildbegriff i. e. S. als Anhaltspunkt zu verwenden, der interne bzw. immaterielle Bilder ausschließt (vgl. Sachs-Hombach 2006: 37; Sachs-Hombach 2002: 15; Wolf 2006: 109; Lobinger 2012: 50). Nach so einer Definition lassen sich Bilder Sachs-Hombach zufolge „als artifiziell hergestellte oder bearbeitete, flächige und relativ dauerhafte Gegenstände charakterisieren, die in der Regel innerhalb eines kommunikativen Aktes zur Veranschaulichung realer oder auch fiktiver Sachverhalte dienen“ (Sachs-Hombach 2006: 74). Mit den Merkmalen Materialität, Artificalität und Persistenz grenzt er den Bildbegriff i. e. S. von solchen bildlichen Erscheinungen wie bspw. Sprachbildern, Vorbildern und Spiegelbildern ab, die stets immaterieller Natur und nicht artifiziell geschaffen sind bzw. nicht bearbeitet werden können; oder auch von den sogenannten Wolkenbildern, bei denen es sich um ein flüchtiges und nicht

wiederholt wahrnehmbares Phänomen handelt (vgl. Sachs-Hombach 2005: 13). In dieser Bilddefinition von Sachs-Hombach sieht allerdings Stephanie Geise die Verwendung des Wortes „Gegenstände“ etwas problematisch. „Reale oder fiktive Bilder beziehen sich nämlich in der Regel nicht nur auf Gegenstände, sondern auf *komplexe Sujets* von Gegenständen, Menschen, Landschaften, Situationen, Handlungen, Farben, Formen.“ (Geise 2011: 58. Hervorheb. i. Original) Nichtsdestotrotz ist so eine Definitionsabgrenzung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft gut geeignet, da es hier primär um die Informationsübermittlung mittels Massenmedien wie Internet, Rundfunk, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher etc. geht. Wie Thomas Knieper (vgl. 2005: 37) festhält, kommt aufgrund der massenmedialen Spezifika den manifesten Informationsträgern Text und Bild eine zentrale Bedeutung zu. Taktile, gustatorische, olfaktorische und thermische Botschaften spielen in der visuellen Kommunikationsforschung eine nachrangige Rolle.

Der Schweizer Kommunikationswissenschaftler und Medienpädagoge Christian Doelker geht einen Schritt weiter. Unter Bezugnahme an den Familienstammbaum der Bilder von Mitchell entwickelt er ein stärker an der Kommunikationswissenschaft ausgerichtetes Modell zur Beschreibung von Bildlichkeit. Hierfür differenziert er drei Ebenen, Wahrnehmungsinhalt, Original/Unikat und Kommunikat, die mit unterschiedlichen Bildausprägungen korrelieren. Der Wahrnehmungsinhalt bezeichnet Doelker als „Perzept“, das für das immaterielle, ausschließlich in der Wahrnehmung existierende innere Bild bzw. Denkbild einer Person oder den Wahrnehmungsinhalt eines Ausschnittes aus der Wirklichkeit steht. Diese mentale und individuelle Bildgestalt kann erst dann anderen Personen sichtbar und zugänglich gemacht werden, wenn sie materialisiert und visualisiert wird. Auch Doelker unterstreicht die Unabdingbarkeit des Kriteriums Materialität, wenn es um die Festlegung eines engen, auf die Kommunikationswissenschaft zugeschnittenen Bildbegriffs geht, der interne bzw. nicht-materielle Bilder ausschließt. Auf der Bildebene „Original/Unikat“ wird das Perzept mithilfe von drei idealtypischen Möglichkeiten in eine materielle, manifeste Form gebracht: Als Abbild im Sinne von Nachbildung der Wirklichkeit, als Eigengestaltung mit bzw. ohne Bezug zu einer bestehenden Wirklichkeit und als direkte Übernahme eines authentischen Ausschnittes aus der bestehenden Wirklichkeit (z. B. Fixierung der Ausschnitte aus der Natur). Die letztere Übertragungsmöglichkeit spielt für die Kommunikations- und Medienwissenschaft, deren Forschungsinteresse primär massenmedial verbreitete Abbilder darstellen, eine nachrangige Rolle. Zwischen diesen drei idealtypischen Übertragungsmöglichkeiten gibt es eine Reihe von Misch- und Übergangsformen. So kann z. B. eine Fotografie nicht automatisch als Abbild von Wirklichkeit gelten. „Wenn durch das Arrangement vor der Kamera Wirklichkeit inszeniert und/oder durch die Gestaltungsmittel der Kamera oder andere Bearbeitungsmöglichkeiten eine Fotografie formal verändert wird, verschiebt sich die Fotografie auf andere Positionen“, so Doelker (1997: 183).

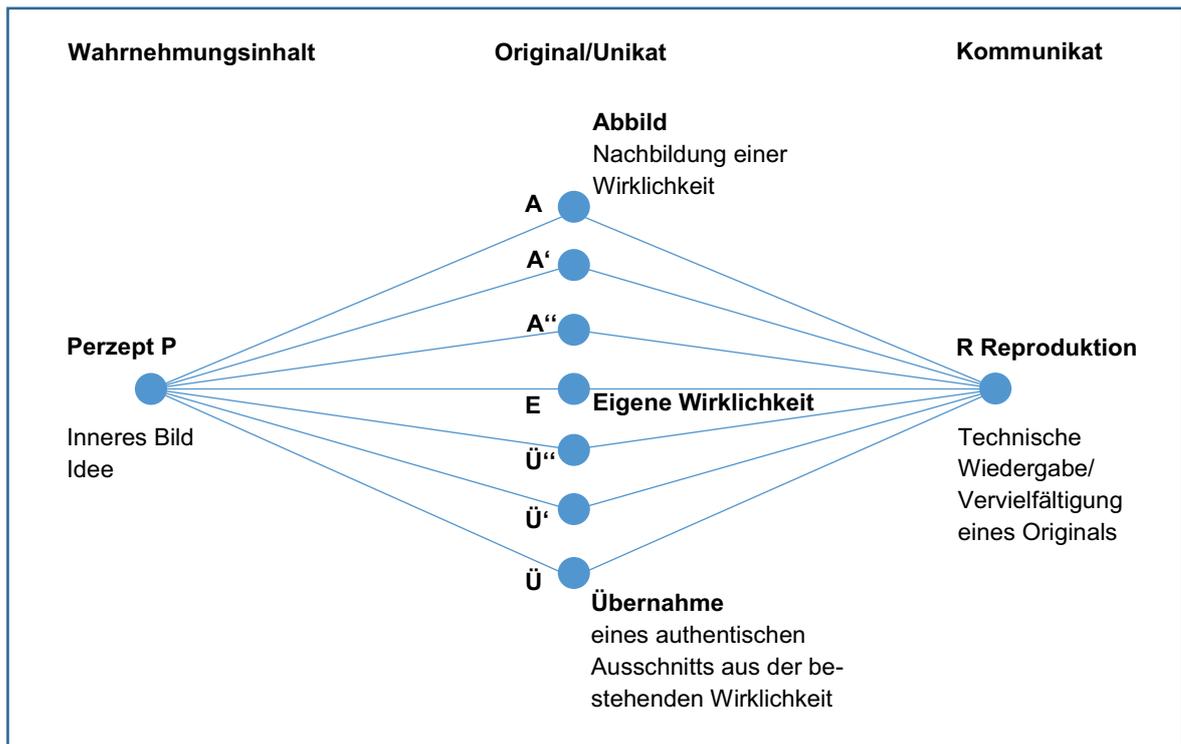


Abb. 4: Bildmodell nach Doelker (1997: 180)

Die letzte Bildebene „Kommunikat“ wird von Doelker als Reproduktion bezeichnet und stellt die technische Wiedergabe und Vervielfältigung eines Originals dar. Somit führt er einen weiteren ausschlaggebenden Parameter „Kommunizierbarkeit“ ein, der für den engeren Bildbegriff im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Sinne von essentieller Bedeutung ist (vgl. Lobinger 2012: 53). Da jede Reproduktion von Originalen eine Variabilität des Formats hervorbringt (z. B. Wirklichkeitsveränderung der Kunstwerke in einem Kunst-katalog) und gewisse Bilder (z. B. Landschaftskunst oder Scharbilder) ohne die technische Transferierung nicht hinreichend wahrzunehmen sind, nennt Doelker weitere unabdingbare Kriterien für Bildlichkeit: Begrenzung und Transferierbarkeit. Zusammenfassend hält er fest, dass ein Bild sowohl als Original/Unikat als auch Reproduktion auftreten kann. Perzepte selbst können nicht als Bilder charakterisiert werden, da sie noch keine Veräußerung erfahren haben und in immaterieller Form vorliegen. Als Bild bezeichnet Doelker (1997: 187) schließlich „eine zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung hergestellte visuelle Konfiguration. In diese Definition sind die Kriterien der Begrenztheit, der Transferierbarkeit und der Reproduzierbarkeit eingeschlossen.“ So wird nach Doelker eine aus großer Höhe betrachtete optische Konstellation erst dann zum Bild, wenn sowohl ihre fotografische Aufnahme (Bedingung der Herstellung) als auch ihre anschließende Darbietung vor Betrachtern erfolgt ist (vgl. Doelker 1997: 187). Die Kommunizierbarkeit und die Materialität sind nach Doelker das, was ein Bild überhaupt ausmacht. Sein Bildmodell liefert somit wichtige

Ansätze für den Begriff eines Medienbildes, da er den Schwerpunkt bei der Formulierung des Bildbegriffes auf die Übertragbarkeit von Bildern legt.

Ähnlich stellt auch Knieper fest, dass primär massenmedial verbreitete (Ab-)Bilder für die Kommunikationswissenschaft von Bedeutung sind.

„Diese an ein Trägermedium gebundenen Bilder kann man auch als Medienbilder etikettieren. Sie zeichnen sich zunächst durch ihre mediale Verbreitung aus, die insbesondere durch Reproduktion und Distribution charakterisiert ist. Medienbilder sind dabei nicht isoliert, sondern sind in ein intra- als auch intermediales Umfeld eingebettet und damit kontextualisiert.“ (Knieper 2005: 40)

Knieper hebt hier die Wichtigkeit der bildbegleitenden Kontexte innerhalb eines Mediums hervor, die notwendige Interpretationsmuster für die Bildwahrnehmung liefern und die Vieldeutigkeit der Bilder einschränken sollen (vgl. Knieper 2005: 40). Auf die Rolle der Kontextabhängigkeit der Bilder wird in Kapitel 3.2.4 näher eingegangen.

3.2.2. *Doppelnatur von Bildern: Abbild- und Denkbildcharakter*

In den vorangegangenen Ausführungen wurde deutlich, dass angesichts der großen Themenfülle, die materielle Bilder der theoretischen Diskussion bieten, werden immaterielle bzw. mentale Bilder aus der engen Bilddefinition bis auf Weiteres ausgeschlossen. Zusammen mit der Politikwissenschaftlerin Marion G. Müller vertritt diese Arbeit jedoch den Standpunkt, dass sowohl externe als auch interne Bilder als Gegenstand visueller Kommunikationsforschung zu betrachten sind. Ein dadurch entstehendes Dilemma, durch nicht materiell greifbare Bilddefinitionen eine begriffliche Unschärfe herbeizuführen oder bei der vollständigen Exklusion immaterieller Bilder die visuelle Kommunikationsforschung zur reinen Materialkunde herabzumindern, versucht Müller auf zweierlei Weise zu lösen. Einerseits spricht sie davon, dass sich visuelle Phänomene in Form von Bildern materialisieren müssen, um Untersuchungsgegenstand visueller Kommunikationsforschung zu sein. Rein immaterielle Bilder, die keine Vergegenständlichung erfahren, schließt sie von vornherein aus. Das heißt, dass die Materialität ein wichtiges Einschlusskriterium ist, wenn es um die Festlegung eines engen Bildbegriffs geht. Andererseits greift Müller auf das ikonologische Bildverständnis zurück, nach dem alle Bilder eine Doppelnatur aufweisen (vgl. Müller 2003: 14, 18, 20). Der Kunsthistoriker und Kulturwissenschaftler Aby Warburg (1866-1929), der sich dem Bildbegriff über den Vorgang des Verstehens zu nähern suchte, vertrat den Standpunkt, dass es bei Bildern zwischen Abbildcharakter und Denkbildcharakter zu differenzieren ist. Diese beiden Bildebenen sind auch fest miteinander verbunden. Abbilder sind nach Warburg Ausdruck von geistigen Denkbildern und stellen im Rezeptionsprozess eine komplexe Bezugsquelle für die Rekonstruktion von Denkbildern dar. So gibt es zu jedem Abbild unterschiedliche Denkbilder. Allerdings ruft nicht jedes Denkbild Abbilder hervor (vgl. Knieper 2005: 39; Müller 2003: 20). Unter Abbildern wird hier zunächst die materialisierte Form

von Wahrnehmungsinhalten gemeint, die noch nichts über eine mögliche Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit mit einem Wahrnehmungsinhalt aussagen (vgl. Lobinger 2012: 69). Der Dualismus von Bildern wird auch in der Semiotik berücksichtigt, die die bildwissenschaftliche Diskussion in der Kommunikationswissenschaft entscheidend beeinflusst hat. So hebt z. B. Michel hervor, dass Bilder gleichzeitig als Abbilder und Sinnbilder fungieren.

„Neben ihrer Abbildungsfunktion, in der sie aufgrund einer Ähnlichkeitsrelation als ‚Ersatzreiz‘ [...] für die abgebildete Szene wirken, können sie zum ‚Anlass‘ [...] komplexerer Sinnzuschreibungen werden, die die Abbildungsfunktion übersteigen. Aus dem Abbild wird in dieser Perspektive ein Sinnbild.“ (Michel 2007: 93)

In der Bildanthropologie nimmt Hans Belting eine radikale Stellung ein, indem er den menschlichen Körper als ein lebendes Trägermedium, einen Ort der mentalen Bilder, betrachtet. Beim Verlassen des menschlichen Körpers werden immaterielle Bilder in Gemälden, Skulpturen, Fotografien und sonstigen Bildnissen visualisiert und materialisiert (vgl. Schuch 2012: 44; Belting 2001: 12f.). Ähnlich geht auch Urs Müller in seinen Überlegungen davon aus, dass es eine direkte Beziehung zwischen materieller und mentaler (Bilder-)Welt bestehe und die letztere nur unmöglich auszuschließen sei. „Obwohl die mentale Welt auf materiellen Grundlagen beruht, lässt sie sich nicht auf die materielle reduzieren und folglich auch nicht rein physikalisch erfassen.“ (Müller 2007: 16) Um Bildbedeutungen erschließen zu können, ist der Zugang zu immateriellen Bildern über eine detaillierte Analyse und Interpretation der materiellen Bilder erforderlich. Die materiell sichtbaren (Ab-)Bilder und ihre Motive stellen eine Verbindung zu den immateriellen, unsichtbaren Bildern her (vgl. Kappas, Müller 2006: 11ff.). Darin bestehe die zentrale Aufgabe der Kommunikationswissenschaft, so Claudia Maria Wolf (2006: 120), „den versteckten Bedeutungsgehalt von bildhaften Darstellungen offenzulegen“.

3.2.3. *Sinn von Bildern, ihre visuelle Evidenz und Polysemie*

Der Begründer der modernen Semiotik Charles Sanders Peirce (1839-1914) postulierte, dass jedes beliebige Phänomen zwar als Zeichen fungieren kann, ist aber erst dann als Zeichen zu charakterisieren, wenn es als solches interpretiert wird. Das bedeutet in erster Linie, dass die Interpretation als eine Voraussetzung für die Zeichenhaftigkeit einen menschlichen Interpreten impliziert (vgl. Nöth 2000: 62). Aus der semiotischen Perspektive betrachtet, weisen Bilder einen Zeichencharakter auf und sind genauso wie Zeichen auf einen aktiven Beitrag der Rezipierenden angewiesen, um überhaupt als Bilder identifiziert und interpretiert werden zu können. Ausgehend von Volli und Huxford kommt dem Interpreten im Kommunikationsprozess eine entscheidende Rolle zu, „die Absicht des Senders zu *erschließen*, die Botschaft zu *deuten*, darauf zu *reagieren* oder sie *abzuweisen*“ (Volli 2002: 7. Hervorheb. i. Original; vgl. auch Huxford 2001: 47f.). Wie Michel unter Bezugnahme auf

Hans-Georg Gadamer (1900-2002) feststellte, weist der Sinn vor dem Verstehensakt keinerlei Existenz bzw. Anwesenheit auf und „wartet‘ nicht ‚abholbereit‘ im Bild auf Rezipierenden. Verstehen ist daher [...] nicht als ein ‚Finden von Sinn‘ im Bild zu betrachten, sondern als ein ‚Einlegen von Sinn‘.“ (Michel 2006: 21. Hervorheb. i. Original)

Trotz der anschaulichen Evidenz und ikonischen Exaktheit, die beim Betrachten des Bildes gleich zu erkennen geben, was auf dem Bild veranschaulicht wird, zeichnen sich Bilder durch eine semantische Unbestimmtheit und Offenheit des Sinnes aus. „Erst im Prozess der Bildrezeption, d. h. in der Auseinandersetzung der Rezipierenden mit einem Bild entsteht der Sinn – und verändert sich mit ihnen.“ (Michel 2006: 11). Dies führt zu einer Fülle an Bedeutungszuweisungen bzw. einer Pluralität der unterschiedlichen Sinnbildungen für ein und dasselbe Bild (vgl. Michel 2006: 11). In der semiotischen Zeichentheorie von Ferdinand de Saussure (1857-1913) lässt sich dies so beschreiben, dass Signifikanten, die das Bild als materiellen Zeichenträger charakterisieren, im Laufe des Rezeptions- und Verstehensprozesses Signifikate als immaterieller Zeicheninhalt des Bildes zugeordnet werden (vgl. Nörth 2000: 73ff.; Michel 2006: 21). Roland Barthes (1915-1980) zufolge ist „jedes Bild polysemisch, es impliziert eine unterschwellig in seinen Signifikanten vorhandene ‚fluktuierende Kette‘ von Signifikaten, aus denen der Leser manche auswählen und die übrigen ignorieren kann“ (Barthes 1990: 34). Im Gegensatz zu Saussure, der auf die Arbitrarität des Zeichens verweist, stellt Michel ausgehend von Roman Jakobson (1896-1982) fest, dass die Verbindung von bildlichen Signifikanten und Signifikaten keineswegs arbiträr verläuft, sondern „durch Lernen und Gewohnheitsbildung konventionalisiert und im Rahmen einer Gemeinschaft von Zeichenverwendern sozial fundiert [ist]“ (Michel 2006: 21). Sie fußt nämlich auf den Konventionen einer sozialen Gemeinschaft und ist im Erleben der Rezipierenden verankert.

Andreas Schelske hat ebenso darauf hingewiesen, dass sich die polypragmatische Interpretation eines Bildes in sozialen und kulturellen Interpretationskontexten gründet. „Bei monosemantischer Bezeichnungsfunktion sind Bilder in vielen Fällen ikonische Polyseme, d. h. sie erlangen kontextabhängig anhand einer gesellschaftsgebundenen ‚Theorie‘ und diverser individueller Praktiken unerwartbar viele Deutungen.“ (Schelske 1997: 135.) Neben Schelske, der Bilder als kulturell hergestellte und durch eine im Begriff der Kulturgeschichte erfasste Zeitspanne transportierte Zeichen bezeichnet (vgl. Schelske 1997: 8), sind auch weitere Autoren wie z. B. Mitchell, Kress, van Leeuwen, Frank, Sachs-Hombach, Doelker und Geise der Auffassung, dass unser theoretisches Verständnis der Bildlichkeit keinesfalls transparent und universal ist, sondern in unseren spezifischen sozialen und kulturellen Praktiken verankert ist und deshalb auf zeitlichen, räumlichen, kulturellen, sozialen und individuellen Wahrnehmungsdifferenzen fußt (vgl. Mitchell 1990: 18; Mitchell 2008: 19; Kress,

van Leeuwen 2006: 4; Frank, Sachs-Hombach 2006: 185; Doelker 1997: 47; Sachs-Hombach 2006: 181; Geise 2011: 66f.; Lobinger 2012: 63).

Sowohl bei der Einschränkung der Offenheit und Mehrdeutigkeit von Bildern als auch bei der Bedeutungszuweisung kommt eine entscheidende Rolle Bildkontexten zu, in denen Bilder produziert, verwendet, übertragen und rezipiert werden. Aus diesem Grund wird im nächsten Kapitel auf die Kontextabhängigkeit von Bildern näher eingegangen.

3.2.4. Kontextabhängigkeit von Bildern und Einschränkung der Polysemie

Wie ein altbekanntes Sprichwort besagt, sagt ein Bild mehr als tausend Worte. Mit Petersen und Schwender (2011: 20) ist darauf gleich zu erwidern: „Doch wir wissen [oft] nicht welche“. Schierl weist sogar eindeutig und kompromisslos darauf hin, dass sich dieses Sprichwort als verkehrt und unrichtig erweist. „[D]enn ein Bild sagt gar nichts, es kann lediglich nur etwas darstellen. Eine Aussage kann sich erst im Zusammenhang ergeben.“ (Schierl 2001: 219) Ähnlich verdeutlicht auch Ernst Gombrich (1909-2001) mit seiner Behauptung „pictures cannot assert“ (1982: 175), dass Bilder ohne eine textliche Unterstützung keinerlei Aussagen machen können. Das liegt vor allem daran, dass Bilder im Gegensatz zu Texten zu viel darstellen. „Als visuelle Aussage genommen, ist das – gemessen am Informationsmaß der ausgeschlossenen Möglichkeiten – nichts!“, so Helmut F. Spinner (2002: 196).

Wie bereits im vorangegangenen Kapitel angesprochen wurde, können Bilder zwar aufgrund ihrer visuellen Evidenz besser als jedwede verbale Beschreibung bestimmte konkrete Gegenstände wiedergeben, sind aber in hohem Maße ambivalent und beinhalten interpretative Lücken, die für verschiedene Bedeutungszuweisungen offen sind (vgl. Lobinger 2012: 74). Nur die entsprechende kontextuale Einordnung von Bildern kann ihre semantische Unbestimmtheit einschränken, indem „wir uns unter vielen Inhalten, die wir einem Bild korrekterweise zuschreiben können, für einen bestimmten Inhalt entscheiden“ (Sachs-Hombach 2006: 175). Die Kontextbedingungen sind deshalb für die Spezifikation des Bildinhaltes innerhalb einer bestimmten Interpretationsumgebung verantwortlich. Sachs-Hombach nennt in diesem Zusammenhang drei pragmatische Aspekte, die bei der Festlegung der Bildbedeutung ausschlaggebend sind: Bildkotext, Bildkontext und Typikalität der dargestellten Bildeigenschaften. Die kotextuelle Determination des Bildinhaltes erfolgt im Wesentlichen über die Gestaltungsgesetze und stellt die Summe der Bildelemente dar, „die sich innerhalb der Bildfläche (bei Filmen auch zwischen verschiedenen Bildern) ausmachen lassen und die etwa durch einen Rahmen begrenzt werden“ (Sachs-Hombach 2006: 175). Typikalitätsstandards sind mental repräsentiert und sowohl individuell als auch kulturell variabel. Zudem kann auch die Typikalität der dargestellten Bildeigenschaften je nach Le-

benswelt und entsprechenden Wahrnehmungskompetenzen variieren (vgl. Sachs-Hombach 2006: 176f.). Der Bildkontext spielt im Sinne einer Verwendungsumgebung eine essentielle Rolle. Er liefert einen Interpretationshorizont, der den Inhalt eines Bildes je nach Verwendungskontext in differenter Weise zu bestimmen ermöglicht. Auf diese Weise kommen die meisten denkbaren Interpretationen aufgrund dominanter Kontextbedingungen i. d. R. gar nicht erst in Betracht (vgl. Sachs-Hombach 2006: 175f.).

„Vor allem wird zumindest in vielen Fällen erst durch den Kontext sichergestellt, um welchen Gegenstand es sich im Einzelnen handelt. Der Kontext muss zudem regeln, ob auf einzelne Gegenstände oder auf eine Gegenstandsklasse Bezug genommen wird. Schließlich ist nur über den Kontext zu entscheiden, welche der Charakterisierungen des Bildes eine nominatorische und welche eine prädikatorische Funktion haben. All diese mangelnden Bestimmtheiten sind dafür verantwortlich, dass wir Bilder sehr unterschiedlich interpretieren können, sie also in der Regel vieldeutig bleiben.“ (Sachs-Hombach 2006: 274)

Zu Bildkontexten, die für die Bedeutungszuweisung ausschlaggebend sind, zählen laut Sachs-Hombach sowohl Bildunterschriften und sprachliche Erläuterungen, in denen die expliziten Verstehenshinweise zu finden sind, als auch unterschiedliche Bildtypen und Bildmedien, die kontextuelle Anhaltspunkte in impliziter Weise beinhalten (vgl. Sachs-Hombach 2006: 262). Die Berücksichtigung des Bildkontextes erweist sich allerdings erst dann plausibel und fruchtbar, wenn dieser „nicht nur im Sinne einer Bild-Text-Relation gedacht wird [...], sondern die Möglichkeit einer Bild-Bild-Relation einbezogen wird“ (Geise, Rössler 2012: 357). Zwar kann zuweilen nur der textliche Kontext Aufschluss darüber geben, ob es sich z. B. bei der abgebildeten Person um einen Prominenten oder seinen Doppelgänger handelt. Um allerdings der Eigensinnigkeit des Bildes Rechnung tragen zu können, soll das sprachlich-textliche Vorwissen soweit wie möglich ausgeklammert werden (vgl. Geise, Rössler 2012: 358; Bohnsack 2009b: 955. Mehr zur Problematik der Marginalisierung von bildlichen Phänomenen siehe Kapitel 4.1. Zur Eigenlogik des Bildes siehe Kapitel 3.3.2). Aus diesem Grund sollen primär Kontexte in Betracht gezogen werden, die kontextuelle Verstehenshinweise in impliziter Weise vermitteln.

Neben dem kulturellen Rezeptionskontext, wie im vorigen Kapitel beschrieben wurde, kommt darüber hinaus dem medialen Kontext der Botschaft eine wichtige Rolle zu. Bilder erfüllen stets einen kommunikativen Zweck, um eine bestimmte Botschaft bzw. Bedeutung zu übertragen. Unter Bezugnahme auf Watkins weist Lobinger darauf hin, „dass die Aussage eines zunächst vieldeutigen, unterschiedlich interpretierbaren und kulturell spezifischen Bildes durch den Einsatz in bestimmten medialen Settings mit bestimmten Zeiten und Funktionen konkretisiert und fixiert wird“ (Lobinger 2012: 67). Um die Erfassung von Bildbedeutungen zu ermöglichen, ist die Berücksichtigung von Produktions-, Rezeptions-, Vermittlungs- und Deutungskontexten für die Kommunikations- und Medienwissenschaft von besonderer Relevanz. Hierfür hat Müller ein Bildkontext-Analyseschema entwickelt, um die Signifikanz und Bedeutung der Bildkontexte zu akzentuieren.

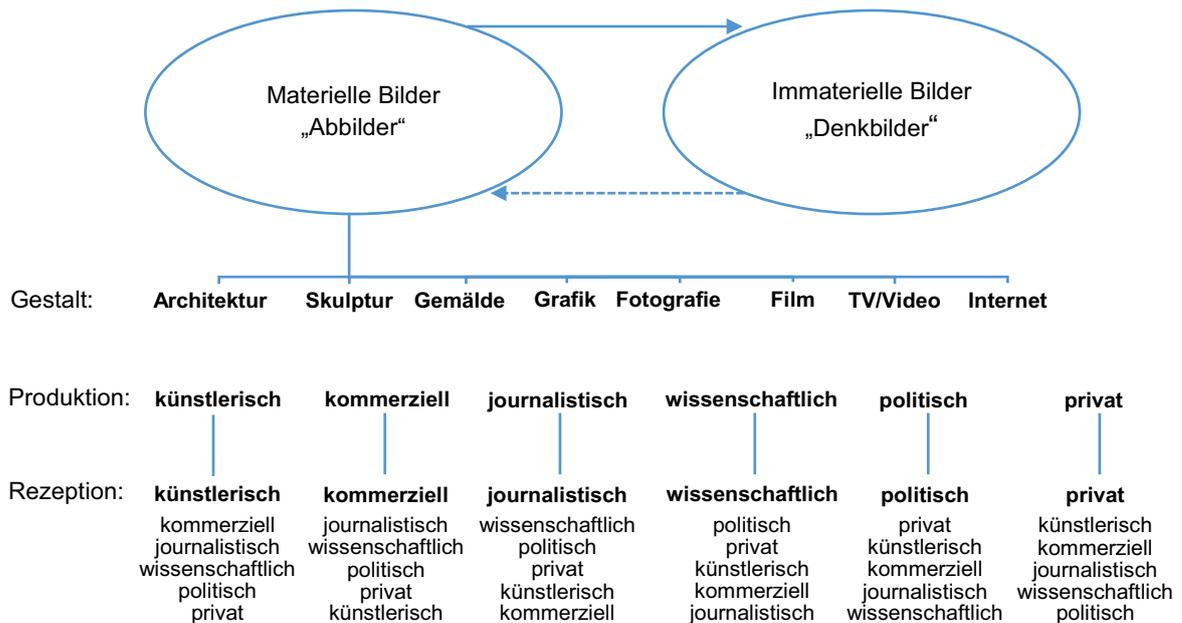


Abb. 5: Bildkontext-Analyseschema nach Müller (Kappas, Müller 2006: 16)

Nach diesem Analyseschema differenziert Müller drei Dimensionen des Bildes aus, für die auch unterschiedliche wissenschaftliche Methoden und Ansätze angewandt werden: Die Motiv- bzw. Gestaltebene, die Ebene des Produktionskontextes und die Ebene des Rezeptionskontextes. Auf der Gestaltebene kommt die bildwissenschaftliche Methode der Ikonologie, die den Zugang zu bildinhärenten Bedeutungen ermöglicht, vorherrschend zum Einsatz. Auf der Ebene des Produktionskontextes von medial verbreiteten Bildern weist die meiste analytische Kompetenz Medien- und Kommunikationswissenschaft auf. Die Ebene des Rezeptionskontextes ist wegen ihrer Komplexität noch am wenigsten erschlossen, da Instrumentarien zur Erforschung von Bildwirkungen wie Befragungen, Gruppendiskussionen etc. mit größerem Aufwand verbunden sind und zum Nachweis unterschwelliger emotionaler Reaktionen auf Bilder um psychophysiologische Verfahren ergänzt werden müssen. Das Forschungsinteresse der visuellen Kommunikation, die aus der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Perspektive als ein ständig in Bewegung befindlicher Prozess betrachtet wird, liegt in der Interaktion dieser drei Ebenen, wie Bildbedeutungen durch Ihre Gestaltung, Produktions- und Rezeptionskontexte beeinflusst und bestimmt werden. In ihrem Bildkontext-Analyseschema unterscheidet Müller sechs verschiedene Kontexte: künstlerischer, kommerzieller (z. B. Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit), journalistischer, wissenschaftlicher, politischer und privater Kontext (z. B. Foto- und Video-Sharing in Microblogs und Social Networks). Mit dieser Spezifikation legt Müller nahe, dass Bildbedeutungen neben kulturell abhängigen Darstellungs konventionen bzw. Darstellungs kompetenz der Bildproduzenten auch durch Produktions- und Rezeptionskontexte beeinflusst wer-

den (vgl. Kappas, Müller 2006: 16f.). Zwischen Bildproduktion und -rezeption kann ein Kontextwandel stattfinden, der zur Veränderung des Rezeptionsprozesses und somit auch zur Bedeutungsverschiebung führen kann. So werden z. B. Fotografien, die ursprünglich für eine Tageszeitung produziert wurden und einen journalistischen Wirkungskontext haben, als Ausstellungsstücke in einer Galerie – durch die Verschiebung vom journalistischen Produktionskontext in den künstlerischen Rezeptionskontext – von Bildbetrachtern anders interpretiert und wahrgenommen (vgl. Kappas, Müller 2006: 17; Lobinger 2012: 67f.). Ein weiterer Kontextwandel tritt durch die zeitliche Verschiebung ein, „wenn also ein und dasselbe Bild zu unterschiedlichen Zeiten betrachtet wird und damit zu unterschiedlichen Assoziationen und Bedeutungszuweisungen führt“ (Lobinger 2012: 68). Mediale Kontexte sind demzufolge für die Bestimmung von Bedeutungsinhalten entscheidend. Sie können die Ambivalenz bzw. Mehrdeutigkeit von medial verbreiteten Bildern einschränken und auch die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Bildwirkung erleichtert (vgl. Geise, Rössler 2012: 357).

Im darauffolgenden Abschnitt soll eine Bilanz zur Einschränkung des Bildbegriffs für die visuelle Kommunikationsforschung gezogen werden. Hierfür eignet sich besonders gut die von Geise entwickelte Bilddefinition, die wesentliche Merkmale eines (Medien-)Bildes bereits beinhaltet und zusätzlich um einige wichtige Erkenntnisse ergänzt werden soll. Daraus wird schließlich ein Bildterminus abgeleitet, der für die weitere wissenschaftstheoretische und praxisorientierte Betrachtung und Analyse anzuwenden ist.

3.2.5. Bilddefinition und die Zusammenfassung der bildimmanenten Aspekte

Für die visuelle Kommunikationsforschung hat die Kommunikations- und Medienwissenschaftlerin Stephanie Geise einen Bildbegriff operationalisiert, der die oben beschriebenen Kriterien einer Bilddefinition i. e. S. gut zusammenfasst und deshalb näher betrachtet und diskutiert werden soll.

Im Anschluss an Geise ist ein Bild „eine intentionale, höchstens zweidimensionale, medial gebundene Visualisierung oder visuelle Repräsentation von Bedeutungsinhalten, die nicht vorher fixiert sein müssen und Bezug zu situativen, zeitlichen, räumlichen, individuellen und sozialen Kontexten haben“ (Geise 2011: 63; Geise, Rössler 2012: 347). Die einzelnen konstituierenden Elemente einer Bilddefinition werden nun nachfolgend erklärt und zusammengefasst.

Intentionalität und Materialität

Mit dem Aspekt der Intentionalität begründet Geise, dass es eine intentionale Handlung gegeben sein muss, damit ein Bild in seiner physischen bzw. materiellen Form überhaupt entsteht. Die Zwecksetzung der Bildschöpfung und die intentionale Verwendung des Bildes

spielen dabei eine nachrangige Rolle. Die Herstellung eines Bildes aus Selbstzweck, das nicht der anschließenden Betrachtung, Kommunikation und Interaktion dient, lässt es der Argumentation von Geise nach genauso ein Bild bleiben wie etwa eins, das „zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung“ (Doelker 1997: 187) hergestellt wurde (vgl. Geise 2011: 64; Geise, Rössler 2012: 348). Auf diese Weise versucht sie einen vielschichtigen bzw. in der empirischen Forschung möglichst vielseitig anwendbaren Bildbegriff herauszuarbeiten. Handelt es sich jedoch um massenmedial verbreitete Bilder, steht der Gedanke der Bildherstellung aus Selbstzweck eindeutig im Widerspruch mit der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Prämisse der Kommunizierbarkeit und der medialen Gebundenheit der Bildphänomene. Während die anschließende kontextuelle Verwendung für die Bilddefinition wenig konstitutiv sein mag, bleibt die Darbietung vor Betrachtern bzw. die Kommunizierbarkeit ein besonders wichtiger Aspekt, der ein (Medien-)Bild prägt und definiert. Auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft werden Bilder als Kommunikate, die zwischen Sender und Empfänger vermitteln (vgl. Lobinger 2012: 54), bezeichnet und deshalb auch als „zum Zweck der Betrachtung oder Verständigung hergestellte visuelle Konfiguration“ (Doelker 1997: 187) charakterisiert. In diesem Zusammenhang beinhaltet eine intendierte Handlung sowohl die physische Herstellung des Bildes als auch dessen anschließende Übertragbarkeit bzw. Kommunizierbarkeit. Mit Lobinger ist darauf hinzuweisen, dass für die visuelle Kommunikationsforschung ausschließlich jene Bilder von Bedeutung sind, „die sich manifest ausdrücken und in Form von Reproduktionen für die Übertragung einer Botschaft geeignet sind“ (Lobinger 2012: 70).

Mediale Gebundenheit und Verbreitung

Wie bereits kurz erwähnt, stellt die Bindung an ein Medium ein weiteres wesentliches Kriterium dar, wenn es um die Festlegung eines Bildbegriffs im kommunikations- und medienwissenschaftlichen Sinne geht. Erst durch die Arbeit mit Medien, so Belting, können Bilder sichtbar gemacht werden (vgl. Belting 2001: 27). Das Medium ist dabei stets materieller Natur und stellt aus anthropologischer Sicht den menschlichen Körper (vgl. Belting 2001: 29) oder eben das menschliche Gehirn als Zentrum der Sprache und des Denkens dar (vgl. Aebli 1981: 279ff.). Das Bild hat dagegen immer eine mentale Eigenschaft. „Da ein Bild keinen Körper hat, braucht es ein Medium, in dem es sich verkörpert.“ (Belting 2001: 17) So hat ein Bild im Anschluss an Belting „eine Zwei-Seiten-Form, deren eine das Bild und deren andere das Medium ist, dessen materiale Bedingung der wahrnehmbaren Form von uns nur über unsere eigene Körpererfahrung als Wahrnehmungsmedium zugänglich ist“ (Paech 2005: 83). Hier können einige Parallelen zur Kommunikations- und Medienwissenschaft gezogen werden. Da für die visuelle Kommunikationsforschung schwerpunktmäßig

anhand technischer Kommunikationsmedien verbreitete Bilder in ihrer Rolle als Kommunikate von Bedeutung sind (vgl. Lobinger 2012: 69), haben Medien eine materiale Eigenschaft und können als „technische Kommunikationskanäle, die visuelle, auditive, audiovisuelle Zeichensysteme transportieren“ (Wittmann 2007: 39), bezeichnet werden. Dabei kann es sich um Instrumente zur Herstellung und Rezeption von Zeichen (z. B. Schreibwerkzeug, Computer), um daraus entstehendes Textgenre (Buch, Fernsehen, Animation, Film, Zeitung) oder auch um die Botschaften verbreitende Institution (z. B. Rundfunkanstalt) handeln (vgl. Nöth 2000: 467).

Als symbolische Formen und Zeichenkomplexe sind Bilder an ein Medium gebunden und werden in ihrer Funktion im Prozess gesellschaftlicher Kommunikation und Information aufgefasst. „Sie unterliegen insofern medialen Bedingungen, als sie im (Massen-)Kommunikationsprozess durch Mediensysteme (Medientechnologien und Medieninstitutionen) ‚formuliert‘ und ‚kanalisiert‘ werden.“ (Paech 2005: 91) Mit solcher Verortung des kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bildbegriffs erfüllen z. B. Naturbilder erst dann das Kriterium der medialen Bildung, wenn ihre fotografische Aufnahme, die der Anforderung der physischen Herstellung bereits entspricht, an ein Trägermedium gebunden und durch Reproduktion und Distribution medial verbreitet wird (vgl. Knieper 2005: 40). Für die visuelle Kommunikationsforschung ist dabei von besonderer Relevanz „nicht wie Bilder als ‚Bilder‘ medial möglich werden, sondern wie Bilder bestimmte Inhalte im Rahmen gesellschaftlicher (Massen-)Kommunikation medial vermitteln oder transportieren“ (Paech 2005: 91).

Zweidimensionalität: stereoskopische und monoskopische Bilder

In Anlehnung an Sachs-Hombach, Schelske, Posner und Schmauks sind Bilder flächig bzw. stellen „flächenhafte Artefakte“ dar (vgl. Sachs-Hombach 2006: 74; Schelske 1997: 8; Posner, Schmauks 1998: 15). Das bedeutet, dass (Medien-)Bilder vorwiegend zweidimensional sind und über die Eindimensionalität hinausgehen. Man denke z. B. an Fernsehen, Rechner- bzw. Computersimulationen sowie auch an Bilder in Printmedien, die bereits über die zweidimensionale Darstellung visueller Phänomene verfügen. Wie Schelske unter Bezugnahme auf Vilém Flusser feststellt, reduzieren solche Bilder „die vier Raum-Zeit-Dimensionen auf zweidimensionale Flächen, um wiederum vier Dimensionen vorstellbar zu machen, also quasi zu einer Idee von potentiell erfahrbarer Welt rückführen“ (Schelske 1997: 15). Die Reduktion auf zwei Dimensionen der Fläche vereinfacht somit den Transport von Bedeutungsinhalten im Kommunikationsablauf.

Mit der Bezeichnung der Bilder als „höchstens zweidimensional“ schließt Geise ebenso eindimensionale Bildphänomene in den Bildbegriff mit ein (Geise 2011: 63; siehe auch Geise,

Rössler 2012: 347.). Sie stellen jedoch genauso wie die Visualisierungen in der dritten Dimension (z. B. 3D-Kinderbücher) einen Sonderfall dar und sollen deshalb aus dem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Bildbegriff zwecks weiterer Abgrenzung ausgeklammert werden. Beim dreidimensionalen Effekt, der zunehmend im Kino, Fernsehen oder Word Wide Web vorkommt, handelt es sich um eine stereoskopische bzw. räumliche Tiefenwahrnehmung. Sie ist physikalisch nicht gegeben und stellt lediglich eine optische Täuschung dar. Solche Abbildungen, die einen räumlichen Tiefeneindruck vermitteln, weisen physikalisch zwei Dimensionen auf und werden oft mit 3D verwechselt (vgl. Lorenz 2012: 13). Zweidimensionale Abbildungen ohne Tiefeneindruck werden dagegen als monoskopisch charakterisiert. Sowohl monoskopische als auch stereoskopische Bilder stellen Untersuchungsgegenstand der visuellen Kommunikationsforschung dar.

Statik als zusätzliches Abgrenzungskriterium des Bildbegriffs

Eine weitere Abgrenzung, die im Rahmen einer Bilddefinition i. e. S. noch zusätzlich getroffen werden soll, betrifft die Beschaffenheit dargestellter Bildinhalte. Hier soll die Einschränkung des Bildbegriffs auf unbewegte (Medien-)Bilder vorgenommen werden. Der Grund dafür liegt einerseits darin, dass der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit auf eine quantitativ-qualitative Analyse statischer Bilder gelegt wird. Auf der anderen Seite differenzieren sich die Methoden zur Analyse unbewegter Bilder von den Methoden zur Erforschung von Videoinhalten bzw. Bewegtbildern erheblich. Zudem weisen die letzteren einen deutlich höheren Arbeitsaufwand auf, was forschungspragmatisch zur Einschränkung des zu untersuchenden Bildmaterials führen würde. In Betracht können jedoch Video-Standbilder gezogen werden, da diese aus einer Videodatei – etwa beim Einstellen des Videos ins Internet – gezielt ausgewählt werden können.

Visualisierung und wirklichkeitsnahe visuelle Repräsentation

Grundsätzlich spielt die Ähnlichkeit zwischen dem Bild und dem abgebildeten Wirklichkeitsausschnitt für die Festlegung einer Bilddefinition i. e. S. keine wichtige Rolle. Wie es am Beispiel einer Fotografie in den obigen Abschnitten dargestellt wurde, muss eine fotografische Aufnahme nicht zwingend als ein Wirklichkeitsabbild betrachtet werden. Mannigfaltige Gestaltungsmittel wie Kameraperspektive, Einstellungsgröße, Inszenierung des Dargestellten oder Bildbearbeitung können die Wirklichkeit entstellen, sodass die Ähnlichkeit zwischen dem Bild und dem Abgebildeten nicht mehr gegeben ist. Zudem können Bilder etwas Imaginäres, Nicht-Existentes und völlig Abstraktes sichtbar machen bzw. visualisieren. Aus diesem Grund impliziert der Ausdruck „Visualisierung“ nach Geise „Transformation und Kommunikation von Bedeutungsinhalten in und durch visuelle Phänomene“ (Geise 2011: 65; Geise, Rössler 2012: 349), die als „etwas, das von *jemandem* als Hinweis auf *etwas*

anderes erkannt [werden]“ (Volli 2002: 22. Hervorheb. i. Original). Die Formulierung „visuelle Repräsentation“ ist dagegen wirklichkeitsnah und beinhaltet buchstäbliche Repräsentation des Wirklichkeitsausschnittes im Sinne der abbildenden Wiedergabe und verleiht somit den Visualisierungen einen konkreten Ausdruck (vgl. Geise 2011: 65; Geise, Rössler 2012: 349).

Bedeutungsinhalte der Bildphänomene und ihre Offenheit

Die Kommunikation kann im Allgemeinen als „die Übermittlung von Information und Bedeutungsinhalten“ (Bruhn 2014: 3; Liebl 2003: 29) verstanden werden. Bilder beinhalten ebenso Bedeutungen, die von einem Sender an einen Empfänger codiert übertragen und vom Empfänger anschließend decodiert bzw. interpretiert werden (vgl. Lobinger 2012: 70; Volli 2002: 7; Vieregg 2009: 97). Obwohl der Sender darauf abzielt, „der Botschaft ein dem Adressaten zusagendes *Format* zu verleihen“ (Volli 2002: 7. Hervorheb. i. Original), damit seine Absicht richtig erkannt und erschlossen werden kann, können Sender und Empfänger den visuellen Phänomenen unterschiedliche Bedeutungsinhalte zuweisen, sodass die intendierte Botschaft des Absenders vom Empfänger different gedeutet wird.

Trotz ihrer anschaulichen Evidenz und ikonischen Genauigkeit sind Bilder meistens ambig und polysem. Dies hatte auch Sachs-Hombach im Sinn, als er postulierte, dass Bilder ohne einen entsprechenden Kontext oft vieldeutig sind. „Auch wenn wir unmittelbar erkennen, was ein Bild darstellt, bleibt oft unklar, was mit der Präsentation eines Bildes bezweckt ist.“ (Sachs-Hombach 2006: 25) Die Relativität und Ambiguität von Bildern gründen sich laut Mitchell in sozialen und kulturellen Praktiken sowie auch in einer für menschliches Verstehen grundlegenden Geschichte (vgl. Mitchell 1990: 18; Mitchell 2008: 19). Für den Bildbegriff ist diese mögliche Verzerrung der codierten bzw. decodierten Botschaft unbedeutsam. Maßgebend ist, dass „dem Bild im Kommunikationsprozess Bedeutung zugewiesen wird; dies schließt auch die Ebenen der Bildverwendung und des Bildverstehens ein, ohne diese jedoch weiter spezifizieren oder qualifizieren zu müssen“ (Geise, Rössler 2012: 349). Deswegen ist es für die enge Bilddefinition in erster Linie nicht die Ermittlung der intendierten Bedeutung des Bildes bzw. das „Finden von Sinn“, sondern allgemein die Zuweisung irgendeines Bedeutungsinhaltes bzw. das „Einlegen von Sinn“ von Relevanz (vgl. Geise, Rössler 2012: 349; Michel 2006: 21). Damit wird impliziert, dass die bildinhärenten Bedeutungsinhalte nicht bereits vorher festgelegt oder intentioniert sein müssen. „Dies lässt dem Bild seine Besonderheit der tendenziellen Offenheit an Bedeutung.“ (Geise, Rössler 2012: 349; Geise 2011: 66) Das Bild sei in der Bedeutung offen und kann nach Doelker „allein von seinem Abbildcharakter her üblicherweise keine festen Bedeutungen transportieren, es sei denn, diese bestünden schon bei Gegenständen und Konstellationen in der primären Wirklichkeit. Oder aber die Bedeutung ist, wie bei einem verbalen Sprachzeichen, durch

Übereinkunft festgelegt.“ (Doelker 1997: 58) Die Offenheit der Bildbedeutungen weist keineswegs auf die Abwesenheit von Sinn hin, sondern ermöglicht vielmehr eine Vielzahl von Bedeutungszuweisungen für ein und dasselbe Bild (vgl. Michel 2006: 20).

Kontextabhängigkeit von Bedeutungsinhalten

Je nach Kontext können divergente Bedeutungsinhalte einem Bild zugeschrieben werden, sodass es weder richtig noch falsch interpretiert bzw. verwendet werden kann. Das Bildverständnis, die Bildwirkung und -interpretation stehen nämlich in einem engen Zusammenhang zu situativen, zeitlichen, räumlichen, individuellen und sozialen Kontexten. Doelker stellt ebenso fest: „Wichtigkeit und Signifikanz eines Gegenstandes ergeben sich für eine Person aus ihren bisherigen Erfahrungen, aus ihrer Herkunft, ihrem Alter, ihrem Geschlecht, ihrem Bildungsgang, einzelnen Erlebnissen oder sogar Traumata.“ (Doelker 1997: 47) Darüber hinaus spielt auch die intramediale Kontextualisierung eine wichtige Rolle, die sich auf Verständnis, Interpretation und Wirkungspotenziale des Bildes auswirken kann. So geben Trägermedien (Zeitung, Werbeprospekt, Zeitschrift, Flugblatt etc.) Aufschluss darüber, ob Intentionen des Bildes z. B. politischer, wissenschaftlicher oder kommerzieller Art sind. Zudem erzeugt der Verwendungszusammenhang einen faktischen Bildkontext, der die Bildbedeutung zusätzlich kontextualisiert und die Mehrdeutigkeit visueller Inhalte einschränkt (vgl. Lobinger 2012: 70; Geise, Rössler 2012: 349). Denn ohne einen entsprechenden Verwendungskontext ist eine eindeutige Zuordnung oft nicht möglich (vgl. Sachshombach 2006: 173).

Zusammengefasste Bilddefinition

Abschließend kann folgende Bilddefinition festgehalten werden: Ein Bild ist eine intentionale, zweidimensionale, medial gebundene Visualisierung oder wirklichkeitsnahe visuelle Repräsentation von Bedeutungsinhalten, die nicht vorher fixiert sein müssen; einen für die Bilderstellung und -interpretation essentiellen Bezug zu situativen, räumlichen, individuellen und sozialen Praxen haben und durch Produktions- und Rezeptionskontexte, die künstlerischer, kommerzieller, journalistischer, wissenschaftlicher, politischer oder privater Natur sind, in ihrer Mehrdeutigkeit eingeschränkt werden (vgl. Geise 2011: 67f.; Kappas, Müller 2006: 16).

3.3. Bild und sein ikonologischer Sinngehalt

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits zur Explikation gebracht, dass das Medium Bild durch etliche Spezifika und inhärente Merkmale gekennzeichnet ist und sich vom Text in seiner Wirkung und Wahrnehmung deutlich unterscheidet. Weitere ausschlaggebende Charakteristika sind der hohe Stellenwert von Bildern als Medien alltäglicher Verständigung und ihre Eigensinnigkeit, die Bilder als „ein nach immanenten Gesetzen konstruiertes und

in [ihrer] Eigengesetzlichkeit evidenten System“ betrachten lässt (Imdahl 1979: 190, zit. nach Bohnsack 2009b: 955). Im Folgenden soll nun auf diese Merkmale, die für das Erschließen des ikonologischen Sinngelhalts der Bilder ausschlaggebend sind, und deren Problematik näher eingegangen werden.

3.3.1. Die Konstruktion der gesellschaftlichen Wirklichkeit durch Bilder

Bohnsacks Überlegungen zufolge können Bilder genauso wie Texte als selbstreferentielle Systeme betrachtet werden. Dies führt dazu, dass es zwei verschiedenartige Dimensionen der bildhaften Verständigung auseinanderzuhalten sind: eine sprachlich-textliche Verständigung über das Bild und eine Verständigung durch das Bild, d. h. im Medium des Bildes jenseits von Sprache und Text. Während noch ein subjektives bzw. monologisches Verstehen im Medium des Bildes jenseits von Sprache und Text für möglich gehalten wird, bleibt eine intersubjektive Verständigung in den Sozialwissenschaften meistens ohne nähere Explikation aus der Methodologie wie auch aus der Handlungstheorie ausgeschlossen. Damit rückt automatisch die sich im Medium von Sprache und Text vollziehende Verständigung über das Bild in den Vordergrund, die der Eigensinnigkeit des Bildes weder theoretisch noch methodisch gerecht werden kann. Um der Verständigung im Medium des Bildes Rechnung tragen zu können, bedarf es der Erkenntnisse über unser alltägliches Verstehen und Handeln, die in den Handlungs-, Verhaltens-, Wissens- und Zeichentheorien tief verwurzelt sind (vgl. Bohnsack 2003b: 156; Bohnsack 2011c: 18).

Jene Tatsache, dass sich unsere alltägliche Verständigung durch Bilder vollzieht – ohne dass eine sprachlich-textliche Verständigung über diese bzw. ihre Interpretation notwendig ist – weist daraufhin, dass unsere soziale bzw. gesellschaftliche Wirklichkeit nicht nur durch Bilder repräsentiert, sondern auch von denen konstituiert und hergestellt wird. Das bedeutet vor allem nicht nur, dass die Wahrnehmung der Welt vornehmlich im Medium der Ikonizität bzw. Bildlichkeit stattfindet, sondern dass Bilder vielmehr die handlungsleitende Funktion aufweisen. Dies hat zur Folge, dass Bilder in der sozialen Welt eine übergreifende Rolle einnehmen, die weit über ihre Funktion als massenmedial verbreitete Kommunikate hinausgeht. Nicht nur durch Massenmedien, sondern ebenso im Alltag auf der Ebene des Lernens und der Sozialisation sind Bilder Medien alltäglicher Verständigung und alltäglichen Handelns. So verinnerlichen Individuen soziale Situationen und Szenerien in Form von inneren bzw. mentalen Bildern, die sich als bildhafte, ikonische Schemata im Gedächtnis sedimentieren und im Medium des Bildes vergegenwärtigt und verstanden werden. Auf solche Weise geben die typenhaften inneren Bilder dem Individuum die Handlungssicherheit bei der Deutung von Mimik und Körperhaltung des Gegenübers und stellen bildhaft soziale Orientierungen her. Nach Bohnsack stellt solche mentale Bildhaftigkeit „nicht nur die Grund-

lagen für die Produktion von Ikonizität, von äußeren Bildern dar, sondern ist auch der Symbolik der Sprache vorgeordnet. Auch kreative Entwürfe sozialer Handlungen und Szenerien vollziehen sich im Medium mentaler Bilder und Imaginationen.“ (Bohnsack 2011b: 29)

Die Verständigung im Medium von mentalen Bildern ist in die vorreflexiven bzw. im Sinne von Mannheim atheoretischen Wissensbestände, in ein implizites und im Sinne von Bourdieu inkorporiertes Wissen eingelassen, das das habituelle Handeln orientiert und strukturiert. Zum einen wird dieses Wissen in Form von Metaphern bzw. bildhaften textlichen Darstellungen sozialer Szenerien vermittelt, zum anderen aber im Medium des Bildes selbst bzw. im Medium der Ikonizität. Im Anschluss an Gottfried Boehm ist das die Ebene der Bildlichkeit oder die Ebene des impliziten bzw. atheoretischen Wissens, auf der Bild und Sprache partizipieren (vgl. Bohnsack 2011b: 28ff.; Bohnsack 2011c: 18f.; Bohnsack 2003b: 156ff). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass nur jene sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Methoden und Verfahren in der Lage sind, den empirisch-methodischen Zugang zur Sinnstruktur und Eigengesetzlichkeit des Bildes zu erschließen, die einen grundlagentheoretischen Zugang zu diesen atheoretischen bzw. inkorporierten Wissensbeständen aufweisen (vgl. Bohnsack 2011b: 30). Hervorzuheben sind hier vor allem semiotische Theorien und Verfahren von Roland Barthes (1915-1980) und Umberto Eco (1932-2016), die ikonografisch-ikonologische Methode von Kunsthistoriker Erwin Panofsky (1892-1968) in ihrer Weiterentwicklung durch Max Imdahl (1925-1988) sowie die Wissenssoziologie von Karl Mannheim und die von ihm ausgearbeiteten dokumentarische Methode in ihrer Weiterentwicklung von Ralf Bohnsack.

3.3.2. *Eigensinnigkeit des Bildes und Einklammerung des textlichen Vorwissens*

Erst wenn man den Herausforderungen eines Zugangs zum Bild in seiner Eigensinnigkeit und Selbstreferentialität stellt und sich auf die Handlungs-, Verhaltens-, Wissens- und Zeichentheorien bezieht, die sowohl die Textförmigkeit als auch die Bildhaftigkeit bzw. Ikonizität alltäglichen Handelns und Kommunizierens berücksichtigen, kann die Annäherung an die Sinnkomplexität des Bildes gelingen und die Eigensinnigkeit des Bildes erforscht und zutage gebracht werden.

Genauso wie es beim Zugang zur alltäglichen Kommunikation als selbstreferentiellem System auf die systematische Beschränkung des von den Erforschten in ihrer Handlungspraxis hergestellten Kontextes in Form von Erzählungen, Beschreibungen oder deren spezifischen Passagen und infolgedessen auf die Suspendierung des Kontextwissens des Erforschenden ankommt, gilt auch bei der Erschließung von visuellen Bedeutungsinhalten, das sprachlich-textliche Vorwissen soweit wie möglich einzuklammern. So wird die Unterordnung des Bildes der sprachlich-narrativen Logik erst dann umgangen, wenn die simultane Relation von Einzelementen und Gesamtkontext bzw. Gesamtkomposition des Bildes in

den Vordergrund rücken und nicht etwa die isolierte Betrachtung seiner Einzelemente ohne jegliche Bezugsherstellung zueinander (vgl. Bohnsack 2009b: 955; Bohnsack 2010b: 272; Geise, Rössler 2012: 347). So werden die Bedeutungen von Bildern nicht nur über die abgebildeten Einzelemente, sondern vielmehr über die räumliche Anordnung der Bildelemente zueinander erschlossen. Erst unter Beachtung dieses Prinzips wird der Versuch unternommen, Bilder nicht mehr mit Texten zu erklären, sondern von diesen zu unterscheiden (vgl. Belting 2001: 15). Dies gilt besonders dort, wo das zu untersuchende Medium, Produkt oder Dokument sowohl Texte als auch Bilder beinhaltet.

Die Einklammerung des sprachlich-textlichen Vorwissens und der damit verbundenen Geltungsansprüche „auf faktische Wahrheit und normative Richtigkeit ist bei Mannheim unmittelbar mit dem Wechsel der AnalyseEinstellung vom *Was* zum *Wie* verbunden, dem Wechsel von einer objektivistischen AnalyseEinstellung zu jener, welche auf die Rekonstruktion der Herstellungsprozesse des Dargestellten, den *modus operandi* der Darstellung gerichtet ist“ (Bohnsack 2003b: 163. Hervorheb. i. Original). Während bei Mannheim dieser Wechsel vom immanenten hin zum dokumentarischen Sinngehalt bedeutet, ist der Wechsel bei Panofsky von der Ebene des expliziten bzw. kommunikativen Wissens hin zum impliziten bzw. atheoretischen Wissen derjenige von der Ikonografie zur Ikonologie. Es handelt sich dabei um den Wechsel von der Frage, was kulturelle oder gesellschaftliche Phänomene sind, zur Frage, wie diese Phänomene und Tatsachen hergestellt werden. Ausschlaggebend ist hier der dokumentarische bzw. ikonologische Sinngehalt, den Panofsky auch als *Habitus* bezeichnet und speziell auf den *Habitus* der Bildproduzenten bezieht. Grundsätzlich ist zwischen zwei Dimensionen bzw. Kategorien von Bildproduzenten zu differenzieren: abbildende und abgebildete Bildproduzenten. Zur ersten Kategorie zählen Künstler, Fotografen, Maler, Akteure und alle diejenigen, die hinter der Kamera agieren und sich an der anschließenden Bildproduktion beteiligen. Die zweite Kategorie umfasst die zum *Sujet* des Bildes angehörige sozialen Szenerien, Personen und Wesen, die vor der Kamera stehen und agieren (vgl. Bohnsack 2011b: 31; Mayer 2013: 18).

Die Methodologie zur Rekonstruktion des ikonologischen Sinngehalts der Bilder bzw. der Zugang zum kollektiven und individuellen *Habitus* der Bildproduzenten soll im nächsten Kapitel ausführlicher betrachtet und diskutiert werden.

4. Qualitative Methoden und Methodenkombinationen in der empirischen Bildforschung

4.1. Die Problematik der empirischen Bildforschung

Die zunehmende Bedeutung der visuellen Kommunikation in den Medien und die damit einhergehende Hinwendung vom Text zum Bild – vom „linguistic turn“ zum „iconic“ bzw. „pictorial turn“ – führte zwar zur Entdeckung der Bildinterpretation als Forschungsmethode, brachte allerdings auch viele neue Fragestellungen mit sich. Da in den letzten 30 Jahren die bedeutsamen Errungenschaften vorwiegend im Bereich der Textinterpretation hervorgebracht wurden, zeigt die empirische Forschung im Bereich der Bildinterpretation einige Defizite in ihrem Methodeninstrumentarium auf (vgl. Bohnsack 2003b: 155; Bohnsack 2009b: 953; Bohnsack 2011c: 18). Diese Problematik ist tiefliegender Natur und weist unterschiedliche Gründe auf. Einer davon ist die marginale Bedeutung der Bilder in der Kommunikationswissenschaft, deren Ursache in der Geschichte der qualitativen Forschung und zwar im Kernbereich der methodologischen Grundlagen kommunikationswissenschaftlicher Empirie verankert ist. Bohnsack führt hierfür vier Argumente ins Feld, die für die Marginalisierung des Bildes grundlegend sind. Das erste Argument hängt mit der bereits oben erwähnten sprachwissenschaftlich beeinflussten Wende „linguistic turn“ zusammen, die zuerst vom amerikanischen Philosophen und Komparatisten Richard Rorty (1931-2007) verwendet wurde und seit den 70er Jahren die Sozialwissenschaften stark geprägt hat. Das führte vor allem dazu, dass die wesentlichen Fortschritte im Bereich der Textinterpretation gemacht wurden. Die Bildinterpretation hatte dagegen in der empirischen Forschung eine marginale Bedeutung, obgleich der Stellenwert der Bilder in der medialen Kommunikation enorm gewachsen ist (vgl. Bohnsack 2011b: 25f.; Mayer 2013: 15). Das zweite Argument hat seine prägende Wirkung auf die sozial- und kommunikationswissenschaftliche Methodologie noch vor dem „linguistic turn“ ausgeübt und diesem den Weg geebnet. Eine wichtige Voraussetzung für alle sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Methodologien besteht darin, dass soziale Wirklichkeit, wenn sie wissenschaftlich relevant werden soll, in Form von Beobachtungssätzen resp. Texten gegeben sein muss. In diesem Zusammenhang gilt es, dass jede Beobachtung, die ihre wissenschaftliche Bedeutung gewinnen will, erst durch das Nadelöhr des Textes hindurch gehen muss. Dieses Argument hängt unmittelbar mit dem dritten zusammen, das die Begründung zugunsten des Textes noch mehr bekräftigt. Um Validität der zu untersuchenden Texte zu wahren, sollen Originaltexte bzw. von den Erforschten selbst produzierte Texte als Grunddaten für die Analyse herangezogen werden. Dies ist besonders für eine tiefgehende Analyse latenter Bedeutungsinhalte unabdingbar, die über die manifeste Ebene der Interpretation von Äußerungen hinausgeht und die genaue Kontextuierung, Ausdrucksweise und Diktion berücksichtigt. Überträgt man diese Denkweise in der Textinterpretation auf die Bildanalyse, so ist die letztere durch eine

mangelnde Validität gekennzeichnet. Zunächst müssen Bilder in Interpretations- und Beobachtungssätze umformuliert werden, um die wissenschaftliche Relevanz zu gewinnen. Dies führte eine verstärkte Fokussierung auf das Modell der Textinterpretation in den qualitativen Methoden herbei (Bohnsack 2011b: 26f.; Bohnsack, Krüger 2004: 4). Das vierte Argument betrifft schließlich die Textförmigkeit sozialer Wirklichkeit, die die methodologische Verfahrensweise qualitativer Methoden ebenso stark beeinflusst hat. Das bedeutet, dass nicht nur die wissenschaftlich relevante Wirklichkeit textförmig sein sollte, sondern auch jede beliebige alltägliche Verständigung. Zwar gab es in der qualitativen Forschung auch Gegenstimmen dazu, die Einigkeit unter den Wissenschaftlern bestand jedoch darüber, dass ein lediglich individuelles bzw. monologisches Verstehen im Medium des Bildes möglich ist. Handelt es sich um eine intersubjektive Verständigung – wenn man sich etwa über die Wirkung und den Eindruck einer Fotografie mit anderen austauschen will – muss man das individuelle Verstehen in einen intersubjektiven Code, nämlich Text und Sprache, übersetzen oder umformulieren. Auf solche Weise wird das Bild mit seiner Bildhaftigkeit bzw. Ikonizität als ein Medium der Verständigung in seiner Eigensinnigkeit gegenüber den Texten in Zweifel gezogen (vgl. Bohnsack 2011b: 27).

Diese geschilderten Argumente der Marginalisierung des Bildes in der Sozial- und Kommunikationswissenschaft hängen unmittelbar mit den Spezifika der Bildhaftigkeit zusammen, die in Kapitel 3 bereits ausführlich behandelt wurden. Als eine logische Schlussfolgerung ergibt sich daraus ein weiterer Grund, der mit der Erfassung und Analyse von visuellen Medieninhalten in Beziehung steht und vorrangig auf die Schwierigkeit der Operationalisierung von Bildkommunikation und auf die methodischen Probleme einer inhaltlichen Gliederung von Bildern zurückzuführen ist (vgl. Geise, Rössler 2012: 342). Sowohl für die qualitative als auch quantitative Bildforschung gilt die methodische Entwicklung – trotz des steigenden Interesses an visueller Kommunikation in der jüngsten Zeit – als noch nicht abgeschlossen. Dieses Problem schildern Geise und Rössler (2012: 342) wie folgt: „Die geübte Praxis untersucht das Bild methodisch und inhaltlich bevorzugt auf Basis einer textlichen Analyselogik, ohne zu reflektieren, inwieweit sich diese Logik überhaupt auf Bildkommunikation transferieren lässt.“ Trotz einer Reihe von angewandten Analyseverfahren im Bereich der visuellen Kommunikation mangelt es immer noch an solchen theoretisch reflektierten Verfahren, die neben der Ermittlung des intersubjektiv nachvollziehbaren Bildinhaltes eine kritische Reflektion individuell ermittelter Hypothesen zur vermuteten Bildwirkung erlauben (vgl. Geise, Rössler 2012: 346).

Anhand dieser kurz dargestellten Problematik, der sich die empirische Bildforschung stellen muss, wird deutlich, dass der Bedarf an methodologischer Entwicklung besteht und noch zahlreiche wissenschaftliche Beiträge auf diesem Gebiet erfolgen müssen. In diesem Zu-

sammenhang ist das auch das Anliegen der vorliegenden Arbeit, ein analytisches Instrumentarium zur Erfassung von Bildern zu entwickeln und zur Diskussion zu bringen. Ein besonderes Augenmerk wird dabei auf ein rasant wachsendes und sich schnell verbreitendes Medium Internet gerichtet, das trotz seiner Flüchtigkeit für die empirische Forschung von großem Interesse ist. In den nächsten Kapiteln wird deshalb der Forschungsstand im Bereich der qualitativen Bildanalyse – insbesondere ihrer rekonstruktiven Verfahren – angerissen und die Methodenauswahl für die vorliegende Arbeit getroffen und begründet, bevor ein Analysevorschlagn zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten vorgestellt und diskutiert wird.

4.2. Qualitative Bildanalyseverfahren: Eingrenzung und Methodenauswahl

In der wissenschaftlichen Literatur sind bereits zum Thema „Qualitative Bildinterpretation“ einige Bildanalysevorschlüge entwickelt worden. Sie beziehen sich auf die Bildwahrnehmung und das Bildverstehen und schlagen unterschiedliche Lesarten von Bildern vor. Viele davon erscheinen jedoch im Aufsatzformat und haben eine oft unzureichende methodisch-theoretische Fundierung, was die Entfaltung der angewandten Methodologie und Forschungspraxis in vollem Umfang nicht erlaubt (vgl. Marotzki, Niesyto 2006; Geise, Rössler 2012: 346). Aus diesem Grund bleiben praxisbezogene bildanalytische Untersuchungen im Gegensatz zu textanalytischen Praxisstudien nach wie vor unterrepräsentiert. Im Bereich der Bildinterpretation besteht momentan noch ein Mangel an solchen empirisch-methodisch gesicherten Methoden und Methodologien, die die Deutung und Interpretation von den sich im Medium des Bildes bzw. der Ikonizität vollziehenden Prozessen der Verständigung und der Sinnvermittlung ermöglichen (vgl. Bohnsack, Krüger 2004: 3). Betrachtet man die im Bereich der qualitativen Bildforschung vorliegenden Analysemethoden, ist hier der Aussage von Bohnsack zuzustimmen, dass Rechnung der Eigenheit des Bildes vor allem durch qualitativ-rekonstruktive Analyseverfahren getragen werden kann (vgl. Bohnsack, Krüger 2004: 3). Auch der Kunsthistoriker Horst Bredekamp geht davon aus, dass das Phänomen des Bildes in seiner Eigensinnigkeit berücksichtigt werden muss, wenn man seiner Problemtiefe nähern möchte. So hält er z. B. die Zeichentheorie und Semiologie für begrenzt, um das Bild als Auslöser emotionaler und körperlicher Reaktionen und seinen Sinngehalt behandelt zu können. „Bilder, visuelle Phänomene haben eine nichtberechenbare Kraft. Zumindest eine Semiologie, die glaubt, die Bedeutung von Zeichen kennen und gleichsam grammatikalisch erschließen zu können, greift zu kurz“, so Bredekamp (2005: 2). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass es die qualitativ-rekonstruktiven Analyseverfahren sind, die einen empirisch-methodischen Zugang zu vorreflexiven, atheoretischen Wissensbeständen und somit zum Eigensinn des Bildes zu eröffnen vermögen (vgl. Bohnsack, Krüger 2004: 3; siehe Kapitel 2). Im nächsten Kapitel sollen deshalb die rekonstruktiven Analysemethoden in der qualitativen Bildforschung näher beleuchtet werden.

4.2.1. *Rekonstruktive Bildanalyseverfahren im Überblick*

Der methodologisch-methodische Zugang zur atheoretischen Verständigungsebene im Medium des Bildes haben in den 20er Jahren Kunsthistoriker Erwin Panofsky mit seiner Ikonologie und Wissenssoziologe Karl Mannheim mit der dokumentarischen Methode eröffnet (vgl. Bohnsack 2011c: 18; Bohnsack 2003c: 239). Im Gegensatz zu anglophonen „Visual Studies“, die transdisziplinär ausgerichtet und in der Ethnographie, Anthropologie und der partizipativen Forschung verankert sind, bedient sich die visuelle Soziologie, die in der Kunstgeschichte und Philosophie wurzelt, des kunstwissenschaftlichen Instrumentariums (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 317; Traue 2013: 118). Die sozialwissenschaftlichen Methoden der qualitativen Bildanalyse orientieren sich deshalb alle an Panofskys Ikonologie und seinem ikonografisch-ikonologischen Drei-Stufen-Modell (vgl. Panofsky 2002: 43). Es beinhaltet die vorikonografische Beschreibung, die ikonografische Analyse sowie die ikonologische Interpretation des Bildes, die auf die Interpretation der Bildbedeutungen abzielt (vgl. Panofsky 2002: 43). Diese drei Schritte bzw. Strata fußen auf den drei Sinnesebenen, die von Mannheim herausgearbeitet wurden: primäres bzw. natürliches Sujet, sekundäres bzw. konventionales Sujet und der eigentliche Sinngehalt des Bildes (vgl. Lobinger 2012: 251f.). Da die Ikonologie von Panofsky „nicht primär an jenen Sinngehalten interessiert ist, die nur durch das Bild, sondern an jenen, die unter anderem auch durch das Bild zu vermitteln sind“ (Bohnsack 2009b: 954), wurden seine Überlegungen und Ansätze von Max Imdahl aufgegriffen und um die Ikonik, das Besondere des Mediums Bild, ergänzt. Ebenso haben Werner Mangold und Ralf Bohnsack in den 80er Jahren die dokumentarische Methode unter Bezugnahme auf Mannheims Weltanschauungsinterpretation für die sozialwissenschaftliche Empirie fruchtbar gemacht. Gerade im Bereich der Bild- und Videointerpretation gewinnt die dokumentarische Methode in der letzten Zeit immer mehr an Bedeutung. Die dokumentarische Bildanalyse vereint in sich bildästhetische Faktoren der Bildrezeption mit wissenssoziologischen Aspekten und hat die Rekonstruktion des Habitus bzw. eines impliziten handlungsleitenden, atheoretischen Wissens zum Gegenstand (siehe Kapitel 2). Aufgrund ihres interpretatorischen Aufwands eignet sie sich vor allem für die tief greifende Auswertung einzelner Bilder. Die Eigensinnigkeit des Bildes ist dabei über dessen Formalstruktur – insbesondere über die Planimetrie des Bildes – zu erschließen (vgl. Bohnsack 2011a: 40; Bohnsack 2003c: 240; Asbrand 2010: 1; Matthies 2010: 5).

Neben der dokumentarischen Methode lassen sich in Hinblick auf die rekonstruktiven Bildinterpretationen weitere drei Methodologien unterscheiden: die seriell-ikonografische Fotoanalyse, die Segmentanalyse und die objektive Hermeneutik.

Bei der seriell-ikonografischen Fotoanalyse von Ulrike Pilarczyk und Ulrike Mietzner handelt es sich um ein zirkuläres Vorgehen. Das bedeutet, dass die auf Fotografie hin abgewan-

delte ikonografisch-ikonologische Einzelbildanalyse nach dem Drei-Stufen-Modell von Panofsky mit der seriellen Analyse von großen Fotobeständen verknüpft wird. Die beiden Interpretationsschritte werden dabei miteinander verschränkt bzw. zirkulär angewandt (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 332f.; Pilarczyk, Mietzner 2005: 10). So werden Hypothesen, die sich aus der Bestandsuntersuchung ergeben, an der anschließenden Einzelbildinterpretation verifiziert. Und umgekehrt: Die aus der Einzelbildinterpretation gewonnenen Hypothesen werden am Bestand kontrolliert und liefern neue Aspekte und Blickrichtungen zum Durcharbeiten des Bestandes. Mit der seriell-ikonografischen Fotoanalyse können komplexe Forschungsgegenstände über längere historische Zeiträume analysiert und umfangreiche Suchraster wie politische oder kulturelle Besonderheiten bearbeitet werden (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 333).

Die Segmentanalyse wurde von Roswitha Breckner im Rahmen der Biographieanalyse entwickelt. Sie zeichnet sich durch die Konzentration auf bestimmte Bildsegmente sowie auch durch die methodologische Ursache des Entstehens von Sinn im Laufe des Betrachtens und der Fokussierung diskursiver Verweisungszusammenhänge aus (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 333). Nach Breckner gehen Bilder aus den Gestaltbildungsprozessen hervor, in denen diverse Bedeutungselemente bzw. -segmente, „in spezifischer Weise eine visuelle Ausdrucks- und Sinngestalt bilden und umgekehrt, verschiedene Bildsegmente erst in Bezug auf eine Gesamtgestalt als Bedeutungselement identifizierbar sind“ (Breckner 2014: 123). Es ist also ein Wechselspiel „zwischen durchaus auch idiosynkratischen Wahrnehmungen einzelner Bildbestandteile, ihrer Beschreibung in verschiedenen Sprechweisen und der analytisch-interpretativen Zuwendung zu ihren potentiellen inner- wie außerbildlichen Bedeutungs- und Sinnzusammenhängen“ (Breckner 2012: 161). Auf diese Weise vereint die Segmentanalyse in sich die beiden idealtypischen Umgangsformen mit bildlich gegebenem Sinn: Simultaneität und Sequentialität. Diese Formen sind ineinander gelagert und werden methodologisch und forschungspraktisch umgesetzt (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 335). Mit der Segmentanalyse können Zugänge zu visuell verdichteten Erlebnis-, Erfahrungs- und Gestaltungszusammenhängen erschlossen werden, „die bildlich auch entgegen sprachlicher Aussagen deutlich werden oder aber sich überhaupt erst zeigen“ (Breckner 2012: 161). Insgesamt hat die Segmentanalyse latente Bedeutungs- und Sinnbezüge im Visier und ist genauso wie die dokumentarische Methode weniger für die Herauskristallisierung von Bildtypen und -kategorien auf quantitativer Grundlage einsetzbar (vgl. Breckner 2012: 162).

Die Methodologie der objektiven Hermeneutik und die Anwendung ihres bereits für Interaktionsanalysen etablierten Vorgehens auf visuelles Material wurde im Gegensatz zu den bereits vorgestellten Methoden der qualitativen, rekonstruktiven Bildforschung nicht von einem Forscher bzw. Forschungsteam, sondern von verschiedenen Forschern entwickelt.

Dadurch, dass sie mit der gleichen Analyseeinstellung, jedoch mit differenten Analyse-schwerpunkten gearbeitet, und ihre bisherigen Veröffentlichungen vorwiegend im Aufsatz-form herausgegeben haben, ist es nicht möglich, die Methodologie der objektiven Hermeneutik und ihre Forschungspraxis im gesamten Ausmaß darzustellen. Ihre Besonderheit und der Hauptunterschied zu den anderen methodologischen Zugängen bestehen darin, dass ihre Herangehensweise auf dem Prinzip der Sequenzanalyse fußt, wie es bspw. im Konzept der „ikonischen Pfade“ von Thomas Loer zum Ausdruck kommt. Die ikonischen Pfade gehen von einem ikonischen Zentrum aus und sind für die Rekonstruktion von Formalstrukturen bedeutsam. Die Auseinandersetzung mit der Selektivität eines Bildes vor dem Hintergrund typischer Erwartungen, die Herausarbeitung und die Gegeneinander-Haltung diverser Seh- und Lesarten zwecks der Rekonstruktion eines Bildes im Kopf des Lesers stellen weitere Analyseschritte dar (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 335f.).

Anhand der dargestellten rekonstruktiven Analyseverfahren im Bereich der qualitativen Bildforschung wird ersichtlich, dass diese Methoden etliche Aspekte gemeinsam haben und Anleihen bei Panofskys Drei-Stufen-Modell bzw. Imdahls Ikonik nehmen. Da jedoch für die objektive Hermeneutik keine einheitliche Methodologie aufgrund diverser Analyseschwerpunkte bei unterschiedlichen Forschern vorliegt und diese verstärkt das Prinzip der sequentiellen Analyse, die für die Untersuchung von Texten eingesetzt wird, verwendet, kann der Einsatz der objektiven Hermeneutik als Analysemethode für die vorliegende Arbeit nur von geringem Nutzen sein. Auch Traue ist der Auffassung, dass „bildhermeneutische Ansätze für visuelle Analysen im Zeitalter der digitalen audiovisuellen Kommunikationstechnologien nur von begrenztem Nutzen sind und poststrukturalistische und mediensoziologische Ansätze die empirische Spezifik visueller Phänomene vernachlässigen“ (Traue 2013: 118). Erst wenn man von einer simultan gegebenen Bedeutung der Bilder ausgeht, kann es vom Bild her argumentiert und seiner Eigenlogik Rechnung getragen werden (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 321).

Die seriell-ikonografische Fotoanalyse, die speziell für die Untersuchung großer Fotobestände konzipiert wurde, stellt solche Anforderungen wie Zeit und Ort der Aufnahme, Status der Fotografen und Verwendungszweck an den Untersuchungsbestand, um Rückschlüsse über den Zeitgeist, Sammlungsinteressen sowie auch Schwerpunkte gesellschaftlicher Kommunikation ziehen zu können. Darüber hinaus werden mittels der seriell-ikonografischen Fotoanalyse fotografische Bestände untersucht, die einem gemeinsamen Bedeutungszusammenhang zu entnehmen sind, wie z. B. Fotografien aus einem privaten Fotobestand, einem Archiv des Fotografen, aus den Zeitschriften eines Jahrganges oder Fotografien eines Wettbewerbes, die öfters thematisch in Serien gebündelt oder zu einem Satz Klassenfotos zugeordnet sind (vgl. Pilarczyk, Mietzner 2005: 142f.). „Die Analyse großer

Bildmengen und die Beobachtung bestimmter Phänomene entlang verschiedener Zeitachsen oder innerhalb räumlich-zeitlicher Konstellationen bietet die Chance, die Durchsetzung von Bildmustern und -stilen zu erkennen und zu deuten“, so Pilarczyk und Mielzner (2005: 142). Zwar können auch Untersuchungsbestände gezielt, mittels einer kriteriengeleiteter Selektion auf ein gewisses Forschungsthema hin gebündelt werden, im Mittelpunkt der seriell-ikonografischen Fotoanalyse steht jedoch vielmehr die Beobachtung von Motivreihungen und Stilentwicklungen über längere Zeitperioden sowie ihre Bedeutung in der gegenwärtigen Zeit. Nach Pilarczyk und Mietzner bringt die Analyse Aufschluss darüber, „welche Themen auf welche Art und Weise fotografisch umgesetzt sind, welche Motive wiederkehren, wie sie sich wandeln bzw. auch verschwinden“ (Pilarczyk, Mietzner 2005: 143). Zwar liefert das Analyseverfahren einige bemerkenswerte Ansätze und Überlegungen, die bei der Herausarbeitung des Analysevorschlages berücksichtigt werden können, das Ziel des vorliegenden Forschungsprojektes liegt jedoch darin, über die Herausarbeitung tiefliegender Bedeutungen und Sinnstrukturen von Bildern an das habituelle, atheoretische Erfahrungswissen von Bildproduzenten heranzukommen.

Betrachtet man die Segmentanalyse und die dokumentarische Methode, so hat die letztere nicht nur eine lange Tradition der methodologischen Ausarbeitung der Bildinterpretation, sondern weist auch darüber hinaus eine bestimmte Rezeptionsgeschichte vor. „Dass die dokumentarische Methode ein auch unter forschungsökonomischen Gesichtspunkten praktikables und hinter die manifesten Strukturen der Oberfläche hinabreichendes Instrumentarium liefert, macht sie zu einem der wesentlichen Forschungspfade im Reich des Visuellen“, so Hietzge (2010: 21). Im Anschluss an Przyborski und Wohlrab-Sahr hat das aus dem Grund den Vorteil, „dass sie sich forschungspraktisch bereits bewähren musste bzw. auf der Grundlage von Forschungserfahrungen in rekonstruktiver Logik weiterentwickelt und verfeinert wurde“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 335f.). Hier wird die Bildinterpretation innerhalb eines Forschungsparadigmas durchgeführt und gleichzeitig die Besonderheiten und Spezifika von Bildern berücksichtigt. Darüber hinaus zielt die dokumentarische Methode auf die Rekonstruktion des Habitus, der sich im Bild zeigt, und ist aufgrund ihrer komparativen Komponente und analytischen Methodentiefe für eine Vergleichsanalyse besonders geeignet. Aus diesem Grund soll im nächsten Kapitel auf die dokumentarische Bildinterpretation eingegangen und ihre Schwächen und Stärken näher beleuchtet werden.

4.2.2. Die dokumentarische Bildinterpretation als Analysemethode

In der dokumentarischen Bildinterpretation werden Bilder als Dokumente kollektiver Handlungspraxen resp. Sinnstrukturen aufgefasst und als selbstreferentielle Systeme betrachtet, die den Zugang zum impliziten, handlungsleitenden Wissen ermöglichen. Da es von einer Doppelstruktur des Wissens bzw. der alltäglichen Verständigung ausgegangen wird – auf

der einen Seite von öffentlichem, kommunikativ-generalisierendem Wissen und auf der anderen Seite von atheoretischem, konjunktivem Wissen – werden auch die Arbeitsschritte der dokumentarischen Bildinterpretation und ihre empirische Verfahrensweise von der methodologischen Leitdifferenz bestimmt (siehe dazu auch Kapitel 2.1.2.1). Dieser Wechsel der Analyseeinstellung vom „Was“ zum „Wie“ vollzieht sich entlang des Modells von Panofsky und seiner Differenzierung zwischen der Ikonografie und der Ikonologie und ergibt dabei zwei Analyseschritte, formulierende und reflektierende Interpretation, die im Weiteren angeschnitten werden sollen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 338; Mayer 2013: 18; Bohnsack 2003b: 158; siehe Abb. 6).

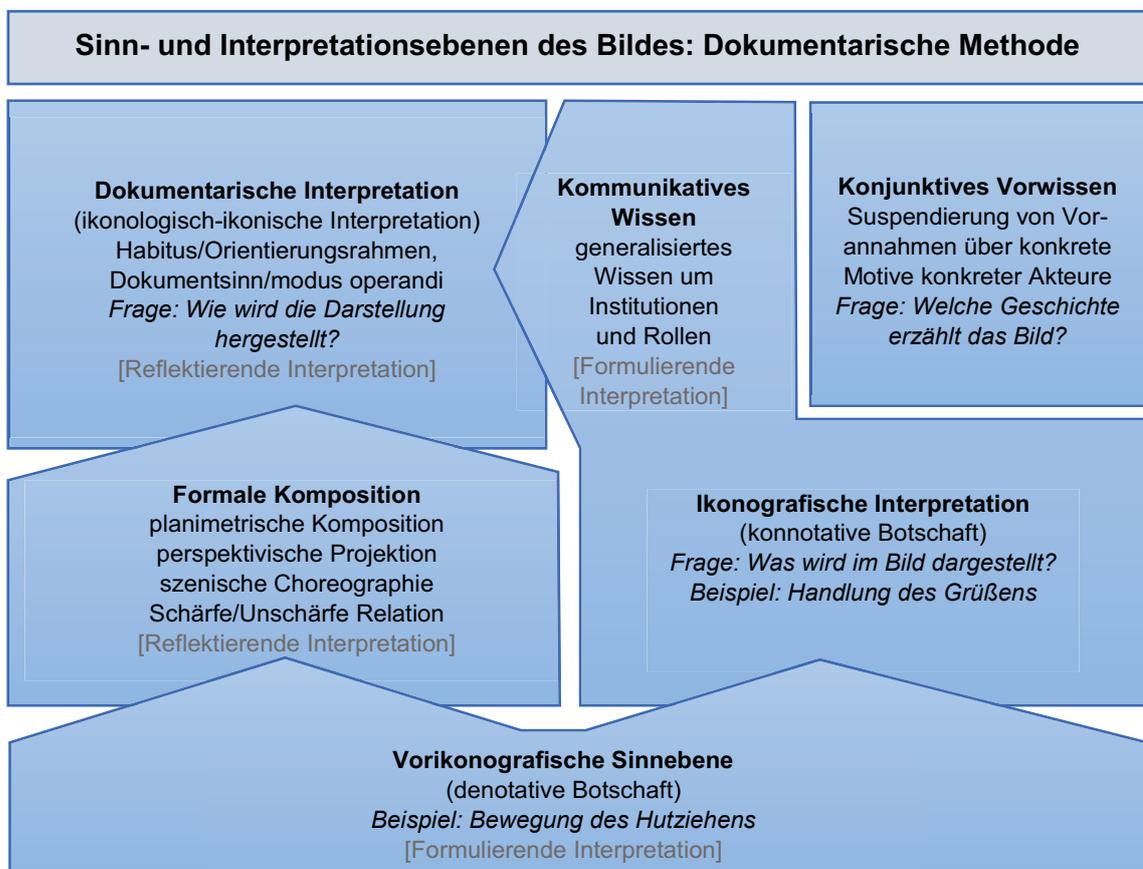


Abb. 6: Sinn- und Interpretationsebenen des Bildes nach Bohnsack (Bohnsack, Michel, Przyborski 2015: 21; Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 339; Bohnsack 2003b: 168).

4.2.2.1. Formulierende Interpretation: vorikonografische und ikonografische Ebene

Die formulierende Bildinterpretation hat die Herausarbeitung bzw. die Rekonstruktion des kommunikativ-generalisierenden Wissens oder im Sinne von Imdahl des wiedererkennenden, d. h. auf die gegenständliche Außenwelt bezogenen, Sehens zum Gegenstand und geht der Fragestellung nach, was aus der gegenständlichen Welt auf dem Bild wiederzuerkennen bzw. zu sehen ist. Dieser Arbeitsschritt gliedert sich in zwei Analyseebenen: vorikonografische resp. primäre Ebene und ikonografische resp. sekundäre Ebene (vgl. Bohnsack 2007b: 70; Imdahl 1980: 26f.; Panofsky 1978: 38f.; Przyborski, Wohlrab-Sahr

2014: 340). Auf der primären Ebene erfolgen die Identifizierung reiner Formen und gewisser Konfigurationen von Linie und Farbe sowie auch eine detaillierte Beschreibung der auf dem Bild erkennbaren Personen, Objekte, Gegenstände und Phänomene, die primär einer vorläufigen Einordnung und Klassifizierung des Abgebildeten vorbeugen soll. Die Aufgabe der vorikonografischen Bildinterpretation besteht darin, den ersten Schritt des Sinnverstehens intersubjektiv nachvollziehbar bzw. überprüfbar zu machen und einen Zugang zum Verhältnis von Phänomengestalt und konventionalisierter Bedeutung zu gewährleisten (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 340f.). I. d. R. verläuft die vorikonografische Interpretation in Drei-Schritte-Beschreibung – Bildvordergrund, Bildmittelgrund und Bildhintergrund – wobei diese je nach Struktur und Aufbau des Bildes in sich nochmals aufgeteilt werden können, z. B. in vorderen, mittleren und hinteren Bildvordergrund, Bildmittelgrund und Bildhintergrund. Ausschlaggebend für die vorikonografische Bildinterpretation ist die ausschließliche Beschränkung der Beschreibung auf das, was man auf dem Bild tatsächlich sieht. Es soll der Frage nachgegangen werden, was auf dem Bild dargestellt wird, ohne den abgebildeten Gegenständen oder Personen eine Bedeutung zu verleihen. Ist auf dem Bild z. B. ein Mann dargestellt, der seinen Hut zieht, wird diese Geste als die des „Hutziehens“ festgehalten (vgl. Bohnsack 2011b: 52; Bohnsack 2009a: 325; Bohnsack 2009b: 965; Panofsky 1978: 38).

Um die Identifizierung von Handlungen und Bewegungsabläufen sowie auch das Konstruieren von deren Typen zu ermöglichen, sollen Motive im handlungstheoretischen Sinne unterstellt werden, die sog. „Um-zu-Motive“: Der Mann zieht seinen Hut, um zu grüßen. Auf diese Weise wird die auf der primären Ebene beschriebene Bewegung des „Hutziehens“ erst auf der sekundären Ebene als die des „Grüßens“ interpretiert (vgl. Bohnsack 2011b: 56; Schütz 1993: 116f.). Erst auf der ikonografischen Ebene werden die einzelnen, auf der vorikonografischen Ebene rekonstruierten, wiedererkannten Bildelemente als Sinnganzes oder als zusammengefasste Sinneinheiten festgehalten (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 341). Nach Goffman veranschaulichen die im Bild dargestellten Handlungen und Bewegungsabläufe stereotyp die Handlungsfolge, in deren Verlauf sie stattgefunden haben und daraus entnommen wurden (vgl. Goffman 1981: 115). Die Problematik der Motivunterstellungen liegt allerdings darin, dass sie nur dort unkompliziert und mühelos sind, wenn sie sich auf kommunikativ-generalisierende Bedeutungen berufen. Das konjunktive, milieuspezifische Erfahrungswissen z. B. ganz konkret über die auf dem Bild dargestellte Familie ist dem Interpretieren nicht ohne Weiteres zugänglich und wird im Rahmen der formulierenden Interpretation erstmals suspendiert. Die institutionalisierten Bedeutungen setzen dagegen das allgemeine, stereotype Erfahrungswissen des Interpretieren um gesellschaftliche Institutionen und Rollenbeziehungen voraus, das auch „Typengeschichte“ und „Stilgeschichte“ innehat und bei der Wahrnehmung und Identifizierung des Abgebildeten vonnöten ist. Im Rahmen der ikonografischen Interpretation ermöglicht die Kenntnis literarischer Quellen

dem Interpreten bspw. das Sujet des Bildes das „Letzte Abendmahl“ als solches zu identifizieren oder anhand vom Kleidungsstil abgebildeter Personen einen historischen Zeitabschnitt bzw. eine bestimmte Epoche festzustellen. Alle weiteren Motivunterstellungen, „Eigennamen“ und sozialkulturelle Einordnungen des Abgebildeten, die über das kommunikativ-generalisierende Wissen hinausgehen, gilt es soweit wie möglich auszuklammern (vgl. Panofsky 2006: 38, 54; Bohnsack 2011b: 56f.; Bohnsack 2003b: 158f.; Mayer 2013: 18f.). Die ikonografische Bildinterpretation trägt genauso wie die vorikonografische Interpretation dazu bei, die Ebene des wiedererkennenden Sehens intersubjektiv nachvollziehbar und überprüfbar zu machen und das Bild in die Typen- bzw. Stilgeschichte einzuordnen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 341).

4.2.2.2. Reflektierende Interpretation

Während die formulierende Interpretation auf die Rekonstruktion des „wiedererkennenden Sehens“ abzielt und sich mit der Frage, was auf dem Bild zu sehen ist, befasst, hat die reflektierende Interpretation das „sehende Sehen“ im Visier, das den Zugang zum Eigensinn des Bildes oder nach Panofsky zur eigentlichen Bedeutung bzw. zum Gehalt einer Handlung erschließt. Sie beschäftigt sich mit der Frage nach dem Wie der Herstellung des Abgebildeten und somit auch mit dem *modus operandi* bzw. dem Habitus (vgl. Mayer 2013: 19; Panofsky 2006: 39; Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 342). Die reflektierende Bildinterpretation gliedert sich in zwei Analyseschritte: die ikonische und die ikonologisch-ikonische Interpretation, die im Folgenden näher betrachtet werden sollen.

4.2.2.2.1. Ikonische Interpretation

Der Gegenstand der ikonischen Interpretation ist die Rekonstruktion der Formalstruktur resp. der formalen Bildkomposition, die sich auf drei Interpretationsebenen – der planimetrischen Komposition, der perspektivischen Projektion und der szenischen Choreographie – aufschlüsseln lässt. Przyborski und Wohlrab-Sahr fügen zudem noch eine weitere Ebene der Rekonstruktion des Verhältnisses von Schärfe und Unschärfe bzw. Unbestimmtheit hinzu. Diese Interpretationsebene, die auf die Herausarbeitung des Objekt- bzw. Stimmungscharakters sowie auch ihres Verhältnisses zueinander abzielt, entlehnt ihren Gedanken von Bildern der Impressionisten, deren Linien und Farbflächen öfters keine genaue Zuordnung einem bestimmten Gegenstand und somit auch keine eindeutige Referenz zu einem wiedererkennenden Sinnganzen aufweisen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 342; Bohnsack 2011b: 57; Bohnsack 2007b: 71). Wie in Kapitel 3 zum Ausdruck gebracht wurde, stehen vornehmlich fotografische Bilder im Zentrum des Forschungsinteresses, bei denen Schärfe- und Unschärfe-Effekte als künstlerische Elemente öfters zum Einsatz kommen. Aus diesem Grund soll diese Interpretationsebene ebenso mit eingeschlossen werden. Je nach Bildperspektive oder auch bei Personenaufnahmen können sich bestimmte Aspekte der oben genannten Interpretationsebenen zudem überlagern, sodass sich z. B.

die planimetrische Komposition mit der Rekonstruktion der perspektivischen Projektion überschneidet oder etwa die planimetrische Komposition mit der Rekonstruktion der szenischen Choreographie übereinstimmt (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 342).

Planimetrische Bildkomposition

Die ikonische Interpretation nimmt ihren Anfang mit der planimetrischen Bildkomposition, die auf den Ergebnissen der vorikonografischen Interpretation beruht und die formale Rekonstruktion des Bildes in der Fläche zum Gegenstand hat. Auf dieser Interpretationsebene sollen Verknüpfungen zwischen einzelnen Objekten im Bild durch wenige Feldlinien hergestellt und die Gesamtkomposition des Bildes in der Fläche gekennzeichnet und herausgearbeitet werden (vgl. Bohnsack 2011b: 61; Mayer 2013: 20; Imdahl 1980, 43ff.). Auf solche Weise ist die planimetrische Komposition alleine im Bild sedimentiert und betrachtet das Bild als eine Ganzheitsstruktur resp. ein ganzheitliches System, in dem „die einzelnen Bildwerte durch Größe, Form, Richtung und Lokalisierung im Bildfeld auf das Bildformat Bezug nehmen und dessen Organisationsform bilden“ (Imdahl 1996: 21, zit. nach Bohnsack 2007b: 82). Zudem spielt die planimetrische Ganzheitsstruktur des Bildes für die ikonologisch-ikonische Interpretation eine bedeutsame Rolle, indem sie eine wichtige Grundlage für das „sehende Sehen“ bildet und somit den Zugang zur Eigensinnigkeit des Bildes ermöglicht. Bohnsacks Aussage zufolge schafft die planimetrische Komposition „ihre eigenen bildinternen, systemimmanenten Gesetzlichkeiten, ihre eigene formale Ganzheitsstruktur im Sinne einer Totalität“ (Bohnsack 2011b: 57). Auf dieser Interpretationsebene ist es besonders wichtig, Fokussierungen und (Spannungs-)Verhältnisse eines Bildes zu veranschaulichen sowie auch seine Positionierungen und Schlüsselstellen herauszuarbeiten. Przyborski und Wohlrab-Sahr weisen besonders darauf hin, dass der Interpret auf der einen Seite keinesfalls gezielt nach der richtigen Linie suchen soll, was ihrer Meinung nach das „sehende Sehen“ fälschen könnte. Auf der anderen Seite sind jedoch nicht alle gesetzten Linien gleich gut und produktiv, obgleich das Erschließen des „sehenden Sehens“ nie als abgeschlossen gilt und nicht in der Zuschreibung von einfachen Wahrheitswerten erschöpft werden kann. Ausschlaggebend für die Setzung von Feldlinien ist vielmehr die Beantwortung der Frage, wie weit die gesetzten Linien das „sehenden Sehen“ aufschlüsseln und dem Bewusstsein etwas zu eröffnen vermögen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 342f.).

Perspektivische Projektion

Die Perspektivität ermöglicht die Identifizierung und die Einordnung der abgebildeten Personen und Gegenstände in ihre Räumlichkeit und Körperlichkeit. Damit wird eine Gesetzmäßigkeit in das Bild hineingetragen, die die Einsicht in die Perspektive des abbildenden Bildproduzenten und in seine Weltanschauung bzw. seinen Habitus gewährt. Die Rekonstruktion der im Wiedererkennen fundierten Perspektivität, die im Gegensatz zur Planimetrie

rie verstärkt an der dargestellten Außen- bzw. Umwelt orientiert ist, erfolgt durch die Feststellung bzw. Identifizierung des vom Bildproduzenten gewählten Standorts, des Fluchtpunkts des Bildes und der Fluchtachse (vgl. Bohnsack 2011b: 57; Bohnsack 2009b: 961; Bohnsack 2007: 81; Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 343; Mayer 2013: 20). Bohnsacks Überlegungen zufolge beschäftigt sich die sozial- und kommunikationswissenschaftliche Bild- und Fotointerpretation i. d. R. mit der Zentralperspektive und geht der Frage nach, „welche Personen und sozialen Szenerien durch den abbildenden Bildproduzenten, durch das ‚Kameraauge‘ in Form des Fluchtpunktes und der Horizontlinie fokussiert und somit ins Zentrum des (sozialen) Geschehens gerückt werden und welche Ausprägung, welcher *Modus* der Zentralperspektive [...] gewählt wird“ (Bohnsack 2011b: 39, Hervorheb. i. Original). Im Rahmen der Zentralperspektive lassen sich u. a. Frontalperspektive (mit einem Fluchtpunkt), Schräg- resp. Übereckperspektive (mit zwei Fluchtpunkten), Luftperspektive (mit drei Fluchtpunkten) sowie auch Vogelperspektive (Aufsicht) und Froschperspektive (Untersicht) differenzieren (vgl. Bohnsack 2011b: 58; Bohnsack 2009b: 961; zu Perspektivenabbildungen siehe Anhang).

Szenische Choreographie

In Anlehnung an Imdahl wird die szenische Choreographie als „die szenische Konstellation der in bestimmter Weise handelnden oder sich verhaltenden Figuren in ihrem Verhältnis zueinander“ charakterisiert (Imdahl 1996b: 19, zit. nach Bohnsack 2011b: 39) und genauso wie die perspektivische Projektion im wiedererkennenden, auf die gegenständliche Außenwelt bezogenen Sehen gegründet. Das bedeutet, dass die soziale Bezogenheit der Personen bzw. der abgebildeten Bildproduzenten sowie auch das Verhältnis von Personen und Gegenständen zueinander im Mittelpunkt stehen und bei diesem Interpretationsschritt rekonstruiert werden. Dies umfasst neben der räumlichen Positionierung der Personen bzw. Figuren zueinander auch den Bezug ihrer Blicke und Gestik aufeinander (vgl. Imdahl 1980: 26; Bohnsack 2007: 82; Bohnsack 2003: 167). Der Sinn und Zweck dieses Interpretationsschrittes besteht darin, „die Ausgewogenheit, Symmetrie oder auch das Spannungsverhältnis, die Konstellationen als Verhältnisse von oben und unten, nah und fern, zusammengehörig oder abgegrenzt, von Personen und Personengruppen bzw. von Personen und Gegenständen im Bild sichtbar zu machen“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 344). Nach Przyborski und Wohlrab-Sahr gibt es hierfür zwei Analysevarianten bzw. Vorgehensweisen. Zum einen kann hier mit dem Einsatz von Linien gearbeitet werden, zum anderen auch experimentell, „indem die einzelnen Bildelemente verschoben oder weggelassen werden und die Anmutung des Bildes jener des Originals gegenübergestellt wird“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 344). Fällt die szenische Choreographie mit der planimetrischen Bildkomposition in Eins, deutet das auf eine stichhaltige Komposition, die sich auf das dargestellte Beziehungsmuster fokussiert. Der Formalisierungs- und Abstraktionsgrad ist bei der

szenischen Choreographie im Gegenteil zu der Planimetrie und der perspektivischen Projektion wesentlich geringer (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 344).

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Wie bereits oben erwähnt, entleiht das Verhältnis von Schärfe und Unschärfe seinen Gedanken von Bildern der Impressionisten, deren Pinselstriche häufig referenzlos bleiben, was das wiedererkennende Sinnganze nicht eindeutig identifizieren lässt. Diese Unbestimmtheit bzw. Referenzlosigkeit bringt viele Möglichkeiten hervor. Der Interpret ist deshalb gezwungen, die Bildkonstellation in ihrer Gesamtheit bzw. als Ganzes zu erfassen. Durch die Unschärfe wird das Bild weniger in seinem Objektcharakter realisiert, sondern vielmehr in seiner Atmosphäre und Stimmung. Für die Interpretation bedeutet das, dass die schärferen Bildteile einen stärkeren Objektcharakter haben und die unschärferen dagegen für seine Stimmung sprechen. Das Verhältnis von Schärfe und Unschärfe ist allerdings keineswegs für die Gesamtstimmung des Bildes allein verantwortlich, sondern vielmehr das Zusammenspiel von „Was“ und „Wie“ (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 344f.).

4.2.2.2.2. Ikonologisch-ikonische Interpretation

In der ikonologisch-ikonischen Interpretation findet die Vermittlung von sehendem und wiedererkennendem Sehen statt. Auf dieser Ebene, die sowohl die Ikonik von Imdahl als auch die ikonologischen Interpretation von Panofsky vereint, werden die Ergebnisse einzelner Interpretationsschritte zusammengetragen und der Zugang zum impliziten, habituellen Erfahrungswissen bzw. zum Dokumentsinn des Bildes durch die Überlagerung von „Was“ und „Wie“ des Abgebildeten erschlossen (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 342, 345). Auf Basis der Rekonstruktion der im Bild dargestellten sozialen Szenarien und Beziehungen werden auf solche Weise die zugrundeliegenden Prinzipien und das intuitive bzw. atheoretische Erkennen explizit zum Ausdruck gebracht sowie auch die Einflussnahme von Grundeinstellungen „einer Nation, einer Epoche, einer Klasse, einer religiösen oder philosophischen Überzeugung“ enthüllt (Panofsky 1978: 40). Die Sinnkonstitution vollzieht sich somit „nicht im Benennen, sondern im intuitiven bzw. atheoretischen Erkennen von formalen Strukturen und ihrer Verschmelzung mit dem, was wir wiedererkennen und in der Regel auch bezeichnen können“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 345). Da jedoch der auf solche Art und Weise rekonstruierte Habitus als subjektiv gemeinter Sinn zu charakterisieren ist und je nach Weltanschauung, sozialer Lage und kulturellem Milieu des Interpreten unterschiedlich ausfallen kann, sollen die gewonnenen Erkenntnisse der methodischen Kontrolle zugeführt werden. Dabei handelt es sich vor allem um die Standortgebundenheit bzw. Seinsverbundenheit des Forschers und um seinen eigenen Vergleichshorizont, der systematisch und mittels der Interpretation anderer (Vergleichs-)Fälle verifiziert werden soll (vgl. Bohnsack 2009a: 327; Ouyang 2010: 39). Im nächsten Schritt soll deshalb auf die kompa-

rative Analyse eingegangen werden, die eine kritische Auseinandersetzung mit den Ergebnissen ermöglicht und eine essentielle Grundlage für die Typenbildung und Generalisierung bildet.

4.2.2.3. Komparative Analyse, Typenbildung und Generalisierung

Neben der Rekonstruktion der Handlungspraxis der Akteure bzw. der abbildenden und abgebildeten Bildproduzenten umfasst die dokumentarische Bildinterpretation auch die methodisch kontrollierte Systematisierung und Überprüfung der Forschungspraxis des Interpreten resp. seiner empirisch geforschten Vorgehensweise. Die Rekonstruktion sowohl der Handlungspraxis der Akteure als auch die des Interpreten soll vor allem der Einordnung des Abgebildeten in das Schema der eigenen, subjektiven Selbstverständlichkeit vorbeugen. Im diesem Zusammenhang benötigt man empirisch überprüfbare Vergleichshorizonte, die in Form eines Fallvergleichs eingesetzt werden und die methodische Kontrolle der Standortverbundenheit bzw. Seinsverbundenheit des Interpreten erlauben (vgl. Nohl 2007: 255; Bohnsack 2009a: 327).

Bei der komparativen Bildanalyse, die ein generelles Prinzip der Operation mit Vergleichshorizonten darstellt, ist zwischen fallinternen und fallexternen Vergleichen zu differenzieren. Beim fallexternen Vergleich vollzieht sich die Interpretation vor dem Hintergrund empirisch rekonstruierter und intersubjektiv nachvollziehbarer Vergleichshorizonte. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei weniger auf den Einzelfällen, sondern vielmehr auf den von den Einzelfällen konstituierenden existenziellen Hintergründen. Bei dem fallinternen Vergleich werden die simultan sichtbaren Bildelemente gegenübergestellt und miteinander verglichen. Die planimetrische Bildkomposition, deren Wahrnehmung sich bereits „vor dem Vergleichshorizont (intuitiv vollzogener) anderer, kontingenter Kompositionen“ (Bohnsack 2007b: 80; Bohnsack 2003b: 169) vollzieht, stellt hier der Ausgangspunkt für die Erschließung des Habitus dar. In diesem Zusammenhang spricht Bohnsack von der Kompositionsvariation. Das bedeutet, dass die Variation spezifischer Kompositionen eines Bildes auch die Veränderung des Sinnes des Abgebildeten bewirkt. Für den fallinternen Vergleich können deshalb empirische Vergleichsfälle herangezogen werden, die sich durch systematische Kompositionsvariationen voneinander abheben (vgl. Bohnsack 2009a: 327; Bohnsack 2007b: 80; Bohnsack 2006: 51; Bohnsack 2003b: 169; Ouyang 2010: 39f.).

Die komparative Analyse ist allerdings nicht nur für die methodisch kontrollierte Interpretation einzusetzen. Sie bildet auch eine unentbehrliche Basis für die Typenbildung. Die anhand der komparativen Interpretation abgeleiteten Dimensionen des Erfahrungsraums, die den einzelnen Bildern zugrunde liegen und auf den Vergleichshorizont des Forschenden zurückzuführen sind, stellen dabei den Orientierungspunkt für die Typenbildung dar. Im Laufe der komparativen Analyse können sich diese Dimensionen für den jeweiligen Analysefall in ihrer Bedeutsamkeit und Relevanz ändern (vgl. Ouyang 2010: 40; Nohl 2009: 13;

Mayer 2013: 22). Die Aufgabe der Typenbildung besteht im Wesentlichen in der Identifikation und Herausarbeitung von Orientierungsrahmen, die sich in einem Einzelfall herauskristallisieren und in anderen Fällen durch den Fallvergleich zu finden sind, sowie auch in der Rekonstruktion des Tertium Comparationis, eines gemeinsamen Dritten. Dieses Prinzip formuliert Nohl (2009: 13) folgendermaßen: „Wenn nicht nur in einem Fall, sondern in mehreren Fällen eine bestimmte Art und Weise, ein Problem (etwa der Jobsuche) zu bearbeiten, identifiziert werden kann, und wenn dieser Orientierungsrahmen zudem von kontrastierenden Orientierungsrahmen (von anderen Bearbeitungsweisen derselben Problemstellung) unterschieden werden kann, dann lässt sich dieser Orientierungsrahmen [als ein gemeinsames Drittes] vom Einzelfall ablösen und zum [Basis]Typus ausarbeiten.“

Grundsätzlich ist zwischen zwei Arten von Typenbildung zu differenzieren: sinngenetischer und soziogenetischer Typenbildung. Der Gegenstand der sinngenetischen Typenbildung ist die Herausarbeitung von Orientierungsrahmen der Behandlung einer Problemstellung in unterschiedlichen Fällen. Die soziogenetische Typenbildung nimmt dagegen Bezug auf die systematische Analyse spezifischer Erfahrungshintergründe und der Soziogenese der Orientierungsrahmen. Es wird herausgearbeitet und rekonstruiert, „wie ein vor dem Hintergrund einer bestimmten Problemstellung (etwa einer generationspezifischen Problematik) herausgearbeiteter erster Typus (Orientierungsrahmen) mit einem zweiten Typus (Orientierungsrahmen) zusammenhängt, der zu einer anderen (etwa einer geschlechtsspezifischen) Problemstellung gehört“ (Nohl 2009: 13). Das bedeutet, dass die dokumentarische Bildanalyse auf die Rekonstruktion von Typiken in mehreren Dimensionen konjunktiver, d. h. generations-, geschlechts- und milieuspezifischer Erfahrungen und Orientierungsrahmen abzielt. Auf solche Weise können die Reichweite und Grenzen einzelner Typen identifiziert und eine mehrdimensionale Typologie ausgearbeitet werden, die die Entwicklung und Formulierung generalisierungsfähigerer empirischer Aussagen ermöglicht (vgl. Nohl 2009: 13; Ouyang 2010: 40).

Bei der Auswahl der Vergleichsfälle bedient sich die Bildinterpretation genauso wie die Textanalyse des Prinzips des „theoretical sampling“. Da es noch keine empirisch begründete Theorie zum Analysegegenstand vorliegt, findet die Auswahl erster Fälle auf Basis theoretischer und praktischer Vorkenntnisse, die nach Strübing (2011: 154) als „sensibilisierende Konzepte“ zum Vorschein kommen. Die Grundlage für die darauf folgenden Auswahlkriterien stellen schließlich die gegenstandsbezogenen theoretischen Konzepte dar, die der Interpretation der ersten Falldaten entstammen. Das neu herangezogene Analysematerial in Form von Bildern und Fotos zielt darauf ab, im Zuge eines fortlaufenden systematischen Fallvergleichs neue Dimensionen der vorliegenden Konzepte zu identifizieren sowie auch weitere Konzepte herauszuarbeiten. Anhand von empirischen Vergleichshorizonten anderer Bilder des Samples wird das konjunktive, atheoretische Erfahrungswissen

eines Falls erschlossen. „Kontrast in der Gemeinsamkeit“ stellt dabei ein zentrales Prinzip für die Typenbildung im Rahmen der Bildinterpretation dar. So wird das zum Vergleich herangezogene Bildmaterial nicht nur in seiner Gemeinsamkeit, sondern auch in seiner Besonderheit bzw. seinem Kontrast zueinander analysiert (vgl. Ouyang 2010: 41; Nohl 2009: 13; Strübing 2011: 154; Kleemann et al. 2009:163). Durch die Untersuchung von Gemeinsamkeiten und Differenzen werden unterschiedliche Fallbeispiele und Praxisformen gegenübergestellt. Dies führt zur Herauskristallisierung eines Bedeutungsgewebes von Kontingenzen und Abhängigkeiten, das mit jedem herangezogenen Vergleichsfall immer mehr an Struktur gewinnt. Zum Schluss erreicht die Rekonstruktion „eine solche Dichte, dass ‚erklärendes Verstehen‘ im Sinne des Weber’schen Idealtypus möglich wird“ (Vogd 2004: 64).

4.2.2.4. Kritische Würdigung und Herausforderungen des Verfahrens

Als ein noch relativ junges und wenig erforschtes Verfahren wirft die oben dargestellte qualitative Analyse der dokumentarischen Bildinterpretation einige Fragestellungen auf. In diesem Sinne sollen sowohl das methodisch-methodologische Vorgehen der dokumentarischen Bildinterpretation als auch ihre Verwendbarkeit für die in der Arbeit zu behandelnden Forschungsfragen diskutiert und kritisch beleuchtet werden. Bevor es auf Gütekriterien der dokumentarischen Bildinterpretation kurz eingegangen wird, soll zunächst die Frage der Gültigkeit bzw. Anwendbarkeit der ästhetischen Prinzipien, die der dokumentarischen Bildanalyse zugrunde liegen, für die Analyse von Bildern und Fotografien behandelt werden.

4.2.2.4.1. Gültigkeit der dokumentarischen Bildinterpretation: ästhetische Prinzipien der Ikonologie und Ikonik

Aus dem Grund, dass die dokumentarische Bildinterpretation auf dem in der Kunstgeschichte entwickelten Drei-Stufen-Modell von Panofsky beruht, betrachten u. a. Michel und Wittpoth die Anwendbarkeit von ästhetischen Prinzipien für das Sinnverstehen von Bildern und Fotografien in der Alltagskommunikation und in der Wissenschaft als kritisch. Das Hindernis sehen sie vor allem in der Unterschiedlichkeit der jeweiligen Kontexte und vertreten den Standpunkt, dass sich das Sinnverstehen von Bildern ausschließlich auf der sprachlichen Ebene entfalten kann und einen Austausch über den Sinn im Bild erfordert (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 323; Wittpoth, Michel 2013: 185). Aus dieser Aussage geht hervor, dass die Dimension einer sprachlich-textlichen Verständigung über das Bild eine primäre Rolle in der Entschlüsselung von Bildern spielt. Deshalb versucht Michel von der Seite der Rezeptionsforschung – anhand von Gruppendiskussionen – an das Sinnverstehen von Bildern heranzukommen (vgl. Michel 2006). Auch Niesyto übt Kritik an solchen Verfahren, deren Interpretationsschritte auf die kunstwissenschaftlichen und somit auch ästhetischen Kriterien ausgerichtet sind und den Sinngehalt bzw. den Habitus des Abgebildeten ausschließlich über die bildimmanenten Informationen zu rekonstruieren suchen, ohne

sich vorher das Kontextwissen über die Bildproduzenten sowie auch die Entstehung und den Verwendungszweck von Bildern zu eigen zu machen. Seine Beanstandungen richten sich vor allem an die Interpretation von Fotos der Personen, die keine bildgestalterischen Kompetenzen mitbringen. Deshalb hält er die systematische Integration von Kontextwissen bei nicht-professionellen Bildproduktionen für besonders wichtig (vgl. Niesyto 2006: 263; zur Frage der Einbeziehung des Kontextwissens siehe Kapitel 3.2.4).

Wie in Kapitel 3.3.1 jedoch beleuchtet wurde, haben Bilder genauso wie Texte die Berechtigung als selbstreferentielle Systeme betrachtet zu werden. Dadurch, dass die gesellschaftliche Wirklichkeit in Form von mentalen Bildern verinnerlicht und durch diese konstituiert wird, kommt hier die Verständigung im Medium des Bildes zum Tragen, die in die vorreflexiven bzw. atheoretischen Wissensbestände eingelassen ist. Die dokumentarische Bildinterpretation beschäftigt sich gerade damit, den empirisch-methodischen Zugang zur Sinnstruktur und Eigengesetzlichkeit des Bildes zu ermöglichen. Dahingehend sehen sowohl Bourdieu als auch Bohnsack die Anwendung von ästhetischen Prinzipien, die dem Drei-Stufen-Modell von Panofsky zugrunde liegen und für die Interpretation von Kunstwerken bzw. Gemälden eingesetzt wurden, keineswegs als problematisch. Bourdieu arbeitet in seiner Interpretation der „sozialen Gebrauchsweisen der Photographie“ sogar heraus, dass sich ästhetische Prinzipien in den „erstarrten, gestellten, ‚unnatürlichen‘ und gekünstelten Photographien“ der Alltagskommunikation sedimentieren (Bourdieu 1983a: 19, zit. nach Bohnsack 2007b: 89). Obgleich die ästhetischen Verhaltensweisen der Fotografien nicht der eigenartigen Logik der Ästhetik folgen, lassen sie sich trotzdem systematisch anordnen und organisieren (vgl. Bohnsack 2007b: 89). Auch Bohnsack sieht keine Problematik darin, ästhetische Prinzipien für die Interpretation von Bildern anzuwenden. Seiner Ansicht nach ermöglicht die Ikonik von Imdahl – der das Bild als ein eigengesetzliches und durch sprachliche Korrelate nicht ersetzbares System betrachtet – die Analyse von Bildern, ohne sich allzu tief in die kunsttheoretischen Erläuterungen zu vertiefen. Zudem ist die Methodik von Imdahl für Bilder anwendbar, die die Kriterien eines Kunstwerkes nicht zwingend erfüllen müssen, und ist sogar dafür geeignet, über den eigentlichen Kunstcharakter von Bildern zu urteilen (vgl. Bohnsack 2007b: 87). Przyborski und Wohlrab-Sahr vertreten ebenso den Standpunkt, dass es zwar paradigmatisch gesehen ein großer Unterschied ist, die Kunstwerke oder die von ihnen repräsentierten sozialen Prozesse zu erfassen. Da aber alle Menschen als Mitglieder kultureller und sozialer Zusammenhänge lebensweltliche ästhetische Kompetenzen aufweisen, bedeutet das, dass unser Alltagshandeln auf ästhetischen Prinzipien fußt. So sind „die ästhetischen Grundlagen von alltäglicher Darstellung und Kommunikation (letzteres in einem weiter gefassten, nicht nur sprachlichen Sinn) [...] Teil unseres impliziten Wissens [...], unserer intuitiven Kompetenzen im Bereich des ästhetischen Erfassens von Kulturobjektivationen und Grundlagen für das Sinnverstehen“ (Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 322). In diesem Zusammenhang betrachten Przyborski und Wohlrab-

Sahr die ästhetische Interpretation für die Rekonstruktion der Alltagskonstruktionen als lohnend und empfehlenswert (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 322).

Die Frage, die gleichwohl zur Diskussion gestellt werden soll, ist die Übertragbarkeit des von Imdahl entfaltenen Gedanken der systemischen Eigengesetzlichkeit eines Kunstwerkes bzw. eines Gemäldes, das Produkt eines intendierten Handels eines Künstlers ist und auf dem der Künstler soziale Szenerien anhand von Pinsel und Farben zum Ausdruck bringt, auf visuelle, im Alltag technisch, d. h. als foto- oder videografiert aufgenommene soziale Szenerien, die schließlich dokumentarisch, d. h. ikonologisch und ikonisch analysiert werden (vgl. Bohnsack 2007b: 87f.). Betrachtet man aber die Kunstwerke bzw. Gemälde, lässt sich hier eine klare Parallele zu fotografischen Bildern erkennen, die nicht zwingend stets naturwüchsige, sich im Alltag stattfindende soziale Szenerien abbilden müssen. Besonders in der Werbebranche ist die Bandbreite von Bildern groß, die eine gestellte bzw. inszenierte soziale Wirklichkeit darstellen (vgl. Knieper, Müller 2003). Dasselbe betrifft auch die künstlerischen Gemälde, die eine breite Palette von eigenen Erlebnissen und Porträten über Landschaftsgemälde und das Stillleben bis hin zu imaginären Bildern und geschichtlichen Geschehnissen aufweisen, die öfters eine freie Interpretation des Künstlers sind. Man denke z. B. an die Kunstwerke des Mitbegründers des Kubismus Pablo Picasso oder die des Hauptvertreters des Surrealismus Salvador Dali. Der essentielle Unterschied zwischen Fotografien und Gemälden besteht jedoch darin, dass im Gegenteil zu gemalten Kunstwerken nicht alle Bildelemente in der Fotografie unter Kontrolle gebracht werden können. Das Zufällige der fotografischen Bilder ist wesenseigen. Zudem ist es bei Fotografien kaum möglich, alle Körperbewegungen der abgebildeten Bildproduzenten in ihrem Ausdruckscharakter gänzlich in den Dienst einer intendierten Bildaussage zu bringen. Diese Problematik ist auf die schwer berechenbare Ebene der Selbstpräsentation zurückzuführen, „mit der nicht nur offensive Darstellung, sondern auch Elemente des Verbergens und ablehnende Gesten gefasst sind“ (Pilarczyk, Mietzner 2005: 140). Diese Unterschiede bringen zwar einige Herausforderungen bei der Analyse von fotografischen Bildern mit sich, haben jedoch keine gravierenden Auswirkungen, die eine Bildinterpretation mittels ästhetischer Prinzipien nicht erlauben sollten. Denn genauso wie bei Gemälden ist auch bei Fotografien zwischen dem „intendierten Ausdruckssinn“ bzw. der künstlerischen Absicht des Produzenten und dem „Dokumentsinn“ bzw. der Sinnstruktur seines Produkts zu unterscheiden. Für den Produzenten als Schöpfer ist der Dokumentsinn laut Mannheim der Intention nach nicht gegeben und ist ausschließlich auf der Rezeptionsebene zu erfassen (vgl. Bohnsack 2007b: 88). Ebenso hebt Panofsky in seiner Ikonologie hervor, dass die Analyse der im Bild dargestellten sozialen Szenerien die innewohnenden Prinzipien ermittelt, die „die Grundeinstellung einer Nation, einer Epoche, einer Klasse, einer religiösen Überzeugung enthüllen, modifiziert durch eine Persönlichkeit und verdichtet in einem einzigen Werk“ (Panofsky 1978: 40). Diese AnalyseEinstellung grenzt Panofsky von künstlerischem Wollen bzw.

künstlerischer Intention des historisch greifbaren Subjektes „Künstler“ ab, die er als einen psychologischen Akt charakterisiert. So spiegelt der Schöpfer mit seinem Werk jene „kollektive, d. h. kulturelle und milieuspezifische Sinnzusammenhänge [wider], in die er selbst eingebunden ist, ohne dass er sich hierüber theoretisch-reflexiv Rechenschaft ablegen müsste“ (Bohnsack 2007b: 88). Dies hat zur Folge, dass es für die Anwendbarkeit und den Einsatz sowohl der dokumentarischen Bildinterpretation als auch der Ikonik unbedeutend ist, ob die sich in einem Werk sedimentierenden sozialen Sinnzusammenhänge einem abbildenden Produzenten als Produkte seines künstlerischen Wollens oder den abgebildeten Produzenten zugeschrieben werden, die ein Teil des Sujets und Gegenstand der Abbildung sind. Entscheidend ist hier gleichwohl die Frage, wie die Prägung des Bildes durch den kultur- und milieuspezifischen Habitus des Bildproduzenten minimiert werden kann, damit der Habitus des Abgebildeten in den Vordergrund rücken und eine gültige Auskunft über die dargestellten Objekte und Figuren geben kann. Diese Problematik der zwei unterschiedlichen Prägungen des Bildes ist dann hinfällig, wenn der abbildende Produzent zum gleichen Milieu wie auch von ihm dargestellt gehört. Dies trifft in solchen Fällen zu, wenn bspw. Familienfotos von einem der Familienangehörigen aufgenommen werden (vgl. Bohnsack 2007b: 88f.).

Ein weiterer Kritikpunkt, der ebenfalls Horst Niesyto zum Ausdruck bringt, ist die Anwendung der dokumentarischen Methode, die mithilfe von Kriterien professioneller Bildgestaltung wie Kameraperspektive, Bildkomposition, Verhältnis von Schärfe und Unschärfe etc. den Dokumentsinn von Bildern zu erschließen versucht, auf die Bilder von Menschen, die keine bildgestalterischen Kompetenzen und fotografischen Grundkenntnisse aufweisen. Er stellt zusammenfassend fest, dass „das ‚klassische Besteck‘ ikonografischer und ikonologischer Analyse Kriterien, das für professionelle Produktionen eingesetzt wird, [...] für das Verstehen kinder- und jugendkultureller Eigenproduktionen nur begrenzt geeignet [ist]“. Dieser methodische Einwand betrifft jedoch das in der vorliegenden Arbeit zu untersuchenden Analysematerial nicht bzw. nur in geringem Umfang. Es wird davon ausgegangen, dass alle auf den Webseiten veröffentlichten Bildinhalte von professionellen Fotografen bzw. von Bildproduzenten mit ausgeprägten bildgestalterischen Kompetenzen zu werblichen Zwecken produziert wurden. Interessant erscheint jedoch die Lösung, in Fällen der unprofessionellen Eigenproduktion zwischen dem „Motivsehen“ und dem „Bildsehen“ zu differenzieren (vgl. Niesyto 2006: 263) „‚Motivsehen‘ folgt – im Unterschied zu ‚Bildsehen‘ [...] eben nicht (primär) gestalterischen Aspekten der ‚planimetrischen Komposition‘ und der ‚szenischen Choreographie‘ [...], sondern bestimmten inhaltlichen Aspekten, die Bildproduzenten ins Bild rücken wollen.“ (Niesyto 2006: 267)

Abschließend lässt sich festhalten, dass genau die ästhetische Interpretation, die für die Analyse der ikonischen Sinnstruktur eingesetzt wird, im Bereich der gegenständlichen Bilder „in ihrem Kern die im Bild repräsentierte soziale Szenerie, die soziale Bezogenheit und Beziehungsstruktur in ihrer je historisch spezifischen Ausprägung oder Variation“ betrifft (Bohnsack 2007b: 90). Anhand der Analyse der formal-ästhetischen Bildkomposition gelangt die dokumentarische Bildinterpretation an eine Sinnenebene, deren Vermittlung nur durch das Bild zu erreichen ist und durch textförmige Medien nicht ersetzt werden kann (vgl. Bohnsack 2007b: 91).

4.2.2.4.2. Herausforderungen der dokumentarischen Methode

Im Gegensatz zu standardisierten, hypothesenüberprüfenden Verfahren in der quantitativen Sozialforschung sind die rekonstruktiven Verfahren in der qualitativen Sozial- und Kommunikationsforschung als schöpferischer Forschungsprozess zu charakterisieren. Sie zielen auf die Rekonstruktion einer augenblicklich nicht bekannten Wirklichkeit ab. Das bedeutet, dass die theoretischen Konstrukte zur strukturidentischen Beschreibung der erforschten Wirklichkeit dem Interpreten bzw. dem Forschenden am Anfang des Forschungsprozesses noch nicht offenbart sind. Deshalb gewinnt die Theorie erst durch die Befassung mit dem empirischen Untersuchungsmaterial ihre Gestalt (vgl. Vogd 2004: 61). Solche Vorgehensweise bei der Theorienfindung und die Tatsache, dass der Forscher zum Schöpfer dieser Theorie wird, stoßen zweifelsohne auf die Problematik der Objektivität und somit auch der Validität der gewonnenen Erkenntnisse. Darüber hinaus ist die dokumentarische Bildinterpretation aufgrund ihres interpretatorischen Aufwands als Einzelbildanalyse zu betrachten. Grundsätzlich bedeutet das, dass solche Analyse eine rein subjektive Wahrnehmung im Hintergrund unseres eigenen impliziten und expliziten Alltagswissens ist und je nach unserem kultur- und milieuspezifischen Orientierungsrahmen unterschiedlich ausfallen resp. variabel sein kann. In diesem Fall ist die intersubjektive Nachvollziehbarkeit nicht gegeben und kann keineswegs gewährleistet werden. Wie bereits in den obigen Ausführungen behandelt und erläutert wurde, spricht Mannheim in diesem Zusammenhang von der Standortgebundenheit bzw. Seinsverbundenheit des menschlichen Denkens, die in Bezug auf Luhmann (1990: 85) als „blinder Fleck“ zu charakterisieren ist. Es handelt sich dabei um die kultur- und milieuhängige Interpretation des Forschers, die für ihn selbst nicht feststellbar ist und nur durch die vergleichende bzw. komparative Analyse methodisch kontrolliert werden kann (vgl. Bohnsack 2007b: 80). In diesem Sinne spricht Niesyto auch über die Gefahr der Überinterpretation, der der Forscher auch trotz des einbezogenen Kontextwissens kaum entgehen kann. So übt Niesyto Kritik an der Bohnsacks Bildinterpretation eines Unterrichtsfotos, das von einer Schülerin des CHICAM-Clubs produziert wurde. Kritisiert werden vor allem die vom Bildmotiv abgeleiteten Rückschlüsse und Aussagen, die Niesyto

zufolge nicht unbedingt aus dem Bild zu entnehmen sind (vgl. Niesyto 2006: 263). Die geschilderte Problematik der Überinterpretation tritt zwar verstärkt auf, ist aber durch die vergleichende Analyse, die eine methodische „Reinigung“ bewirkt, zu beheben. Überlegungen und Interpretationen zur vermuteten Wirkung, die womöglich zu weit greifen und rein subjektiver Natur sind, finden im Rahmen der komparativen Analyse i. d. R. keine Unterstützung durch andere Vergleichsfälle und werden auf solche Weise durchgeseibt. Zudem schlägt Niesyto zur Vermeidung von Überinterpretationen vor, solches Kontextwissen wie Alter, Herkunft, Milieu der Bildproduzenten, Zeitpunkt der Bildproduktion, Verwendungszusammenhang und Bedingungen, unter denen das Bild entstanden ist, am Anfang der Bildanalyse miteinzubeziehen. Diesen Vorschlag bezieht er insbesondere auf die Foto-Eigenproduktionen von Jugendlichen, die über kein gestalterisches Vorwissen verfügen und deren Fotos eher ungeplant entstehen (vgl. Niesyto 2006: 263, 278; Kulcke 2009: 44f.). Im Falle von Werbefotografien spielt dieses Kontextwissen für die Erschließung und Rekonstruktion des bildimmanenten Sinngehalts bzw. des Habitus eine nachrangige Rolle und liegt zum größten Teil auch nicht vor.

In Anlehnung an Bohnsack wird die dokumentarische Methode „umso mehr methodisch kontrollierbar je mehr die *Vergleichshorizonte des Interpreten* empirisch fundiert und somit intersubjektiv nachvollziehbar und überprüfbar sind“ (Bohnsack 2003b: 137, Hervorheb. i. Original). Demzufolge würde die Interpretation und Betrachtung ausschließlich eines Analysegegenstandes zu einer einseitigen, subjektiven Beurteilung über das jeweilige Thema führen. Die Suche nach Vergleichshorizonten setzt unvermeidlich die Analyse von mehreren Fällen voraus, deren Anzahl durch eine systematische Auswahl festgelegt werden soll. Das Problem der Datenerhebung, die der Verständigung im Medium Bild gerecht werden kann, schildern Przyborski und Wohlrab-Sahr. Sie halten die Auswahl des Bildmaterials auf Basis der für den Erkenntnisgegenstand interessant erscheinenden Bilder für unzureichend, da auf solche Weise nur das Verständnis rekonstruiert wird, das der Forscher von dem Bild gewinnt (vgl. Przyborski, Wohlrab-Sahr 2014: 323).

Die Auswahl des Untersuchungsmaterials für die dokumentarische Bildinterpretation erfolgt anhand des Prinzips des „theoretical sampling“. Zwar verzichtet man dabei auf einen vorab festgelegten Auswahlplan, führt man aber eine Entwicklung des Samples schrittweise durch, die sich auf die im Analyseprozess iterativ entfaltete Theorie ausrichtet. Angesichts einer am Anfang des Forschungsprojekts noch nicht vorhandenen empirisch begründeten Theorie, findet die Auswahl der ersten Fälle auf der Grundlage theoretischer und praktischer Vorkenntnisse statt. Die darauffolgenden Auswahlentscheidungen ergeben sich schließlich aus der Analyse der ersten Untersuchungsfälle und werden auf Basis gegenstandsbezogener theoretischer Konzepte getroffen (vgl. Strübing 2011: 154). Zudem ist das

Prinzip des „theoretical sampling“ in jedem Prozessschritt mit dem Kriterium der theoretischen Sättigung unauflöslich verknüpft. Das heißt, dass die erhobenen Daten ein zu überprüfendes theoretisches Konzept nicht nur bestätigen, sondern auch keine weiteren Facetten und Eigenschaften mehr erbringen müssen. Bei solchen auf der Theoriegenese beruhenden Samplings wird eine konzeptuelle Repräsentativität angestrebt: Es werden alle Fälle und Daten erhoben, „die für eine vollständige analytische Entwicklung sämtlicher Eigenschaften und Dimensionen der in der jeweiligen Grounded Theory relevanten Konzepte und Kategorien erforderlich sind“ (Strübing 2011: 155). So stellt das „theoretical sampling“ ein qualitätssicherndes und kontrollierendes Verfahren dar: „Es fördert einerseits die konzeptuelle Dichte der entstehenden Theorie, indem Varianten des Phänomens systematisch erarbeitet und durch übergreifende Theorien integriert werden, es erhöht damit aber zugleich auch die Reichweite der Theorie, indem es in kontrollierten und explizierten Schritten eine Ausweitung des Untersuchungsbereichs ermöglicht und so in Richtung auf eine umfassende Theorie des Gegenstandsbereichs wirkt.“ (Strübing 2011: 156).

Trotz eines gut durchdachten und intersubjektiv nachvollziehbaren, systematischen Auswahlverfahrens stößt die dokumentarische Bildinterpretation aufgrund des interpretatorischen Aufwands auf ihre Grenzen und ist für die Herauskrystallisierung von Bildtypen und -kategorien auf quantitativer Basis nicht geeignet. Zwar vertreten die Kommunikationswissenschaftlerinnen Pilarczyk und Mietzner den Standpunkt, dass eine von der Intuition geleitete Herangehensweise bei der Auswahl des Analysematerials „dem komplexen, nicht-sprachlichen, auf Emotionen zielenden Charakter der Fotografie am ehesten gerecht zu werden [scheint]“ (Pilarczyk, Mietzner 2005: 136). Bei einem größeren Fotobestand mit einem Hauptthema und unterschiedlichen Bildmotiven – wie es in der vorliegenden Arbeit auch der Fall ist – erscheint es jedoch sinnvoll, zunächst Bildtypen und -kategorien herauszuarbeiten, um die Bedeutungen massenmedial verbreiteter Bilder typologisch erschließen und systematisch erfassen zu können (vgl. Grittmann, Lobinger 2011: 145). Dies ermöglicht nicht nur die in und über Bildern vermittelten Ideen und Tendenzen zu erkennen, sondern auch Rückschlüsse auf die fotojournalistische Produktions- und Selektionsmuster zu ziehen (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 177).

Im Fahrwasser dieser Argumentation wird deutlich: Um einen umfassenden Blick in die aktuelle Bilderwelt bieten zu können, sollen die qualitativen Methodenansätze zur Bildanalyse durch die quantitativen ergänzt und bereichert werden. Darüber hinaus verhilft die Bündelung von Bildmotiven mithilfe von Bildtypen zu einer strukturierten Herangehensweise und einer systematischen Erfassung vom Bildmaterial, die eine intersubjektiv nachvollziehbare Auswahl bei der anschließenden qualitativen Bildinterpretation ermöglichen. Im nächsten Schritt soll deshalb auf die Perspektive von Mehrmethodendesigns näher eingegangen

werden, bevor ein Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung von Bildinhalten im Internet vorgestellt und diskutiert wird.

4.3. Methodenkombinationen in der empirischen Forschung: Möglichkeiten und Grenzen der Integration von quantitativen und qualitativen Ansätzen

In Hinblick auf die Fülle an Bildern und visuellen Inhalten, die im Internet, in der Werbung oder auch in redaktionellen Medien ediert werden, können Studien zu Einzelbildern oder übersichtlichen Fotobeständen zwar einen fundierten, öfters aber nur begrenzten Einblick in die Bilderwelt gewähren (vgl. Grittmann, Lobinger 2011: 145; Mayring 2001: 4). Aus diesem Grund werden je nach Forschungsfrage und Analysegegenstand unterschiedliche Methoden und Analyseverfahren eingesetzt. Während quantitative Ansätze eine umfassende, zahlenmäßige Aussage über allgemeine Tendenzen und Strukturen, markante Merkmale, deren Stabilität oder Wandlung innerhalb eines bestimmten Zeitraumes liefern, zeichnen sich qualitative Methoden vor allem durch einen hohen Durchdringungsgrad und ihre Fähigkeit aus, tiefliegende Bedeutungsstrukturen und ihre Funktionsweise aufzudecken und zum Vorschein zu bringen. Deswegen stellen Mehrmethodendesigns in der empirischen Forschung ein Erfolgsrezept für eine hohe Qualität der Datenerhebung dar. Ihr Potenzial liegt darin, „Forschungsperspektiven inhaltlich zu ergänzen, methodische Defizite zu kompensieren und Messungen zu validieren“ (Kalch, Bilandzic 2013: 165). Durch deren Einsatz lassen sich zudem instrumentenspezifische Verzerrungen und Abweichungen gegenseitig mildern und ausgleichen, was zur Erhöhung der Gültigkeit der Messung, Auswertung und Interpretation beiträgt (vgl. Kalch, Bilandzic 2013: 167; Loosen, Scholl 2012: 9). Die Perspektive solcher Kombinationsmöglichkeiten wird im angloamerikanischen Raum in der Mixed-Methods-Forschung vertreten. Im deutschsprachigen Raum wurde dieser Ansatz mit Bezug auf die Methodentriangulation erörtert und diskutiert. Im Gegensatz zur Mixed-Methods-Forschung, die aus dem Bereich der quantitativ orientierten Sozialforschung stammt, geht das Konzept der Methodentriangulation aus der qualitativen Forschungstradition hervor und hat nebst der Integration von qualitativen und quantitativen Ansätzen auch die Mischung aus rein qualitativen Methoden im Blick, wobei die erste Form bevorzugt zum Einsatz kommt. Tashakkori und Teddlie, die einen essentiellen Beitrag zur Mixed-Methods-Forschung geleistet haben, nehmen die Systematisierung möglicher Verknüpfungsmöglichkeiten vor und unterscheiden zwischen Mixed-Method-Ansätzen, Mixed-Model-Studien und Multilevel-Mixed-Method-Designs. Während in den Mixed-Method-Studien qualitative und quantitative Ansätze weitgehend unabhängig voneinander eingesetzt werden und die Mixed-Model-Studien eine enge Verbindung von qualitativen und quantitativen Verfahren voraussetzen, stellen die Multilevel-Mixed-Method-Designs eine Sonderform dar und verknüpfen Methoden auf verschiedenen Abstraktions- und Forschungsebenen. Überträgt

man diese Klassifikation auf das Verfahren der Methodentriangulation, kommen hier in Hinblick auf den zeitlichen Einsatz verschiedener Methoden im Rahmen eines Forschungsdesigns sequentielle bzw. aufeinander folgende und simultane bzw. parallele Mixed-Method-Ansätze mit gleichwertiger Verwendung von quantitativen und qualitativen Analyseverfahren zum Tragen (vgl. Kalch, Bilanzic 2013: 176f.; Loosen, Scholl 2012: 21). Mayring (2001: 5) hat daraufhin einen Überblick über unterschiedliche Kombinationsmodelle gegeben, die in der empirischen Forschung ihre Anwendung finden, und zwischen Vorstudienmodell, Verallgemeinerungsmodell, Vertiefungs- und Triangulationsmodell differenziert.

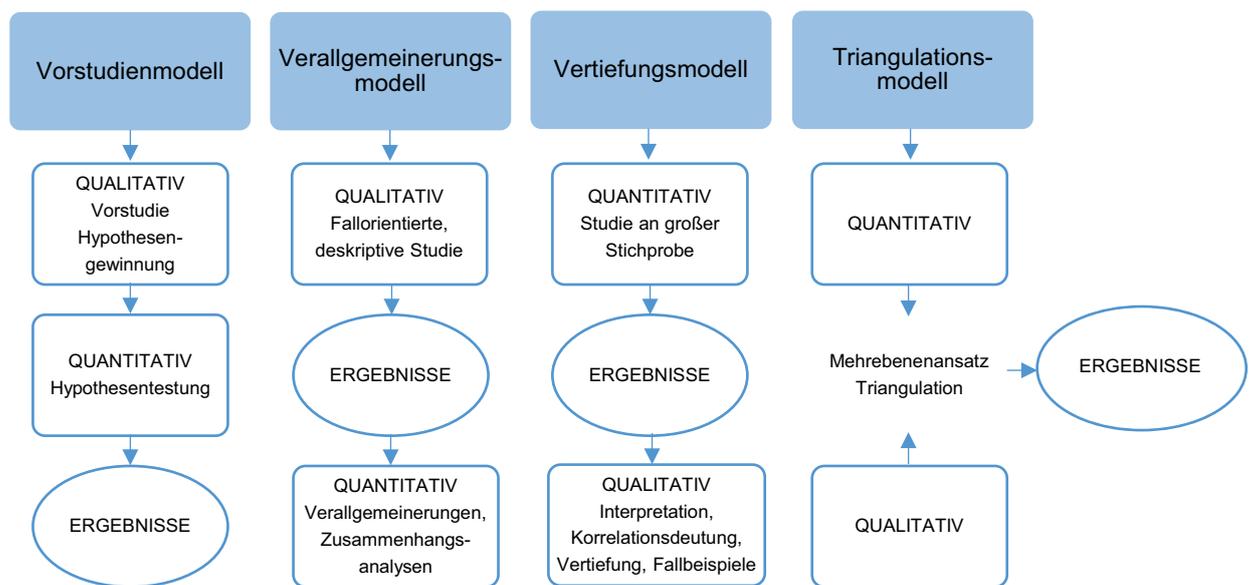


Abb. 7: Möglichkeiten der Integration qualitativer und quantitativer Analyse auf der Designebene (Mayring 2001: 5)

Die erste Kombinationsmöglichkeit ist das Vorstudienmodell, das als eine klassische Variante quantitativ orientierten Vorgehens zu charakterisieren ist. Die qualitative Analyse wird ausschließlich in der Vorstudie im Rahmen der Hypothesengewinnung eingesetzt. Anschließend werden die gewonnenen Hypothesen quantitativ überprüft und kontrolliert. Als Beispiel können hier Probeinterviews angeführt werden, auf deren Grundlage Kategorien für Interviewleitfaden herausgearbeitet werden.

Die zweite Verknüpfungsmöglichkeit stellt das Verallgemeinerungsmodell dar. Die qualitative Analyse hat hier einen höheren Stellenwert und wird am Anfang der Studie vollständig durchgeführt und ausgewertet. Nach der abgeschlossenen qualitativen Interpretation findet im zweiten Schritt die quantitative Analyse mit dem Ziel statt, die gewonnenen Ergebnisse zu verallgemeinern und zu untermauern. Ein Beispiel hierfür wären die Ergebnisse eines Fallanalyseprojektes, die in einer Repräsentativstudie einer umfassenderen Kontrolle unterzogen werden.

Die dritte Integrationsmöglichkeit, das Vertiefungsmodell, bildet ein Gegenstück zum Verallgemeinerungsmodell. Hier werden die Ergebnisse nach einer abgeschlossenen quantitativen Untersuchung von der qualitativen Analyse aufgegriffen und weitergeführt. Dadurch können eine bessere Interpretierbarkeit geleistet und die Richtung einer möglichen Kausalität durch Fallanalysen in Korrelationen festgelegt werden. Die quantitativen Ergebnisse schaffen dafür eine notwendige Grundlage.

Die vierte Kombinationsmöglichkeit, der in der vorliegenden Arbeit nachgegangen werden soll, ist das Triangulationsmodell bzw. der Mehrebenenansatz, der als zentrales Gütekriterium in der qualitativen Forschung eingesetzt wird. Hier findet die komplexe Verknüpfung qualitativer und quantitativer Interpretationsschritte in einem Analyseprozess statt und wird versucht, sich einer Fragestellung aus mehreren Blickwinkeln und mit verschiedenen Methodenansätzen zu nähern und dieser nachzugehen. Die methodische Verschränkung soll dazu dienen, erweiterte und ausgewogene Resultate zu bekommen, die sich durch gegenseitiges Vergleichen unterschiedlicher Herangehensweisen ergänzen und unterstützen (vgl. Mayring 2001: 5f.). Innerhalb dieses Modells wird zwischen folgenden Triangulationsarten unterschieden: Datentriangulation, Investigatortriangulation, Theorientriangulation und methodologische Triangulation. Ferner kann die Methodentriangulation sowohl innerhalb einer Methode (within method), z. B. bei einer Verknüpfung von standardisierten Fragen mit Erzählaufforderungen im Rahmen eines Interviews, als auch mit komplett eigenständigen Analyseverfahren (between methods) stattfinden (vgl. Kalch, Bilandzic 2013: 177). In Bezug auf das Verhältnis, in dem die Analyseverfahren im Rahmen eines Mehrmethodendesigns zueinander stehen, unterscheiden Loosen und Scholl zudem drei Arten der Methodenkombinationen: komplementäre, kooperative und kompetitive. Die komplementäre bzw. ergänzende Art der Kombination ist die am meisten verbreitete Art, bei der die Methoden eine ergänzende Funktion übernehmen. Sie können entweder unverbunden nebeneinander stehen oder auch eng miteinander verzahnt sein. Die kooperative Kombinationsmöglichkeit findet erst dann statt, wenn mit einer Methode die Grundlage für die andere gebildet wird oder wenn z. B. quantitativ erhobene Daten qualitativ ausgewertet werden. Die kompetitiv eingesetzten Methoden werden vor allem zur einseitigen oder mehrseitigen Validierung herangezogen und sind genauso wie kooperative Kombinationen auf einer methodischen Ebene angesiedelt (vgl. Loosen, Scholl 2012: 20f.).

Abschließend lässt sich festhalten, dass die quantitativ-qualitativen Kombinationsmodelle eine tiefgehende Analyse kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen und ein umfassenderes und tieferes Verständnis von Kommunikationsprozessen ermöglichen. Neben der Untersuchung von Mustern, Strukturen und Tendenzen in medialen Botschaften geben sie die Möglichkeit zur Herausarbeitung und Interpretation tieflyingender Bedeutungsstrukturen und ihrer Funktionsweise. Sie lassen sich zudem zur Validierung von Messungen und

zur Ergänzung von Forschungsperspektiven sinnvoll einsetzen und fördern die Modifikation und Weiterentwicklung kommunikationswissenschaftlicher Theorien (vgl. Kalch, Bilanzic 2013: 177; Lobinger 2012: 257). Vor diesem Hintergrund wird deutlich, dass Methodenkombinationen trotz eines großen Arbeitsaufwands als Best Practice in der empirischen Forschung gelten und für die Analyse großer Bildmengen, wie sie in mediatisierten und von Bildern durchfluteten Gesellschaften vorliegen, besonders geeignet sind. In Anbetracht der immensen Bilderflut im Internet erscheinen die Verfügbarkeit von Auswahlkriterien und eine strukturierte Vorgehensweise bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials essentiell. Im nächsten Schritt soll deshalb eine kooperative Methodentriangulation aus quantitativen und qualitativen Ansätzen vorgestellt und diskutiert werden.

4.4. Entwicklung eines Analysevorschlags zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet: Methodentriangulation

In diesem Kapitel wird ein Verfahren zur qualitativen Interpretation und Auswertung vom Bildmaterial im Internet auf Basis der quantitativen Datenerhebung vorgestellt. Die wesentliche Grundlage hierfür bilden die dokumentarische Methode von Bohnsack und die visuelle Inhaltsanalyse von Geise und Rössler. Durch die Kombination und Modifikation der beiden Methoden soll ein Analysevorschlag entwickelt werden, der für große Bildmengen und die Interpretation mit einem hohen Durchdringungsgrad nutzbar ist. Auch die Ansätze der seriell-ikonografischen Fotoanalyse und der quantitativen Bildtypenanalyse sollen bei der Ausarbeitung des Analysevorschlags berücksichtigt werden, da sie ebenfalls bedeutsame Anhaltspunkte für die Erfassung und Interpretation des Bildmaterials im Internet darbieten. Es geht darum, auf bild- und symboltheoretischen Grundlagen ein methodisch-methodologischer Zugang zur interpretativen bzw. dokumentarischen Analyse von Bildern aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive zu entwickeln und zu begründen, die Boehm zufolge „das zuwege bringt, was das Bild im Kern auszeichnet: Ungesehenes sichtbar zu machen, es für das Auge herauszuheben, es zu zeigen“ (Boehm 1995: 39). Im Fokus sollen deshalb neben formalen Aspekten auch bildimmanente Besonderheiten stehen, um den eigentlichen Sinngehalt des Bildes bzw. seinen Habitus zu entschlüsseln.

In weiteren Ausführungen sollen zunächst bedeutende Merkmale des Mediums Internet kurz beleuchtet und die daraus entstehenden Schwierigkeiten und Herausforderungen bei der Erfassung von visuellen Online-Inhalten diskutiert werden, bevor es im nächsten Schritt die theoretischen Grundlagen und Überlegungen in Vorbereitung auf die Entwicklung des Analysevorschlags zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet vorgestellt werden.

4.4.1. Herausforderungen der Analyse von visuellen Online-Inhalten

Das Internet als ein schnell verbreitendes und rasant wachsendes Medium stellt ein breites und viel versprechendes Forschungsfeld dar, das viele neue Möglichkeiten für sozial- und kommunikationswissenschaftliche Untersuchungen eröffnet, aber auch einige Herausforderungen für die Analyse der dort publizierten Inhalte mit sich bringt. Martin Welker und seine Kollegen (vgl. Welker et al. 2010: 11ff.; Welker, Wunsch 2010: 496 ff.) haben einen Überblick über die markanten Merkmale des Mediums Internet gegeben, die einen direkten Einfluss auf die Analyse von Online-Inhalten haben. Diese sollen nun im Folgenden beleuchtet und aus der Perspektive der Analyse von visuellen Online-Inhalten diskutiert werden.

Das World Wide Web ist ein Medium, das sich stets in Bewegung befindet und deshalb durch solche Merkmale wie Flüchtigkeit, Dynamik und Transitorik der Inhalte gekennzeichnet ist. Das bedeutet, dass alle Online-Inhalte transitorischen Prozessen ausgesetzt sind und ständig verändert, neu erstellt, gelöscht oder durch andere Inhalte ersetzt werden. Die zu einem gewissen Zeitpunkt zu ermittelnden Inhalte, deren Rekonstruktion nach der Änderung oder Löschung nicht mehr möglich ist, stellen deshalb nur eine flüchtige Momentaufnahme dar. Die älteren bzw. ursprünglichen Versionen werden i. d. R. nicht archiviert, sondern durch eine neue Version überschrieben. Ein klassisches Beispiel für die Flüchtigkeit und Dynamik der Online-Inhalte stellen Online-Magazine und Nachrichtenportale dar, die durch die kontinuierliche Rotation von Text und Bild- bzw. Fotomaterial gekennzeichnet sind. In diesem Fall empfiehlt es sich, eine Zeitdimension der Datenerhebung festzulegen, um aktuelle Entwicklungen und Tendenzen erkennen und festhalten zu können. Es gibt auch Webseiten, z. B. von Gewerben oder Unternehmen aller Art, auf denen kein ständiger bzw. nur ein geringer Wechsel der Inhalte innerhalb größerer Zeitabstände stattfindet. Solche Seiten können je nach Forschungsfrage und -interesse nach dem Prinzip des statischen Schnappschusses analysiert werden. Die Momentaufnahme der zu untersuchenden Inhalte ist dabei für die Festlegung der Grundgesamtheit bestimmend und ausschlaggebend (vgl. Welker, Wunsch 2010: 509).

Reaktivität und Personalisierung sind weitere Merkmale, die eine begünstigende und verstärkende Wirkung auf die Flüchtigkeit von Online-Inhalten ausüben. Die Generierung von Online-Inhalten erfolgt auf Basis von individuell realisierten Nutzereingaben, individuellen Account-Angeboten in sozialen Netzwerken, Weblogs und Portalen sowie durch die Interaktivität, die eine gemeinsame, usergestützte Inhaltsgenerierung in unterschiedlichen Communitys, Blogs und Foren mit sich bringt. Dies führt zur Entstehung personalisierter, datenbankgenerierter Content-Angebote, die ggf. nur einmalig zur Verfügung stehen. Bezieht man diese Eigenschaft des Internets auf die Analyse von visuellen Online-Inhalten, betrifft das vor allem werbliche Inhalte, die aufgrund vorheriger Suchabfragen personalisiert bzw.

auf einen konkreten Nutzer maßgeschneidert generiert werden oder im Fall einer Analyse von mehrsprachigen Webseiten auf die jeweilige Sprache bzw. das jeweilige Land zugeschnitten sind. Diese Werbeinhalte, die ausschließlich das Nutzungsverhalten eines einzelnen Individuums widerspiegeln und keine Regel darstellen, sind von geringem Forschungsinteresse und können von der Analyse ohne Weiteres ausgeschlossen werden.

Die nächste Besonderheit des World Wide Web ist Multimedialität. Sie betrifft die technische Infrastruktur des Internets und die damit verbundene Digitalisierung der Kommunikate, die eine große Mannigfaltigkeit in der Verwendung verschiedener medialer Zeichenträger und -systeme ermöglichen (z. B. digitale Audio, Video, Bild und Text und deren spezifische Formate je nach Ausgabegerät) und eine hohe Heterogenität der Online-Inhalte herbeiführen. In diesem Fall ist es unentbehrlich, intersubjektiv nachvollziehbare Auswahlkriterien für das Untersuchungsmaterial sowie das Trägermedium festzulegen und die Grundgesamtheit zu definieren. Im Rahmen der vorliegenden Arbeit, die sich mit der Analyse von visuellen Online-Inhalten auseinandersetzt, ist es von großer Bedeutung, das zu untersuchende Bildmaterial einzugrenzen. Der Schwerpunkt soll deshalb auf die Analyse des statischen Bildmaterials gelegt werden. Infografiken, werbliche Inhalte, die meist als maßgeschneiderte Werbung für den jeweiligen Rezipienten generiert werden, Logos, Zeichnungen, Collagen oder Bewegtbilder sollen von Anfang an von der Analyse ausgeschlossen werden.

Das andere Merkmal, das die Analyse von Online-Inhalten erschweren kann, ist Nonlinearität bzw. Hypertextualität. Dadurch, dass Online-Inhalte in einer nicht linearen Struktur vorliegen und viele Verlinkungen sowohl innerhalb einer Webseite als auch etliche Verweise auf andere Webseiten beinhalten, entstehen kommunikative Einheiten, die Netzwerke mit divergenter Linktiefe herbeiführen können. Überträgt man diese Problematik auf die Analyse von visuellen Online-Inhalten, wird es deutlich, dass die Verwischung von Grenzen zwischen verschiedenen Inhalten, die durch die Hypertextualität verursacht wird, nur für die Textinhalte von Bedeutung ist und eine eher geringfügige Rolle für die visuellen Online-Inhalte spielt. Die Herausforderung für die Untersuchung von Bildinhalten im Internet besteht vielmehr in der unübersichtlichen Struktur und Vielschichtigkeit von Webseiten, die das Eingrenzen des Untersuchungsmaterials erschweren. Aus diesem Grund sollen hier klare Grenzen gesetzt und gut durchdachte Auswahlkriterien definiert werden. Es können z. B. bestimmte Themen und Rubriken ausgewählt werden, innerhalb deren die Analyse des Bildmaterials erfolgen soll. Von der Verfolgung unterschiedlicher Verlinkungen und verschachtelter Unterrubriken ist hier deshalb abzuraten.

Die weitere Besonderheit des Internets betrifft die Digitalisierung von Online-Inhalten. Diese stehen in einer digitalen resp. digitalisierten Form im Internet in differenter Quantität zur Verfügung und weisen zudem unterschiedliche Qualität auf. Wie bereits in den obigen Aus-

führungen angesprochen, führen enorme Datenmengen im Internet, die dank der Digitalisierung keine aufwendige Aufbereitung nötig haben, dazu, dass eine klare Abgrenzung des Untersuchungsmaterials für die Analyse von visuellen Online-Inhalten unentbehrlich ist. Eine entscheidende Rolle kommt jedoch der Qualität der veröffentlichten Bildinhalte zu. Kleinformatige Bilder mit geringer Auflösung können keiner tiefer greifenden qualitativen Analyse unterzogen werden, da auf solchen Bildern einzelne Bildelemente kaum zu erkennen sind. Die Analyse von solchen visuellen Online-Inhalten erscheint deshalb wenig sinnvoll und ist i. d. R. auch nicht machbar.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Internet aufgrund seiner immensen Größe und des enormen Wachstumspotenzials ein komplexes, aber auch nicht zu übersehendes Forschungsfeld ist, das die besten Untersuchungsmöglichkeiten für die Sozial- und Kommunikationsforschung bietet. Die markanten Merkmale, die das Medium Internet auszeichnen und einen direkten Einfluss auf die Analyse von visuellen Online-Inhalten ausüben, bringen viele analytische Herausforderungen mit sich. Vor diesem Hintergrund ist sowohl für die quantitative als auch qualitative Analyse von Bildinhalten im Internet von großer Bedeutung, dass der Forschungsgegenstand eine konstante Repräsentation hat und sich klar und eindeutig von den anderen Untersuchungseinheiten abgrenzen lässt. Dazu gehört neben der Festlegung eines Untersuchungszeitraumes auch die Bestimmung von gut durchdachten und intersubjektiv nachvollziehbaren, systematischen Auswahlkriterien, die die Komplexität und Unübersichtlichkeit der visuellen Online-Inhalte minimieren sollen.

4.4.2. Theoretische Grundlagen und Überlegungen in Vorbereitung auf die Entwicklung eines Analysevorschlags zur Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten

Bevor ein Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten vorgestellt wird, soll anhand der theoretischen Überlegungen seine methodisch-methodologische Vorgehensweise erörtert und begründet werden. Wie zuvor erwähnt, fußt der für das Internet zu entwickelnde Analysevorschlag auf verschiedenen kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen, deren Anwendung im Folgenden genauer diskutiert und betrachtet werden soll.

4.4.2.1. Visuelle Inhaltsanalyse und Bildtypenbildung

Zur quantitativen Erfassung von visuellen Inhalten schlagen Geise und Rössler (2012: 351) ein Analysemodell vor, dessen Erkenntnisinteresse an folgenden Dimensionen geknüpft ist: 1) Stellenwert des Bildes und seine formalen Merkmale (z. B. Kamerawinkel, Tiefenschärfe, Format, Medium); 2) quantitative Erfassung von Motiven und Personengruppen; 3) Tendenz des Bildes (negativ, positiv bzw. neutral); 4) Bildkontext und Wechselwirkung von Text

und Bild; 5) Untersuchung des bildimmanenten Sinngehalts. Wenn man sich mit den wissenschaftlichen Arbeiten von Geise und Rössler (2013a, 2013b, 2012), Grittmann und Ammann (2011) auseinandersetzt, wird es deutlich, dass diese Dimensionen in Bezug auf die journalistische Fotografie entstanden sind. Besonders solche Kriterien wie Tendenz des Bildes sowie Bildkontext und Wechselwirkung von Text und Bild sind für pressebezogene bzw. politische Themen von besonderem Belang, um die Mehrdeutigkeit visueller Inhalte durch deren Kontext einzuschränken und die Tendenz der Bildselektion z. B. in der Kriegsberichterstattung ermitteln zu können. Da es sich im Rahmen des vorliegenden Forschungsprojekts um Werbefotografien handelt, die ein Land repräsentieren sollen, spielt hier sowohl der Kontext des Bildes im Sinne einer Bild-Text-Relation als auch seine Tendenz – die i. d. R. positiv bis neutral ist – eine geringfügige Rolle. Die Analyse von Bildern soll demnach in drei Schritten erfolgen. Zunächst findet die Ermittlung von dargestellten Gegenständen, Sachverhalten und sozialen Konzepten der Bildoberfläche statt. Danach werden Motive und Personengruppen zahlenmäßig erfasst und anschließend der bildimmanente Sinngehalt analysiert.

Aufbauend auf diesen Dimensionen haben Geise und Rössler unterschiedliche Bildinhalts-ebenen bzw. Analysedimensionen ausdifferenziert (siehe Abb. 8).

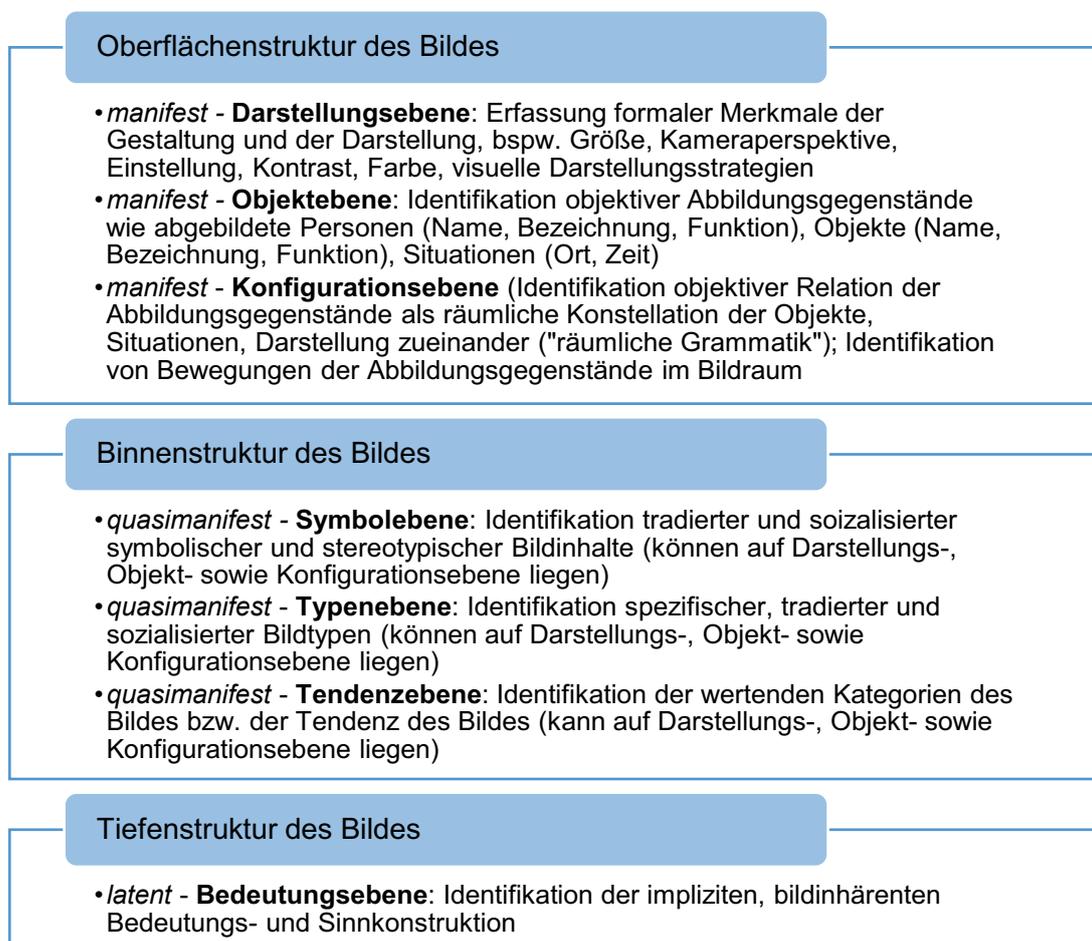


Abb. 8: Dimensionierung der Bildebenen (Geise, Rössler 2012: 351)

Die Oberflächenstruktur des Bildes entspricht nach Panofsky der vorikonographischen Beschreibung des Bildes, die eine nicht-interpretative Erfassung des primären bzw. natürlichen Sujets im Blick hat. Auf dieser Ebene erfolgt die Codierung der manifesten Inhalte des Bildes, die sich „tatsachenhaft“ in den abgebildeten Farben, Linien, Formen, Objekten und Personen äußern und „ausdrucksam“ eine Expression von Haltungen, Posen, Gesten und Atmosphäre sind (vgl. Panofsky 1978: 38f.; Geise, Rössler 2012: 354). Die Oberflächenstruktur besteht demnach aus drei Ebenen, der Darstellungs-, Objekt- und Konfigurationsebene, auf denen die standardisierte, faktenorientierte Erfassung und Codierung der manifesten Inhalte eines Bildes oder im Sinne von Mannheim und Bohnsack des kommunikativ-generalisierenden Wissens stattfinden (siehe Kapitel 2.1.2.1). Auf der Darstellungsebene geht es sowohl um die Identifizierung und Codierung formaler Kriterien des Bildes (z. B. Platzierung, Bildgröße bzw. Format etc.) als auch formaler Merkmale der Bildgestaltung und Darstellung (z. B. Einstellungsgröße, Kameraperspektive, Kontrast etc.). Die Objektebene, wie der Name schon sagt, umfasst alle abgebildeten Objekte, Personen, Gegenstände und Situationen. Genauso wie bei der vorikonografischen Beschreibung wird hier der Frage nachgegangen, was auf dem Bild zu sehen ist, ohne jegliche Bedeutung den Abbildungsgegenständen beizumessen (vgl. Geise, Rössler 2012: 352; Bohnsack 2011b: 52; Bohnsack 2009a: 325; Bohnsack 2009b: 965). So werden z. B. bei den abgebildeten Personen ihre Kleidung, Gestik, Mimik und Position im Bild beschrieben. Auf der Konfigurationsebene soll schließlich die sog. „räumliche Grammatik“ bzw. räumliche Konstellation der visuellen Kommunikation erfasst werden. Darunter verstehen Geise und Rössler nicht die szenische Choreographie, die bei Bohnsack im Rahmen der reflektierenden Interpretation erfolgt und zur Rekonstruktion sozialer Bezogenheit der abgebildeten Bildproduzenten und somit auch zur Erschließung latenter Bildinhalte dienen soll. Vielmehr handelt es sich dabei um die Beschreibung einzelner Bildelemente und ihr Verhältnis zueinander in Bezug auf die gesamte Bildkomposition. Auf dieser Ebene wird „die Relation der Abbildungsgegenstände als direkt beobachtbare räumliche Konstellation von Objekten, Situationen und Darstellungen zueinander und deren möglichen Bewegungen erhoben“ (Geise, Rössler 2012: 353), um eine einheitliche Aussage über die gesamte Bildkomposition treffen zu können. Zwischen der Objekt- und Konfigurationsebene besteht jedoch eine fließende Grenze bzw. eine scharfe Trennung der Ebenen ist nicht möglich, weil die Beschreibung der Abbildungsgegenstände nie losgelöst von der gesamten Bildkomposition erfolgen kann und nebst der Erfassung von Personen, Objekten und Situationen auch ihre räumliche Konstellation inkludiert. Aus diesem Grund sollen diese zwei Ebenen zusammen betrachtet werden.

Die Binnenstruktur des Bildes entspricht aus kunsthistorischer Perspektive der ikonografischen Beschreibung des sekundären bzw. konventionalen Sujets. Auf dieser Ebene wer-

den künstlerische Motive und deren Kombinationen mit Themen oder Konzepten verbunden und visuelle Stereotypen, Symbole, Bildtypen und -tendenzen erfasst (vgl. Panofsky 1978: 39; Geise, Rössler 2012: 354). Im Gegensatz zur Oberflächenstruktur, die die Codierung von manifesten Bildinhalten impliziert, umfasst die Binnenstruktur quasi-manifeste Bildinhalte. Geise und Rössler verstehen als quasi-manifest einen visuellen Inhalt insofern, „wenn das mentale Bedeutungspotenzial seines materialen Zeichenkomplexes zwar kulturell konventionalisiert ist, von einer intersubjektiv übereinstimmenden Bedeutungsdeterminanz aber nicht ausgegangen werden kann, weshalb die übereinstimmende Identifikation bzw. Interpretation des Bedeutungspotenzials der Codierer durch eine dezidierte, intersubjektiv hinreichend evidente Beschreibung sichergestellt werden muss“ (Geise, Rössler 2012: 355). Auf der Binnenstrukturebene wird erfasst, dass z. B. der abgebildete lächelnde Mann mit kurzem Haarschnitt und akkurat geschnittenem Rund-um-den-Mund-Bart, in hellblauem Hemd und weißem T-Shirt darunter, in schwarzem Sakko mit kleinem, am Hemd befestigtem schwarzem Sprechmikro, der mit seiner rechten Hand eine Geste vorführt, bei der der Zeige- und Mittelfinger zu einem „V“ geformt werden, als Stefan Raab identifiziert wird, der ein Victory-Zeichen zeigt (siehe Abb. 9). Das bedeutet, dass Codierer bzw. Rezipienten über ein spezielles Wissen verfügen müssen, um Stefan Raab auf dem Bild als solchen erkennen zu können – besonders wenn das Bild losgelöst vom Text betrachtet wird. Bei dieser Identifikation des Abgebildeten geht man über die direkte Beobachtung hinaus, verlässt die intersubjektive Ebene des manifesten Bildinhaltes und betritt das Feld einer Interpretation. Diese fußt zwar auf plausiblen Inferenzschlüssen, bleibt aber trotzdem eine Interpretation, die kulturell tradiert und visuell sozialisiert ist. Erst wenn differente Rezipienten und Codierer die gleiche latente Bedeutung einer visuellen Botschaft erkennen, wird diese manifest gemacht, gleich ob sie explizit ausformuliert wurde oder nicht (vgl. Geise, Rössler 2013b: 90, 94; Geise, Rössler 2012: 354f.). In diesem Zusammenhang raten Geise und Rössler für die Erhöhung der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit und Validität der Messung ein visuelles Codebuch zu verwenden, „in dem das Kategoriensystem mit gut durchdachten Definitionen der *Bildtypen*, *Symbole*, *visuellen Stereotypen* sowie *Bildtendenzen* verbal und visuell repräsentiert wird, und das [...] in einer ‚harten Codierweise‘ genutzt wird“ (Geise und Rössler 2012: 355, Hervorheb. i. Original). Einen Ansatz hierfür bietet die quantitative Bildtypenanalyse, die von einer kulturellen Konventionalisierung der Bildmotive ausgeht und eine intersubjektiv nachvollziehbare Klassifizierung ermöglicht (vgl. Geise, Rössler 2012: 355). Hier geht es darum, soziokulturelle Merkmale, die sich in wiederkehrenden Bildmotiven manifestieren, zu Bildtypen bzw. Bildmotivgruppen zusammenzufassen. Diese Bündelung soll



Abb. 9: Abschied des TV-Entertainers (Windmüller 2015)

vor allem zu einer strukturierten Kategorisierung der Bilder beitragen, um Muster und Strategien der Entscheider erkennen und eine Aussage über ihre Routinen und Selektionskriterien treffen zu können (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 164f.).

Die Tiefenstruktur des Bildes entspricht der ikonologisch-ikonischen Interpretation, die die Ikonik von Imdahl und die ikonologische Interpretation von Panofsky verbindet. Diese Ebene befasst sich mit der Erfassung von latenten Bildinhalten, deren Bedeutung in der Gesamtheit des zu analysierenden Bildes rekonstruiert wird. Als latent bezeichnen Geise und Rössler einen Bildinhalt insofern, „wenn das mentale Bedeutungspotenzial seines materialen Zeichenkomplexes keine oder nur eine geringe kulturelle Konventionalisierung aufweist, damit keine oder nur eine geringe intersubjektiv übereinstimmende Bedeutungsdeterminanz gegeben ist, und daher nur begrenzt davon ausgegangen werden kann, dass eine übereinstimmende Identifikation bzw. Interpretation des Bedeutungspotenzials der Codierer durch eine dezidierte, intersubjektiv hinreichend evidente Beschreibung sichergestellt werden kann“ (Geise, Rössler 2012: 356). Aufbauend auf den vorhergehenden Ebenen der vorikonografischen und ikonografischen Bildbeschreibung verdichten sich die Bildinhalte auf der Tiefenstrukturebene zu komplexen, mehrdeutigen Sinn- und Wertkonstruktionen, die Aufschluss über Interpretationsmuster, Assoziationen und Eindrücke geben. Eine standardisierte Erfassung auf der Bedeutungsebene sehen Geise und Rössler jedoch aufgrund der Komplexität der notwendigen evidenten Beschreibungen und der operationalen Begriffe der codierten Inhalte noch als schwierig und problematisch. Aus diesem Grund ist der Empfehlung von Geise und Rössler zuzustimmen, dass sich eine Ergänzung um eine qualitative Analyseebene als notwendig und unentbehrlich erweist, um an den tieferen Bedeutungssinn des Bildes bzw. seinen Habitus heranzukommen (vgl. Geise, Rössler 2012: 357). In weiteren Ausführungen soll deshalb der Einsatz der qualitativen Bildinterpretation diskutiert und erläutert werden, die nach der vollzogenen Bündelung von Bildmotiven zu Bildtypen erfolgen soll.

4.4.2.2. Dokumentarische Bildinterpretation

Der letzte Analyseschritt stellt die qualitative Bildinterpretation dar, die auf die Rekonstruktion des eigentlichen Sinngehalts des Bildes bzw. des Habitus abzielt. Aus dem Grund, dass durch die Methodentriangulation eine Plattform für eine systematische und typologische Erfassung des zu untersuchenden Bildmaterials geschaffen wurde, können die Stärken der qualitativen visuellen Analyse und zwar der dokumentarischen Bildinterpretation zur Erschließung des methodisch kontrollierten Zugangs zum Bild eingesetzt werden. Dahingehend sollen die Analyseschritte der dokumentarischen Bildinterpretation und deren Einsatz diskutiert und erläutert werden.

Die beiden Schritte der formulierenden Interpretation – die vorikonografische und ikonografische Beschreibung – werden im Rahmen der quantitativen Bildtypenentwicklung i. d. R.

untrennbar aufgefasst. Auch beim Betrachten unterschiedlicher wissenschaftlicher Arbeiten zum Thema der dokumentarischen Bildinterpretation fällt es auf, dass vor allem die vorikonografische Interpretation völlig wegfällt bzw. aus Platzmangel ausgelassen wird. Dies wirft logischerweise die Frage auf, ob nicht gleich der zweite Schritt der formulierenden Interpretation der wichtigere ist und auch eine ausreichende Differenzierung darbietet. Die Problematik besteht allerdings darin, dass sich das Kontextwissen hier vorab einschleichen könnte (vgl. Hietzge 2010: 10; Bohnsack 2011b: 56f.). Knieper unterstreicht die Relevanz der formulierenden Interpretation, in der es nicht nur um die Vertextlichung eines Bildes und die Bestimmung von Denotaten und Konnotaten geht, sondern vielmehr darum, „durch Vertextlichung der Bildmotive und ihrer Bedeutung, durch Assoziation und durch Einbettung des Bildes in den Produktions- und Geschichtskontext, Zusammenhänge sichtbar zu machen, die ansonsten ungesehen geblieben wären“ (Knieper 2003: 205). In Anlehnung an Pilarczyk und Mietzner diszipliniert die vorikonografische Beschreibung den Blick des Interpreten. Die Fotografie verleitet den Betrachter öfters zum zügigen Erfassen und Verstehen des Abgebildeten, was nicht selten zu Fehlinterpretationen führen kann. Die vorikonografische Beschreibung fördert dagegen eine systematische, verlangsamte Betrachtung des Abgebildeten. Dadurch erfolgt eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Bild, die auf den ersten Blick belanglose und nebensächliche Details zum Vorschein bringt. Man sollte sich Pilarczyk und Mietzner zufolge „um einen ‚naiven‘ Standpunkt bemühen, um einen möglichst ‚fremden‘ Blick, um allzu Vertrautes nicht zu übersehen“ (Pilarczyk, Mietzner 2005: 138). So werden bei der detaillierten Beschreibung jene Bildelemente festgehalten, die vom abbildenden Bildproduzenten resp. dem Fotografen weder wahrgenommen noch bewusst zur Bildgestaltung eingesetzt wurden. Die auf solche Weise ins Bild aufgenommenen Details können „nicht nur die Bildwirkung mitbestimmen oder sogar entscheidend beeinflussen, sondern oft lässt sich hier eine Spur der Wirklichkeit rekonstruieren, etwa in dem spöttischen Blick eines Abgebildeten, mit dem dieser die fotografische Inszenierung kommentiert“ (Pilarczyk, Mietzner 2005: 137).

Darüber hinaus übernimmt eine detaillierte Beschreibung des Abgebildeten für die darauffolgende Interpretation eine vorbereitende Funktion. Sie bietet Sachhaltigkeit und formal-ästhetische Kohärenz für die Plausibilisierung der Interpretation dar und wird mit einer systematischen Rekonstruktion möglicher Bedeutungs- und Sinnbezüge verknüpft (Breckner 2012: 161). Niesyto zufolge sind formale bildsprachliche Analyseschritte, die sich mit der ausführlichen Beschreibung der erkennbaren Personen und Gegenstände sowie mit der Rekonstruktion der ästhetischen Gestaltungselemente eines Bildes befassen, unentbehrlich und notwendig, „um der spezifischen Qualität von Bildern gerecht zu werden (präsentative Symbolik, Simultanstruktur, Totalpräsenz), keine wichtigen Bildelemente zu übersehen und im weiteren Verlauf des bildhermeneutischen Prozesses Beziehungen zwischen Formen und Bedeutungen herstellen zu können“ (Niesyto 2006: 273). Es empfiehlt sich

deshalb möglichst alle Bilddetails in ausführlicher Form zu dokumentieren, die neben der genauen Beschreibung des Bildvorder-, Bildmittel- und Bildhintergrundes auch Kameraeinstellungen, Verhältnis von Schärfe und Unschärfe, abgebildete Personen und Gegenstände sowie deren Bezüge und Interaktionen zueinander inkludieren (vgl. Niesyto 2006: 273). Im Fahrwasser dieser Argumentation wird deutlich, dass trotz der Bilderfassung nach formalen Kriterien im Rahmen der quantitativen Bildinhaltsanalyse die formulierende Interpretation, die die vorikonografische und ikonografische Beschreibung impliziert, im Laufe der qualitativen Bildinterpretation vorgenommen werden soll, um Bilder in ihrer Eigensinnigkeit ganzheitlich und ohne die vorzeitige Einbeziehung des Kontextwissens erfassen zu können. Dies setzt als nächstes die Notwendigkeit voraus, die Analyseschritte möglichst klar voneinander zu trennen. Das schafft eine übersichtliche Struktur und verhindert den sprunghaften Wechsel von der Beschreibung des Abgebildeten zur dessen Interpretation.

Im Rahmen der reflektierenden Interpretation, die aus ikonischen und ikonologisch-ikonischen Interpretation besteht, findet eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Bild statt, um den Zugang zum Eigensinn des Bildes bzw. zu seinem Habitus zu erschließen. Im Laufe der ikonischen Bildanalyse wird die formale Gesamtkomposition des Bildes mittels Kriterien ästhetischer Gestaltung wie Planimetrie, Perspektivität, szenische Choreographie und Verhältnis von Schärfe und Unschärfe in den Blick genommen und rekonstruiert. Ausschlaggebend ist hier, dass die Bildelemente nie isoliert, sondern ständig im Ensemble der anderen Elemente analysiert werden sollen, um einen systematischen Zugang zur Eigengesetzlichkeit des Erfahrungsraums der Bildproduzenten und zu deren Habitus erschließen zu können (vgl. Bohnsack 2006: 48). Wie bereits in Kapitel 4.2.2.4 zum Ausdruck gebracht wurde, bietet sich dieses Prinzip für die Analyse von künstlerischen und professionellen Fotografien sowie auch mit Einschränkung für die Interpretation von Privatfotografien bzw. von Bildern der Fotografen an, die mit bildgestalterischen Grundlagen vertraut sind. Da der Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Arbeit Werbefotografien sind, kann dieses Prinzip ohne Weiteres eingesetzt werden.

Die Analyseschritte der ikonischen Interpretation können je nach zu analysierendem Bild entfallen oder bündiger gehalten werden. Z. B. bei solchen Fotografien, auf denen keine Personen abgebildet sind, entfallen die Ausführungen zur szenischen Choreographie, die die räumliche Positionierung der abgebildeten Bildproduzenten und der Bezug ihrer Blicke und Gebärden aufeinander zu entschlüsseln sucht. Unter diesen Umständen soll die szenische Choreographie mit einem Hinweis darauf ausgelassen werden. Im Fall, wenn sich gewisse Aspekte der Interpretationsebenen überschneiden und die planimetrische Bildkomposition sich mit der Perspektivität überlagert oder mit der szenischen Choreographie ins Eins fällt, werden die Interpretationsschritte zur Einschränkung von Redundanzen kürzer gehalten bzw. zusammengefasst.

Aufbauend auf den oben diskutierten Anmerkungen und Überlegungen wird nun im Folgenden ein quantitativ-qualitativer Analysevorschlag zur Erfassung von visuellen Online-Inhalten vorgestellt.

4.4.3. Ein Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet

Der Aufbau des empirischen Vorgehens erfolgt in zwei großen Abschnitten (siehe Abb. 10). Im ersten Abschnitt findet die Entwicklung des Instruments zur quantitativen Analyse von visuellen Online-Inhalten statt. Beginnend mit der Festlegung der Grundgesamtheit, Stichprobe sowie Analyse- und Codiereinheiten, die i. d. R. das einzelne Bild und seine Bedeutung darstellen, werden im nächsten Arbeitsschritt formale und inhaltliche Merkmale von manifesten bzw. quasimanifesten Kommunikationsinhalten auf Basis einer theoriegeleiteten Bildung distinkter, standardisiert anzuwendender Kategorien erfasst. Hierfür wird ein Codebuch mit visuellen Beispielen entwickelt, das das Kategoriensystem mit gut durchdachter Definierung von Bildtypen, Symbolen, Tendenzen und visuellen Stereotypen beinhaltet (vgl. Geise, Rössler 2012: 355; Grittmann, Ammann 2011: 169). Das Codebuch fußt auf dem ikonografisch-ikonologischen Drei-Stufen-Modell von Panofsky (vgl. 2002: 43), wobei die ersten zwei Schritte bzw. Strata – vorikonografische und ikonografische Beschreibung – eine fließende Grenze haben und ineinander übergehen. In Anlehnung an das Forschungsinteresse und den Untersuchungsgegenstand werden solche formalen sowie auch inhaltlichen Kategorien entwickelt, die einen Einfluss auf die Bildaussage ausüben. Zu den formalen Variablen zählen z. B. die Einstellungsgröße, die entweder den Eindruck intimer Nähe oder sozialer Distanz vermitteln kann, oder auch die Auswahl des Kamerawinkels, der bestimmte Objekte ins Licht setzt oder als unbedeutend erscheinen lässt. Die inhaltlichen Kategorien können sich auf solche Codier- und Analyseeinheiten wie Themen, Akteure oder Symbole beziehen, zu denen z. B. Benennung des Sujets, politische Figuren, Flaggen, Wappen, Staatssymbole etc. gehören.

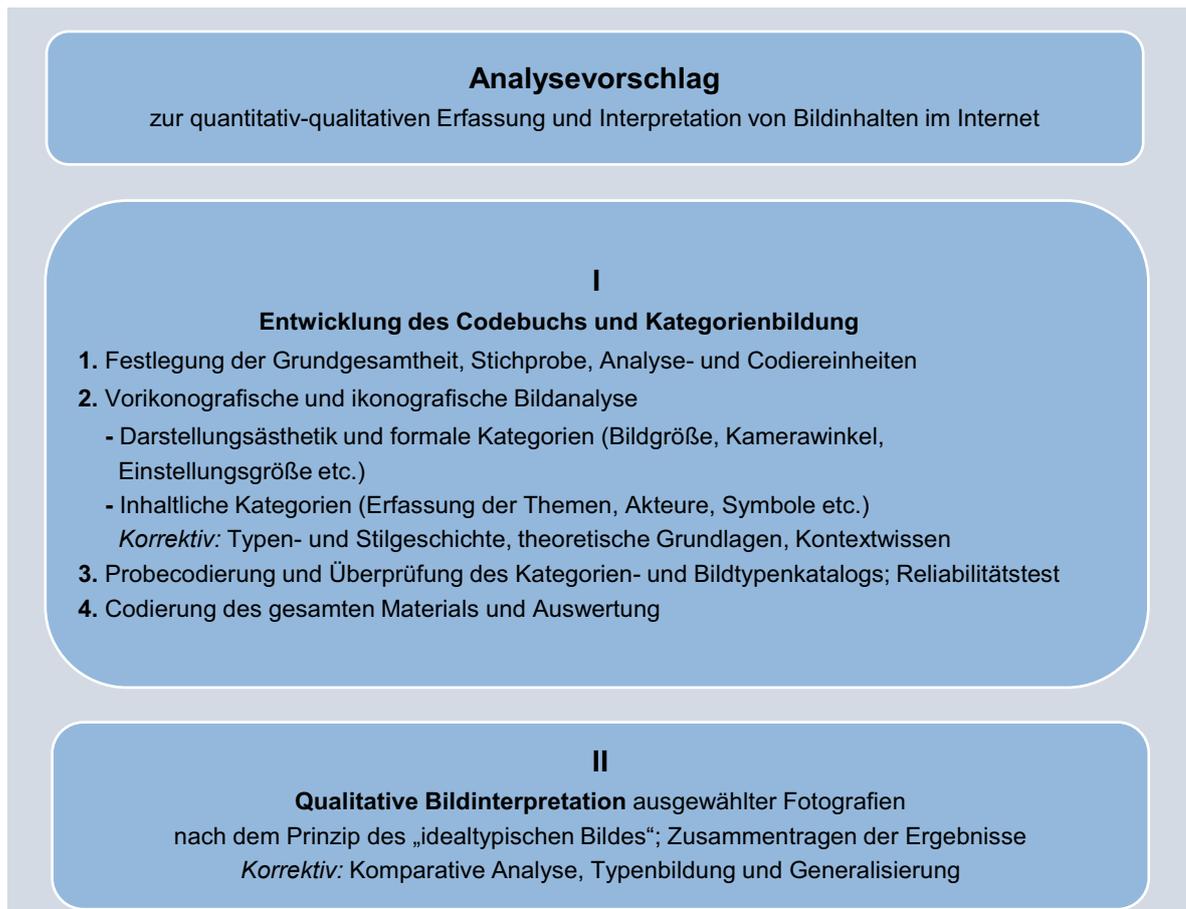


Abb. 10: Analysevorschlag zur quantitativ-qualitativen Erfassung und Interpretation von Bildinhalten im Internet (eigene Darstellung in Anlehnung an Grittmann, Ammann 2011: 171).

Nach dem gleichen Prinzip wie die Bildung von Kategorien erfolgt auch die Entwicklung einzelner Bildtypen, ihre genaue Bezeichnung und Definition induktiv auf Basis der Stichprobe, die aus der Grundgesamtheit des Bildmaterials gezogen wird. Die Grundlage für die Bildtypenbildung stellt die thematische Klassifizierung des Bildmaterials dar, die im Rahmen der inhaltlichen Kategorienbildung vollzogen wird. Diese Bildtypenbildung gehört zur allgemeinen Typenbildung sozialwissenschaftlicher Verfahren. Das bedeutet, dass die Motive mit gleichen Bedeutungen zu einem Bildtypus zusammengefasst werden, der die Bedeutung einzelner Bildmotive generalisiert und auf die zentrale Bildaussage reduziert. Zunächst wird der gesamte Bildinhalt erfasst. Die Codierung von Bildmotiven erfolgt jedoch nicht nur auf der Ebene des primären bzw. natürlichen Sujets, indem z. B. festgehalten wird, dass eine Person der anderen die Hand gibt. Die Bedeutung des jeweiligen Motivs wird erhoben und typisiert und in diesem konkreten Fall auf der Ebene des sekundären bzw. konventionalen Sujets als Treffen von Geschäftsleuten erfasst (siehe Abb. 11). Die wichtige Voraussetzung für die Typenbildung ist, dass ein Bildtypus intern homogen und extern heterogen sein sollte. Er umfasst somit alle



Abb. 11: Das Treffen von Geschäftsleuten (Bild: freepik.com)

Bildmotive mit ähnlicher Bedeutung bzw. inhaltlicher Aussage und ist von anderen Bildtypen inhaltlich zu differenzieren. Der Fokus wird dabei auf verallgemeinerbaren Gemeinsamkeiten und weniger auf individuellen Besonderheiten einzelner Bildmotive gelegt (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 169f.).

Eine anschließende Probecodierung ist dafür notwendig, um den entwickelten Kategorien- und Bildtypenkatalog auf Basis einer empiriegeleiteten Kategorienbildung überprüfen und gegebenenfalls Anpassungen und Erweiterungen durchführen zu können (vgl. Früh 2011: 156ff.). Öfters werden die gebildeten Bildtypen zu größeren Bildmotivgruppen zusammengefasst. Als Korrektiv können hier die theoretischen Grundlagen und Erörterungen dienen, die am Anfang des Codierprozesses festgelegt und behandelt werden, das Kontextwissen, das bei Schwierigkeiten der Zuordnung eines Bildmotivs zu einer bestimmten Kategorie zu berücksichtigen ist, sowie auch die Typen- und Stilgeschichte, die dem Interpreten als sog. stereotypes Wissen zur Verfügung steht. Bei der Typengeschichte sind das auf einer etablierten Ikonografie beruhende Bildmotive der Pressefotografie wie z. B. das Motiv des Händeschüttelns als eine Art der christlichen Bildtradition oder die Identifizierung eines bestimmten Sujets bzw. Themas durch Gegenstände und Ereignisse wie z. B. das „Letzte Abendmahl“ (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 171ff.; Bohnsack 2011b: 57; Panofsky 1978: 50). Bei der Stilgeschichte hilft das stereotype Wissen eine historische Zeitperiode oder Epoche des Abgebildeten festzustellen sowie die Einsicht in die Art und Weise zu geben, „wie unter wechselnden historischen Bedingungen *Gegenstände* und *Ereignisse* durch *Formen* ausgedrückt werden“ (Panofsky 1978: 50, Hervorheb. i. Original). So kann aufgrund dieses Wissens z. B. die Aussage getroffen werden, dass der auf dem Foto abgebildete Wagen sowie auch die Bekleidung der jungen Männer auf die 70/80er Jahre hindeuten (siehe Abb. 12) oder dass die in Kapitel 4.4.2.1 beschriebene „V“-förmige Geste, die Stefan Raab mit seiner rechten Hand vorführt, ein Victory-Zeichen ist.



Abb. 12: Der Oldtimer
(Bild: pexels.com)

Nach der Bildung von Kategorien und der Überprüfung des Codebuchs wird das zu untersuchende Bildmaterial codiert und anschließend ausgewertet. Anhand der quantitativ erhobenen Daten kann schließlich die Aussage getroffen werden, wie die Selektionsmuster der verantwortlichen Redakteure bzw. Kommunikatoren sind und welche Darstellungs- und Visualisierungsstrategie damit verfolgt werden, welche Bildtypen im gesamten Bildmaterial überwiegen und welche Bedeutung das für die Präsentation der Staaten im Internet hat (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 175f.).

Im Anschluss an die quantitative Auswertung findet im zweiten Abschnitt des empirischen Teils die qualitative Interpretation von ausgewählten visuellen Online-Inhalten statt, die auf

Grundlage der quantitativen Analyse nach dem Prinzip des „idealtypischen Bildes“ selektiert werden (siehe dazu Kapitel 6.1). Die Analyseschritte sind der in Kapitel 4.2.2 vorgestellten dokumentarischen Bildinterpretation zu entnehmen und bestehen aus der formulierenden Interpretation – vorikonografische und ikonografische Bildbeschreibung – und der reflektierenden Interpretation. Im Rahmen des letzten Interpretationsschrittes „offenbart sich der den herrschenden Erziehungsverhältnissen zugrunde liegende kulturelle Habitus, d. h. Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsmuster, die z. T. so tief verinnerlicht sind, dass sie sich zwar äußern (sprachlich, bildlich, musikalisch), doch einer sprachlichen Reflexion zumeist nur schwer zugänglich sind“ (Pilarczyk, Mielzner 2005: 142). Die auf dieser Ebene gewonnenen Bildaussagen und Erkenntnisse liefern wichtige Hinweise und Hypothesen, die auf die tiefere Bedeutung des Untersuchungsmaterials abzielen. Als Korrektiv dienen hier die komparative Analyse, Typenbildung und Generalisierung der erhobenen Bilddaten, um die methodisch kontrollierte Systematisierung und Überprüfung der Forschungspraxis des Interpretieren durchführen und die Hypothesen auf ihre Gültigkeit sowie auch auf den Geltungsbereich und die Reichweite hin überprüfen zu können.

Abschließend sollen die ermittelten Befunde, die durch Bilder vermittelten Werte und Botschaften sowie die habituellen Erfahrungen der Bildproduzenten, zusammengetragen werden. Auf diese Weise wird neben dem Aufzeigen von aktuellen Darstellungs- und Visualisierungsstrategien auch die Übereinstimmung der visuell vermittelten Werte mit den durch die Webpräsenz der Länder verfolgten Zielen überprüft.

Im Rahmen des vorliegenden Dissertationsprojektes soll das entwickelte Verfahren für die Analyse von visuellen Online-Inhalten in den nächsten Kapiteln getestet und praktisch vorgeführt werden.

5. Quantitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet

5.1. Vorgehensweise bei der Auswahl des Untersuchungsmaterials

Der in Kapitel 4 entwickelte Analysevorschlag soll im Rahmen der Untersuchung von visuellen Online-Inhalten auf den Webseiten, die das Land Deutschland zu repräsentieren haben, erprobt und angewandt werden. Zur Überprüfung und Erweiterung der Ergebnisse findet im Laufe der vorliegenden Arbeit ein Vergleich der visuellen Inhalte auf den Internetseiten von Deutschland mit denen auf den Webseiten von Österreich und den Niederlanden statt. Deutschland wird in diesem Fall als Ausgangsland genommen und Österreich und die Niederlande als Vergleichsländer zur Untersuchung und Erhöhung des Erkenntnisniveaus herangezogen. In weiteren Ausführungen soll auf die Begründung für die Auswahl der Untersuchungsländer näher eingegangen werden.

5.1.1. Auswahl der Länder

Während das Forschungsinteresse primär auf Deutschland als einem Untersuchungsland lag, sollten zwei weitere Länder ausgewählt werden, die für die analytische Gegenüberstellung einen vergleichbaren und erkenntnisreichen Input liefern können. Ausgehend vom Forschungsvorhaben, Kontraste in der Gemeinsamkeit zu untersuchen und herauszuarbeiten, wäre es z. B. nicht angebracht, Deutschland zwar nach dem Größenverhältnis ähnlichem aber – aus der Perspektive der kulturellen, wirtschaftlichen, sozialen und politischen Entwicklung – völlig kontrastierendem Land gegenüberzustellen, das keine Anhaltspunkte für einen mit dem Forschungsvorhaben konformen Vergleich bieten kann. Aus diesem Grund wurden zur Einschränkung der Auswahl der potenziellen Vergleichsländer die Nachbarländer von Deutschland in Betracht genommen und zwar solche, die mit Deutschland neben der territorialen Nähe durch die gleiche bzw. ähnliche Sprache, gemeinsame Geschichte, Wirtschaft, Tourismus, Kultur- und Wissenschaftsaustausch sowie politische Partnerschaft eng verbunden sind. Für eine facettenreiche und ausgewogene Gegenüberstellung sollten zudem ein deutschsprachiges und ein nicht-deutschsprachiges Land herangezogen werden. Die Auswahl fiel dabei auf zwei Länder Österreich und die Niederlande, die diesen Anforderungen gerecht werden und einen vergleichbaren kulturellen, wirtschaftlichen und sozialen Status haben. Zwar hat auch die Schweiz genauso wie Österreich viele gemeinsame Berührungspunkte mit Deutschland, weist jedoch neben Deutsch auch drei weitere Amtssprachen Französisch, Italienisch und Rätoromanisch auf. Die Mehrsprachigkeit des Landes und die räumlich festgelegten Sprachgebiete stehen nicht nur für die kulturelle, sprachliche und soziale Vielfalt des Landes, sondern machen einen Vergleich mit Deutschland schwierig und nicht einheitlich. Zwar gibt es auch in Deutschland von Bundesland zu Bundesland unterschiedliche Mundarten und kulturelle Gepflogenheiten, die eine gewisse Vergleichsbasis mit der Schweiz bieten könnten. Österreich stellt jedoch ein klassisches deutschsprachiges Vergleichsland dar und wird aus diesem Grund bevorzugt.

Die Auswahl von den Niederlanden wurde aus dem Grund getroffen, da dieses Land einen interessanten Grenzvergleichsfall darstellt und die Vergleichsanalyse erkenntnisreicher und ausgewogener macht. Auf der einen Seite ist das ein komplett differentes Land, das – wie etwa auch Frankreich – durch die eigene Kultur, Tradition, Mentalität, gesellschaftliche Normen und Werte gekennzeichnet ist und sich von Deutschland durch seine Eigenartigkeit abhebt. Auf der anderen Seite haben die Niederlande im Gegenteil zu den anderen nicht-deutschsprachigen Nachbarländern viele Berührungspunkte mit Deutschland. Allein die Tatsache, dass das Land bis zur Schließung des Westfälischen Friedens 1648 offiziell Teil des Heiligen Römischen Reichs Deutscher Nation war, lässt die niederländische Nation in gewissem Sinne als „einen Spross am deutschen Stamm“ bezeichnen (vgl. Linthout 2012: 86). Des Weiteren besteht zwischen Deutschland und den Niederlanden eine gewisse Ähnlichkeit der Sprachen. Die beiden Länder sind durch einen gemeinsamen kulturellen und wissenschaftlichen Austausch, politische Partnerschaft, ausgeprägte Wirtschaftsbeziehungen, eine gemeinsame geschichtliche sowie wirtschaftliche Entwicklung eng miteinander verbunden (vgl. Auswärtiges Amt 2016). Auch Tourismus betrachten beide Länder als einen bedeutenden und förderungswürdigen Wirtschaftssektor. Touristisch gesehen sind die Niederlande mit Norddeutschland vergleichbar. Die größte Gruppe ausländischer Gäste sind in Deutschland seit Jahren die Niederländer. Und umgekehrt: Die meisten ausländischen Touristen kommen in die Niederlande aus Deutschland (vgl. Statistisches Bundesamt 2016; DZT 2016: 7, 9). Somit stellen die Niederlande einen für das Forschungsinteresse geeigneten Vergleichsfall dar, der Erkenntnisse der vorzunehmenden quantitativ-qualitativen Analyse von Bildinhalten im Internet mit facettenreichen Aspekten bereichern soll.

Im Gegensatz zu solchen kontrastreichen Großmächten wie z. B. die USA, Russland oder China haben die kleineren Länder Europas meist Schwierigkeiten, den Wiedererkennungswert des Landes besonders auf der internationalen Ebene zu steigern. Gerade die zahlreichen Gemeinsamkeiten zwischen Deutschland und seinen Nachbarländern, Österreich und den Niederlanden, stellen eine Herausforderung dar, sich als Land durch eigentümliche Merkmale abzuheben und den Fokus auf die jeweiligen Stärken und Kernkompetenzen zu setzen. Die für die Untersuchung ausgewählten Länder werden deshalb einem Vergleich unterzogen mit dem Ziel, neben Ähnlichkeiten in ihrer visuellen Selbstdarstellung im Internet auch Alleinstellungsmerkmale bzw. Differenzen in ihrem Habitus zu analysieren und herauszuarbeiten.

Nachdem die Auswahl der zu untersuchenden Länder getroffen wurde, soll in weiteren Ausführungen die Selektion der Webseiten erörtert werden, auf denen die quantitativ-qualitative Analyse der visuellen Inhalte erfolgen soll.

5.1.2. Auswahl der Webseiten und des Untersuchungsmaterials

Die Erfassung und Analyse der visuellen Darstellung eines Landes im Internet erfordert eine genaue Auswahl der dafür zuständigen Webseiten. Zur Untersuchung wurden die Webseiten herangezogen, die von der Regierung unterstützt werden und einen klaren öffentlichen Auftrag haben, ein aktuelles und umfassendes Bild über das Land im Ausland zu vermitteln und es international zu vermarkten. Die Webseiten sollen sich deshalb u. a. an internationale Nutzer richten und ihre Inhalte neben der Landessprache auch in weiteren Sprachen – zumindest auf Englisch – anbieten. Auch die Webseiten der Hauptstädte kommen hier in Betracht, da die Hauptstadt eines Landes international immer besonders im Fokus steht und zum Landesimage maßgeblich beiträgt. Eine weitere Voraussetzung ist, dass die Webseiten per Google-Suche ohne Weiteres zu ermitteln sind. Wenn ein Nicht-Einheimischer z. B. im Fall von Deutschland in das Suchfeld "Deutschland" bzw. „Germany“ oder auch eine Wortkombination wie bspw. „Germany visit“ oder „Germany travel“ eingibt, sollen die Webseiten auf den ersten drei Seiten der Suchergebnisse zu finden sein. Im Fall von Österreich sind die Suchwörter „Österreich“ bzw. „Austria“ und im Fall von den Niederlanden „Nederland“, „Netherlands“ bzw. „Holland“, jeweils auch in Wortkombination mit „visit“ bzw. „travel“. Die ähnliche Vorgehensweise betrifft auch die Suche nach den Internetauftritten der Hauptstädte der Länder. Die Suchwörter sind hier „Berlin“, „Wien“ bzw. „Vienna“ und „Amsterdam“.

Nach den oben genannten Kriterien wurden folgende Webseiten mittels Google-Suche ermittelt:

Deutschland:

- www.deutschland.de
- www.dw.com
- www.germany.travel
- www.bundesregierung.de
- www.make-it-in-germany.com
- www.berlin.de

Österreich:

- www.austria.info
- www.austria.gv.at
- www.wien.info/de
- www.wien.gv.at

Niederlande:

- www.holland.com
- www.government.nl

- www.studyinholland.nl
- www.iamsterdam.com

Nach einer genauen Auseinandersetzung mit den ausgewählten Webseiten wird es ersichtlich, dass diese unterschiedliche Zielgruppen ansprechen – von Studierenden über spezialisierte Fachkräfte bis hin zu Reiselustigen und Interessenten weltweit, die an landesspezifischen Nachrichten und Informationen im Bereich Kultur, Wirtschaft, Politik und Soziales interessiert sind. Zudem haben die Internetauftritte eine verschachtelte Struktur und bestehen aus verschiedenen Themenbereichen, Ressorts, Rubriken und zahlreichen Unterseiten, die die Selektion des Untersuchungsmaterials erheblich erschweren. In diesem Zusammenhang erscheint es sinnvoll, eine genaue Abgrenzung der Webseiten und des zu untersuchenden Bildmaterials vorzunehmen und eine vergleichbare Basis für die ausgewählten Webseiten zu schaffen. In Betracht sollten vor allem touristische Webseiten genommen werden, die für ihr Land als ein attraktives Urlaubsziel werben und primär an der Zielgruppe Reisende und Feriengäste orientiert sind. Um diese Internetauftritte gegenüberstellen zu können, bedarf es zudem eines weiteren gemeinsamen Berührungs- bzw. Vergleichspunktes. Bei den Themenbereichen sollten solche Rubriken wie z. B. „Deutschland auf einen Blick“ im Falle von Deutschland ausgewählt werden, die gerade für die kulturelle und touristische Vielfalt des Landes zuständig sind und ihre Äquivalente bei den Webauftritten von Österreich und den Niederlanden haben. Die Internetauftritte, die vorwiegend als Newsportale mit breitgefächerten Themen rund um das Land gelten, Regierungshomepages, die primär auf die Vermittlung eines transparenten Überblicks über die Regierung des Landes, deren Arbeit und Aufgabenbereiche abzielen, sowie Webseiten, die das Land vordergründig als einen anziehenden Ort zum Arbeiten bzw. Studieren vermarkten, bleiben somit aufgrund ihrer unterschiedlichen Zielgruppen von der Analyse ausgeschlossen.

Neben den touristischen Webseiten sollen auch die Internetpräsenzen der Hauptstädte der Länder und ihre entsprechenden Rubriken berücksichtigt werden. Während bei Deutschland und den Niederlanden dafür jeweils eine Webseite ermittelt wurde, weist Österreich zwei Internetauftritte der Hauptstadt Wien auf. wien.info informiert die Nutzer schwerpunktmäßig über den Tourismus in Wien. wien.gv.at bietet hingegen ein umfangreiches Informationsangebot, das alle Bereiche der Stadt Wien wie Leben in Wien, Freizeit, Sport, Politik, Verkehr, Forschung etc. abdeckt. Das ausführliche Informationsangebot von wien.gv.at liegt in deutscher Sprache und auch mit reduzierten Inhalten auf Englisch, Türkisch, Bosnisch/Kroatisch/Serbisch vor. Es besteht zudem die Möglichkeit, sich die Themen in Österreichischer Gebärdensprache anzuschauen, alle Inhalte auf der Webseite vorlesen zu lassen sowie bei den Themen „Barrierefreie Stadt“ und „Virtuelles Amt“ die Funktion „Leicht Lesen“ auszuwählen. Daraus lässt sich schließen, dass sich der regionale Online-Informationsdienst der Stadt Wien an Wienerinnen und Wiener richtet bzw. an all jene, die Auskunft von der Stadtverwaltung benötigen oder mehr über die österreichische Bundeshauptstadt

erfahren möchten. Zudem gibt es auf der Webseite keine Rubrik bzw. keinen Themenbereich, der den touristischen Schwerpunkt des Landes eindeutig hervorheben würde. Wenn man den Themenbereich „Kultur & Freizeit“ mit dem Unterthema „Zu Gast in Wien“ auswählt, erscheinen dort weiterführende Links in 13 Sprachen, bei denen man auf die Internetseite von Wien.info weitergeleitet wird. Aus diesem Grund soll nur die Webseite Wien.info bei der Untersuchung berücksichtigt werden.

Nach der Sichtung der Webauftritte wurde eine finale Auswahl der Internetseiten und der zu untersuchenden Themenbereiche getroffen, die wie folgt aussieht:

Deutschland:

- www.germany.travel
 - Startseite
 - Themenbereich „Reiseinformationen“ mit Unterthemen „Deutschland auf einen Blick“, „Bundesländer“, Deutschland für „Jugendliche“, „Familien“, „LGTB“, „Senioren/Best Ager“ und „Barrierefreies Reisen“.
- www.berlin.de
 - Startseite
 - Ressort „Politik, Verwaltung, Bürger“, Themenbereich „Hauptstadt Berlin“ mit dem Unterthema „Berlin im Überblick“.
 - Ressort „Tourismus“ mit Unterthemen.

Österreich:

- www.austria.info
 - Startseite
 - Themenbereich „Fakten und Service“ mit Unterthemen „Über Österreich“, „Natur und Klima“, „Österreichische Küche“, „Tradition und Handwerk“, „Besondere Empfehlungen“ und „Barrierefreies Österreich“.
- www.wien.info/de
 - Startseite
 - Themenbereich „Noch mehr Wien“ mit Unterthemen „Für Familien“, „Luxus in Wien“, „Für Schwule & Lesben“, „Jüdisches Wien“, „Sport & Wellness“, „Heiraten in Wien“, „Deutsch lernen“ und „Smart City“.

Niederlande:

- www.holland.com
 - Startseite
 - Themenbereich „Entdecken Sie Holland“ mit Unterthemen „Urlaub am Meer“, „Holland zu jeder Saison“, „Erleben Sie die Natur“, „Wellness Center“.

in Holland“, „Radfahren“, „Attraktionen für Kinder“, „Holland Storys“, „Für das kleine Budget“.

- www.iamsterdam.com
 - Startseite
 - Themenbereich „Amsterdam entdecken“ mit Unterthemen „Amsterdam Nachbarschaften“, „Amsterdam Zentrum“, „NDSM“, „Die Pijp“, „Westerpark“, „Amsterdam area“, „Haarlem“, „Amsterdam Beach“, „Old Holland“, „Castles und gardens“, „Flower strip“, „New land“.
 - Themenbereich „Über Amsterdam“ mit Unterthemen „Die Stadtgeschichte“, „I amsterdam Buchstaben“, „Landesweite Feiertage“, „UNESCO Sites“, „Amsterdam Fakten und Zahlen“, „Routen“.

Bei den zu untersuchenden Webauftritten wurde auch die Entscheidung getroffen, neben den Themenbereichen mit entsprechenden Unterthemen auch das Bildmaterial auf der Startseite zu analysieren. Es liefert die ersten Eindrücke über die Homepage des Landes und soll als wichtiger Anziehungspunkt die Besucher schließlich dazu bewegen, sich mit den Inhalten auf der Webseite auseinanderzusetzen.

Eine weitere Abgrenzung, die unternommen werden soll, betrifft das zu analysierende Bildmaterial. Wie bereits in Kapitel 3.2.5 begründet wurde, sollen für die Auswahl des Untersuchungsmaterials statische Bildinhalte herangezogen werden. Nicht relevant für die Analyse sind Infografiken, werbliche Inhalte, Logos, Zeichnungen, Collagen und Bewegtbilder. Den Forschungsgegenstand stellen somit fotografische Bilder dar. Die abgebildeten Kunstwerke der Malerei sollen aus der Analyse ebenso ausgeschlossen werden. Sie würden je nach Stilrichtung Ergebnisse stark beeinflussen und gehören einem anderen Forschungsbereich an. Des Weiteren soll auch die Einschränkung der Bilder nach ihrer Größe vorgenommen werden. Das hängt damit zusammen, dass die Analyse und Erfassung von Bildern, die recht klein dargestellt werden und eine geringe Auflösung haben, kaum möglich ist. Die Festlegung der für die Untersuchung optimalen Bildgröße kann an dieser Stelle nur ungefähr erfolgen. Als Orientierungswert soll eine minimale Bildgröße von 240 x 150 Pixel beim Querformat dienen. Sogar schon bei diesem Wert sinkt die Anziehungs- und Aussagekraft der Bilder enorm. Für die quantitative Bildtypenbildung sollen jedoch diese Bilder miteinbezogen werden. Die Bildgröße spielt bei der anschließenden qualitativen Bildinterpretation eine entscheidende Rolle. Hierfür soll eine spezielle Einschränkung des Bildmaterials nach der Bildgröße vorgenommen werden.

Da die zu untersuchenden Webseiten ein Informationsangebot in mehreren Sprachen zur Verfügung stellen, variieren auch von Sprache zu Sprache die eingesetzten Bilder und vor allem deren Anzahl. Zum Teil geht der Einsatz visueller Kommunikationsmittel bei Angeboten in Fremdsprachen deutlich zurück. Das gleiche betrifft auch die Textinhalte, die nicht in

so einer großen Vielfalt vorliegen und auf wenige Artikel reduziert werden. Diese Problematik ist verständlicherweise auf einen großen Arbeitsaufwand zurückzuführen, der hohe Kapazitäten nicht nur bei der journalistischen Arbeit, sondern auch beim Übersetzen der Artikel in mehrere Sprachen beansprucht. In diesem Sinne soll bei der Erfassung von visuellen Online-Inhalten die deutsche Sprache eingestellt sein, um eine einheitliche Struktur und vergleichbare Basis des Bildmaterials bei der Untersuchung von visuellen Online-Inhalten zu schaffen.

Aufgrund der Flüchtigkeit und Dynamik des Internets ist die Grundgesamtheit einer Stichprobe von Online-Inhalten stetigen Veränderungen ausgesetzt. Aus diesem Grund wird die Grundgesamtheit nach dem Prinzip des „Schnappschusses“ (Welker, Wunsch 2010: 509) definiert und stellt die Webseite mit deren Themenbereichen und Unterthemen dar. Das bedeutet, dass die zu untersuchenden visuellen Inhalte an einem festgelegten Tag erhoben und festgehalten werden sollen.

Im Folgenden werden die Internetauftritte der Länder kurz porträtiert und deren Aufmachung deskriptiv beschrieben.

5.2. Kurzer Überblick und deskriptive Betrachtung von Untersuchungsgegenständen

Bevor die quantitative Erfassung des Bildmaterials auf den Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden erfolgt, soll ein kurzer Überblick über die Untersuchungsgegenstände gegeben und deren Aufmachung, Design, Themen und Layout beschrieben werden. Da die Benutzerfreundlichkeit kein Forschungsgegenstand der vorliegenden Arbeit ist, soll die Beschreibung kurz gehalten werden. Die besondere Aufmerksamkeit wird dabei Eigenheiten geschenkt, die bei den Webseiten auffallen und nennenswert sind.

5.2.1. Webseiten von Deutschland

Bei der Suche nach Internetpräsenzen, die den oben festgelegten Auswahlkriterien entsprechen, kam zum Vorschein, dass die Webseiten von Deutschland zahlenmäßig besser vertreten sind und stets aktuell gehalten werden. Sie stellen ihren Nutzern eine breite Palette an unterschiedlichen Informationen zur Verfügung, die von aktuellen Geschehnissen in Bereichen Sport, Kultur, Wirtschaft, Politik und Soziales über Informationen für Reisende, Studenten und Fachkräfte bis hin zu Neuigkeiten, die über gemeinsamen internationalen Austausch und Beziehungen zwischen Deutschland und seinen Partnerländern berichten, hineinreichen. Im Folgenden sollen die für die Untersuchung ausgewählten Webseiten von Deutschland, die einen touristischen Schwerpunkt haben, porträtiert und ihre Besonderheiten im Aufbau kurz beschrieben werden.

www.germany.travel

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) wirbt im Auftrag der Bundesregierung für das Reiseland Deutschland im Ausland und übernimmt wichtige Funktionen für die internationale Vermarktung der touristischen Vielfalt Deutschlands. In enger Zusammenarbeit mit dem Deutschlandtourismus sowie Partnern aus Wirtschaft und Verbänden ist die DZT für die Entwicklung eines angebots- und erlebnisorientierten Marketings, die Bündelung und Optimierung aller Marketingaktivitäten sowie für den flächendeckenden Vertrieb in Wachstumsmärkten verantwortlich. Die DZT zielt darauf ab, Reiseaufkommen zu steigern, Deviseneinnahmen zu erhöhen, Wirtschaftsstandort Deutschland zu stärken und als vielfältiges und attraktives Reiseland zu positionieren. Das Informationsangebot besteht aus verschiedenen Themen rund um das Urlaubs- und Reiseland Deutschland, richtet sich größtenteils an internationale Nutzer und Touristen und wird neben Deutsch auch in 29 weiteren Sprachen angeboten (vgl. DZT 2017).

Die Webseite hat eine übersichtliche Struktur und ist kreativ aufgebaut. Der Hintergrund der Webseite stellen Landschaftsbilder und Fotografien zu unterschiedlichen Themen aus verschiedenen Regionen Deutschlands dar. Die Themenbereiche sind neben der Auflistung in der Navigation auch in Form von Bausteinen, die aus Bild- und Textelementen bestehen, auf der Startseite platziert und umfassen solche Themen wie „Städte & Kultur“, „Freizeit & Erholung“, „Specials“, „Reiseinformationen“, „Geschäftsreisen“, „Events“, „Barrierefreies Reisen“ und „Nachhaltiges Reisen“. Darunter erscheint ein Teaser mit aktuell verfassten redaktionellen Beiträgen aus dem Newsblog der Webseite. Das Informationsangebot ist auf die Bedürfnisse von privat und geschäftlich reisenden Menschen zugeschnitten und bittet umfangreiche Reisetipps und -informationen über das Sehenswerte, aktuelle Veranstaltungen, Feste und kulturelles Programm deutschlandweit an. Mit Bildern und Videos gewährt die Mediengalerie einen Einblick in die deutschen Bundesländer und ihre kulturelle Vielfalt. Auf der Webseite besteht auch eine Verlinkung zu den sozialen Netzwerken und Communities wie Instagram, Facebook und YouTube. Auch hier wird sehr viel mit visuellen Kommunikationsmitteln gearbeitet, die als essentielle gestalterische Elemente für die Visualisierung des Dargestellten eingesetzt werden. Die Aufgabe des Webauftritts besteht demnach darin, durch Bild und Text das Land attraktiv und anmutsvoll darzustellen und dadurch potentielle Touristen und Feriengäste zu gewinnen.

Das speziell auf die Bedürfnisse der Reisenden zugeschnittene vielfältige Informationsangebot, die übersichtliche Struktur und mit Bildern angereicherte Gestaltung zeichnen die Webseite aus.

www.berlin.de

Das offizielle Hauptstadtportal des Landes Berlin ist ein regionaler Onlinedienst mit einem umfangreichen, praxisorientierten Service-Angebot für Berliner Bürger, Touristen und die

Wirtschaft. Die Betreiber des Internetangebots ist die BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG, ein Tochterunternehmen der BV Deutsche Zeitungsholding und der Investitionsbank Berlin. Die BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG ist für die Themenbereiche "Kultur und Ausgehen", "Tourismus" und "Themen" zuständig. Das Themenportal "Wirtschaft" wird unter Koordination der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung von der Marketinggesellschaft des Landes Berlin "Berlin Partner" und der BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG gemeinsam gestaltet.

Das Informationsangebot des Landes befindet sich im Themenbereich „Politik, Verwaltung, Bürger“ und wird von den jeweiligen Behörden erstellt und gepflegt. Die Angebote der einzelnen Landeseinrichtungen werden durch die bei der Senatskanzlei des Landes Berlin angesiedelte „Landesredaktion Berlin.de“ koordiniert (vgl. BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG 2017a).

Neben Deutsch wird das Informationsangebot in sieben weiteren Sprachen Englisch, Französisch, Italienisch, Chinesisch, Polnisch, Russisch und Türkisch jeweils mit reduzierten Inhalten angeboten. Bei der Auswahl der Sprachen Polnisch, Russisch, Chinesisch und Türkisch wird man automatisch auf die Webseite *www.businesslocationcenter.de* weitergeleitet, die ein Projekt der Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH ist und – neben der Informationen für Neuberliner über solche Themen wie Wohnen, Arbeiten, Studieren und Leben in Berlin – die Stadt als einen attraktiven Wirtschaftsstandort für Unternehmer und Investoren vermarktet (vgl. Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH 2017).

Die Webseite Berlin.de weist fünf Themenbereiche auf: „Politik, Verwaltung, Bürger“, „Kultur & Ausgehen“, „Tourismus“, „Wirtschaft“ und „Themen“, die wiederum zahlreiche Rubriken und Unterthemen haben. Auf der Startseite und beim Klicken auf die Themenbereiche erscheint ein großer Teaser mit laufenden Bildern und Textelementen, der zum Weiterlesen der Beiträge animieren soll. Es fällt auf, dass auf der Webseite neben den Teasern mit großen Bildern vorwiegend mit kleinen (300 x 150 Pixel) bis sehr kleinen Bildern (80 x 80 Pixel) gearbeitet wird. Darüber hinaus enthält die Webseite sowohl auf der Startseite als auch auf den Unterseiten sehr viele Informationen zu unterschiedlichen Themen und wirkt dadurch unruhig und überladen. Es besteht auch keine Anbindung an die sozialen Netzwerke oder Communities.

Das Webportal besteht aus gemischten Webseiten, die sich im Design ein wenig unterscheiden. So ist z. B. der Themenbereich „Politik, Verwaltung, Bürger“, dessen Inhalte das Land Berlin zur Verfügung stellt, ist im Gegensatz zu der Startseite und den anderen Ressorts viel geordneter und übersichtlicher in Hinblick auf die dargebotenen Themen und Inhalte.

Abschließend lässt sich sagen, dass das Internetportal Berlin.de zahlreiche, mannigfaltige Informationen zu unterschiedlichen Themen rund um das Leben, Wohnen, Studieren und Arbeiten in Berlin liefert, aber aufgrund der Verwendung von kleinen Bildern und einer zu großen Informationsvielfalt keine klare Struktur aufweist und unruhig wirkt.

5.2.2. Webseiten von Österreich

Im Gegensatz zu den Internetseiten von Deutschland sind die Webauftritte von Österreich zahlenmäßig in Unterzahl. Ausgenommen die Regierungswebseite gibt es nur noch drei Internetauftritte, die in Zusammenarbeit mit den öffentlichen Institutionen betrieben werden. Eine davon enthält Informationen über das Reiseland Österreich und zwei weitere informieren ihre Nutzer über die Stadt Wien. Wie jedoch in Kapitel 5.1.2 begründet wurde, soll nur eine Webseite der Stadt Wien „Wien.info“ für die Analyse berücksichtigt werden.

www.austria.info

Der Betreiber des Webportals Austria.info ist die Österreich Werbung (ÖW), die nationale Tourismusorganisation Österreichs, die vom Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BWF) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) getragen und durch deren Mitgliedsbeiträge sowie durch Leistungsbeiträge der österreichischen Tourismuswirtschaft für Marketingleistungen unterstützt wird. Die primäre Aufgabe des Webauftritts besteht darin, mit den österreichischen Tourismuspartnern für das Tourismusland Österreich zu werben und seine Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und auszubauen. Als eine Service- und Informationsplattform bietet Austria.info ihren Nutzern eine umfassende Auskunft über mögliche Aktivitäten, sehenswerte Reiseziele, Unterkünfte sowie kulturelle, kulinarische und klimatische Besonderheiten des Landes an (vgl. Österreich Werbung Wien 2017; Österreich Werbung Wien 2016: 24). Das Informationsangebot liegt neben Deutsch in 21 weiteren Sprachen vor und richtet sich vorwiegend an internationale Nutzer und einheimische Tourismuspartner, mit denen die ÖW eine Zusammenarbeit anstrebt.

Der Webauftritt hat eine klare, übersichtliche Struktur und weist vier große Themenbereiche auf: „Aktivitäten“, „Reiseziele“, „Service & Fakten“ und „Unterkünfte“. Durch einen ausgewogenen Einsatz von fotografischen Bildern wirkt die Seite sehr einladend und macht einen guten ersten Eindruck. Auf der Startseite ist ein großer Teaser mit Bild- und Textelementen platziert, der zum Weiterklicken bzw. Stöbern bewegen soll. Unter dem Teaser befinden sich weitere große Teaser zum Online-Magazin und zum Tipp der Redaktion. Danach folgen Empfehlungen der Redaktion, die aus den kleineren Teasern mit Bild- und Textelementen bestehen und über spezielle Angebote und Highlights im Lande informieren. Es bestehen auch Verlinkungen zu den Webseiten der Tourismuspartner, sodass man bei bestimmten Angeboten und Unterkünften auf die Webseite des Anbieters weitergeleitet wird. Der Hinweis auf die Präsenz in sozialen Netzwerken und Communities ist auf der Webseite nicht zu finden.

Das Internetportal wirkt im Großen und Ganzen sehr ansprechend und harmonisch. Das einzige Manko stellen differente Schriftgrößen dar, die auf der Webseite verwendet werden. Zum Teil ist die Schriftgröße viel zu klein. Sogar wenn man eine Strategie verfolgt, den Internetauftritt weniger durch Textinhalte, sondern vielmehr durch Bilder wirken zu lassen, muss die Schriftgröße trotzdem leserfreundlich sein.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Webseite ihren Nutzern ein gut strukturiertes Informationsangebot zur Verfügung stellt und durch einen ausgewogenen Einsatz von großen bis mittelgroßen Bildern einladend und anmutsvoll wirkt. Die Verwendung einer viel zu kleinen Schriftgröße bei der Beschreibung von Serviceleistungen und sonstigen Informationen senkt dagegen die Bereitschaft, sich mit den dargebotenen Textinhalten auseinanderzusetzen.

www.wien.info/de

Der Betreiber des Webportals Wien.info ist der Wiener Tourismusverband, eine öffentlich-rechtliche Körperschaft. Laut Tourismusförderungsgesetz unterliegt dem Verband die Aufgabe, den Tourismus in Wien zu fördern, Interessen des Landes Wien auf dem Gebiet des Tourismus wahrzunehmen und im Fall der Gegenseitigkeit Tourismusförderungsmaßnahmen anderer Gebietskörperschaften zu unterstützen. Der Medienzweck des Internetportals der Stadt Wien besteht darin, Tipps und Services für Wien-Besucher, Angehörige der Tourismusbranche und der Medien anzubieten (vgl. Wiener Tourismusverband 2017a; Stadt Wien 2014: 1). Neben Deutsch wird das Informationsangebot mit reduzierten Inhalten in 12 weiteren Sprachen sowie auch in Deutscher und Österreichischer Gebärdensprache angeboten und ist an internationale Nutzer und Tourismusorganisationen gerichtet.

Das Webportal besteht aus sechs Themenbereichen „Sightseeing“, „Musik & Bühne“, „Einkaufen, Essen & Trinken“, „Lifestyle & Szene“, „Noch mehr Wien“, „Hotels & Reiseinfos“ und bietet seinen Nutzern neben praktischen Reisetipps Informationen über Highlights und Sehenswertes in der Stadt Wien. Der Aufbau der Webseite hat eine klare, übersichtliche Struktur und erfolgt nach folgendem Prinzip: Der große Teaser mit Bild- und Textelementen auf der Startseite und etwas kleinere Teaser darunter, die aus einem Bild und einer kurzen Beschreibung des Beitrags bestehen. Der Einsatz von großen bis mittelgroßen Bildern auf der ganzen Webseite macht einen positiven, einladenden Eindruck. Zudem weist die Webseite Verlinkungen zu Facebook, Instagram und YouTube auf.

Eine klare, übersichtliche Struktur, die Verwendung von großen Bildern und die Darbietung eines Informationsangebots sowohl für internationale Nutzer als auch für die Tourismusbranche zeichnet das Internetportal der Stadt Wien aus.

5.2.3. Webseiten von den Niederlanden

In Hinblick auf die Online-Präsenz von den Niederlanden befinden sich ihre Webseiten im Gegensatz zu denen von Deutschland – genauso wie im Falle von Österreich – zahlenmäßig in Unterzahl. Unbeachtet die Regierungshomepage gibt es nur noch drei Webseiten, die von den öffentlichen Institutionen getragen werden. Die eine richtet sich an Studieninteressierte; die andere bietet Informationen und Services rund um den Tourismus in den Niederlanden und die dritte informiert ihre Nutzer über den Urlaub und Aufenthalt in Amsterdam. Die zwei letzteren Internetportale, die in die engere Wahl genommen wurden, sollen nun im Weiteren kurz porträtiert werden.

www.holland.com

Das Internetportal Holland.com wird vom niederländischen Büro für Tourismus und Convention (NBTC) betrieben und vom Wirtschaftsministerium durch staatliche Mittel unterstützt. Die Hauptaufgabe des Webportals besteht in der nationalen und internationalen Vermarktung des Landes als eines attraktiven Ortes für Tourismus, Tagungen und Kongresse sowie in der dauerhaften Förderung des Tourismus und des Freizeitangebots in den Niederlanden (vgl. NBTC 2017a; NBTC 2017b). Das Informationsangebot des Webportals enthält 1.500 Artikel, die ihren Nutzern Informationen über die Städte, die Natur, die Küste und das Wetter bereitstellen, und wird in 11 Sprachen angeboten. Laut Angaben auf der Webseite wird das Internetportal jährlich von 8,5 Millionen Nutzern besucht (vgl. NBTC 2017c).

Der Aufbau der Webseite ist übersichtlich und gut strukturiert. Neben dem Reiter „Home“ gibt es sechs weitere Reiter „Buchen“, „Reiseziele“, „Unterkünfte“, „Planen Sie Ihren Urlaub“, „Entdecken Sie Holland“ und „Service“ mit vielen Unterthemen. Diese Themen werden nochmals auf der Startseite aufgegriffen und visuell, mit Bild- und Textelementen, umgesetzt. Das Design der Webseite wirkt durch ein großes Bild im Hintergrund und den Einsatz von visuellen Kommunikationsmitteln wie Bildern und Videos einladend und vermittelt einen positiven ersten Eindruck. Es wird deutlich, dass ein besonderer Akzent auf die visuelle Gestaltung der Webseite gelegt wird. Die Themen und Beiträge werden überwiegend durch mittelgroße und kleine fotografische Bilder visualisiert und durch kurz gefasste Texte ergänzt. Erst beim Klicken auf den jeweiligen Beitrag werden ausführliche Informationen zur Verfügung gestellt. Neben der Verlinkung zu Pinterest öffnet sich beim Stöbern auf der Webseite ein Pop-up Fenster mit der Einladung, die Seite auf Facebook zu liken und dieser zu folgen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Webseite eine klare Struktur aufweist und durch den Einsatz von visuellen Kommunikationsmitteln einladend wirkt. Es werden allerdings viele kleine und mittelgroße Bilder mit geringer Auflösung eingesetzt. Das Informati-

onsangebot des Webportals richtet sich an nationale sowie internationale Nutzer und besteht aus umfassenden Informationen rund um Urlaub und Reisen in den Niederlanden – sowohl privat als auch geschäftlich.

www.iamsterdam.com

iamsterdam.com ist die Webseite des offiziellen Fremdenverkehrsbüros Amsterdam Marketing und beinhaltet alle Informationen, die man für den Besuch in Amsterdam benötigt – von den kulturellen Veranstaltungen wie Festivals, Ausstellungen und Events bis hin zu den praktischen Besucherinformationen über Museen, Hotels, Ausflüge und Attraktionen (vgl. Amsterdam Marketing 2017). Amsterdam Marketing ist eine gemeinnützige Organisation, die mit der Stadtverwaltung sowie öffentlich-privaten und privaten Organisationen der Metropolregion Amsterdam zusammenarbeitet und das Ziel verfolgt, Amsterdam als eine dynamische Stadt zum Leben und Arbeiten und als ein attraktives Reiseziel Europas sowohl für die Bewohner des Landes als auch für die internationalen Besucher zu vermarkten (vgl. Amsterdam Marketing 2014: 5). Das Informationsangebot der Webseite liegt neben Niederländisch und Deutsch auch in Französisch, Italienisch, Spanisch und Englisch vor.

Das Webportal ist so aufgebaut, dass es quasi zwei Startseiten hat. Beim Aufrufen der Webseite erscheint zunächst ein großes Bild, das die ganze Fläche des Bildschirms ausfüllt. In der Mitte der Seite ist ein Suchfeld zu sehen, in dem bereits das Wort „Besuchen“ eingetragen ist. Darunter sind auch sechs Themenbereiche „Suchen und Buchen“, „Parken“, „Transport“, „Attraktionen“, „City Card“, „Aktivitäten und Ausflüge“, „Shopping“, „Essen und Trinken“, „Monatlicher Veranstaltungskalender“ und „Amsterdam Touristische Informationen“ platziert, die einen direkten Einstieg zu den Inhalten ermöglichen. Erst beim Klicken auf das Suchfeld „Besuchen“, auf einen der Themenbereiche oder bei der Auswahl der Option „I amvisiting“ oben in der Leiste wird man zu der eigentlichen Webseite mit den Inhalten weitergeleitet. Dort gibt es sechs Rubriken „Suchen & Buchen“, „Kalender“, „Besuchen“, „Amsterdam entdecken“, „Planen Sie Ihre Reise“ und „I Amsterdam City Card“ mit Unterthemen. Auf der Startseite ist ein großes Bild platziert, das keine weiteren Informationen beinhaltet, sondern die Webseite als erste Impression über das Stadtleben schmückt. Solche großen Bilder sind bei jeder Rubrik und fast jeder Unterrubrik zu sehen. Unter dem Bild sind die Themen in Form von kleinen Teasern positioniert, die aus Bild- und Textelementen bestehen. Auf dem Webportal ist keine Verlinkung zu sozialen Netzwerken bzw. Communities zu finden.

Die Verwendung von großen Bildern auf der Frontseite lässt den Internetauftritt lebendig und ansehnlich wirken. Die Bilder, die dafür ausgewählt werden, sehen jedoch nicht alle professionell aus und weisen zum Teil eine geringe Auflösung auf. Aus diesem Grund erzielen sie nur teilweise den gewünschten Effekt und sind in manchen Fällen als Platzfüller anzusehen. Zwar ist das öfters eine Herausforderung, ein stimmiges und professionell aus-

sehendes Bildmaterial für die Webseite auszusuchen bzw. dafür einen Fotografen zu engagieren, man sollte das aber bei der Gestaltung der Webseite von Anfang an berücksichtigen. Zu bemängeln wäre auch eine viel zu kleine Schriftgröße der Beiträge, die das Lesen von Themen und Informationen erheblich erschwert.

Nach dem kurzen Porträtieren der Webseiten dreier Länder lässt sich zusammenfassend festhalten, dass das Medium Internet einerseits ein untrennbarer Bestandteil der Kommunikationsstrategie geworden ist, andererseits jedoch nicht in vollem Umfang bzw. nicht professionell genug genutzt wird. Während es die Webseiten gibt, die neben der klaren, übersichtlichen Struktur crossmediale Verlinkungen zu Communities, Vertrags- und Tourismuspartnern haben und einen ausgewogenen Einsatz von Text- und Bildinhalten aufweisen, der nicht nur zur Nutzerfreundlichkeit beitragen, sondern auch als ein erfolgreiches Kommunikations- und Vermarktungsinstrument genutzt werden kann, gibt es immer noch solche Online-Präsenzen, die keine klar erkennbare Struktur aufweisen bzw. deren visuelle Gestaltung dürftig ist oder umgekehrt überladen und erdrückend wirkt.

Nach dieser kurzen Auseinandersetzung mit dem Aufbau und der Struktur von den Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden soll nun im Weiteren die quantitative Analyse von visuellen Online-Inhalten und deren Ergebnisse vorgestellt werden.

5.3. Quantitative Bildinhaltsanalyse als Forschungsmethode

Der Inhaltsanalyse von visuellen Inhalten liegen die Prinzipien der Inhaltsanalyse von Texten zugrunde. Die beiden Untersuchungsmethoden beschäftigen sich mit der systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung formaler und inhaltlicher Merkmale von textlichen Mitteilungen bzw. visuellen Inhalten. Die Inhaltsanalysen werden nur für die Messung der Merkmale eingesetzt, die von Forschungsinteresse sind. Die Messung der sozialen Realität erfolgt systematisch nach den im Analyseinstrument, dem Codebuch, festgelegten Regeln. Neben der Systematik ist Objektivität das essentielle Qualitätskriterium jeder Inhaltsanalyse (vgl. Früh 2011: 27, 39f.; Rössler 2010: 21). Im Anschluss an Früh (2011: 40) bedeutet das, dass die Ergebnisse immer „intersubjektiv nachvollziehbar und damit auch reproduzierbar, kommunizierbar und kritisierbar sein [müssen]. Jede Inhaltsanalyse, die diesem Qualitätskriterium nicht genügen kann, ist ohne jede Aussagekraft und damit irrelevant.“ Nach dieser Definition berücksichtigt Früh die Erkenntnis, „dass ‚Objektivität‘ im Sinne einer vom jeweiligen Beobachter unabhängigen, stets gleichartig ausfallenden Wahrnehmung nicht erreichbar ist“ (Rössler 2010: 22). Zwei Menschen können dieselben Eindrücke nie aufnehmen und erfahren die Wirklichkeit stets unterschiedlich. Daher ist wissenschaftlich anzustreben, dass man mithilfe von genauen Regeln zu den gleichen Wahrnehmungen kommt und die Beobachtung intersubjektiv nachvollziehbar ist. Anders formuliert bedeutet das, dass „unterschiedliche Forscher bzw. Codierer bei der Anwendung desselben Instruments auf dasselbe Material zu denselben Ergebnissen kommen [sollten]“

(Rössler 2010: 22f.). Ein weiteres Gütekriterium der Inhaltsanalyse neben der oben erwähnten Intercoder-Reliabilität, die die Zuverlässigkeit der Messung gewährleisten soll, ist Validität bzw. Gültigkeit des Analyseverfahrens. Diese beiden Kriterien werden vor dem Codiervorgang im Rahmen des Pretests (vgl. Kapitel 5.3.2) einer Kontrolle zugeführt. Im Gegensatz zu Reliabilität, die die eigentliche Messprozedur betrifft, bezieht sich Validität als übergeordneter Begriff auf die Gültigkeit der gesamten Messprozedur und gibt an, ob das Analyseinstrument wirklich das misst, was es messen soll (vgl. Rössler 2010: 195). Im Laufe der Entwicklung und Erprobung des Untersuchungsinstruments kann der Forscher die Validität verbessern, indem er Kategorien und Codieranweisungen in enger Zusammenarbeit mit den Codierern vor der Durchführung der Inhaltsanalyse korrigiert und präzisiert. Im Pretest wird schließlich überprüft, ob sich das, was der Forscher messen will und beabsichtigt, mit dem, was der Codierer beim Pretest misst, deckt (Früh 2011: 196ff.).

Wie bereits erwähnt, bildet das Codebuch das Kernstück jeder analytischen Studie, in dem Kategorien bestimmt werden und für dessen Gestaltung es keine fest definierten Regeln resp. Vorgaben gibt. Die Kategorien sind i. d. R. auf das Erkenntnisinteresse des Forschers und das Untersuchungsmaterial ausgerichtet und stellen formale und inhaltliche Kriterien dar, nach denen das Untersuchungsmaterial einer Analyse unterzogen wird. Ausprägungen sind ein wichtiger Bestandteil jeder Kategorie. Sie werden mit sog. Codes, die das Ergebnis der Codierung sind, verschlüsselt. Das heißt, dass für die Fragestellung relevanten Informationen Zahlenwerte zugeordnet werden, die eine anschließende statistische Auswertung ermöglichen (vgl. Rössler 2010: 21, 95).

Laut Merten (1995: 149) muss ein Kategoriensystem, das normalerweise aus allen verwendeten Kriterien besteht, den folgenden Anforderungen gerecht werden:

- (1) Das Kategoriensystem soll theoretisch abgeleitet sein und mit den Zielen der Untersuchung korrespondieren.
- (2) Es soll vollständig sein und die Erfassung aller möglichen, d. h. mit der Fragestellung in Verbindung stehenden Inhalte gestatten.
- (3) Die Kategorien sollen wechselseitig exklusiv angelegt sein.
- (4) Sie sollen voneinander unabhängig sein,
- (5) einem einheitlichen Klassifikationsprinzip genügen und
- (6) eindeutig definiert sein.

Die eindeutigen Anweisungen für das systematische Vorgehen der Codierer und die Kriterien, mittels derer das Analysematerial zu erfassen ist, sind die weiteren essentiellen Bestandteile des Codebuchs (vgl. Rössler 2010: 95).

In weiteren Ausführungen sollen die einzelnen Schritte der visuellen Inhaltsanalyse und ihre Vorgehensweise näher beleuchtet werden.

5.3.1. Gang der visuellen Inhaltsanalyse

Nachdem im ersten Schritt die Festlegung der Auswahlinheit erfolgte und die Selektion der zu untersuchenden Länder, Webseiten und Themenbereiche getroffen wurde (siehe Kapitel 5.1 und 5.2), wird im nächsten Schritt das Kategoriensystem für das Codebuch erstellt, das sich auf das Forschungsziel und Erkenntnisinteresse ausrichtet. Die Überführung der Forschungsfragen in die Kategorien bezeichnet Früh als die theoriegeleitete Kategorienbildung (vgl. Früh 2011: 153ff.).

Den folgenden Forschungsfragen soll dabei nachgegangen werden (siehe Kapitel 1.1):

- Welche Darstellungs- und Visualisierungsstrategien werden auf den zu untersuchenden Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden verfolgt?
- Auf welche Quellen wird es bei der Bildbeschaffung zugegriffen?
- Wer ist die Zielgruppe, die das jeweilige Land ansprechen möchte?
- Welche Bildmotive überwiegen bzw. durch welche Bilder wird das Bild des Landes nach außen transportiert?

Die auf solche Weise erstellten Hauptkategorien werden mittels der empiriegeleiteten Kategorienbildung im Laufe einer Stichprobe differenziert und ergänzt. Um eine exakte und trennscharfe Codierung erzielen zu können, müssen alle möglichen Aspekte durch Kategorien abgedeckt sein (vgl. Früh 2011: 156ff.). Die Analyseeinheit ist das einzelne Bild. Das vollständige Codebuch befindet sich im Anhang der vorliegenden Arbeit.

5.3.2. Pretest des Codebuchs

Der Pretest hat zum Ziel die Überprüfung des entwickelten Kategoriensystems auf seine Vollständigkeit, aber auch Zuverlässigkeit und Gültigkeit, und soll vor dem tatsächlichen Codiervorgang durchgeführt werden. Während das Gütekriterium Validität vom Forscher bei der Entwicklung und Erprobung des Untersuchungsinstruments fortlaufend verbessert wird (vgl. Früh 2011: 196), ist die Reliabilität mittels des Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten, der sog. Codierübereinstimmung nach Holsti zu messen (Rössler 2010: 202; Früh 2011: 190). Die Holstis Formel ist nicht nur einfach zu berechnen und eindeutig zu interpretieren. Durch ihre weite Verbreitung und häufige Anwendung bei unterschiedlichen Studien liegen Vergleichswerte vor, die sowohl für eine übergreifende Analyse als auch eine vergleichende Gegenüberstellung einsetzbar sind.

$$CR = 2 * \ddot{U} / (C1 + C2)$$

CR = Codierer-Reliabilität

Ü = Anzahl der übereinstimmenden Codierungen

C1 = Anzahl der Codierungen von Codierer 1

C2 = Anzahl der Codierungen von Codierer 2

Mit dem Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten wird die Übereinstimmung zwischen zwei Codierern bezüglich einer Kategorie bei der Verschlüsselung desselben Untersuchungsmaterials gemessen. I. d. R. sind für formale Kategorien Werte nahe an 1.0 und für inhaltliche Kategorien ab 0.8 anzustreben (vgl. Rössler 2010: 197, 204).

Neben dem Forscher und Verfasser der vorliegenden Arbeit (C1) wurde noch eine unabhängige Person (C2) herangezogen, die bisher weder über Codier-Erfahrungen noch über Vorkenntnisse in der Anwendung von Codebüchern verfügt hat und in einer ausführlichen Schulung mit dem entwickelten Codebuch und seinen formalen und inhaltlichen Kategorien vertraut gemacht wurde. Die im Laufe der Schulung entstandenen Nachfragen und Unklarheiten trugen dazu bei, dass das Codebuch um einige Beispiele und Konkretisierungen ergänzt wurde. Unter Bezugnahme auf Rössler darf beim Pretest kein echtes Analysematerial verschlüsselt werden. Es sollte aber auf jeden Fall vergleichbar sein und grundsätzlich die gleichen Inhalte umfassen (vgl. Rössler 2010: 178). Aus diesem Grund wurde für den Pretest das Bildmaterial auf den Webseiten von Deutschland (www.deutschland.de, www.germany.travel, www.make-it-in-germany.com und www.berlin.de) nach den in Kapitel 5.1.2 festgelegten Kriterien am 30. August 2016 erhoben und anschließend codiert. Da die Codierung des Bildmaterials von jeweils zwei Webseiten pro Land am 05. März 2017 stattfand und das Internet durch Flüchtigkeit und Dynamik gekennzeichnet ist (siehe Kapitel 3.4.1), handelt es sich in diesem Fall um kein echtes, aber durchaus vergleichbares Untersuchungsmaterial. Insgesamt wurden 20 Variablen codiert und 180 Codierungen vorgenommen.

Ausgenommen die ersten zwei Variablen V1 und V2, die zur Identifikation der zu analysierenden Länder und der zum jeweiligen Land gehörenden Webseiten dienten, ergaben sich bei den zwei formalen Variablen V3 und V4 180 Übereinstimmungen und somit ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=1.0$ (siehe Tab. 1). Dieser Koeffizient wurde vor allem durch zahlengestützte Angaben erreicht, die eine genaue Einordnung der Bilder nach deren Größe und Format ermöglichten und die Fehlerquote auf null reduzierten. Die zwei weiteren formalen Kategorien V5 und V6 wurden jeweils mit 168 Übereinstimmungen codiert, sodass ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.93$ erreicht wurde. Die entstandenen Differenzen in der Codierung sind zum einen auf die Schwierigkeit einer eindeutigen Zuordnung der Bilder aufgrund mannigfaltiger Grenzfälle zurückzuführen, die trotz einer intensiver Schulung nicht vollständig bewältigt werden kann. Zum anderen liegt diese Problematik an einer stark reduzierten Auflösung der Bilder im Internet und ihrer oft unzureichenden Größe, was die Analyse von visuellen Online-Inhalten erheblich erschwert. Bei der Variable 7 „Bildquellen“ ergaben sich 172 Übereinstimmungen und ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.96$. Die acht Abweichungen verursachten vor allem einzelne Bildquellen, deren Zuordnung aufgrund von Abkürzungen und Abkürzungen trotz Internetrecherche nicht eindeutig erfolgen konnte.

Bei den zwei letzten formalen Kriterien V12 und V19, die aufgrund der Aufteilung von Bildern in Personen- und Sachaufnahmen im Rahmen der inhaltlichen Bilderfassung behandelt wurden, ergaben sich 81 (von 85) Übereinstimmungen bei Personenaufnahmen und 88 (von 95) Übereinstimmungen bei Sachaufnahmen und somit die Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten von $CR=0.95$ und $CR=0.93$. Der kleine Unterschied zwischen den beiden Koeffizienten ist damit zu begründen, dass die Einstellungsgröße i. d. R. anhand von abgebildeten Bildproduzenten festgestellt wird. Deswegen ist die Zuordnung von Sachaufnahmen, bei denen es sich öfters um Naturbilder handelt, deutlich schwieriger. Der Intercoder-Reliabilitätskoeffizient dieser formalen Variablen befindet sich jedoch im Toleranzbereich, sodass keine Änderungen am Codebuch vorgenommen werden mussten.

Wie oben bereits erwähnt, wurden im Laufe der Bilderfassung nach inhaltlichen Kriterien alle zur Analyse herangezogenen Fotografien im ersten Schritt in Personen- und Sachaufnahmen aufgeteilt (V8). Während die Aufteilung in zwei Gruppen übereinstimmend erfolgte, ergab sich eine minimale Differenz von acht Abweichungen von insgesamt 180 Codierungen mit einem Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten von $CR=0.96$ vor allem aufgrund der Ausdifferenzierung von Personenaufnahmen in „Personen mit etwas Raumsicht“ und „Personen mit Raumsicht“ (siehe Codebuch im Anhang). Die Zusammenführung beider Kategorien erschien jedoch wenig sinnvoll, da es zuweilen einen großen Unterschied zwischen den beiden Kategorien gab. Die Schwierigkeit bereiteten nach wie vor unterschiedliche Grenzfälle, die eine eindeutige Zuordnung des Bildmaterials trotz einer intensiven Schulung nicht erlaubten. Um die Fehlerquote zu minimieren, wurden die beiden Variablen in der Codieranweisung ausführlicher beschrieben und mit zusätzlichen Beispielen untermauert und ergänzt.

Bei Codierungen von Personenaufnahmen kamen bei der thematischen Gliederung (V9) 80 von 85 Übereinstimmungen zustande, sodass ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.94$ erreicht wurde. Die zwei inhaltlichen Kategorien V10 und V15 wurden mit jeweils 82 und zwei weitere V11 und V13 mit jeweils 81 Übereinstimmungen codiert, mit den Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten von $CR=0.96$ bzw. $CR=0.95$. Bei den zwei übrigen inhaltlichen Variablen V14 und V16 ergaben sich 79 Übereinstimmungen und somit ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.93$. Eine etwas niedrigere Zahl bei diesen Variablen im Gegensatz zu den anderen inhaltlichen Kategorien wurde bei der Variable 14 „Emotionen und Mimik“ durch eine subjektive Wahrnehmung der Codierer von den Bildern herbeigeführt, auf denen keine deutlich ausgeprägte Darstellung von Emotionen festgehalten wurde. Die Zuordnungsschwierigkeiten bei der Variable 16 „Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund“ sind größtenteils auf die einzelnen Fotografien zurückzuführen, deren Bildmittelgrund und -hintergrund zu unterschiedlichen Kategorien zuordenbar waren. Aufgrund der Tatsache, dass solche Bilder eher eine Ausnahme sind, sowie aufgrund der hohen, im Toleranzbereich liegenden Werte wurden am Codebuch keine Änderungen vorgenommen.

Bei Codierungen von Sachaufnahmen kamen bei der thematischen Gliederung (V17) 90 von 95 Übereinstimmungen zustande, sodass ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.95$ erreicht wurde. Ein geringes Fehlerpotenzial wies die inhaltliche Variable 18 „Abgebildete Gegenstände“ auf. Sie ergab 93 Übereinstimmungen und somit einen Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten von $CR=0.98$. Dieser Wert ist etwas höher als der Wert, der sich bei der Erfassung von abgebildeten Bildproduzenten bei Personenaufnahmen ergab und einen Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten von $CR=0.96$ hatte. Das hängt damit zusammen, dass im Gegensatz zu Gegenständen und Objekten, die größtenteils genau und unverwechselbar identifiziert werden konnten, war es bei den Personenaufnahmen öfters nicht möglich, abgebildete Bildproduzenten eindeutig zu identifizieren. Aufnahmen aus einer größeren Entfernung, dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandte Hauptakteure, geringe Auflösung, die die Vergrößerung der Bilder für eine genaue Bildbetrachtung nicht erlaubte, Unisex-Bekleidung beim Sport treiben etc. sind die Gründe, die eine präzise Zuordnung von Personenbildern erschwerten. Die Variable 20 „Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund“ stimmte hingegen mit dem Ergebnis der gleichen Variable bei Personenaufnahmen (V16) überein. Hier ergaben sich 88 von insgesamt 95 Übereinstimmungen und somit ein Intercoder-Reliabilitätskoeffizient von $CR=0.93$. Die Gründe für Abweichungen sind genauso wie bei Personenaufnahmen auf die einzelnen Gegenstandsabbildungen zurückzuführen, deren Bildvordergrund bzw. -hintergrund zu differenten Kategorien zuordenbar war.

Nach dem durchgeführten Pretest ließ sich bestätigen, dass das Medium Bild „ein nach immanenten Gesetzen konstruiertes und in [seiner] Eigengesetzlichkeit evidenten System“ ist (Imdahl 1979: 190, zit. nach Bohnsack 2009b: 955), und das Zufällige für fotografische Bilder wesenseigen ist (vgl. Pilarczyk, Mietzner 2005: 140). Anders formuliert bedeutet das, dass das Bild ein unberechenbares und nach eigenen Gesetzen lebendes Konstrukt ist, das eine trennscharfe Codierung und die Einteilung in die Kategorien nur bedingt zulässt. Viele weitgehende Eingrenzungen und Erläuterungen müssen je nach zu untersuchendem Bildmaterial im Codebuch festgehalten werden, um eine möglichst trennscharfe Codierung durchführen zu können.

Einzelne Variablen	Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten
V1 Land	1
V2 Webseiten	1
V3 Bildformat	1
V4 Bildgröße	1
V5 Kameraperspektive	0.93
V6 Gestalterische Effekte	0.93
V7 Bildquelle	0.96
V8 Personen- und Sachaufnahmen	0.96
V9 <i>Personenaufnahmen: Thematische Gliederung</i>	0.94
V10 Abgebildete Bildproduzenten	0.96

V11 Kamerablick	0.95
V12 Körperdarstellung	0.95
V13 Gestik	0.95
V14 Emotionen und Mimik	0.93
V15 Handlung der Personen	0.96
V16 Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund	0.93
V17 <i>Sachaufnahmen: Thematische Gliederung</i>	0.95
V18 Abgebildete Gegenstände	0.98
V19 Gegenstandsdarstellung	0.93
V20 Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund	0.93
Mittelwert	0.95

Tab. 1: Intercoder-Reliabilitätskoeffizienten der einzelnen Variablen

5.3.3. Ergebnispräsentation der quantitativen Inhaltsanalyse von visuellen Online-Inhalten

Das Bildmaterial für die quantitative Inhaltsanalyse wurde am 05. März 2017 nach den Kriterien, die in Kapitel 5.1.2 ausführlich behandelt wurden, erhoben. Insgesamt wurden bei den deutschen Webseiten 195, bei den österreichischen 236 und bei den niederländischen 256 Bilder in 20 Variablen verschlüsselt. Die niedrigere Zahl bei den deutschen Webseiten ergab sich vor allem dadurch, dass die Webseite von Berlin.de sehr viele kleine Bilder im Einsatz hatte, die unter dem festgelegten minimalen Wert der zulässigen Bildgröße und somit auch der Bildauflösung lagen. Diese Eingrenzung wurde bewusst getroffen. Aus forschungspraktischen Gründen ist die Verschlüsselung solcher Bilder nicht nur problematisch, sondern besitzt auch keinen hohen Stellenwert. Je kleiner die Bilder sind, desto geringer sind auch ihre Aussagekraft und Wirkung.

Nachdem die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse für jedes Land festgehalten wurden, erfolgte deren Zusammenführung zu einem Ländervergleich, der auch im Folgenden vorgestellt werden soll.

5.3.3.1. Bildformat

Im Gegensatz zu Zeitungsfotografien, bei denen neben Standard-Querformaten auch Standard-Hochformate dominieren und quadratische Bildformate vermehrt im Einsatz sind (vgl. Grittmann 2007: 355f.), zeichnen sich die visuellen Online-Inhalte durch einen kompletten Verzicht auf Hochformate aus. Das hängt damit zusammen, dass Bilder im Internet an die Arbeit am Bildschirm und somit auch an Bildschirmformate angepasst sind. Hier werden Standardformate verwendet, wie sie gewöhnlich in der Videotechnik sowie auch in der klassischen Fotoausarbeitung vorkommen. Die gebräuchlichen Seitenverhältnisse sind 4:3 (= 1,33:1), 3:2 (= 1,5:1), 16:9 (= 1,78:1) und 16:10 (= 1,6:1). Bei ausgeprägten Querformaten liegt das Seitenverhältnis zwischen 1,9 bis 2,2 und bei extremen Querformaten ist dieser Wert größer als 2,2. Eher quadratische Fotos weisen ein Seitenverhältnis von 0,88 bis 1,19 auf.

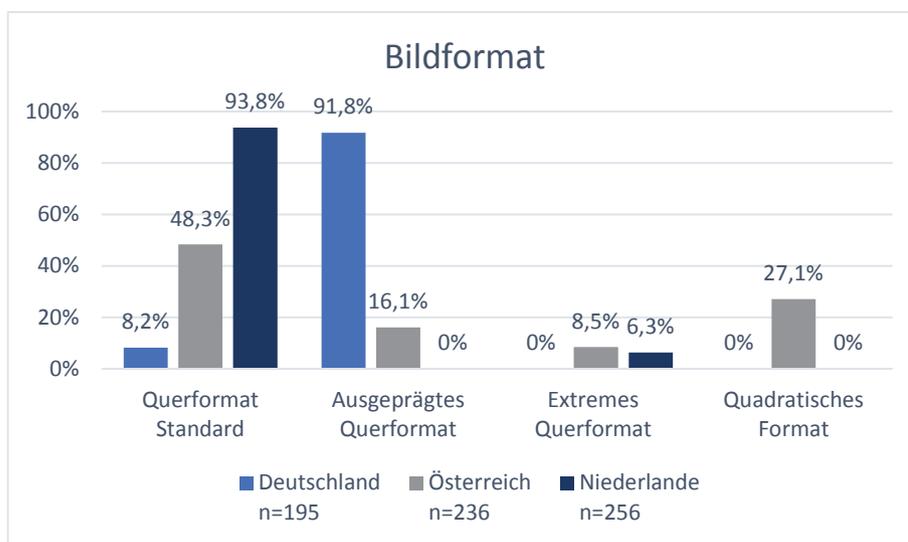


Abb. 13: Bildformat

Betrachtet man die Internetauftritte von Deutschland, Österreich und den Niederlanden, ist auch hier die Veröffentlichung von Bildern in Querformaten zu verzeichnen (siehe Abb. 13). Während auf den deutschen Webseiten ausgeprägte Querformate und auf den niederländischen Internetauftritten Standard-Querformate dominieren, kommen nur noch auf den österreichischen Webseiten neben den unterschiedlichen Querformaten auch quadratische Formate zum Einsatz, die durch ihre gleiche Seitenlänge ein ausgewogenes Verhältnis darstellen (vgl. Schnelle-Schneyder 2011: 147). Etwas mehr als ein Viertel aller Bilder (27,1 Prozent) wird hier im quadratischen Format veröffentlicht (siehe Austria.info). Extreme Querformate, die durch ihre Längsseiten eine gewisse Richtungstendenz enthalten, sind dagegen selten und werden nur noch auf den österreichischen (8,5 Prozent) und niederländischen Webseiten (6,3 Prozent) eingesetzt.

5.3.3.2. Bildgröße

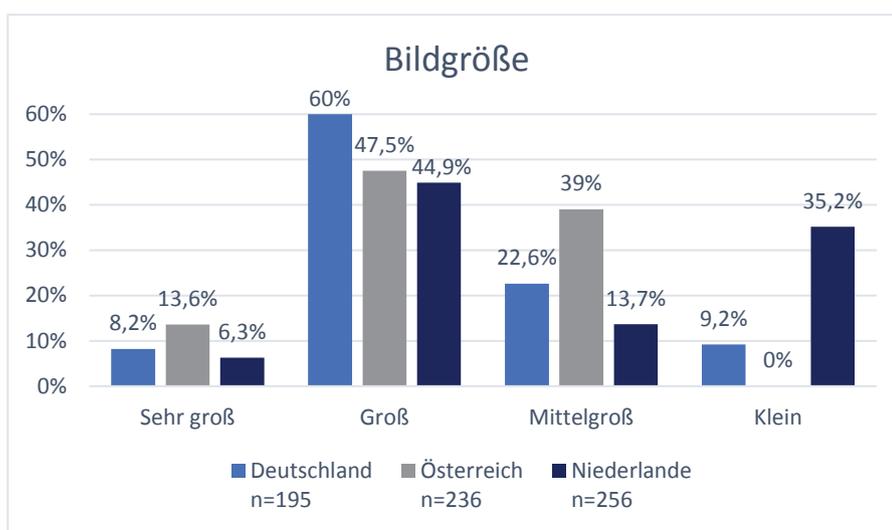


Abb. 14: Bildgröße

Bildgröße und Bildauflösung sind die ausschlaggebenden Faktoren, die einen unmittelbaren Einfluss auf die Nutzeransprache und ihre emotionale Bindung an das jeweilige Land haben. Sind die auf der Homepage veröffentlichten Bilder groß, ansprechend und liegen in

guter Qualität vor, hat auch die Webseite eine anmutsvolle und ansprechende Wirkung. Die Bildgröße in World Wide Web wird gewöhnlich in Pixeln gemessen. Da die Fotoaufnahmen auf den Webseiten differente Größen aufweisen, wurden bestimmte Richtwerte festgelegt, nach denen die Bilder in vier Gruppen aufzuteilen waren. Entscheidend war dabei der erste Wert in Pixeln (Breite bei Querformat), an dem die Orientierung erfolgte (siehe Codieranweisungen im Anhang). Die erste Gruppe „Klein“ beinhaltet Fotos mit 350 x 200 Pixel und kleiner. Das heißt, dass die Größe eines Bildes maximal 4,2 cm hoch und 7,4 cm breit sein kann. Der minimale Wert liegt bei 240 x 150 Pixel (3 cm hoch und 4 cm breit). Die kleineren Bilder, die unter dem minimalen Wert lagen, wurden nicht berücksichtigt. Die zweite Gruppe „Mittelgroß“ umfasst Fotoaufnahmen mit 550 x 300 Pixel und kleiner. Das bedeutet, dass das Bild maximal 6,4 cm hoch und 11,6 cm breit sein kann. In die dritte Gruppe „Groß“ fallen Fotos mit 750 x 400 Pixel und kleiner, d. h. alle Bilder, die den maximalen Wert von 8,5 cm hoch und 15,9 cm breit nicht übersteigen. Die vierte und die letzte Gruppe „Sehr groß“ beinhaltet Bilder, die größer als 750 x 400 Pixel sind.

Aus den Ergebnissen der Codierung geht hervor, dass die großen Bilder bei allen drei Ländern dominierend sind (siehe Abb. 14). Die kleinen und sehr großen Bilder sind dagegen weniger vertreten. Eine Ausnahme bilden die niederländischen Webauftritte, auf denen mehr als ein Drittel (35,2 Prozent) aller Fotos kleinformatig ist. Auf den österreichischen Webseiten werden nur noch mittelgroße bis sehr große Bilder eingesetzt, was für eine gut durchdachte visuelle Strategie und gezielte emotionale Ansprache der Nutzer durch visuelle Online-Inhalte spricht. Genauso wie die abweichenden Formate fallen auch die übergroßen Bilder stärker auf und heben das Foto selbst hervor (vgl. Grittmann 2007: 352). Zu bemängeln wären jedoch die sehr großen Fotografien bei Austria.info, die sich über die Hälfte des Bildschirms erstrecken und für so eine überdimensionale Größe zum Teil in mangelhafter Qualität vorliegen. Das Ziel der visuellen, emotionalen Ansprache der Nutzer, das Eintauchen in das Bildgeschehen, wird dadurch verfehlt. Auf den deutschen Webseiten werden zwar 60 Prozent aller Bilder großformatig eingesetzt, es mussten allerdings – wie bereits oben erklärt – viele Fotografien auf Berlin.de aufgrund ihrer sehr kleinen Größe von weniger als 240 x 150 Pixel (3 cm hoch und 4 cm breit) von der Analyse ausgeschlossen werden.

5.3.3.3. Kameraperspektive

Unter Kameraperspektive wird ein Betrachtungswinkel verstanden, mit dem die Kamera bei Fotoaufnahmen auf ein Objekt bzw. eine Person gerichtet wird (siehe Abb. 15). Zusammen mit der Einstellungsgröße bildet sie eine unauflösbare Einheit, stellt eine unmittelbare emotionale Verbindung zwischen dem Bildbetrachter und dem Dargestellten her und klärt die räumliche Relation dieses Verhältnisses. So trifft man mit der Auswahl der Einstellungsgröße die Entscheidung darüber, was man zu sehen bekommt, und mit der Festlegung der

Kameraperspektive, wie man es zu sehen bekommt (vgl. Grün 2012: 297; Peltzer, Keppler 2015: 69; Negenborn 2015).

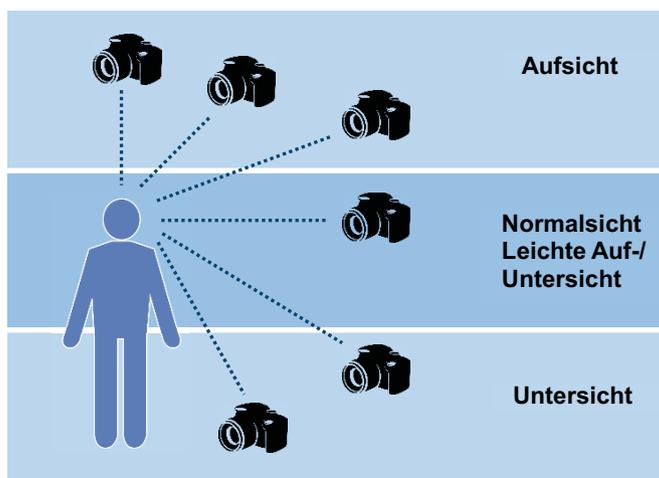


Abb. 15: Kameraperspektiven (eigene Darstellung)

Die Wahl der Kameraperspektive kann sowohl aus technischen als auch aus dramaturgischen Gründen und Überlegungen erfolgen. Sie legt den Standpunkt des Bildbetrachters zum fotografierten Geschehen fest, was eine bestimmte Wirkung erzeugen kann. Aus wahrnehmungspsychologischen Studien geht hervor, dass eine Kameraperspektive, die von der Normalsicht abweicht, als Verzerrung wahrgenommen wird (vgl. Grittmann 2007: 87). Es liegen jedoch keine experimentellen Studien zum Einfluss von Kameraperspektiven auf die Wahrnehmung von Personen vor, die eine eindeutige Wirkung der Perspektiven nachweisen können (vgl. Kepplinger 2010: 64). Nichtsdestotrotz können bei den Bildern durch die Einstellungsgröße und Kameraperspektive nicht nur eine stimmungsvolle Gestaltung zum Ausdruck gebracht, sondern auch die gewünschte Atmosphäre des Abgebildeten erzeugt werden. Während die Perspektive der Augenhöhe eine neutrale Form des Kamerawinkels darstellt und der Perspektive der menschlichen alltäglichen Wahrnehmung entspricht, die den abgebildeten Personen und Objekten „auf Augenhöhe“ begegnet, natürlich wirkt und die Authentizität und den Realismus der Aufnahmen unterstreicht (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 69; Grittmann 2007: 361), stellen die beiden anderen Perspektiven „Aufsicht/Vogelperspektive“ und „Untersicht/Froschperspektive“ eine verzerrende Form der Kameraperspektive dar, die unserer alltäglichen Wahrnehmung durch Abweichungen des horizontalen Neigungswinkels von der Normalsicht widerspricht. Bei der „Aufsicht/Vogelperspektive“ ist der Blick des Betrachters von oben auf eine Person bzw. einen Gegenstand gerichtet. Die von oben betrachteten Objekte wirken dadurch kleiner und der Macht des herabblickenden Bildproduzenten ergeben zu sein. Bei „Untersicht/Froschperspektive“ ist der Blick des Betrachters von unten auf eine Person bzw. einen Gegenstand gerichtet, was die von unten betrachteten Objekte größer und dominanter wirken lässt (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 69; Grittmann 2007: 87).

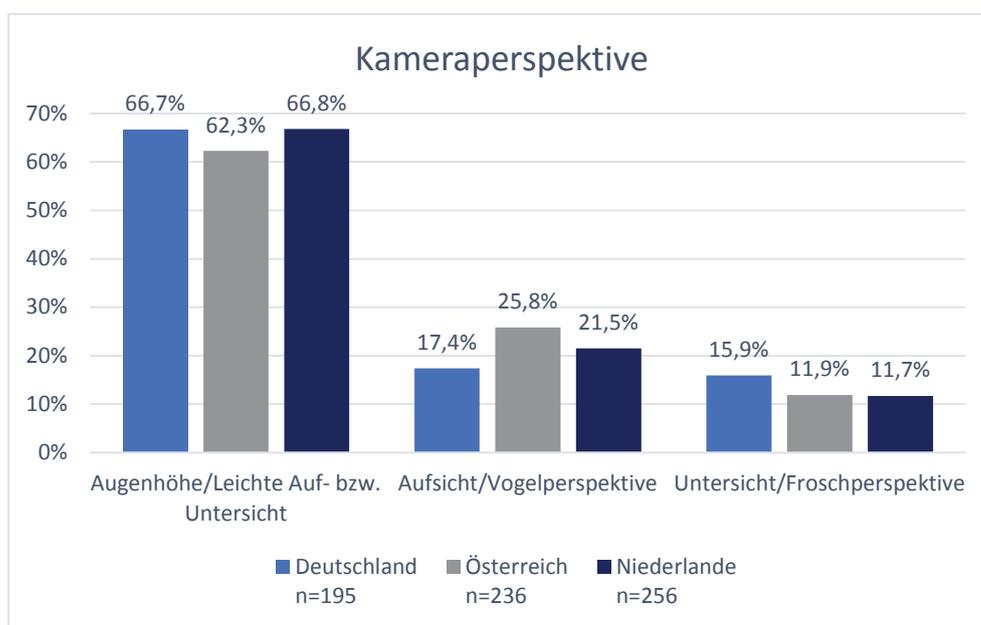


Abb. 16: Kameraperspektive

Betrachtet man die Abbildung 16, ist die Perspektive der Augenhöhe inklusive der leichten Auf- bzw. Untersicht bei allen drei Ländern dominant. Zwei Drittel aller erfassten Bilder bei Deutschland (66,7 Prozent) und den Niederlanden (66,8 Prozent) und etwas weniger als zwei Drittel bei Österreich (62,3 Prozent) wurden aus der Perspektive der Normalsicht geschossen. Das ist die meist verbreitete Perspektive, die in der (Nachrichten-, Werbe-) Fotografie sowohl im Online- als auch im Printmedienbereich mit dem Ziel eingesetzt wird, die natürliche Wahrnehmung des Menschen nachzuempfinden und gewöhnliche bzw. alltägliche Perspektiven herzustellen (vgl. Grittmann 2007: 88, 360; Negenborn 2015). Die restlichen Fotografien werden in verzerrenden Perspektiven dargestellt, wobei die „Aufsicht/Vogelperspektive“, die einen Überblick von oben über das Geschehen gibt, öfters als die „Untersicht/Froschperspektive“, die i. d. R. die Größe einer Person bzw. eines Objekts verstärkt und betont, zum Einsatz kommt. Der Unterschied in der Verwendung dieser Perspektiven zwischen drei Ländern besteht darin, dass während die erhobenen Werte von „Aufsicht/Vogelperspektive“ und „Untersicht/Froschperspektive“ bei Deutschland eine unbedeutende Differenz von 1,5 Prozent aufweisen, kommt die erstere bei den Niederlanden und Österreich fast bzw. mehr als doppelt so oft vor.

5.3.3.4. Gestalterische Effekte

Die in der Fotografie eingesetzten Effekte werden technisch – z. B. durch die Wahl des Blendenwertes und der Belichtungszeit – erzeugt und dienen als kreative Gestaltungsmittel der natürlichen Wahrnehmung. Am häufigsten wird die Schärfentiefe eingesetzt. Als die meist verbreitete Form der kreativen Fotogestaltung gilt sie als natürlich und vertraut, weil unser menschliches Auge beim Fokussieren auf ein bestimmtes Objekt andere, sich im Vorder- oder Hintergrund befindende Objekte und Gegenstände je nach Sehabstand unscharf sieht. Nach dem gleichen Prinzip funktioniert auch eine Fotokamera, die durch diffe-

rente Abstände zu den aufzunehmenden Gegenständen unterschiedliche Tiefenschärfe erzeugen kann. Obwohl die Anwendung dieser Technik zu den Grundlagen der Fotografie gehört (vgl. Grittmann 2007: 357), kann der Einsatz solcher gestalterischen Effekte z. B. in der Pressefotografie trotz ihrer Blickfang-Funktion als wenig authentisch wirken (vgl. z. B. Techentin-Bauer 2001). Der Grund dafür liegt vor allem darin, dass man die Aufmerksamkeit des Betrachters auf die für den abbildenden Bildproduzenten relevanten Stellen im Bild durch das Verhältnis von Schärfe und Unschärfe lenken und die unscharf aufgenommenen Personen oder Gegenstände zweitrangig erscheinen lassen kann (vgl. Grittmann 2001: 273f.). Auf solche Weise bleibt eine objektive, unabhängige Einschätzung bzw. Bewertung des Abgebildeten durch den Bildbetrachter von vornherein ausgeschlossen.

In der Werbefotografie gilt dagegen die Regel, mehr Kunst und Kreativität in die Fotoaufnahmen zu bringen. In diesem Zusammenhang ist dem bekannten Fotografen Robert Capa zuzustimmen: „Wenn deine Fotos nicht gut genug sind, warst du nicht nah genug dran.“ (Gockel 2012: 90) Denn gerade für die Werbefotografie ist es von großer Bedeutung stimmungsvolle, anziehende Bilder zu verwenden, die das Wesentliche betonen, die Kreativität zum Ausdruck bringen und die Nutzer emotional ansprechen können. Die Fotoeffekte tragen im Falle der Präsentation eines Landes dazu bei, die Besonderheiten und seine Eigenartigkeit durch die Kunst der Fotografie hervorzuheben und einen positiven, hinterbleibenden Eindruck in Köpfen von Menschen zu hinterlassen.

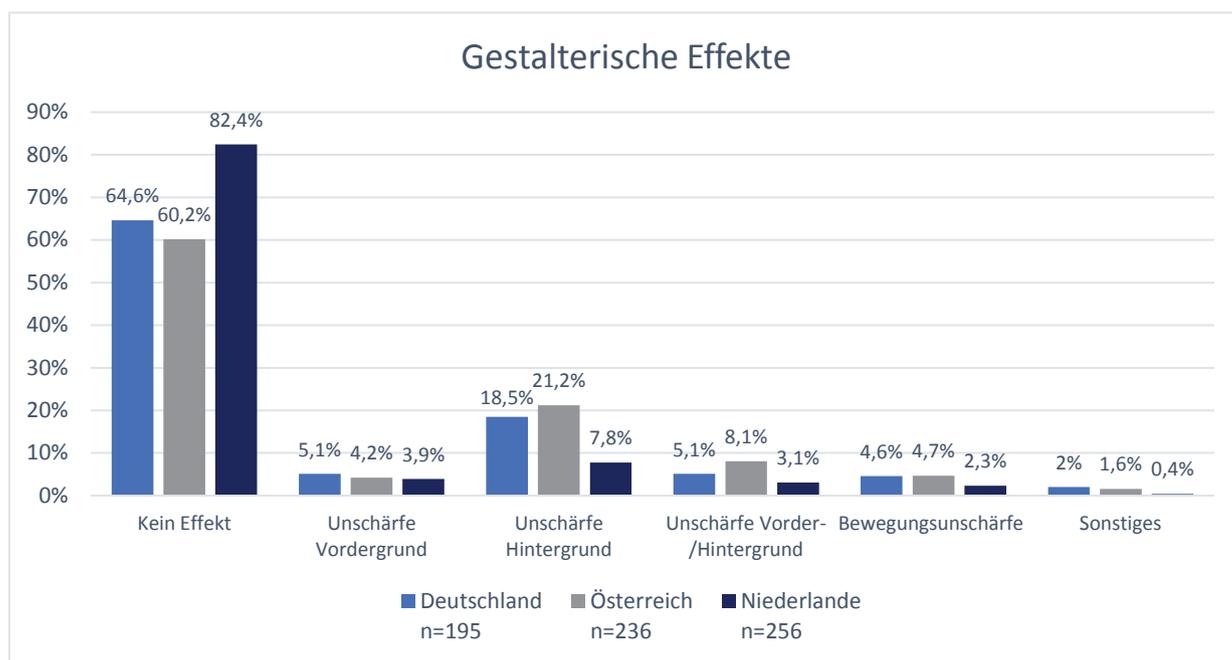


Abb. 17: Gestalterische Effekte

Fotografische Effekte werden bei den erfassten Fotoaufnahmen aller drei Länder eher zurückhaltend angewandt (siehe Abb. 17). Bei den deutschen Webseiten sind das fast zwei Drittel (64,6 Prozent) aller Fotografien, die ohne gestalterische Effekte produziert wurden. Bei den österreichischen Internetauftritten sind es etwas mehr als 60 Prozent und bei den niederländischen Internetseiten mehr als 80 Prozent aller Fotografien, die keine Fotoeffekte haben. Der meist eingesetzte Effekt stellt die Unschärfe im Hintergrund dar, der bei mehr

als einem Fünftel der Fotografien (21,2 Prozent) auf den österreichischen Webseiten, bei rund 19 Prozent auf den deutschen und rund 8 Prozent auf den niederländischen Webauftritten vorkommt. Die Unschärfe im Vordergrund bzw. im Vorder- und Hintergrund sowie die Bewegungsunschärfe kommen bei allen drei Ländern nur vereinzelt vor. Weniger als 5 Prozent aller Bilder wurden mit diesen Effekten produziert. Eine Ausnahme bilden hier lediglich die Fotoaufnahmen mit der Unschärfe im Bildvorder- und -hintergrund auf den österreichischen Webseiten, deren Zahl sich auf 8,1 Prozent beläuft, sowie die Bilder auf den deutschen Internetauftritten, von denen je 5,1 Prozent die Unschärfe im Vordergrund sowie im Vorder- und Hintergrund aufweisen. Unter der Kategorie „Sonstiges“, die 2 Prozent aller erfassten Bilder im Falle von Deutschland und weniger als 2 Prozent im Falle von Österreich und den Niederlanden ausmacht, wurden neben den Aufnahmen, bei denen aufgrund der geringen Auflösung keine Tiefenschärfe festgestellt bzw. der eingesetzte Effekt zu keiner der genannten Kategorien zugeordnet werden konnte, auch die Bilder zusammengefasst, die eine Kombination fotografischer Effekte wie z. B. Bewegungsunschärfe und Unschärfe im Bildhintergrund aufweisen und das schräge Fotografieren bzw. Zuschneiden eines Motivs mit mindestens 15-Grad-Drehung als kreatives Gestaltungsmittel einsetzen.

5.3.3.5. Bildquelle

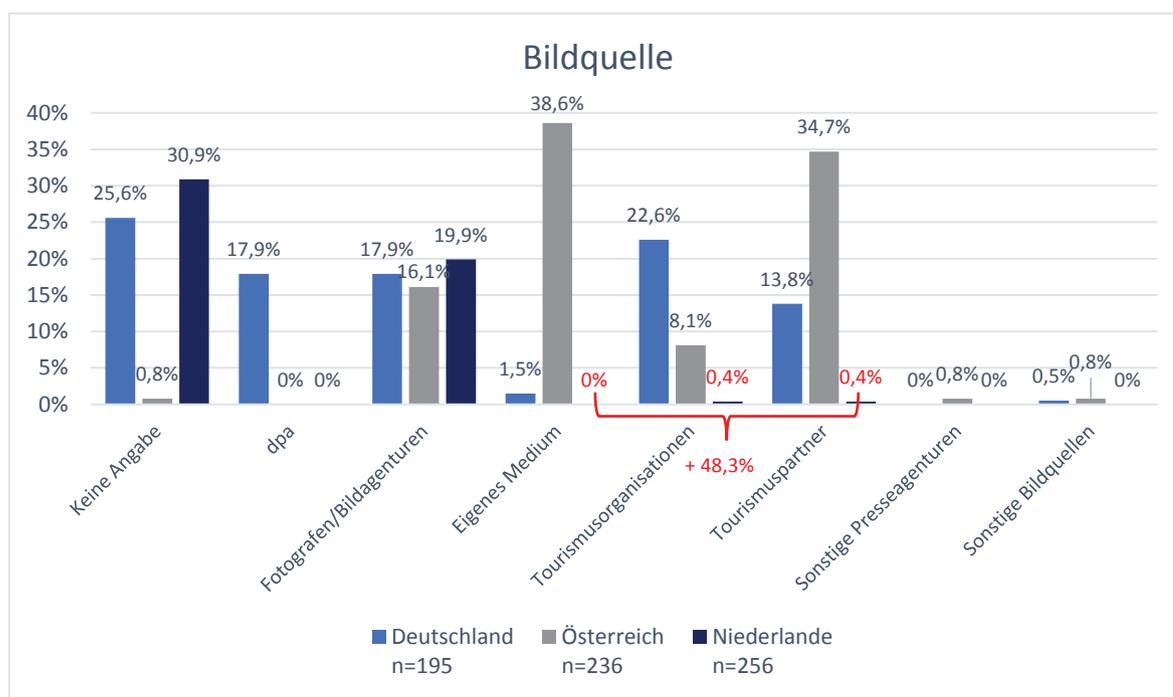


Abb. 18: Bildquelle

Bildquellen liefern Informationen über die wichtigen Beschaffungskanäle und die Herkunft der visuellen Online-Inhalte. Die Angabe der Herkunft eines Bildes ist zudem als eine Form der Sorgfaltspflicht zu bezeichnen (vgl. Grittmann 2007: 347). Zwar kann man sich bei der Veröffentlichung von Bildern auf eine gesetzliche Schranke (§ 51 UrhG, § 52a UrhG) oder auf eine breite Lizenz beziehen. Sowohl die CC-BY-Lizenz (§ 3) als auch die Schranken

des deutschen Urheberrechts (§ 63 UrhG) fordern jedoch eine Quellenangabe der veröffentlichten Inhalte, die nach § 13 UrhG dem Persönlichkeitsrecht des Autors dienen soll (vgl. Grittmann 2007: 347; Beurskens o. J.: 1).

Aus den Untersuchungen geht hervor, dass das Fehlen einer Urheberangabe bei einem großen Anteil der analysierten Bilder festzustellen ist (siehe Abb. 18). Etwas weniger als ein Drittel (30,6 Prozent) aller Fotografien auf den niederländischen Internetseiten weist keine Urhebernennung auf. Dieser Wert bezieht sich insbesondere auf den Webauftritt lamsterdam.com, bei dem rund 60 Prozent der erfassten Bilder ohne Quellenangabe sind. Zudem zeichnet sich der Auftritt durch das Fehlen eines ausführlichen Impressums aus. Etwa ein Fünftel aller auf lamsterdam.com erfassten Bilder, die eine Urhebernennung haben, stammt von Fotografen und/oder Bildagenturen und wurde zum Teil via Flickr veröffentlicht. Auf der Webseite Holland.com stehen die Quellenangaben nur noch im Impressum, sodass die Abstammung jedes einzelnen Bildes nicht nachvollziehbar ist. Dies macht eine genaue prozentuale Zuordnung der Bildquellen zu jeder Kategorie ebenso nicht möglich. So sind es insgesamt 48,3 Prozent der Fotografien, die von der Webseite Holland.com stammen und deren Quellen den Kategorien „Eigenes Medium“, „Tourismusorganisationen“ und „Tourismuspartner“ zuzuordnen sind.

Betrachtet man die Webauftritte von Deutschland, weist hier leicht über ein Viertel (25,6 Prozent) der Fotografien keine Urhebernennung auf. Rund 18 Prozent aller erfassten Bilder stammen von der Deutschen Presseagentur. Dieser Wert bezieht sich auf die Internetseite Berlin.de und macht somit etwa 44 Prozent der auf Berlin.de erfassten Fotos aus. Hingegen stammt mehr als ein Fünftel (22,6 Prozent) der Fotoaufnahmen von anderen touristischen Verbänden und Organisationen. Diese Bildquelle hat sich vor allem die Deutschen Zentrale für Tourismus auf Germany.travel zu Eigen gemacht. Von dort stammen etwa 38 Prozent der auf Germany.travel erfassten Fotos. Dasselbe betrifft auch die Beschaffung von Bildern von den unterschiedlichen Tourismuspartnern bzw. -kooperatoren wie Museen, Freizeitparks, Hotels, Geschäften, Vereinen, Stadtverwaltung etc. Rund 14 Prozent der Fotografien werden zum größten Teil von dieser Quelle durch Germany.travel bezogen. Eine weitere Fotoquelle sind die freien Fotografen, die ihre eigene Werbeagentur betreiben oder ihre Bilder durch verschiedene Bildagenturen wie z. B. iStock Photo oder Fotolia vertreiben. Rund 18 Prozent aller erhobenen Bilder stammen von dieser Quelle. Der Anteil an eigenen Fotografien, die den Medieninhaber und Herausgeber der zu untersuchenden Webseiten als Quellennachweis haben, ist dagegen verschwindend gering und beträgt nur noch 1,5 Prozent.

Im Gegensatz zu den deutschen und niederländischen Webseiten stellen die österreichischen Internetauftritte ein Paradebeispiel dar. Nur noch 0,8 Prozent aller erhobenen Aufnahmen weisen keinen Fotovermerk auf. Die Hauptquellen sind hier mit dem Anteil von

38,6 Prozent die eigenen Fotografien, die auf die Bedürfnisse des Medieninhabers zugeschnitten werden, sowie die Bilder von verschiedenen Tourismuspartnern und -kooperatoren, deren Zahl sich auf 34,7 Prozent beläuft. Danach folgen solche Bildquellen wie Fotografen und freie Bildagenturen, die mit 16,1 Prozent vertreten sind, sowie auch sonstige Tourismusorganisationen, deren Anteil 8,1 Prozent beträgt. Nur noch zwei Bilder (0,8 Prozent) stammen von dem Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien.

Nach der Betrachtung einzelner Bildquellen auf den deutschen, österreichischen und den niederländischen Internetauftritten lässt sich Folgendes festhalten: Während die Fotos von Agenturen und Fotografen etwa in gleichem Maße bezogen werden, lassen sich vor allem signifikante Unterschiede bei der Nutzung von Bildern von Tourismusorganisationen und -partnern sowie auch aus dem eigenen Bildarchiv feststellen. Der Vorreiter beim Einsatz von eigenen Fotografien und Bildern von Tourismuskoooperatoren ist Österreich, während die Hauptquellen der deutschen Webseiten Deutsche Presseagentur und Tourismusorganisationen sind. Bei den niederländischen Webseiten lässt sich das aufgrund keiner eindeutigen Quellenangaben auf Holland.com nicht beurteilen. Anzumerken ist auch der hohe Anteil an Fotografien auf den deutschen und niederländischen Internetauftritten, die ohne Quellenangabe veröffentlicht sind.

5.3.3.6. Personen- und Sachaufnahmen

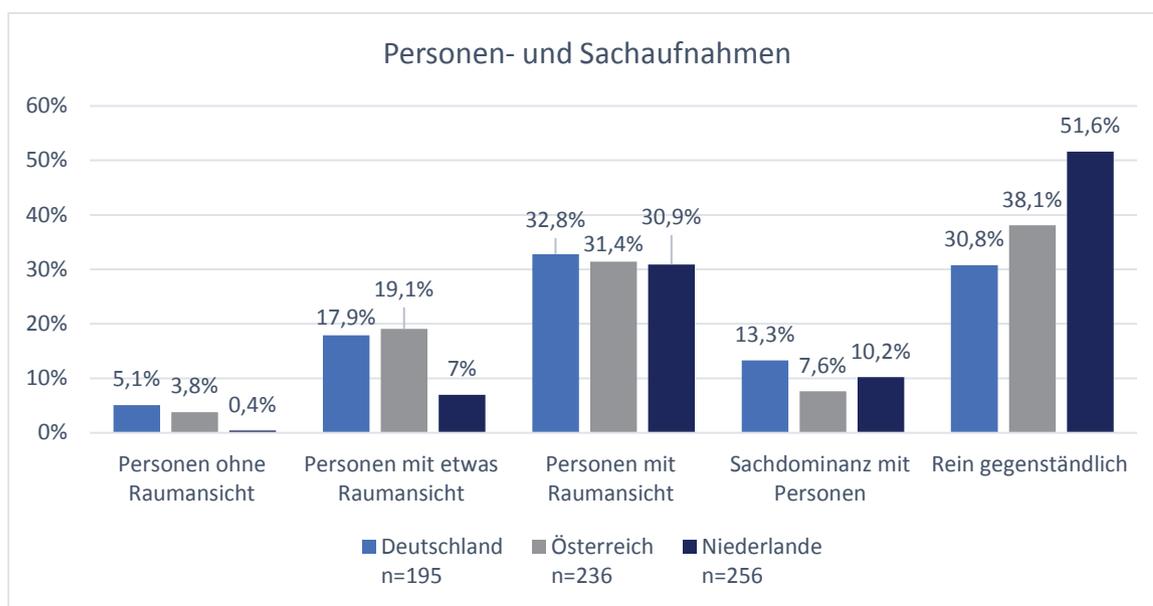


Abb. 19: Personen- und Sachaufnahmen

Personen- resp. Sachdominanz legt das Verhältnis von Person und Raum im Bild fest. Man spricht von Personendominanz, wenn Personen und/oder ihr Handeln im Vordergrund des Geschehens stehen. Die Sachdominanz liegt dagegen dann vor, wenn ein Gegenstand oder ein Objekt das Hauptbildmotiv darstellt. Auf solchen Bildern können auch Personen abgebildet sein. Sie dienen jedoch als Staffage – ihre Handlung ist unbedeutend (vgl. Grittmann 2007: 427). Die Aufteilung der Fotos in Personen- und Sachaufnahmen legt nahe, durch welche Bilder das jeweilige Land nach außen repräsentiert wird – sind es viel mehr

Personenfotografien, die einen klaren Akzent auf die abgebildeten Bildproduzenten und ihre Umgebung setzen, oder Fotoaufnahmen, die das Land durch Sehenswertes, immanente Merkmale und natürliche Schätze vertreten.

Die Aufteilung der Fotografien dreier Länder in Personen- und Sachaufnahmen ergab folgendes Bild (siehe Abb. 19): Während Personenaufnahmen auf den deutschen und österreichischen Internetauftritten insgesamt mit 55,8 bzw. 54,3 Prozent dominieren – wobei hier der Unterschied zu den eingesetzten Sachaufnahmen inklusive Staffagen nicht so groß ist – liegt der prozentuale Wert der Sachfotografien bei den niederländischen Webseiten mit 61,8 Prozent deutlich über dem Wert der verwendeten Personenbilder. Anzumerken ist dabei, dass 51,6 Prozent der Fotografien davon rein gegenständlich sind. Auch auf den deutschen und österreichischen Internetseiten kommen rein gegenständliche Aufnahmen öfters als Sachfotos vor, auf denen die abgebildeten Bildproduzenten als Staffage dienen. Bei den Personenaufnahmen, die sich in „Personen ohne Raumansicht“, „Personen mit etwas Raumansicht“ und „Personen mit Raumansicht“ unterteilen, ist die letztere Gruppe bei allen drei Ländern gleichermaßen – mit etwa einem Drittel der Bilder – vertreten. Das verdeutlicht vor allem die Wichtigkeit, die abgebildeten Personen und ihr Handeln mit einem bestimmten Ort zu verbinden und als ein untrennbares Ganzes darzustellen. Deswegen kommen die Aufnahmen der Gruppe „Personen mit etwas Raumansicht“ seltener vor, etwa bei einem Fünftel der Bilder (17,9 und 19,1 Prozent) auf den deutschen und österreichischen und nur bei 7 Prozent auf den niederländischen Webauftritten. Die Gruppe „Personen ohne Raumansicht“ ist schließlich kaum vertreten. Der Einsatz von den Fotos mit Personen, die keinen konkreten Bezug zu irgendeinem Ort haben und die Nutzer ausschließlich durch Emotionen bzw. Handeln ansprechen sollen, tritt bei allen drei Ländern deutlich zurück.

5.3.3.7. Personenaufnahmen: thematische Gliederung

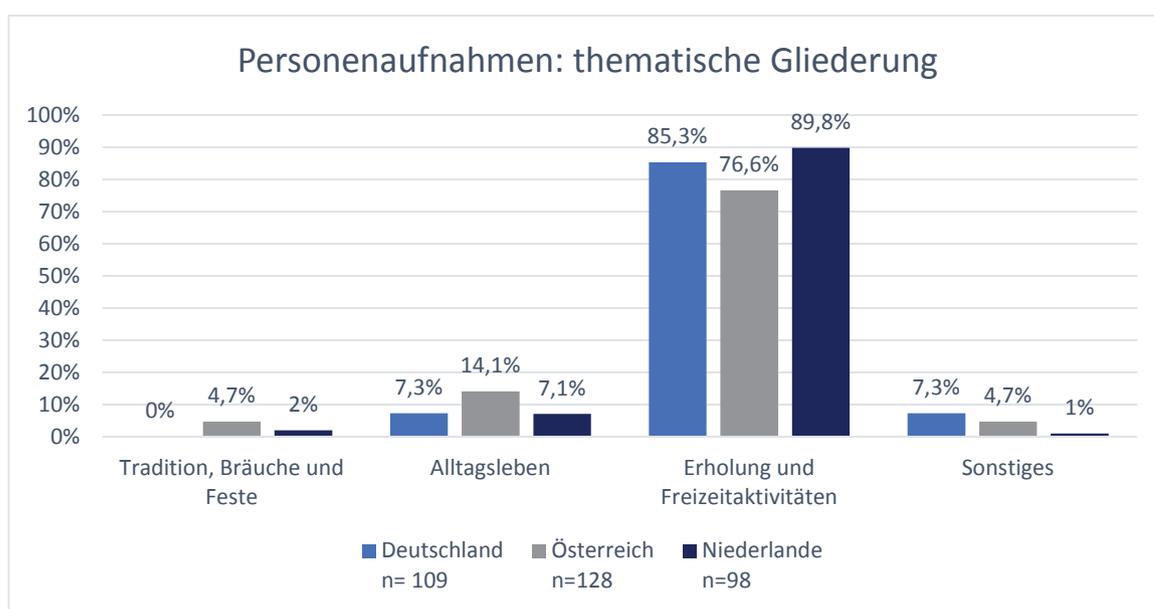


Abb. 20: Personenaufnahmen: thematische Gliederung

Die thematische Gliederung des Bildmaterials soll zu dessen Einordnung in Gruppen und der entsprechenden Bildtypenbildung beitragen. Damit werden auch die meist behandelten Themen festgehalten. Interessant erscheint die Tatsache, dass solche Thematik wie „Tradition, Bräuche und Feste“, die traditionelle Märkte, Volksfeste und altertümliches Leben des Landes repräsentieren soll, kaum behandelt wird (siehe Abb. 20). Sogar die Fotografien aus der Gruppe „Alltagsleben“, die solche alltäglichen Aufgaben und Pflichten wie Arbeiten oder den Haushalt führen (Einkaufen, Aufräumen, Kochen etc.) implizieren, werden etwas häufiger verwendet. Unter der Kategorie „Sonstiges“, die im Vergleich zur Gruppe „Tradition, Bräuche und Feste“ nicht so gering ausfällt, wurden Bilder erfasst, die thematisch zu keiner der genannten Gruppe zugeordnet werden konnten. Zudem handelt es sich um die Aufnahmen, die Personen ohne konkrete Handlung und eindeutige Hinweise auf deren Aufenthaltsort abbilden, und dementsprechend in Form von Porträts, Gruppenfotos etc. vorliegen. Das Hauptthema der analysierten Fotoaufnahmen bei Deutschland, Österreich und den Niederlanden ist erwartungsgemäß „Erholung und Freizeitaktivitäten“, das im Folgenden etwas ausführlicher beleuchtet werden soll.

5.3.3.7.1. Erholung und Freizeitaktivitäten

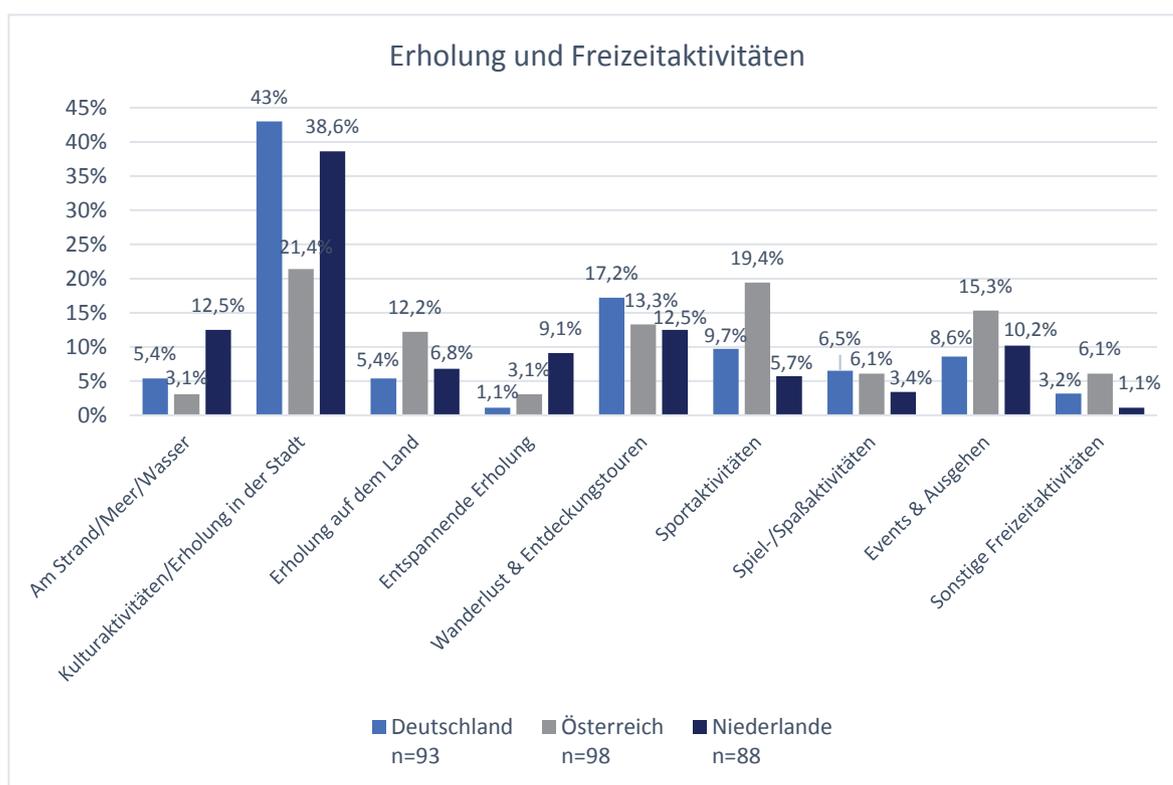


Abb. 21: Erholung und Freizeitaktivitäten

Alle drei Länder legen großen Wert auf Tourismus und verbinden die Repräsentation ihres Landes in erster Reihe mit touristischen Aktivitäten und Entdeckungstouren (siehe Abb. 21). Die deutschen und niederländischen Auftritte haben als Hauptthema „Kulturaktivitäten und Erholung in der Stadt“ (43 und 38,6 Prozent). Die hohen prozentualen Werte sind damit zu begründen, dass die Internetauftritte von den Hauptstädten der Länder in die Erhebung aufgenommen wurden und eine Vielzahl an städtischen Bildern präsentieren. Das kommt

allerdings bei den österreichischen Webseiten nicht vor. Zwar ist das Thema „Kulturaktivitäten und Erholung in der Stadt“ auch hier das meist verbreitete. Es inkludiert aber nur etwa ein Fünftel der Bilder (21,4 Prozent) und wird dicht von der Thematik „Sportaktivitäten“ (19,4 Prozent) gefolgt. Die weiteren, prozentual nahegelegenen Themen sind hier „Events und Ausgehen“ (15,3 Prozent), „Wanderlust und Entdeckungstouren“ (13,3 Prozent) und „Erholung auf dem Land“ (12,2 Prozent). Bei Deutschland stellt das zweite meist behandelte Thema mit 17,2 Prozent „Wanderlust und Entdeckungstouren“ dar. Bei den Niederlanden sind es solche Themen wie „Erholung am Strand/Wasser/Meer“ und „Wanderlust und Entdeckungstouren“ mit jeweils 12,5 Prozent, gefolgt von „Events und Ausgehen“ (10,2 Prozent) und „Entspannende Erholung“ (9,1 Prozent). Das letztere kommt genauso wie das Thema „Erholung am Strand/Wasser/Meer“ im Vergleich zu Deutschland und Österreich am häufigsten vor.

5.3.3.7.2. Abgebildete Bildproduzenten

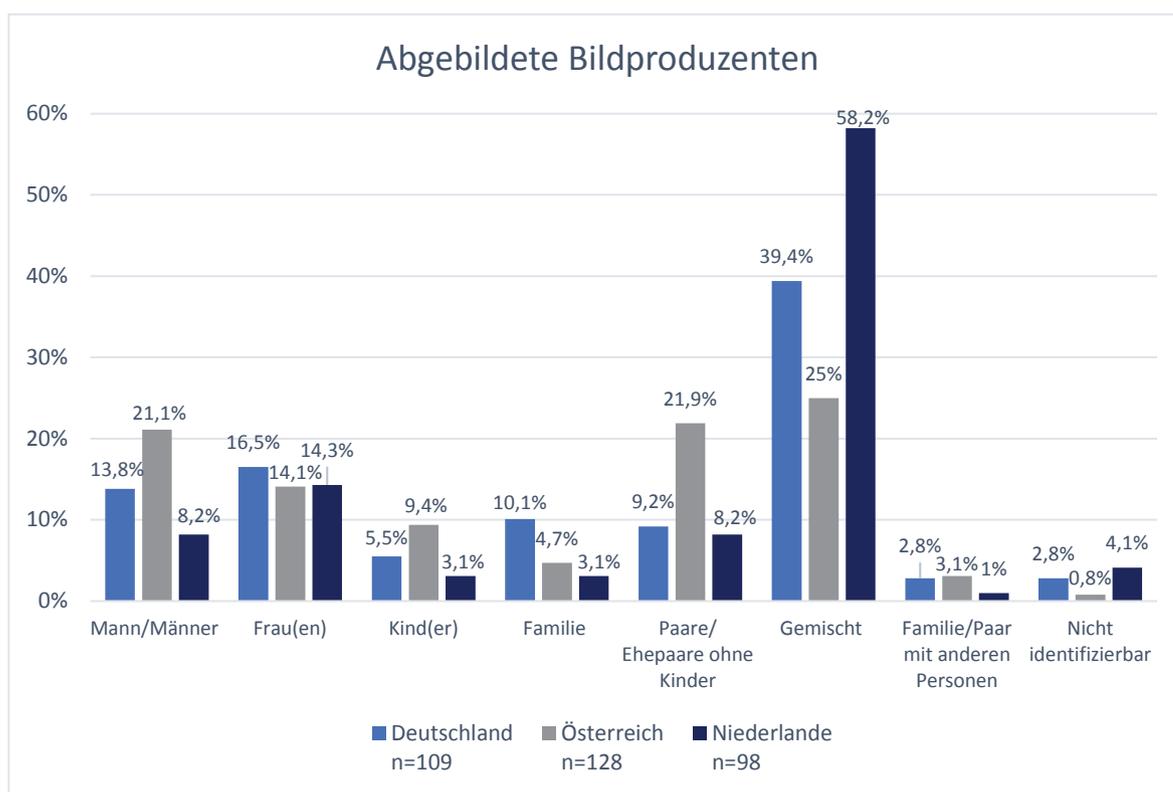


Abb. 22: Abgebildete Bildproduzenten

Die Erfassung der Hauptakteure bei Personenaufnahmen trägt in besonderem Maße zur Identifizierung der Zielgruppe des jeweiligen Landes bei, die durch die abgebildeten Bildproduzenten bewusst oder auch unbewusst angesprochen wird. Die folgende Tendenz ist hier zu verzeichnen: Auf den Webauftritten aller drei Länder dominiert die Kategorie „Gemischt“, die für Menschenmengen (Frauen, Männer, Kinder) und Personen gilt, bei denen entweder aufgrund einer weiten Entfernung bzw. geringen Bildauflösung das Geschlecht nicht identifiziert oder keine erkennbare Zugehörigkeit zueinander festgestellt werden kann. Bei den niederländischen Webseiten sind es 58,2 Prozent aller Personenaufnahmen, die diese Kategorie repräsentieren und somit nicht nur alle Geschlechter, sondern auch eine

breit gefächerte Zielgruppe von Frauen, Männer und Kinder unterschiedlichen Alters umspannen (siehe Abb. 22). Bei den deutschen Internetseiten sind es 39,4 Prozent aller Personenfotos, die die Variable „Gemischt“ vertreten.

Bemerkenswert erscheint die prozentuale Aufteilung von Hautaktoren nach unterschiedlichen Kategorien bei den österreichischen Internetseiten. Wie bereits erwähnt, stellt die Variable „Gemischt“ auch hier die meist vertretene Kategorie dar, umfasst allerdings im Vergleich zu Deutschland und den Niederlanden nur ein Viertel aller erfassten Personenaufnahmen, dicht gefolgt von den Kategorien „Paare/Ehepaare ohne Kinder“ (21,9 Prozent) und „Mann/Männer“ (21,1 Prozent). Die letztere übertrifft sogar die Kategorie „Frau(en)“, die nur mit 14,1 Prozent vertreten ist. Auch die Variable „Kinder“ ist bei den österreichischen Webauftritten mit 9,4 Prozent im Gegensatz zu den deutschen (5,5 Prozent) und niederländischen Internetseiten (3,1 Prozent) am meisten vertreten. Die Kategorien „Familie“ und „Familie/Paar mit anderen Personen“ sind dagegen mit 4,7 Prozent bzw. 3,1 Prozent verschwindend gering.

Bei den deutschen Webauftritten kommt an zweiter Stelle die Gruppe „Frau(en)“ mit 16,5 Prozent, gefolgt von den Gruppen „Mann/Männer“ (13,8 Prozent), „Familie“ (10,1 Prozent) und „Paare/Ehepaare ohne Kinder“ (9,2 Prozent). Die Variable „Familie/Paar mit anderen Personen“ beträgt hier nur noch 2,8 Prozent. Auch bei den niederländischen Webseiten nimmt die zweite Stelle die Gruppe „Frau(en)“ mit 14,3 Prozent ein, gefolgt von den Kategorien „Mann/Männer“ und „Paare/Ehepaare ohne Kinder“ mit je 8,2 Prozent. Die Variablen „Familie“ mit 3,1 Prozent und „Familie/Paar mit anderen Personen“ mit nur noch einem Prozent fallen dagegen gering aus.

5.3.3.7.3. Kamerablick

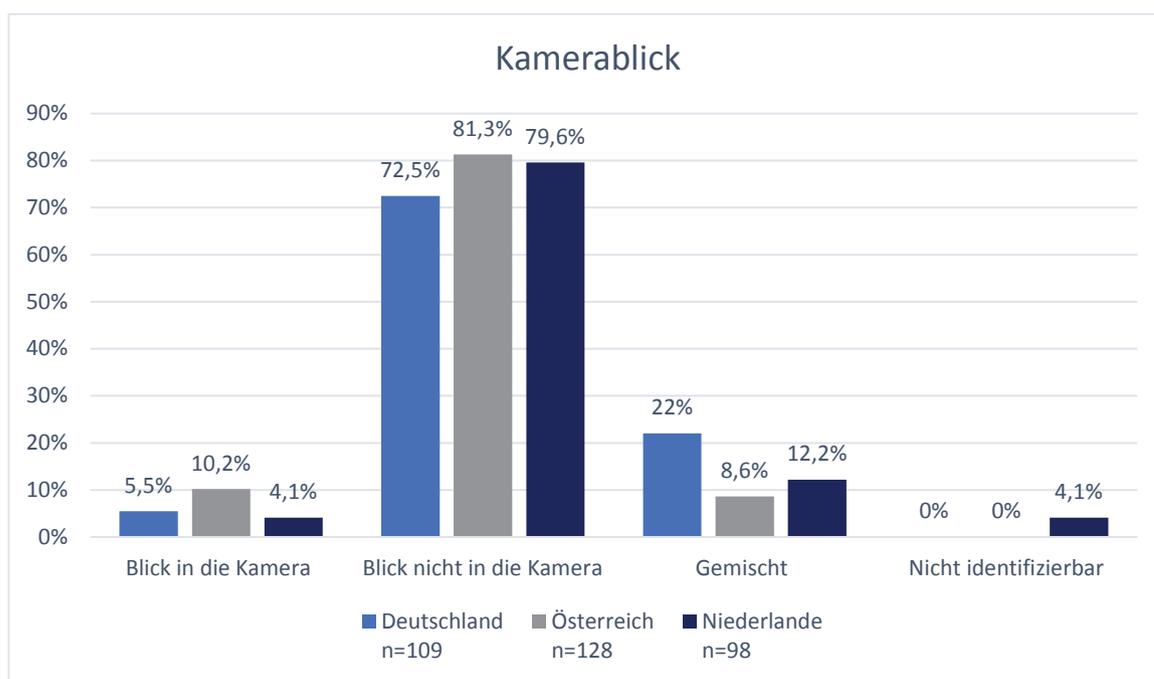


Abb. 23: Kamerablick

Durch den Blick der abgebildeten Bildproduzenten in die Kamera werden Beziehungen zum Bildbetrachter aufgenommen und seine Rolle als Teilnehmer, der in das dargestellte Sujet eingebunden wird, konstituiert. In der Werbebranche wird z. B. der Kamerablick dafür eingesetzt, um die Glaubwürdigkeit der werblichen Versprechen durch einen direkten Blickkontakt mit dem Zuschauer bzw. Bildbetrachter zu untermauern und zur weiteren Handlung, i. d. R. zum Kauf eines Produktes zu bewegen. In Bezug auf die Webseiten der Länder kann ein Blick in die Kamera nicht nur eine überzeugende, sondern auch eine einladende Wirkung haben, um den Bildbetrachter abholen und ihn persönlich und emotional ansprechen zu können. Im Fotojournalismus wird dagegen die „Natürlichkeit“ der Aufnahme oder besser gesagt die „Illusion des Naturalismus“ angestrebt (vgl. Grittmann 2007: 281), die durch einen „unbewachten Augenblick“ (Salomon 1978), als sei der abgebildete Bildproduzent unbemerkt beobachtet worden, erreicht wird. Das bedeutet, dass der Fotograf in das Bildgeschehen nicht eingreift, wodurch sich die Wirklichkeit – unabhängig vom Grad der Inszenierung – in ihrer natürlichen Form abbilden lässt (vgl. Grittmann 2007: 281f.). Das Blicken in die Kamera erscheint demzufolge in der klassischen, ereignisbezogenen Pressefotografie als unprofessionell (vgl. Becker 2004: 154).

Betrachtet man die Ergebnisse der auf den Internetseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden erhobenen Bilder, lässt sich hier eine klare Tendenz erkennen. Bei allen drei Ländern dominieren mit einem großen Abstand Fotoaufnahmen, die die Aufgenommenen mit einem der Kamera abgewandten Blick darstellen (siehe Abb. 23). Das sind 72,5 Prozent aller Fotos auf den deutschen, 81,3 Prozent auf den österreichischen und 79,6 Prozent auf den niederländischen Webseiten. Der Einsatz von Fotografien mit den in die Kamera blickenden Personen fällt dagegen sehr gering aus. Nur 5,5 Prozent aller erfassten Bilder auf den deutschen und 4,1 Prozent auf den niederländischen Webauftritten zeigen die abgebildeten Bildproduzenten mit einem der Kamera zugewandten Blick. Lediglich auf den österreichischen Internetseiten fällt der prozentuale Wert mit 10,2 Prozent etwas höher aus und gelangt somit nach der Variable „Blick nicht in die Kamera“ an die zweite Stelle, dicht gefolgt von der Kategorie „Gemischt“ mit 8,6 Prozent. Diese Kategorie, die die Bildaufnahmen von mehreren Personen inkludiert, deren Blicke teils in die Kamera gerichtet sind und teils nicht, ist dagegen bei Deutschland und den Niederlanden besser vertreten. 22 Prozent der erhobenen Bilder auf den deutschen und 12,2 Prozent auf den niederländischen Webseiten gehören zu dieser Kategorie.

Zwar handelt es sich bei dem untersuchten Bildmaterial um kein klassisches Werbematerial, das ausschließlich zur direkten Vermarktung eines Produktes dienen soll. Der minimale Einsatz von Fotografien, auf denen Personen mit einem der Kamera zugewandten Blick abgebildet sind, fiel jedoch unerwartet gering aus. Auch die eventuelle Zusammenführung der beiden Kategorien „Blick in die Kamera“ und „Gemischt“, die weniger als ein Drittel bei den deutschen und weniger als ein Fünftel bei den österreichischen und niederländischen Webseiten ergeben würde, führte – verglichen mit der Variable „Blick nicht in die Kamera“

– keine hohen Werte herbei. Es liegt die Vermutung nahe, dass damit eine bestimmte Vermarktungsstrategie verfolgt wird. Man möchte den Bildbetrachter in der Rolle eines unsichtbaren Beobachters unbemerkt und ungezwungen am Bildgeschehen teilnehmen lassen, einen Einblick in die Wirklichkeit und Authentizität des Landes geben und ihn vorsichtig, unaufdringlich einladen, es selbst zu entdecken und seine persönlichen Erfahrungen und Eindrücke über das Land zu sammeln – jenseits von möglichen Stereotypen und Vorurteilen.

5.3.3.7.4. Körperdarstellung

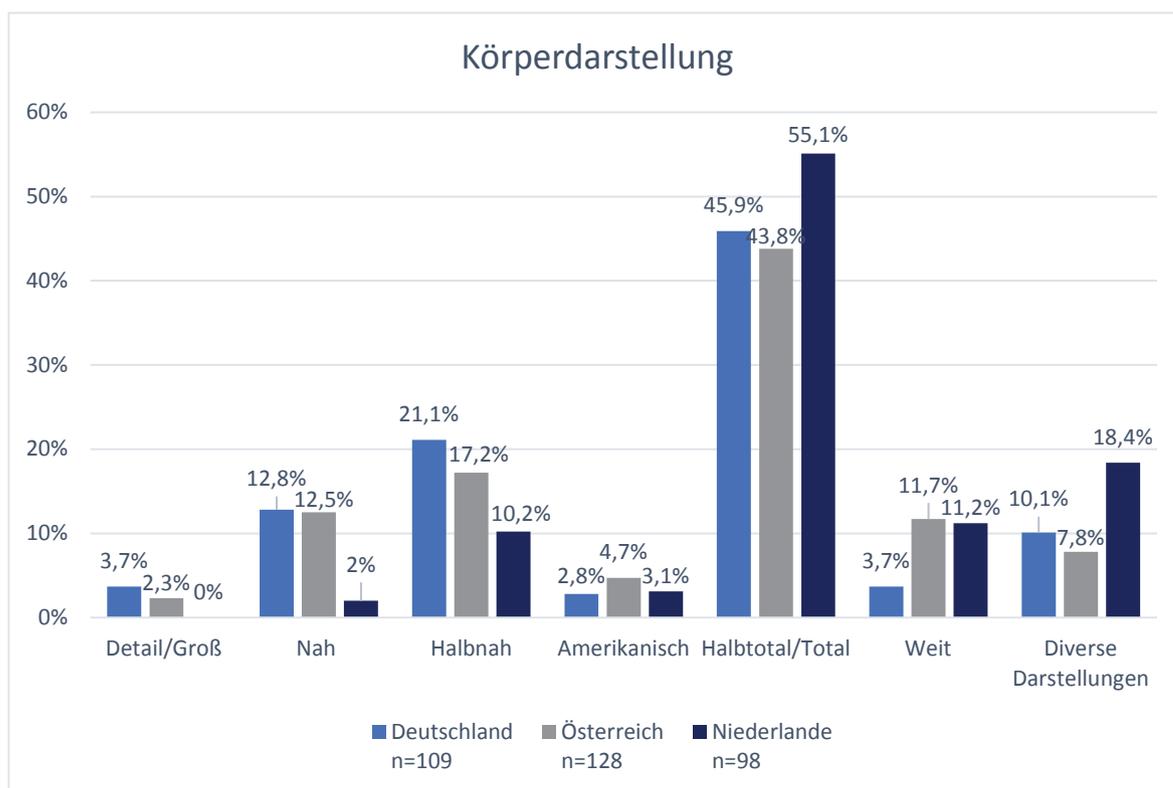


Abb. 24: Körperdarstellung

Ähnlich wie die Kameraperspektive kann auch die Einstellungsgröße als mögliches visuelles Gestaltungsmittel zur Beeinflussung des Bildbetrachters eingesetzt werden. Sie beschreibt sowohl die Distanz zu abgebildeten Bildproduzenten bzw. Objekten als auch den Raumausschnitt und lässt sich in folgende Typen differenzieren (vgl. Grittmann 2007: 88, 359): Detail und Groß, Nah, Halbnah, Amerikanisch, Halbttotal und Total, Weit (siehe Abb. 91 im Anhang). Die Variable „Diverse Darstellungen“ inkludiert Fotografien, auf denen mehrere Personen mit unterschiedlichen Einstellungsgrößen abgebildet sind.

Die mittleren Einstellungsgrößen von Nah bis Halbttotal/Total werden als natürlich und authentisch empfunden, weil sie genauso wie die Kameraperspektive „Augenhöhe“ mit dem menschlichen Blickwinkel zusammenhängen. Detail-/Groß- und Weitaufnahmen gelten dagegen als Extreme und schaffen eine sehr große Nähe bzw. Distanz zu abgebildeten Bildproduzenten oder Objekten (vgl. Grittmann 2007: 359). Die Einstellungsgröße „Amerikanisch“, bei der die aufgenommenen Personen bis zu den Knien abgebildet werden, stellt

eine Sonderform der Körperdarstellung dar. Sie findet ihren Ursprung in den amerikanischen Western-Filmen, in denen die Cowboys beim Duellieren mitsamt ihrer Waffe gezeigt werden.

Bei Personenaufnahmen kann zudem durch die Einstellungsgröße die soziale Distanz ermittelt werden, die sich in intime, persönliche (nahe und ferne), soziale (nahe und ferne) und öffentliche Distanz unterscheiden lässt. So wird z. B. bei den Einstellungsgrößen „Detail“ und „Groß“, bei denen nur der Kopf oder das Gesicht bzw. Teile des Gesichts zu sehen sind, eine intime Distanz erzeugt, bei der Schwächen und Verletzlichkeiten der Aufgenommenen offengelegt werden. Die nahe und ferne persönliche Distanz entspricht den Einstellungsgrößen „Nah“ (bis zur Brust) und „Halbnah“ (halbfigurig). Auch die amerikanische Körperdarstellung kann als die ferne persönliche Distanz betrachtet werden, obwohl diese in einem von Bell und Milic entwickelten Codiervorschlag nicht vorkommt. Die nahe und ferne soziale Distanz kommt bei den Körperdarstellungen „Halbtotale“ (ganzfigurig) und „Totale“ (ganzfigurig inkl. Umgebung) zustande; und die öffentliche soziale Distanz wird schließlich bei der Einstellungsgröße „Weit“ erzeugt, wo Torsos mehrere Personen abgebildet sind (vgl. Grittmann, Lobinger 2011: 155, 239; Grittmann 2007: 88; Kress, van Leeuwen 2006: S. 131).

Anhand der Ergebnisse wird deutlich, dass bei allen drei Ländern die mittlere Einstellungsgröße „Halbtotale/Totale“ (ganzfigurig) stark dominiert (siehe Abb. 24). Über die Hälfte aller codierten Bilder auf den niederländischen (55,1 Prozent) und je über zwei Fünftel auf den deutschen (45,9 Prozent) und österreichischen Webseiten (43,8 Prozent) weisen diese Einstellungsgröße auf. Das bedeutet, dass die Mehrheit der Bilder mit der nahen sowie auch fernen sozialen Distanz produziert wurde. Diese hat einen formalen Charakter und ist durch eine geschäftliche, unpersönliche Interaktion gekennzeichnet. Hier lässt sich ein unmittelbarer Zusammenhang mit der oben bereits behandelten Kategorie „Kamerablick“ erkennen. Dadurch, dass es sich vorwiegend um eine unpersönliche soziale Distanz nach dem Prinzip „Stand away so I can look at you“ handelt, ist auch die Dominanz der Personenaufnahmen mit den der Kamera abgewandten Blicken nachvollziehbar und schlüssig. Im Gegensatz zu der öffentlichen sozialen Distanz ist der Bildbetrachter im Falle der nahen bzw. fernen sozialen Distanz kein Fremder, bleibt jedoch als unabhängiger Beobachter des Geschehens mit den abgebildeten Bildproduzenten auf einer formalen, geschäftlichen Ebene und befindet sich von ihnen nicht zu nah und nicht zu fern (vgl. Kress, van Leeuwen 2006: 124f.). Aus diesem Grund spielt auch der Blickkontakt der abgebildeten Bildproduzenten zum Bildbetrachter eine nachrangige Rolle.

Die Körperdarstellung „Halbnah“ (halbfigurig) kommt bei den deutschen Fotoaufnahmen mit etwas mehr als einem Fünftel (21,1 Prozent) und bei den österreichischen mit 17,2 Prozent an zweiter Stelle. Bei den Niederlanden ist dieser Wert nur etwa halb so groß und beläuft sich auf 10,2 Prozent. Die zweite Stelle nimmt hier mit 18,4 Prozent die Variable

„Diverse Darstellungen“ ein, die wiederum bei Deutschland und Österreich mit 10,1 bzw. 7,8 Prozent geringer ausfällt.

An dritter Stelle folgt bei Deutschland und Österreich mit 12,8 bzw. 12,5 Prozent die Kategorie „Nah“, bei der die abgebildeten Personen von Kopf bis zur Brust dargestellt werden. Bei den Niederlanden ist dieser Wert unbedeutend und beträgt nur noch 2 Prozent.

Die Einstellungsgrößen „Detail/Groß“ und „Amerikanisch“ fallen bei allen drei Ländern verschwindend gering aus, wobei die erstere bei den Niederlanden gar nicht vorkommt. Interessant erscheint auch die Tatsache, dass während die extreme Einstellungsgröße „Detail/Groß“ kaum ihre Anwendung findet, kommt die extreme Körperdarstellung „Weit“ bei den Niederlanden an dritter (11,2 Prozent) und bei Österreich an vierter Stelle (11,7 Prozent). Der Einsatz von extremen Einstellungsgrößen auf den deutschen Webseiten wird dagegen mit jeweils 3,7 Prozent gering gehalten.

5.3.3.7.5. Gestik

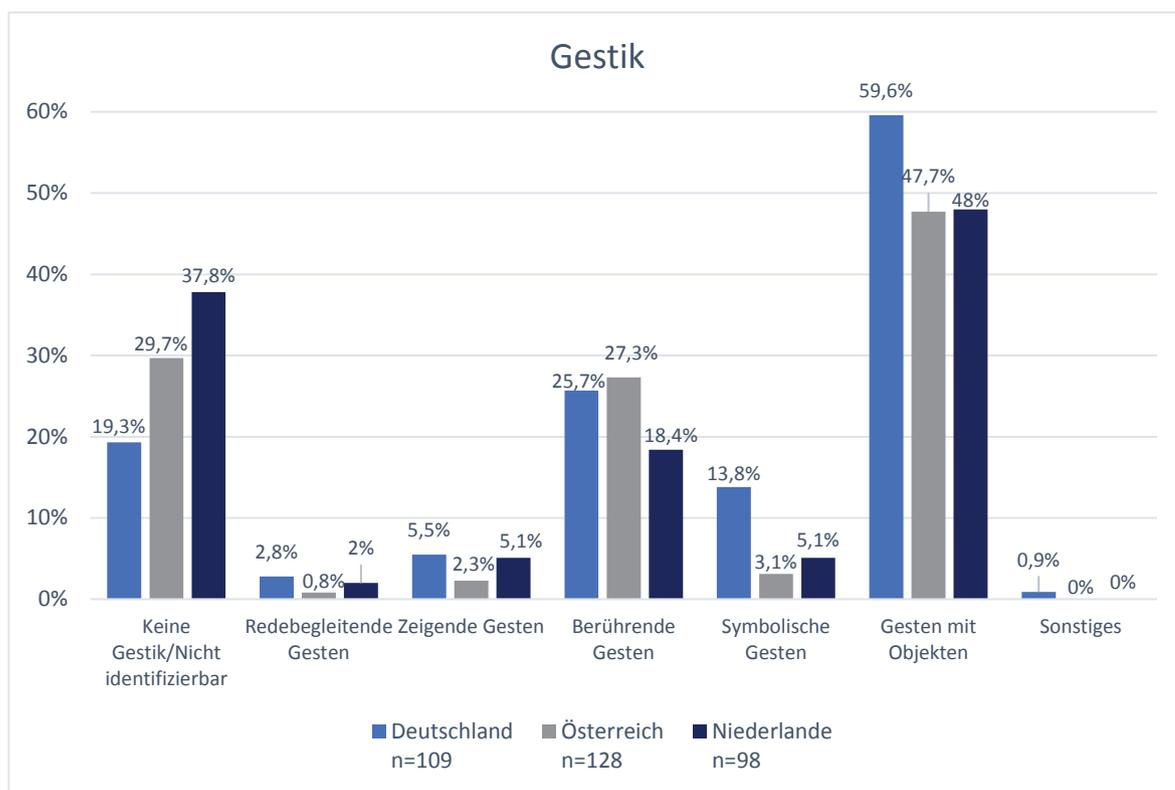


Abb. 25: Gestik

Der Psychologe Dr. Albert Mehrabian entwickelte in seiner Forschungsarbeit über die non-verbale Kommunikation die 7-38-55-Regel, die die Wichtigkeit der Körpersprache und des Tonfalls in der zwischenmenschlichen Kommunikation unterstreicht. Die Stimme, mit der die Botschaft transportiert wird, ist um rund 5,5 Mal wichtiger als die Worte bzw. der kommunizierte Inhalt. Das entspricht einem Verhältnis von 7 zu 38 Prozent. Die dabei verwendete Körpersprache ist aber 1,5 Mal wichtiger als die Stimme, was einem Verhältnis von 38 zu 55 Prozent entspricht. Das bedeutet, dass bei der Bewertung und Wahrnehmung von Personen die Körpersprache und die Stimmlage ausschlaggebend sind – auch im Fall der

Widersprüchlichkeit zwischen dem kommunizierten Inhalt und der Stimmlage bzw. der Körpersprache. So bestimmt bspw. eine sarkastische Stimme die Bedeutung der ganzen Botschaft, obgleich die vermittelten Worte positiv sind (vgl. Mehrabian 2007: 181f.; Ehlers 2013).

Insbesondere in der Fotografie, wo ausschließlich die Körpersprache der aufgenommenen Personen festgehalten werden kann, ist die nonverbale Kommunikation von großer Bedeutung, um anhand von Mimik, Gestik und Körperhaltung der abgebildeten Bildproduzenten Einfluss auf die Verständlichkeit der vermittelten Botschaft und deren Wirkung auf den Bildbetrachter zu haben. Sowohl bei Deutschland (59,6 Prozent) als auch bei Österreich (47,7 Prozent) und den Niederlanden (48 Prozent) ist die Abbildung von Personen, deren Gestik mit unterschiedlichen Objekten erfolgt, dominant (siehe Abb. 25). Das sind solche Gegenstände, deren Bedeutung sich für den Bildbetrachter auf die aufgenommenen Personen übertragen kann aber nicht muss. Funktionsgegenstände weisen in diesem Fall auf keine besondere Bedeutung hin. Der Regenschirm schützt lediglich vor Regen. Dagegen stehen solche Gegenstände wie z. B. Ball oder Fahrrad für eine aktive Freizeitgestaltung, während z. B. ein geschlossenes Buch in der Hand seines Besitzers ein symbolisches Attribut seiner Bildung bzw. des Wissens sein kann (vgl. Pasquinelli 2005: 20). Beim erfassten Bildmaterial handelt es sich vorwiegend um solche Objekte und Gegenstände wie Fahrräder, Gläser und Besteck, Landkarte, Ski-, Kletter- oder Wanderausrüstung, Musikinstrumente, Tiere, Essen, Bücher, Telefone etc., die sowohl auf eine aktive als auch entspannte Erholung hindeuten können.

Bei mehr als einem Drittel der erhobenen Fotografien auf den niederländischen (37,8 Prozent) und bei rund 30 Prozent auf den österreichischen Webseiten werden Personen mit keiner ausgeprägten Gestik abgebildet. Ein etwas höherer Wert ist bei den Niederlanden teilweise auf den Einsatz von vielen kleinen Bildern zurückzuführen, auf denen einige Gesten nicht identifiziert werden konnten. Die Variable „Keine Gestik“ nimmt somit bei Österreich und den Niederlanden die zweite Stelle ein, während sie bei Deutschland mit 19,3 Prozent an dritter Stelle kommt. An die zweite Stelle gelangen bei Deutschland mit etwas mehr als einem Viertel „Berührende Gesten“ (25,7 Prozent), die bei Österreich mit 27,3 Prozent und bei den Niederlanden mit 18,4 Prozent vertreten sind. Dabei handelt es sich sowohl um Gestik, die am eigenen Körper vollzogen wird, z. B. verschränkte Arme, die Hand am eigenen Kinn, an der Wange oder auf der Hüfte, als auch um Gesten, die an einer anderen Person vollzogen werden, z. B. die Hand auf die Schulter oder den Arm um eine Person legen, Handschlag, sich an den Händen halten, Umarmung etc.

Mit der Deutung von Gestik hat sich Barbara Pasquinelli in ihrem Werk „Körpersprache. Gestik, Mimik, Ausdruck“ ausführlich befasst. Die Geste der auf der Brust ruhenden Hand lenkt z. B. die Aufmerksamkeit auf das Innenleben der Figur und zeigt eine starke emotionale Anteilnahme (vgl. 2005: 44). Wenn die Hand jemandem auf die Schulter gelegt wird,

gilt diese Handlung als eine Absicht, jemanden zu ermutigen oder zu etwas aufzufordern (vgl. 2005: 66). Ruht die Hand der aufgenommenen Person auf Knie, Schenkel oder Hüfte, kann das als einen Ausdruck von Macht, Autorität und Willen (vgl. 2005: 71) oder auch als eine ruhende Körperhaltung interpretiert werden. Breitet eine Person ihre Arme um eine oder mehrere Personen aus, wird diese Geste häufig als Schutz oder Fürbitte gewertet (vgl. 2005: 92). Die verschränkten Arme weisen auf den Zustand der Untätigkeit einer Person hin, „die bei einer Handlung zwar anwesend ist, aber nicht aktiv teilnimmt, sondern lediglich die Rolle eines Zeugens, Zuschauers oder Zuhörers hat“ (Pasquinelli 2005: 114). Der Handschlag wird als Symbol des Einverständnisses, einer freundschaftlichen Beziehung oder als einen Gruß verstanden (vgl. 2005: 144).

Eine ausführliche Betrachtung einzelner Gesten, deren Bedeutung je nach Bildsujet und -kontext unterschiedlich ausfallen kann, ist ausschließlich im Rahmen der qualitativen Analyse möglich. Hier kann nur darauf hingewiesen werden, dass im Gegensatz zu den erfassten Personenfotografien auf den deutschen und niederländischen Webseiten, bei denen unter „Berührenden Gesten“ vor allem sich selbst berührende Gesten dominieren, weisen Personenaufnahmen auf den österreichischen Internetauftritten vermehrt Gesten auf, die gegenüber anderen Personen vollzogen werden.

Anzumerken ist auch die Variable „Symbolische Gesten“, die bei Deutschland mit rund 14 Prozent vertreten ist. Bei Österreich und den Niederlanden ist dieser Wert mit 3,1 bzw. 5,1 Prozent unbedeutend. Symbolische Gesten sind die sog. sprachersetzenden Zeichen, die sowohl kulturell erlernt als auch angeboren sein können. Das sind z. B. Victory- oder Okay-Zeichen, Daumen-Hoch-Geste, Applaus als Zeichen der Würdigung und Zustimmung, Winken, Arme vor Freude in die Höhe reißen, Hut ziehen als Zeichen des Begrüßens etc. (vgl. Seng 2011). Die weiteren Variablen „Redebegleitende Gesten“ und „Zeigende Gesten“ fallen im Gegensatz zu den anderen Kategorien verschwindend gering aus und sind deshalb für die weitere Betrachtung irrelevant.

5.3.3.7.6. Emotionen und Mimik

Emotionen sind die bildliche Darstellung menschlicher Gefühle und können an der Mimik und auch Gestik der abgebildeten Bildproduzenten festgestellt werden. Sie spielen genauso wie Gestik und Körperhaltung eine entscheidende Rolle, wenn es sich um die Vermittlung einer Botschaft und deren unmittelbare Wirkung auf den Bildbetrachter handelt. Bei dem analysierten Bildmaterial wurden Gesichtsausdrücke der Personen erfasst, die gut sichtbar resp. eindeutig erkennbar sind und solche manifesten Emotionen wie Freude, Traurigkeit, Überraschung, Nachdenklichkeit oder Neugier etc. darstellen.

Mit einem großen Abstand ist die Kategorie „Keine Emotionen/Nicht identifizierbar“ bei allen drei Ländern dominant (siehe Abb. 26): rund 61 Prozent aller erfassten Personenaufnahmen bei Deutschland, fast 78 Prozent bei den Niederlanden und mehr als ein Drittel (68,8

Prozent) bei Österreich. Diese Tendenz ist damit zu begründen, dass die Mimik der abgebildeten Personen aufgrund einer Vielzahl von den auf den Webseiten eingesetzten kleinformatigen Bildern – insbesondere im Fall von den Niederlanden (35,2 Prozent) – sowie auch von solchen Aufnahmen, die Menschenmenge oder dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandte Personen abbilden, nicht identifiziert werden konnte.

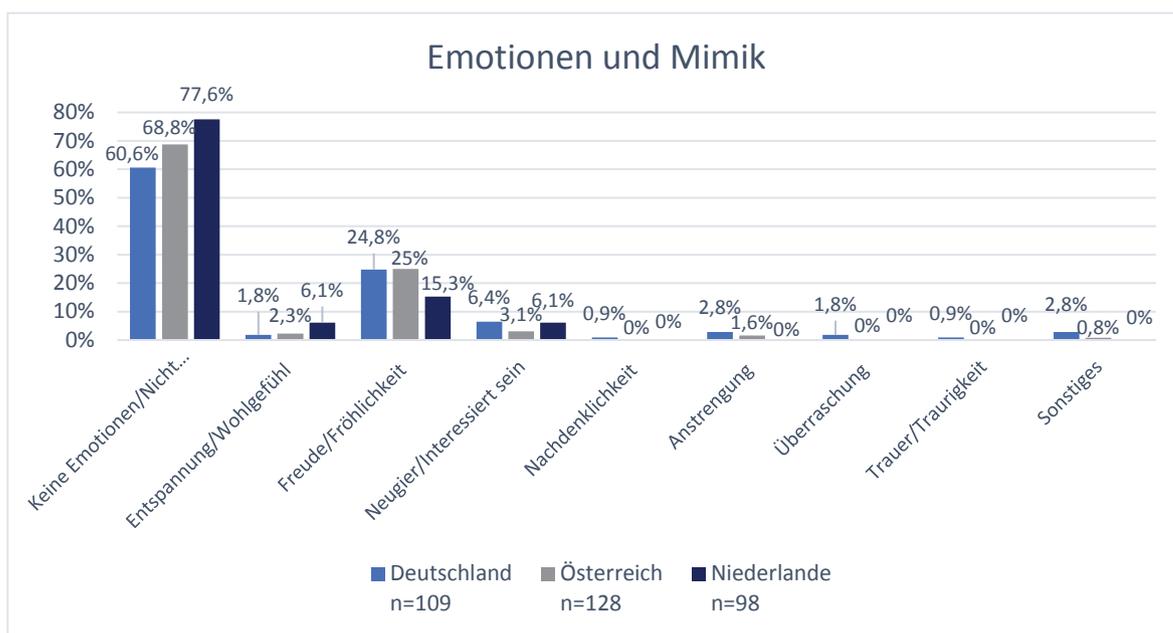


Abb. 26: Emotionen und Mimik

Die zweite meist vertretene Kategorie nach der Variable „Keine Emotionen/Nicht identifizierbar“ ist „Freude/Fröhlichkeit“. Bei rund einem Viertel der analysierten Personenaufnahmen auf den deutschen und genau einem Viertel auf den österreichischen Webauftritten kommt diese Emotion vor. Bei den Niederlanden beläuft sich dieser Wert auf 15,3 Prozent. Zwei weitere Emotionen, die vereinzelt dargestellt werden, sind „Entspannung/Wohlfühl“ und „Neugier/Interessiert sein“. Die erstere ist mehr auf den Fotos von den Niederlanden anzutreffen und stellt Personen dar, die eine entspannte Erholung am Strand, in der Sauna, in der Natur etc. genießen und i. d. R. durch solche Mimik wie geschlossene Augen, beschauliches, zufriedenes und entspanntes Gesicht gekennzeichnet sind. Im Vergleich zu Deutschland und Österreich, bei denen dieser Wert mit 1,8 bzw. 2,3 Prozent sehr gering ausfällt, sind es bei den Niederlanden 6,1 Prozent der Fotografien, die diese Emotion abbilden. Die Kategorie „Neugier/Interessiert sein“ kann größtenteils an der Körperhaltung der dargestellten Person festgestellt werden, wenn man z. B. etwas mit Interesse anschaut, etwa im Schaufenster oder beim Betrachten eines Exponats im Museum. Aber auch Wissensneugier beim Reisen, wenn eine Person der anderen etwas zeigt und diese mit Interesse und Aufmerksamkeit zuhört, fällt unter diese Kategorie. Der prozentuale Wert der genannten Emotion beträgt sowohl bei Deutschland als auch bei den Niederlanden rund 6 Prozent. Bei Österreich bleibt dieser Wert mit 3,1 Prozent genauso wie bei der Variable „Entspannung/Wohlfühl“ verschwindend gering. Die weiteren Emotionen wie Nachdenklichkeit, Überraschung und Trauer/Traurigkeit liegen bei Deutschland unter 2 Prozent und

kommen bei Österreich und den Niederlanden gar nicht vor. Dasselbe betrifft auch die prozentualen Werte der Kategorie „Anstrengung“, die bei Deutschland und Österreich unter 3 Prozent liegen und bei den Niederlanden gleich Null sind (zur Beschreibung einzelner Kategorien siehe Codebuch im Anhang).

5.3.3.7.7. Handlung der Personen

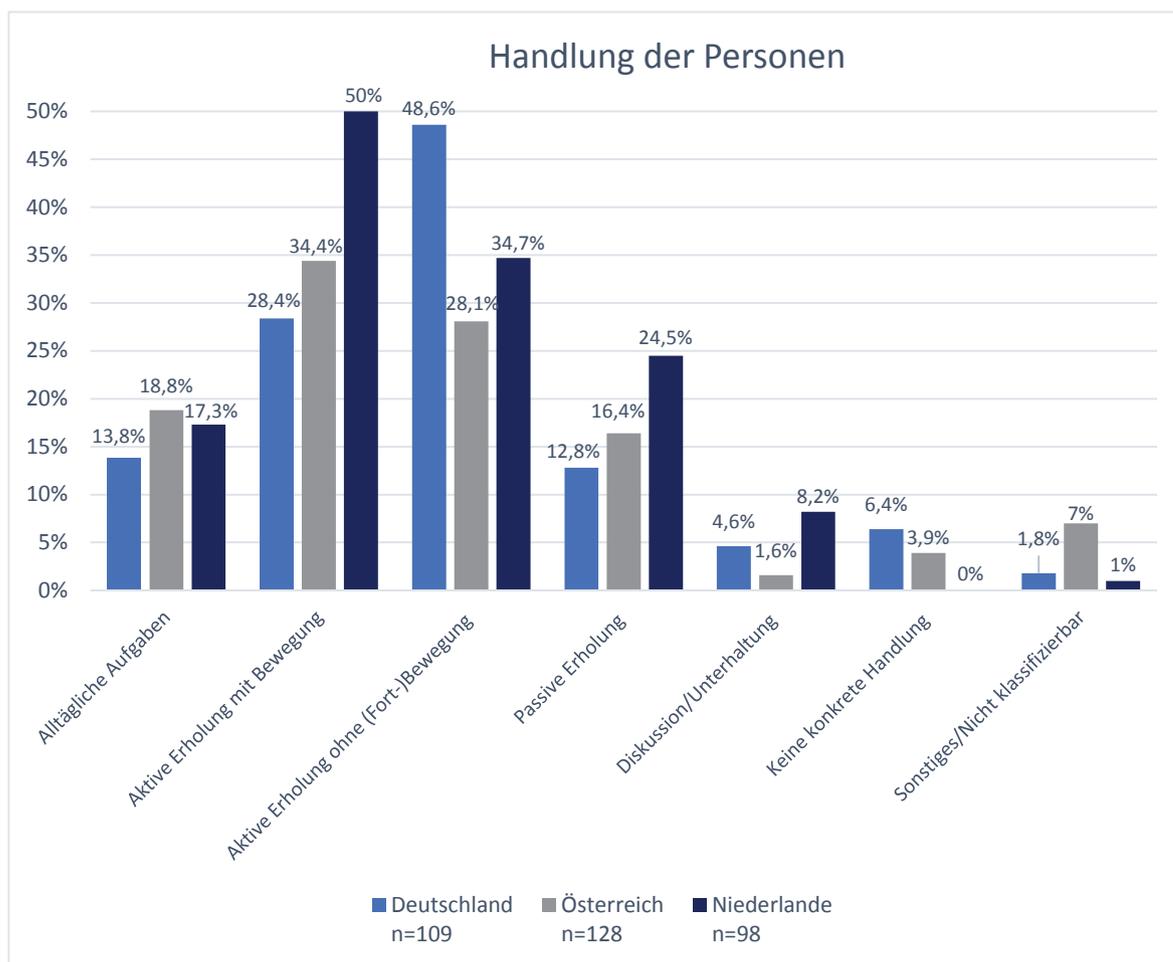


Abb. 27: Handlung der Personen

Die Erfassung der Handlung bzw. des Zustandes der abgebildeten Personen gibt Aufschluss über deren Tätigkeiten und Aktivitäten, die der Bildbetrachter in der Rolle eines unsichtbaren Beobachters anschauen bzw. in die er sich ein Stück weit versetzen soll. Da die für die Analyse herangezogenen Internetauftritte einen touristischen Vermarktungszweck haben, handelt es sich in erster Reihe um unterschiedliche Freizeitaktivitäten und Beschäftigungen, die eine Urlaubsatmosphäre schaffen und dem Bildbetrachter mannigfaltige Erholungsmöglichkeiten im Reiseland veranschaulichen sollen.

Die häufigsten Handlungen, die bei der Erfassung des Bildmaterials festgehalten wurden, sind „Aktive Erholung mit Bewegung“ und „Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung“ (siehe Abb. 27). Der Unterschied zwischen den beiden Erholungsarten besteht darin, dass die erste Erholungsvariante eine aktive Handlung der Akteure bzw. Personen in Aktion darstellt. Radfahren, Auto bzw. Boot selbst fahren, Laufen, Klettern, Spielen, Bummeln, Spazieren

etc. fallen unter diese Kategorie. Die Hälfte der erfassten Personenaufnahmen auf den niederländischen und leicht über ein Drittel (34,4 Prozent) auf den österreichischen Webauftritten stellen die aktive Erholung mit Bewegung dar, die bei diesen Ländern auch am häufigsten dargestellt wird. Bei Deutschland ist das die zweithäufigste Handlung, die rund 28 Prozent der erhobenen Fotografien beträgt.

Die Variable „Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung“ umfasst dagegen Bilder, die auf eine aktive Erholung hindeuten, jedoch keine Bewegung darstellen. Pause machen während einer Radtour, Essen zu sich nehmen oder Natur betrachten beim Wandern bzw. Ausflug, in die Karte schauen während einer Städtereise, Tiere füttern bzw. streicheln etc. sind Handlungsmerkmale dieser Kategorie. Dazu gehören auch Bilder, auf denen Menschen auf einem großen Schiff, im Reisebus oder in der Kutsche abgebildet sind und diese Fahrzeuge nicht selbst steuern. Fast die Hälfte (48,6 Prozent) der erfassten Personenaufnahmen auf den deutschen Webseiten stellen diese Erholungsart dar. Bei Österreich und den Niederlanden ist das der zweithäufigste Wert. Rund 28 Prozent der Personenaufnahmen auf den österreichischen und leicht über ein Drittel (34,7 Prozent) auf den niederländischen Internetauftritten bilden diese Art der Beschäftigung ab.

Die weiteren Handlungen der Personen, die öfters registriert wurden, sind „Passive Erholung“ und „Alltägliche Aufgaben“. Die erste Kategorie inkludiert Bilder, die eine passive Erholung ohne jeglichen Hinweis auf eine Ruhepause während einer aktiven Erholung darstellen. Am Strand bzw. auf der Wiese liegen, Sauna besuchen, ein Buch lesen oder im Restaurant sitzen sind klassische Beispiele für die passive Erholung. Rund ein Viertel der Personenfotografien mit passiven Erholungsarten wurde auf den niederländischen Webseiten erfasst. Bei Deutschland und Österreich beträgt dieser Wert 12,8 bzw. 16,4 Prozent.

Die Variable „Alltägliche Aufgaben“ umfasst Fotoaufnahmen, die alltägliches Menschenleben darstellen, das Arbeiten, Studieren, Einkaufen (i. d. R. Lebensmittel), den Haushalt führen etc. beinhaltet. Auch Abbildungen, die auf der Straße laufende Menschen ohne konkreten Hinweis z. B. auf touristische Aktivitäten oder Bummeln sowie auch Musiker bzw. Künstler bei ihrer Arbeit darstellen, fallen unter diese Kategorie. Diese Beschäftigungsart kommt bei rund 19 Prozent der erfassten Personenaufnahmen auf den österreichischen, rund 17 Prozent auf den niederländischen und fast 14 Prozent auf den deutschen Webauftritten vor.

Die weiteren, vereinzelt vertretenen Handlungskategorien sind „Diskussion/Unterhaltung“, „Keine konkrete Handlung“ und „Sonstiges“. Die erstere Variable, die Bilder mit unterhaltenden bzw. diskutierenden Personen beinhaltet, kommt mit 8,2 Prozent am häufigsten bei den Niederlanden vor. Bei Deutschland und Österreich liegt dieser Wert bei 4,6 bzw. 1,6 Prozent. Die Kategorie „Keine konkrete Handlung“ stellt Klassen- bzw. Gruppenfotos, Großaufnahme des Gesichts etc. dar. Es handelt sich dabei um die aufgenommenen Personen,

die für das Foto posieren und keine konkrete Handlung aufweisen. Die dargestellte Situation weist auch durch die abgebildeten Gegenstände und Objekte auf keine bestimmte Handlung hin. Anhand der Untersuchung ging hervor, dass es vor allem Porträtaufnahmen sind, die die oben genannte Kategorie vertreten. Der prozentuale Wert solcher Bilder beträgt bei Deutschland 6,4 und bei Österreich 3,9 Prozent. Bei den Niederlanden kommt diese Variable nicht vor.

Bei der Kategorie „Sonstiges“ ist vor allem der Wert von 7 Prozent bei Österreich zu erwähnen. Diese Prozentzahl ist aufgrund von Hochzeitsbildern auf der Webseite Wien.info gestiegen, die die Stadt Wien durch das Thema „Heiraten in Wien“ als die Stadt für Romantiker mit imperialem Flair präsentieren (vgl. Wiener Tourismusverband 2017b).

5.3.3.7.8. Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund

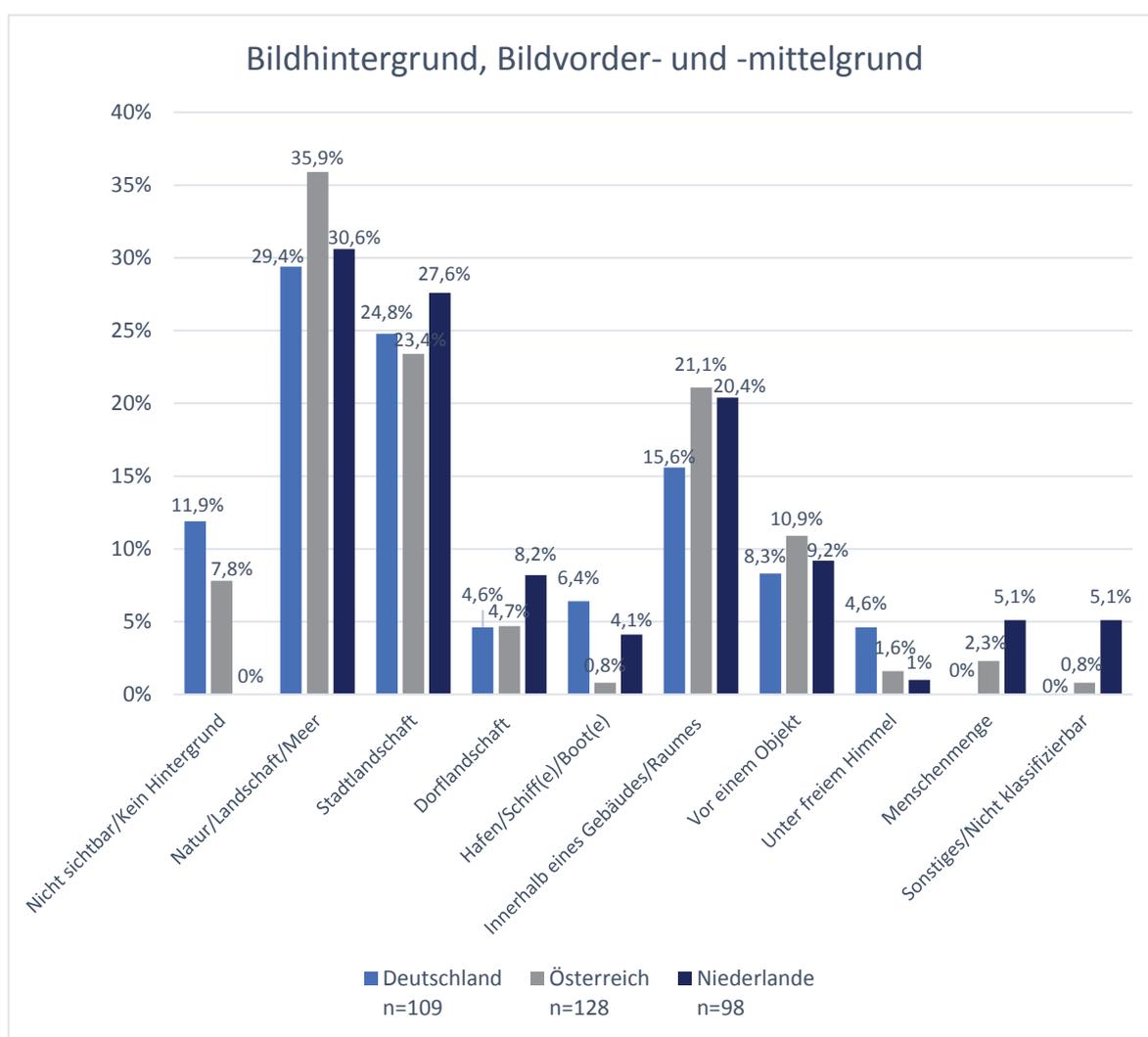


Abb. 28: Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund

Die Erfassung des Bildhintergrundes, Bildvorder- und/oder -mittelgrundes liefert Informationen über verschiedene Aufenthaltsorte der abgebildeten Bildproduzenten und lässt somit den Bildbetrachter die Vielfalt des Landes samt landschaftlichen und kulturellen Sehenswürdigkeiten entdecken. Nicht umsonst kommen bei allen drei Ländern die Personenaufnahmen mit Raumansicht am häufigsten zum Einsatz (siehe Abb. 19), um einen Einblick in die Umgebung der aufgenommenen Personen gewähren zu können.

Mehr als ein Drittel der Personenaufnahmen auf den österreichischen, rund 31 Prozent auf den niederländischen und rund 29 Prozent auf den deutschen Webseiten haben im Hintergrund solche Naturlandschaften wie Felder, Steppen, Berge, Wälder und Meer (siehe Abb. 28). Neben der un bebauten Fläche fallen auch menschlich geformte Parks oder Strände mit Anlegebrücken unter die Kategorie „Natur/Landschaft/Meer“. Auf diese Weise versuchen alle drei Länder die Internetnutzer durch die einmalige Schönheit der Natur des eigenen Landes anzusprechen. Interessant erscheint auch die Tatsache, dass der prozentuale Wert der Kategorie „Dorflandschaft“, die durch dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern im Hintergrund gekennzeichnet ist, bei allen drei Ländern nicht so hoch ausfällt. Bei den Niederlanden beläuft sich die Prozentzahl auf 8,2 Prozent und bei Deutschland und Österreich auf 4,6 bzw. 4,7 Prozent. Der klare Akzent wird somit auf den Urlaub in der Natur gesetzt, ohne den Aufenthalt in einer dörflichen Gegend, der die Erholung in der Natur stillschweigend voraussetzt, abbilden zu müssen.

Des Weiteren kommt die Stadtlandschaft als die zweithäufigste abgebildete Umgebung, in der sich die aufgenommenen Personen befinden. Fast ein Viertel aller Personenfotos auf den deutschen und österreichischen und rund 28 Prozent auf den niederländischen Webseiten haben im Hintergrund die städtische Landschaft. Der hohe Wert dieser Kategorie ist auf die Analyse der Webseiten der Hauptstädte von Deutschland, Österreich und den Niederlanden zurückzuführen.

An dritter Stelle kommt bei allen drei Ländern die Kategorie „Innerhalb eines Gebäudes/Raumes“, die Bilder mit Personen, die sich in einem Raum, Gebäude oder geschlossenem Bereich befinden, inkludiert. Die Innenausstattung im Hintergrund ist i. d. R. gut erkennbar. Bei solchen Innenräumen handelt es sich bei dem erfassten Bildmaterial vor allem um Restaurants, Lokale, Museen, Geschäfte, Konzerthallen etc. Auf solche Weise wird dem Bildbetrachter ein Einblick in das Kultur- und Stadtleben des Landes gewährt. Bei Deutschland wird diese Variable mit rund 16 Prozent vertreten, während der prozentuale Wert bei Österreich etwas mehr als ein Fünftel (21,1 Prozent) und bei den Niederlanden rund ein Fünftel (20,4 Prozent) ist.

Bei der Kategorie „Vor einem Objekt“ hat der Bildhintergrund eine formatfüllende Darstellung von einem Gebäude, einer Wand oder einem beliebigen Objekt, sodass man einen genauen Aufenthaltsort der Personen nicht feststellen kann und/oder ein (weiter) Blick in die Umgebung nicht gegeben ist. Betrachtet man das codierte Bildmaterial, bilden solche Fotografien i. d. R. Personen vor einem Gebäude bzw. Haus ab, sei es in der Stadt oder im Dorf. Aber auch sonstige Objekte wie z. B. Zaun, Denkmal oder Wand kommen vereinzelt vor. Die prozentualen Werte der genannten Variable verteilen sich dabei wie folgt: Rund 11 Prozent bei Österreich, fast 9 Prozent bei den Niederlanden und rund 8 Prozent bei Deutschland.

Hervorzuheben ist auch die Variable „Nicht sichtbar/Kein Hintergrund“, die bei den Niederlanden gar nicht vertreten ist und bei Deutschland rund 12 Prozent und bei Österreich rund 8 Prozent beträgt. Diese Ergebnisse hängen mit der Körperdarstellung der abgebildeten Bildproduzenten eng zusammen. So haben die Personenaufnahmen bei Deutschland und Österreich mit je rund 13 Prozent die Einstellungsgröße „Nah“, während sich dieser Wert bei den Niederlanden auf nur noch 2 Prozent beläuft (siehe Abb. 24 in Kapitel 5.3.3.11). Das heißt, dass der Bildhintergrund bei der Abbildung von Personen bis zur Brust zum Teil verdeckt ist bzw. nicht identifiziert werden kann. Das kommt insbesondere bei Fotoaufnahmen mit verschwommenem oder einfarbigem Hintergrund vor, z. B. bei freigestellten Bildern, Studiofotos oder solchen Fotografien, die im Hintergrund Himmel, Gras, Asphalt etc. haben.

Interessant erscheint auch die Kategorie „Hafen/Schiffe/Boot(e)“, die bei Deutschland 6,4 Prozent, bei den Niederlanden 4,1 Prozent und bei Österreich 0,8 Prozent ausmacht. Obwohl die Prozentzahlen dieser Kategorie bei Deutschland und den Niederlanden nicht so hoch sind, weist der prozentuale Unterschied zu Österreich vor allem auf die Meeresnähe der beiden Länder hin. Diese Besonderheit wird jedoch weder bei Deutschland noch bei den Niederlanden akzentuiert.

Die Kategorie „Unter freiem Himmel“, die Bilder mit Himmel formatfüllend im Hintergrund umfasst, sodass ein genauer Aufenthaltsort der Personen nicht bestimmt werden kann, kommt mit rund 5 Prozent auf den deutschen Webauftritten vor. Bei Österreich und den Niederlanden liegt dieser Wert unter 2 Prozent. Dasselbe betrifft auch die Variable „Menschenmenge“, die Bilder mit einer Gruppe von Menschen bzw. einer Menschenmasse im Hintergrund inkludiert – z. B. auf dem Strand, beim Konzert oder in der Einkaufsstraße. Rund 5 Prozent der Personenaufnahmen auf den niederländischen und 2,3 Prozent auf den österreichischen Internetseiten weisen diesen Hintergrund auf. Bei Deutschland ist diese Variable gar nicht vertreten.

5.3.3.8. Sachaufnahmen: thematische Gliederung

Nach dem ähnlichen Prinzip wie die thematische Gliederung von Personenfotografien hat die thematische Erfassung von Sachaufnahmen die Aufgabe, neben der Festhaltung der meist behandelten Themen zu der Einordnung des Bildmaterials in Gruppen und dessen entsprechender Bildtypenbildung beizutragen.

Mit einem großen Abstand ist die Kategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“ bei allen drei Ländern dominant und umfasst solche Bilder wie Schlösser und Burgen, Kirchen, Dome, Rathäuser, Denkmäler und Skulpturen, Häfen und Strandarchitektur, Städtisches Leben und Stadtarchitektur, einzelne Architekturobjekte und Bauwerke. Über die Hälfte der erfassten Sachaufnahmen auf den deutschen, rund 41 Prozent auf den niederländischen und rund 30 Prozent auf den österreichischen Webseiten bilden diese Thematik ab (siehe Abb. 29). Der Grund für die Dominanz dieser Kategorie ist die Einbeziehung

von Internetseiten der Hauptstädte der Länder, die erwartungsgemäß Sehenswertes in der Stadt abbilden und auf die Darstellung eines typischen städtischen Lebens, das sich im Spielraum zwischen Historie und Moderne befindet, abzielen.

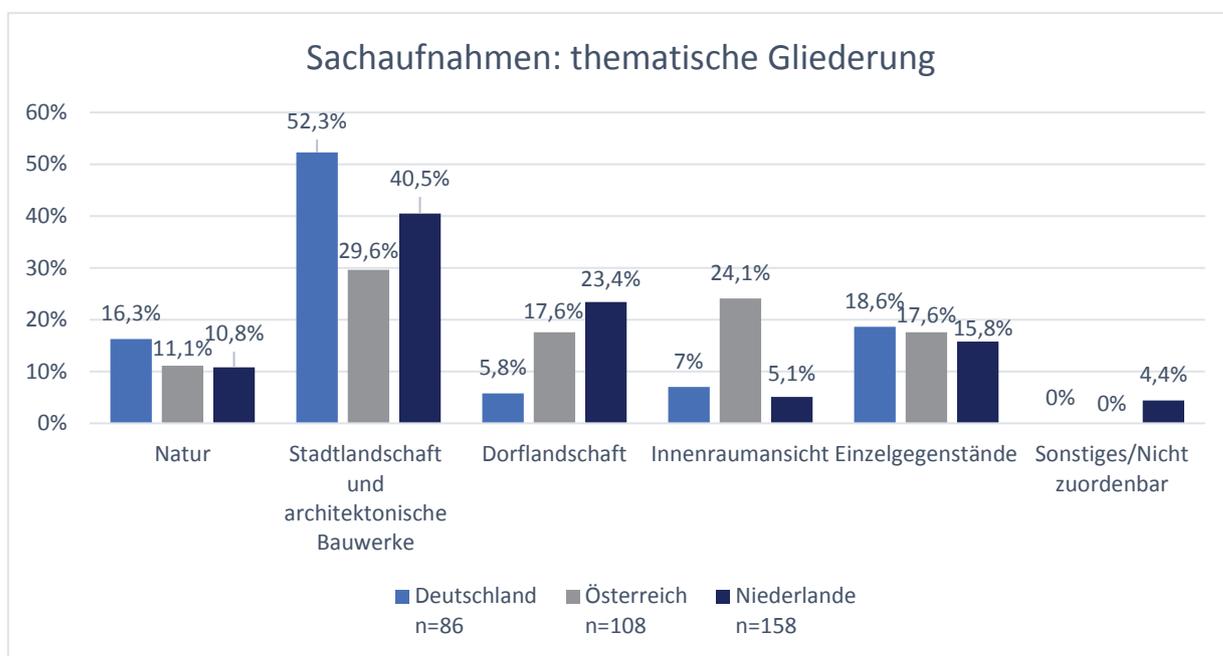


Abb. 29: Sachaufnahmen: thematische Gliederung

Die Sachaufnahmen mit Dorflandschaft, die ländliches Leben, einzelne Häuser und Bauwerke, Sanatorien, Hotels, Baukomplexe und Ensembles in einer dörflichen Gegend bzw. in der Natur abbilden, sind im Vergleich zu den Personenaufnahmen mit Dorflandschaft im Hintergrund besser vertreten. Rund 23 Prozent der codierten Sachaufnahmen auf den niederländischen und rund 18 Prozent auf den österreichischen Webauftritten bilden die dörfliche Gegend ab. Bei Deutschland fällt dieser Wert mit 5,8 Prozent dagegen gering aus. Den Vorrang hat hier vielmehr – nach der Kategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“ – die Darstellung von verschiedenen Einzelgegenständen bzw. bestimmten Kunst- und Handwerken wie Statuen, Gemälden, selbstgemachten Sachen aus Ton, Holz, Metall etc., aber auch Speisen und Lebensmitteln sowie auch motorisierten und nicht motorisierten Fahrzeugen aller Art. Etwas weniger als ein Fünftel (18,6 Prozent) der codierten Sachaufnahmen gehören bei Deutschland zur Kategorie „Einzelgegenstände“. Bei Österreich beträgt dieser Wert rund 18 Prozent und bei den Niederlanden rund 16 Prozent.

Bemerkenswert erscheinen auch die Ergebnisse der Kategorie „Innenraumansicht“, die Fotoaufnahmen von Innenräumen und deren Einrichtung bzw. Ausstattung beinhaltet. Das sind Räumlichkeiten von Museen, Ausstellungen, Geschäften, Schwimmbädern, Restaurants, Häusern, Hotels und sonstige Innenraumansichten. Während bei Deutschland sich dieser Wert auf 7 Prozent und bei den Niederlanden auf rund 5 Prozent beläuft, bildet etwas weniger als ein Viertel (24,1 Prozent) der erfassten Sachaufnahmen auf den österreichischen Webseiten Innenraumansichten ab. Auf diese Weise wird hier ein klarer Akzent auf die Präsentation des Landes nicht nur von außen, durch die Natur und architektonische

Bauwerke, sondern auch von innen, durch die Abbildung von Räumlichkeiten der Schlösser, Museen, Restaurants, Cafés, Schwimmhallen etc., gesetzt.

Die Verwendung von reinen Naturbildern ist im Vergleich zu den Personenaufnahmen, die im Hintergrund eine Naturlandschaft abbilden, eher zurückhaltend. 16,3 Prozent der codierten Sachaufnahmen auf den Internetseiten von Deutschland stellen Tiere, Berge, Strände, Wälder, Steppen, Wiesen, Naturlandschaften bzw. -panoramen und sonstige Naturobjekte dar. Bei Österreich und den Niederlanden beläuft sich diese Prozentzahl jeweils auf rund 11 Prozent.

5.3.3.8.1. Abgebildete Gegenstände

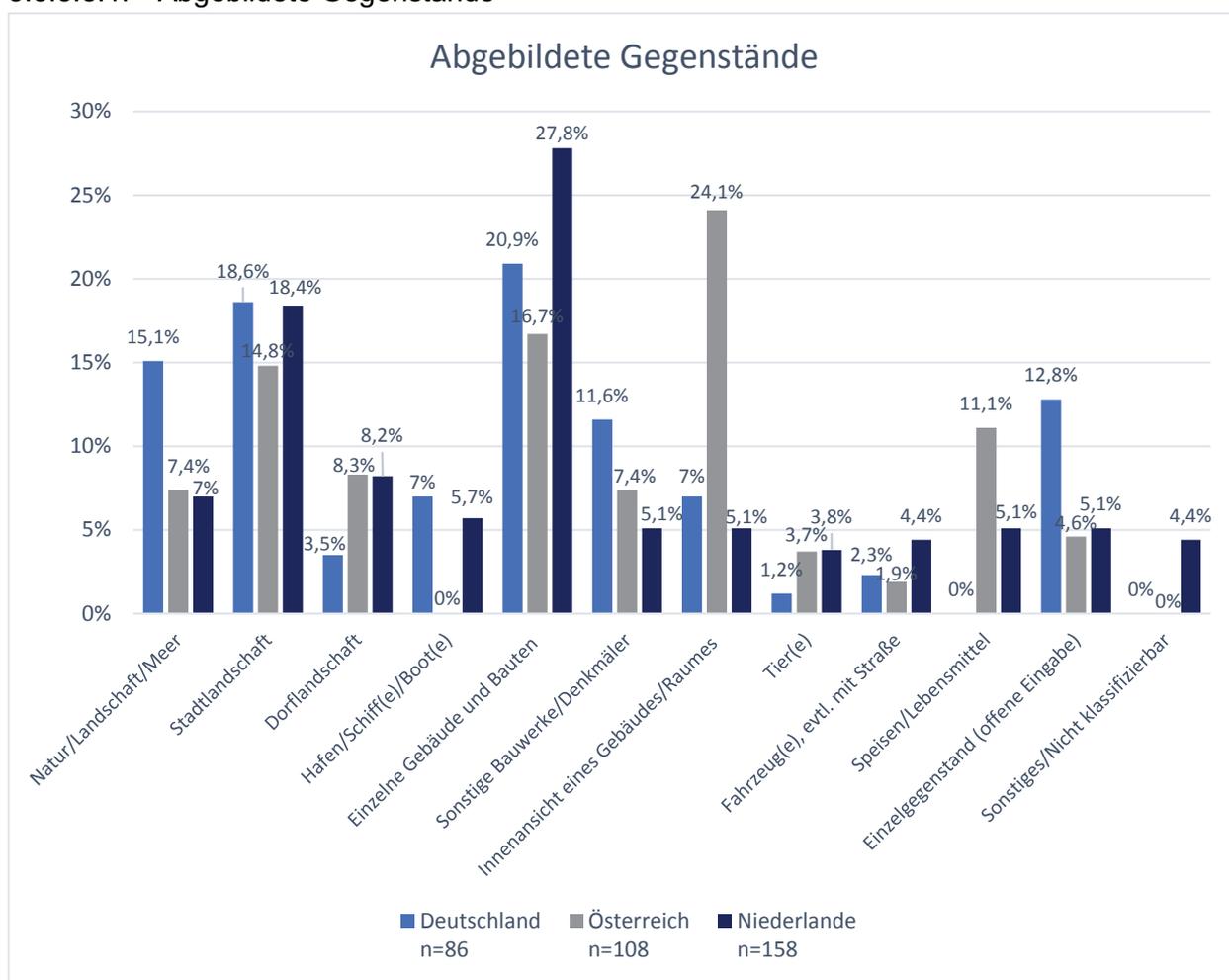


Abb. 30: Abgebildete Gegenstände

Im Gegensatz zur thematischen Gliederung hat die Variable „Abgebildete Gegenstände“ zum Ziel, die dargestellten Objekte, die sich im Fokus der Kamera befinden, zu konkretisieren und zu benennen. Es gibt einige Überschneidungen mit der Abbildung 29 in den Kategorien „Innenansicht eines Gebäudes/Raumes“ und „Sonstiges“, die mit den ähnlichen Variablen der thematischen Gliederung ins Eins fallen. Das betrifft auch die Kategorien „Natur/Landschaft/Meer“ und „Tier(e)“, deren Werte zusammenaddiert den Prozentzahlen der Variable „Natur“ der thematischen Gliederung entsprechen. Die Abbildung von Tieren kommt auf den österreichischen und niederländischen Webseiten mit je rund 4 Prozent und auf den deutschen Internetauftritten mit 1,2 Prozent nur vereinzelt vor (siehe Abb. 30). Das

bedeutet, dass die Darstellung von Tieren für alle drei Länder irrelevant ist. Vielmehr werden Naturpanoramen und Landschaften bevorzugt.

Ausgenommen Österreich, auf dessen Webseiten die Sachaufnahmen mit Innenrauman-sichten dominant sind, überwiegt bei Deutschland und den Niederlanden die Kategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“, die Bilder mit sich im Fokus befindenden, großformatig dargestellten Häusern bzw. einem oder mehreren Gebäuden in einem Dorf oder in einer Stadt inkludiert. Rund 28 Prozent der Sachaufnahmen auf den niederländischen, etwa 21 Prozent auf den deutschen und rund 17 Prozent auf den österreichischen Internetauftritten bilden einzelne Gebäude und Bauten ab. Das sind nicht nur solche Gebäude wie Schlösser, Burgen, Kirchen, Dome, Rat-, Opernhäuser und Museen, die das historische und kulturelle Erbe des Landes präsentieren, sondern auch unterschiedliche Bauten, die entweder einen Einblick in die Stadtarchitektur geben und über Einkaufszentren, Geschäfte, Restaurants etc. informieren oder für mannigfaltige Urlaubsorte wie Sanatorien, Gaststätten und Ferienhäuser werben.

Als Nächstes ist die Kategorie „Stadtlandschaft“ hervorzuheben, die eine Mischung aus architektonischen Bauten und Stadtleben mit dicht bebauten Gebieten, Wasserkanälen, Marktplätzen, Straßen etc. darstellt. Die prozentualen Werte bei den Ländern verteilen sich dabei wie folgt: fast ein Fünftel bei Deutschland und den Niederlanden und rund 15 Prozent bei Österreich. Die Fotoaufnahmen der Variable „Sonstige Bauwerke und Denkmäler“, auf denen unterschiedliche Bauwerke wie Brücken, Brunnen, Leuchttürme etc. sowie auch Monumente, Skulpturen und Denkmäler abgebildet sind, kommen dagegen nicht so oft vor. Bei Deutschland liegt die Prozentzahl bei 11,6 Prozent, während bei den Niederlanden der Wert mit 5,1 Prozent nur etwa halb so groß ist und bei Österreich 7,4 Prozent beträgt. Das bedeutet, dass die Darstellung der Städte bei allen drei Ländern vor allem durch die Abbildung von einzelnen Gebäuden und Bauten erfolgt. Man geht damit ins Detail, um die Stadt nicht nur durch Panoramen bzw. aus der Vogelperspektive darzustellen, sondern auch konkret und in Einzelheiten erscheinen zu lassen.

Die Dorflandschaft, die durch dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern sowie auch durch einzelne Objekte, die im Grünen bzw. in der Natur stehen und auf keine städtische Gegend hindeuten, gekennzeichnet ist, wird im Vergleich zur Stadtlandschaft nicht so häufig abgebildet. Während bei den Niederlanden und Österreich der prozentuale Wert etwa gleich bei 8,2 bzw. 8,3 Prozent liegt, sind es bei Deutschland nur noch 3,5 Prozent der Sachaufnahmen, die eine Dorflandschaft darstellen.

Die Sachaufnahmen der Kategorie „Hafen/Schiffe/Boote“ weisen bei Deutschland und den Niederlanden aufgrund ihrer Meeresnähe sowie auch Häfen und Wasserkanäle mit Booten und Schiffen in der Stadt die gleiche Tendenz wie bei den Personenfotos mit dem entsprechenden Bildhintergrund auf. Während diese Kategorie bei Österreich durch keine Abbildungen vertreten ist, stellen 7 Prozent der Sachaufnahmen auf den deutschen und

rund 6 Prozent auf den niederländischen Internetauftritten Häfen, Schiffe und Boote dar. Dagegen kommen die Fotoaufnahmen der Kategorie „Speisen/Lebensmittel“ vor allem bei Österreich mit rund 11 Prozent zum Einsatz. Bei den Niederlanden ist dieser Wert mit 5,1 Prozent etwa halb so groß und bei Deutschland ist die Variable gar nicht vertreten. Das bedeutet, dass die Präsentation des Landes bei Österreich auch durch die Vielfalt regionaler Spezialitäten und Gerichte erfolgt, um das Land nicht nur sehenswert, sondern auch schmackhaft darstellen zu können.

Im Vergleich zu Österreich und den Niederlanden kommt die Abbildung von Einzelgegenständen bei Deutschland mit rund 13 Prozent am häufigsten zum Einsatz. Das sind Museumsexponate, Souvenirs, Schilder, Strandkörbe, Flaggen und sonstige Gegenstände und Objekte, die hier abgebildet werden. Bei Österreich und den Niederlanden liegt dieser Wert bei je rund 5 Prozent.

Die Darstellung von motorisierten und nichtmotorisierten Fahrzeugen wie z. B. Zügen, Bussen, Wagen, Fahrrädern und Kutschen, die großformatig, auch mit Straßenverlauf abgebildet sind, ist sehr zurückhaltend. Die Werte liegen bei allen drei Ländern unter 5 Prozent.

5.3.3.8.2. Gegenstandsdarstellung

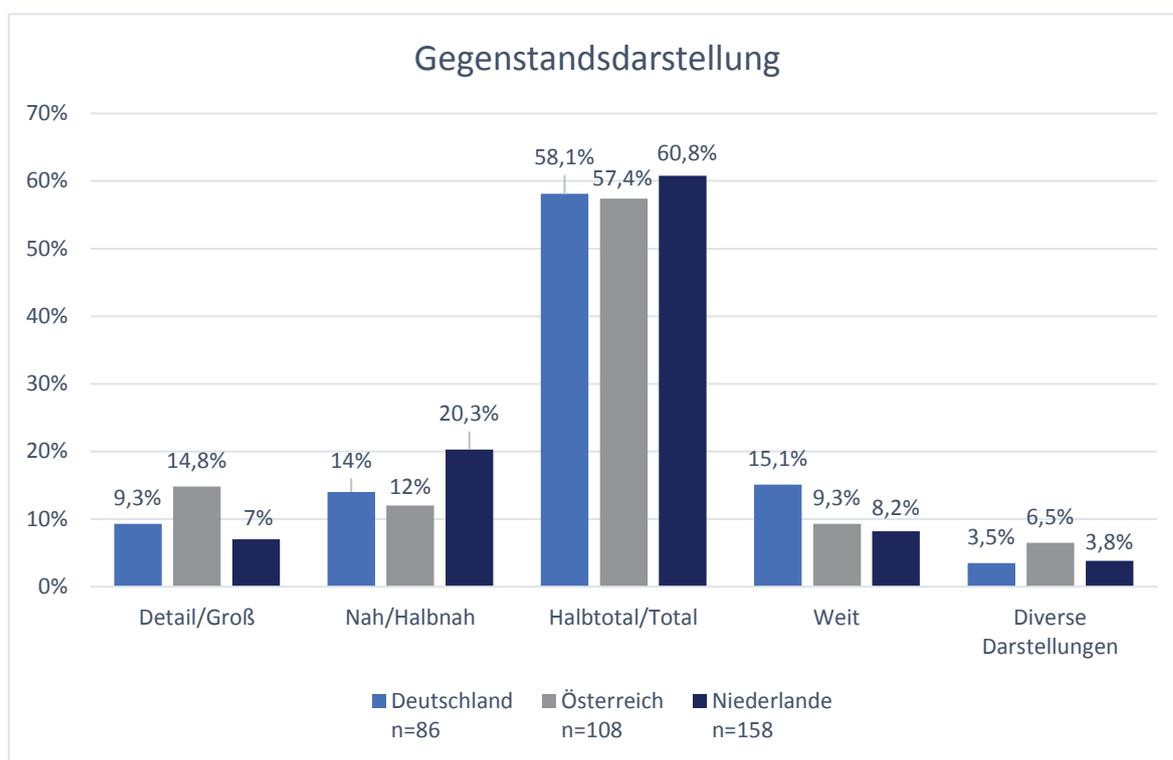


Abb. 31: Gegenstandsdarstellung

Nach dem gleichen Prinzip wie bei Abbildungen von Personen geht die Festlegung des Bildausschnittes bei Sachaufnahmen von den im Fokus der Kamera dargestellten Objekten aus. Da jedoch die Einstellungsgrößen i. d. R. anhand eines Personenbildes erörtert werden (siehe Abb. 24 in Kapitel 5.3.3.11) und deren genaue Festlegung bei Sachaufnahmen je nach abgebildetem Objekt bzw. Gegenstand schwierig sein kann, wurden die Einstel-

lungsgrößen „Nah“ und „Halbnah“ zusammengeführt und die Körperdarstellung „Amerikanisch“, die ausschließlich bei Personenfotografien ermittelbar ist, ausgelassen. Daraus ergaben sich vier Gruppen: „Detail/Groß“, „Nah/Halbnah“, „Halbtototal/Total“ und „Weit“. Die Variable „Diverse Darstellungen“ inkludiert Fotografien, auf denen mehrere Objekte bzw. Gegenstände mit unterschiedlichen Einstellungsgrößen abgebildet sind.

Den Ergebnissen zufolge ist die mittlere Einstellungsgröße „Halbtototal/Total“ genauso wie dieselbe bei den Personenaufnahmen deutlich dominant (siehe Abb. 31). Die prozentualen Werte weisen bei allen drei Ländern keine großen Unterschiede auf: Rund 58 Prozent der Sachaufnahmen bei Deutschland, etwa 57 Prozent bei Österreich und rund 61 Prozent bei den Niederlanden werden in der Einstellungsgröße „Halbtototal/Total“ dargestellt.

Die Gegenstandsdarstellung „Nah/Halbnah“ kommt bei den Fotoaufnahmen auf den niederländischen Internetseiten mit rund einem Fünftel (20,3 Prozent) an zweiter Stelle. Bei Deutschland und Österreich nimmt diese Einstellungsgröße mit 14 und 12 Prozent die dritte Stelle ein. Es handelt sich dabei vorwiegend um Fotografien verschiedener Gebäude, Bauwerke und Denkmäler, die etwa bis zur Hälfte abgebildet werden.

Die extreme Einstellungsgröße „Detail/Groß“ kommt bei den Sachaufnahmen auf den österreichischen Webauftritten mit rund 15 Prozent an zweiter Stelle, während diese Gegenstandsdarstellung bei Deutschland mit rund 9 Prozent und bei den Niederlanden mit 7 Prozent jeweils den vierten Platz einnimmt. Der prozentuale Unterschied zu Österreich ist größtenteils auf die Abbildung von kulinarischen Spezialitäten auf den österreichischen Webseiten zurückzuführen, die i. d. R. in der Einstellungsgröße „Detail/Groß“ präsentiert werden.

Mit rund 15 Prozent ist die extreme Einstellungsgröße „Weit“ bei Deutschland am meisten vertreten und nimmt den zweiten Platz ein. Bei Österreich kommt dieser Wert mit 9,3 Prozent an vierter Stelle und bei den Niederlanden mit rund 8 Prozent an dritter Stelle. Die Einstellungsgröße „Weit“ wird bei den erfassten Sachaufnahmen als visuelles Gestaltungsmittel für die Darstellung von Natur-, Dorf- bzw. Stadtlandschaften und Panoramen – teilweise auch aus der Vogelperspektive – eingesetzt.

Den fünften und somit auch den letzten Platz nimmt bei allen drei Ländern die Kategorie „Diverse Darstellungen“ ein, die bei Österreich mit 6,5, bei den Niederlanden mit 3,8 und bei Deutschland mit 3,5 Prozent vertreten ist.

5.3.3.8.3. Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund

Im Unterschied zu Personenaufnahmen weisen Sachaufnahmen bei Deutschland, den Niederlanden und Österreich mit rund bzw. mehr als 70 Prozent keinen Bildhintergrund, Bildmittel- oder -vordergrund auf (siehe Abb. 32). Das hängt damit zusammen, dass einerseits die Darstellung von Natur, Stadt- und Dorflandschaften in der Einstellungsgröße „Total“ bzw. „Weit“ erfolgt, sodass der Bildgegenstand mit den abgebildeten Objekten ins Eins fällt.

Andererseits schließt eine formatfüllende Abbildung von einzelnen Gebäuden, Bauten, Bauwerken und Denkmälern, Speisen oder Einzelgegenständen den Bildhintergrund aus.

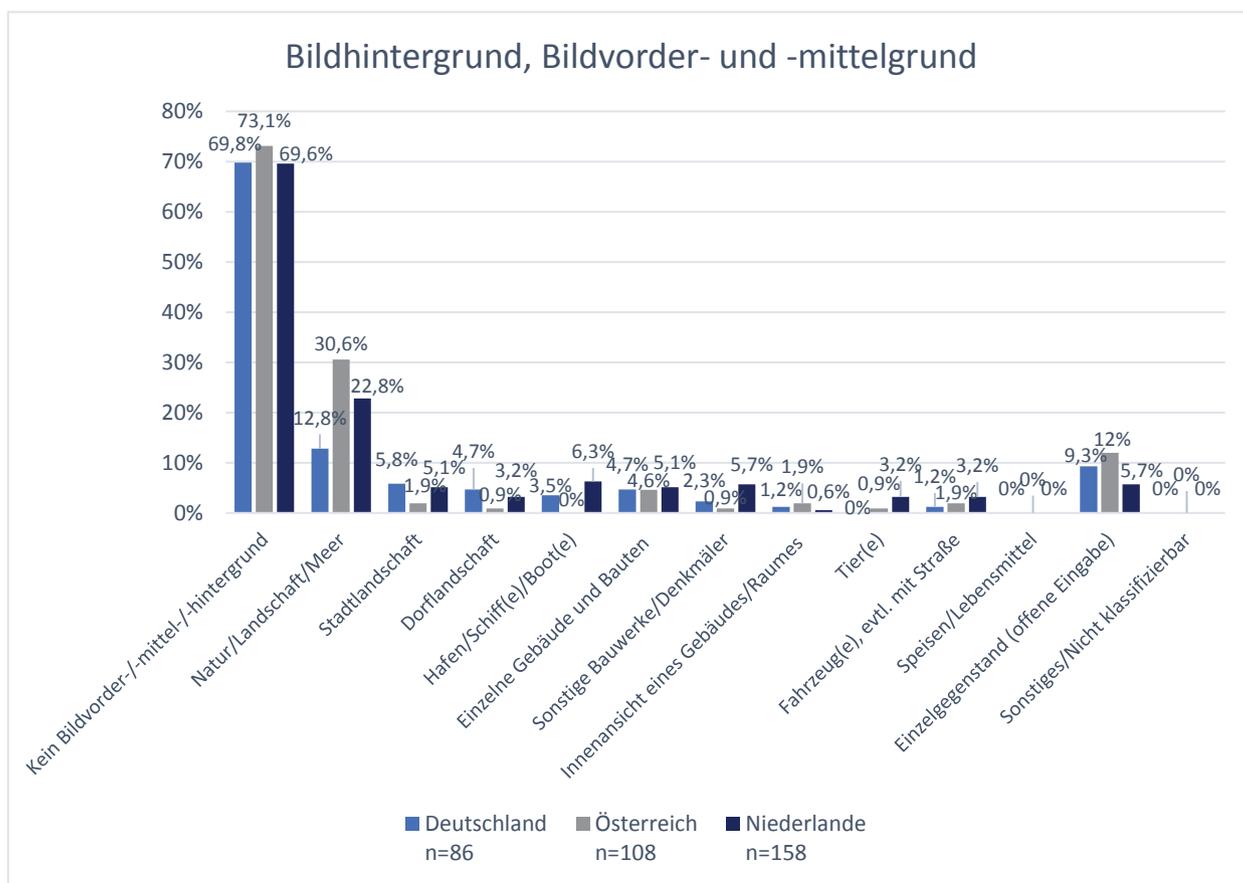


Abb. 32: Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund

Die zweithäufigste Kategorie bei allen drei Ländern ist die Variable „Natur/Landschaft/Meer“. Rund 31 Prozent der Sachaufnahmen auf den österreichischen, etwa 23 Prozent auf den niederländischen und rund 13 Prozent auf den deutschen Webseiten bilden im Bildhintergrund, Bildvorder- oder -mittelgrund Naturpanoramen ab.

Hervorzuheben ist auch die Kategorie „Einzelgegenstand (offene Eingabe)“, deren Werte sich bei Deutschland auf rund 9 Prozent, bei den Niederlanden auf 12 Prozent und bei Österreich auf rund 6 Prozent belaufen. Die im Vergleich zu den anderen Kategorien etwas höheren Prozentzahlen sind vor allem auf die Erfassung von diversen Gegenständen wie Stühlen, Tischen, Museumsexponaten etc. innerhalb eines Gebäudes bzw. Raumes zurückzuführen. Vereinzelt werden im Hintergrund der Sachaufnahmen auf den deutschen Webseiten Stadt- bzw. Dorflandschaften, einzelne Gebäude und Bauten dargestellt, deren prozentualen Werte bei rund bzw. leicht über 5 Prozent liegen. Bei den Niederlanden sind das die Kategorien „Stadtlandschaft“, „Häfen/Schiff(e)/Boot(e)“, „Einzelne Gebäude und Bauten“ sowie „Sonstige Bauwerke/Denkmäler“, deren Prozentzahlen rund 5 bzw. 6 Prozent betragen. Auf den österreichischen Internetauftritten sind das einzelne Gebäude und Bauten, die im Hintergrund der Sachaufnahmen abgebildet werden und mit rund 5 Prozent vertreten sind. Die anderen Kategorien wie „Innenansicht eines Gebäudes/Raumes“,

„Tier(e)“ und „Fahrzeug(e)“ liegen bei allen drei Ländern unter 4 Prozent. Die Variable „Speisen/Lebensmittel“ ist durch keine Abbildungen vertreten.

5.3.4. Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Forschungsfragen, die am Anfang der quantitativen Analyse gestellt und in die Kategorien des Codebuchs überführt wurden, sollen nun anhand der daraus gewonnenen Erkenntnisse beantwortet werden.

- Welche Darstellungs- bzw. Visualisierungsstrategien werden auf den zu untersuchenden Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden verfolgt?

Die Beantwortung dieser Frage hängt unmittelbar mit den formalen Kriterien des analysierten Bildmaterials zusammen. Laut Befunden der quantitativen Untersuchung liegen die visuellen Online-Inhalte auf den Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden ausschließlich in Querformaten vor, die zu den gängigen Formaten in der Video- bzw. Fernsehtechnik zählen. Querformate gelten als die „natürlichsten“ Formate des Bildes, da die menschlichen Augen nebeneinander positioniert sind, wodurch eine horizontale Betrachtung der Welt erfolgt. So wirkt das Querformat für den Bildbetrachter natürlich und gewohnt und verbreitet im Gegensatz zu Hochformaten eine ruhigere Wirkung. Die Gefahr besteht jedoch darin, dass gerade das Gewöhnliche und Selbstverständliche alltäglich und somit auch langweilig wirken kann (vgl. Wolf 2016: 14). Aus diesem Grund werden Hochformate vorwiegend für werbliche Inhalte eingesetzt, die meist in einem Streifen am rechten Bildschirmrand eingeblendet werden. Die Aufmerksamkeit der Internetnutzer wird auf solche Weise durch das für das menschliche Auge eher ungewöhnliche Format erregt und auf werbliche Inhalte gerichtet.

Die auf den analysierten Webseiten verwendeten Bildgrößen sind vornehmlich „Groß“ bis „Mittelgroß“. Bei diesen Standardgrößen tritt das Motiv nach vorne, während das Bild selbst zurückhaltend erscheint (vgl. Grittmann 2007: 390). Eine Tendenz zum Einsatz von sehr großen Bildern, die stärker die Bildlichkeit hervorheben, d. h. eine bessere emotionale Ansprache und Bindung der Nutzer sowie deren Eintauchen in das Bildgeschehen ermöglichen, ist vor allem bei Österreich zu verzeichnen. Dabei ist jedoch auf die ausreichende Bildqualität bzw. -auflösung zu achten, um den Bestimmungszweck von sehr großen Fotografien nicht zu verfehlen und einen positiven Effekt erreichen zu können. Zwar setzt Österreich im Gegensatz zu Deutschland und den Niederlanden sehr große Bilder am meisten ein, ihre Qualität ist jedoch zum Teil durch die überdimensionale Größe mangelhaft.

Die kleinformatischen Fotografien, die vermehrt auf den Webseiten von den Niederlanden vorkommen, haben dagegen keine anmutsvolle und ansprechende Wirkung und werden oft bei kurzer News- bzw. Themen-Vorschau mit dem Ziel eingesetzt, die erste Visualisierung von jeweiligem Thema zu gewährleisten. Der Einsatz von noch kleineren Bildern, wie es im

Fall von Berlin.de war, erfüllt keineswegs die Funktion einer bildlichen, emotionalen Ansprache. Die zahlreiche Nutzung solcher Fotografien senkt ihre Anziehungs- und Aussagekraft. Sie wirken mehr störend als unterstützend und lassen die Webseite unruhig erscheinen.

Die weiteren Erkenntnisse über die formalen Kriterien legen nahe, dass bei den Darstellungsmodi die ähnlichen Strategien, die die Fotoaufnahmen glaubwürdig erscheinen lassen, wie in der Pressefotografie verfolgt werden (vgl. Grittmann 2007: 357, 390). Die Natürlichkeit und Authentizität von Bildinhalten werden durch folgende Merkmale akzentuiert, die bei allen drei Ländern – mit einigen Abweichungen voneinander – dominant sind: Kameraperspektive „auf Augenhöhe“, Einsatz von keinen gestalterischen Effekten sowie Einstellungsgröße „Halbtotale/Total“.

Die Dominanz der Perspektive der Augenhöhe ist damit zu begründen, dass sie der menschlichen natürlichen Wahrnehmung entspricht und vertraute, alltägliche Perspektiven herstellt. Aus diesem Grund ist die Kameraperspektive „auf Augenhöhe“ die meistverbreitete Perspektive nicht nur im Fotojournalismus bzw. in der Nachrichtenfotografie, sondern auch in der Werbefotografie im Online- und Printmedienbereich (vgl. Grittmann 2007: 88, 360; Negenborn 2015). Die anderen Perspektiven, die durch die Abweichung von der Normalsicht als Verzerrung wahrgenommen werden, dienen genauso wie die Einstellungsgrößen als kreative Gestaltungsmittel, um die Dramaturgie bzw. die gewünschte Atmosphäre des Abgebildeten zu erzeugen. Das sind i. d. R. Aufnahmen der Natur-, Stadt- oder Dorflandschaft, die aus der Vogelperspektive geschossen werden und eine gute Aufsicht darauf bieten, oder Fotografien imposanter Gebäude und Bauten aus der Froschperspektive, die die abgebildeten Objekte und Gegenstände noch bedeutungsvoller erscheinen lassen. Dieses gestalterischen Instruments bedienen sich alle Länder gleichermaßen. Im prozentualen Verhältnis, das ausführlich in Kapitel 5.3.3 beleuchtet wurde, bittet der Einsatz der verzerrenden Formen bei allen drei Ländern einen guten Ausgleich und eine Abwechslung zu Normalsicht-Aufnahmen. Dadurch erfolgt eine stimmungsvolle Gestaltung und Präsentation des Landesbildes.

Die deutliche Mehrheit der Fotoaufnahmen weist bei allen drei Ländern keine gestalterischen Effekte auf. Das liegt zum Teil daran, dass die Schärfentiefe sogar schon bei mittelgroßen Bildern wegen ihrer speziell für das Internet komprimierten Auflösung schwer feststellbar ist. Diese Problematik betrifft in hohem Maße die Niederlande, deren Ursache abermals auf die Verwendung von zahlreichen kleinformatigen Bildern auf ihren Webauftritten zurückzuführen ist. Bei Deutschland und Österreich werden dagegen die gestalterischen Effekte in einem guten Verhältnis etwa eins zu drei bzw. zwei zu fünf eingesetzt, sodass auf der einen Seite die Authentizität und den Realismus der Fotoaufnahmen erhalten bleiben und auf der anderen Seite eine gewisse Kreativität bei den Bildern zum Vorschein kommt.

Die meist eingesetzte Einstellungsgröße „Halbtotale/Total“ bei Personen- und Sachaufnahmen liegt in einem mittleren Bereich, der genauso wie die Kameraperspektive „auf Augenhöhe“ mit dem menschlichen Blickwinkel in Verbindung steht und dadurch natürlich und authentisch wirkt. Die Dominanz dieser Einstellungsgröße bei allen drei Ländern bringt im Fall von Personenaufnahmen die nahe und ferne soziale Distanz hervor, die durch einen formalen Charakter gekennzeichnet ist und eine geschäftliche, unpersönliche Interaktion zwischen den abgebildeten und abbildenden Bildproduzenten erzeugt. Man lässt damit den Bildbetrachter als einen unsichtbaren Beobachter unbemerkt und ungezwungen am Bildgeschehen teilhaben und sich seine eigene Vorstellung vom Abgebildeten machen.

Anhand der erfolgten Betrachtung der formalen Kriterien lässt sich abschließend sagen, dass bei allen drei Ländern Strukturen zum Tragen kommen, die zum einen die Fotoaufnahmen natürlich und authentisch erscheinen lassen und zum anderen durch eine Prise Kreativität für einen Ausgleich sorgen.

- Auf welche Quellen wird es bei der Bildbeschaffung zugegriffen?

In Bezug auf die Beschaffungskanäle von Bildinhalten bestehen zwischen den Ländern markante Unterschiede. Zunächst ist es anzumerken, dass der Sorgfaltspflicht in der Quellenangabe der veröffentlichten Bildinhalte nur noch Österreich folgt, das im Gegensatz zu Deutschland und den Niederlanden die Herkunft aller seiner Bilder angibt. Die Hauptquellen für die deutschen Webseiten stellen in erster Reihe andere Tourismusorganisationen, Fotografen bzw. Bildagenturen sowie auch die Deutschen Presse-Agentur (dpa) dar. In Anlehnung an Grittmann (vgl. 2007: 389) führt die kontinuierliche Inanspruchnahme von Bilderdiensten der Nachrichtenagenturen eine starke Standardisierung der Bildmotive herbei. Die Gründe für die Verwendung solcher Fotografien sieht Grittmann (vgl. 2007: 389) darin, dass die Quellen vertrauenswürdig, preiswert und ohne großen Aufwand verfügbar sind. Die gleichen Argumente sind auch auf die Nutzung des Beschaffungskanals „Fotografen/Bildagenturen“ zu beziehen, der von allen drei Ländern etwa in gleichem Maße in Anspruch genommen wird. Erst durch die Beauftragung eigener bzw. engagierter Fotografen können die auf spezielle Bedürfnisse des Medieninhabers zugeschnittenen und gut aufeinander abgestimmten Bildmotive – sei es farblich, gestalterisch oder konzeptionell – beschaffen werden. Diese Variante erfordert jedoch zusätzliche finanzielle und personelle Ressourcen und ist aufgrund der zeitaufwendigen Planung und Organisation von Photoshootings bzw. Reisen der Fotografen für kurzfristige Lösungen nicht geeignet. Den ermittelten Ergebnissen zufolge stellt Österreich in dieser Hinsicht ein Paradebeispiel dar. Das Bildmaterial für die österreichischen Webauftritte wird größtenteils von den eigenen Fotografen produziert bzw. stammt aus dem eigenen Bildarchiv. Die weiteren wichtigen Bildquellen sind hier verschiedene Tourismuspartnern und -kooperatoren wie Museen, Freizeitparks, Hotels, Geschäfte und Vereine etc., die an der eigenen Werbung interessiert sind

und ihr Bildmaterial kostenlos zur Verfügung stellen. Die Bildhauptquellen auf den niederländischen Internetseiten können aufgrund keiner eindeutigen Fotovermerke auf Holland.com nicht genau benannt werden. Die Fotoaufnahmen stammen hier von Fotografen bzw. Bildagenturen, Tourismusorganisationen, -partnern sowie auch aus dem eigenen Bildarchiv.

- Wer ist die Zielgruppe, die das jeweilige Land ansprechen möchte?

Während bei Deutschland und den Niederlanden die Darstellung von gemischten Menschengruppen deutlich dominiert, sind bei Österreich alle Gruppen etwa gleichmäßig vertreten. Wenn man davon ausgeht, dass die Abbildung von bestimmten Personen- und Altersgruppen zur Identifizierung der Zielgruppe des jeweiligen Landes beiträgt, bedeutet das, dass Österreich alle Personengruppen – Männer, Frauen, Familien mit und ohne Kinder etc. – gleichermaßen und gezielt anzusprechen versucht. Durch die Darstellung von gemischten Menschengruppen wird dagegen keine bestimmte Gruppe hervorgehoben bzw. präferiert. Einerseits wird damit angestrebt, keinen Unterschied zwischen verschiedenen Personen- und Altersgruppen zu machen, um jeden Interessenten bzw. potenziellen Kunden ohne Ausnahme ansprechen zu können. Andererseits führt die vermehrte Abbildung von Menschenmengen eine gewisse Entpersönlichung herbei. Es findet keine gezielte Ansprache einzelner Zielgruppen statt, die eine höhere emotionale Bindung bewirken kann. Eine detaillierte Betrachtung der abgebildeten Bildproduzenten, ihres Alters und der Zugehörigkeit zu bestimmten Milieugruppen kann jedoch erst anhand konkreter Fälle im Rahmen der qualitativen Bildinterpretation erfolgen.

- Welche Bildmotive überwiegen bzw. durch welche Bilder wird das Bild des Landes nach außen transportiert?

Die für die quantitative Analyse erfassten Fotografien wurden in Personen- und Sachaufnahmen aufgeteilt und separat nach inhaltlichen Kriterien analysiert, auf die für die Beantwortung der oben genannten Frage zurückgegriffen werden soll. Während Deutschland und Österreich einen etwas höheren Anteil an personenbezogenen Aufnahmen aufweisen, sind bei den Niederlanden Sachaufnahmen deutlich dominant. Dadurch entsteht ein Landesbild, das vielmehr durch Sachen, Objekte und Gegenstände transportiert wird und deshalb unpersönlich wirkt. Den Charakter der Unpersönlichkeit unterstreicht zudem der Einsatz von vielen kleinen Fotografien auf den niederländischen Webseiten, deren Bildlichkeit aufgrund ihrer geringen Größe und Auflösung gar nicht zum Ausdruck kommt. Betrachtet man die erfassten Sachaufnahmen der Länder ergeben sich einige thematische Differenzen. Die deutliche Mehrheit der Sachaufnahmen auf den deutschen und den niederländischen Webauftritten stellt die Stadtlandschaft samt architektonischen Bauwerken dar. Der Grund hierfür ist teilweise auf das Einbeziehen von Internetseiten der Hauptstädte der Länder für die Analyse zurückzuführen, die Sehenswertes in der Stadt abbilden und auf die Präsentation

eines typischen städtischen Lebens abzielen. Bei Österreich erfolgt hingegen eine gleichmäßige Verteilung aller thematischen Gruppen, obgleich die Stadtlandschaft hier genauso dominant ist. Ein klarer Fokus wird auf den österreichischen Internetseiten außerdem auf die Darstellung des Landes von innen, durch die Abbildung von Räumlichkeiten von Museen, Ausstellungen, Schlössern, Restaurants, Cafés, Schwimmhallen etc., gesetzt. Dies unterstreicht umso mehr den Gedanken, das eigene Land, seine Kultur und die typische Lebensweise nicht nur von außen durch die Natur und Architektur, sondern auch von innen durch das Besuchen von unterschiedlichen Veranstaltungs- und Erholungsorten erleben zu lassen. Die vermehrte Darstellung von menschenleeren Räumlichkeiten verleiht jedoch den Fotoaufnahmen den Charakter der Unpersönlichkeit, die sich in der Abwesenheit von Menschen dort, wo sie zu erwarten sind, äußert. Die Verwendung von reinen Naturbildern ist bei allen drei Ländern im Gegensatz zu den Personenaufnahmen, auf denen die abgebildeten Bildproduzenten überwiegend von solchen Naturlandschaften wie Bergen, Wäldern, Feldern, Meer etc. umgeben sind, eher zurückhaltend.

Bei den Personenaufnahmen war es allen drei Ländern von großer Bedeutung, die abgebildeten Bildproduzenten und ihr Handeln mit einem bestimmten Ort zu verbinden und einen Einblick in ihre unmittelbare Umgebung zu gewähren. Die Dominanz der Naturlandschaften im Bildhintergrund zeigt nicht nur eine starke Verbundenheit der Länder mit Natur, sondern auch ihre besondere Spezialisierung auf Natururlaub und -reisen. Darüber hinaus haben auch Stadtlandschaften bei allen drei Ländern einen hohen Stellenwert, der zum Teil ebenso auf die Analyse der Webseiten der Hauptstädte von Deutschland, Österreich und den Niederlanden zurückzuführen ist. Das dient als ein guter Ausgleich für Menschen, die Städtereisen einem Natururlaub vorziehen. Die weiteren häufigsten Aufenthaltsorte der aufgenommenen Personen stellen unterschiedliche Innenräume von Restaurants, Museen, Ausstellungen, Geschäften, Schwimmhallen, Hotels etc. dar. Sie weisen auf ein reiches kulturelles Erholungsprogramm und mannigfaltige Freizeitbeschäftigungen drinnen hin, wodurch ein abwechslungsreiches und ausgewogenes Landesbild entsteht.

Da für die Analyse die Webseiten mit dem touristischen Vermarktungszweck herangezogen wurden, stellen die Aufnahmen von Erholungs- und Freizeitaktivitäten den größten Teil der erfassten Personenfotos dar. Bei Deutschland und den Niederlanden sind das insbesondere Kulturaktivitäten und Erholung in der Stadt, die durch das Einbeziehen von den Webseiten der Hauptstädte besonders präsent sind. Bei Österreich erfolgt dagegen eine etwa gleichmäßige Darstellung von unterschiedlichen Erholungsarten, die neben Kulturaktivitäten und Erholung in der Stadt auch Sportaktivitäten oder zahlreiche Events präsentieren. Durch die Darstellung mannigfaltiger Beschäftigungsarten und Aktivitäten werden die aufgenommenen Personen überwiegend mit unterschiedlichen Objekten und Gegenständen abgebildet, die auf eine aktive Erholung mit und ohne (Fort-) Bewegung hinweisen. Es wird ein Einblick in die Urlaubs- und Erholungsatmosphäre im jeweiligen Land gegeben und vielfältige Erholungsmöglichkeiten für die Reiseplanung angeboten.

Eine genaue Auseinandersetzung mit den abgebildeten Bildproduzenten, ihrer Mimik, Gestik und Handlungen ergab nennenswerte Zusammenhänge mit den formalen Kriterien. Auch hier ist die Strategie der Authentifizierung und der Darstellung der Wirklichkeit in der natürlichen Form zu verzeichnen, die sich in einem der Kamera abgewandten Blick und der Abwesenheit von ausgeprägten Emotionen bei den abgebildeten Bildproduzenten äußert. Bei den untersuchten Bildern handelt es sich allerdings um kein fotojournalistisches Bildmaterial mit einem hohen Anspruch an die Glaubwürdigkeit des Dargestellten. Ein Blick in die Kamera kann nicht nur eine überzeugende, sondern auch eine einladende Wirkung haben, um den Bildbetrachter persönlich und emotional ansprechen und abholen zu können. Für einen auf den Tourismus ausgerichteten Internetauftritt, der für das eigene Land wirbt und es i. w. S. als Produkt vermarktet, ist eine gewisse Übertreibung zulässig und sogar von Kunden erwartet (vgl. z. B. Hammer 2010). Vor diesem Hintergrund besteht ein gewisser Anspruch an Kreativität und Kunst in der Fotografie, die es möglich macht, Emotionen zu wecken und das Typische und gleichzeitig das Eigentümliche des Landes durch die Betonung von entscheidenden Einzelheiten hautnah erleben zu lassen.

Bei der Erfassung der Mimik der abgebildeten Bildproduzenten stellte sich heraus, dass keine das Bild zu belebende Emotionalisierung sowohl auf den deutschen als auch auf den österreichischen und niederländischen Webseiten stattfindet. Es werden Personen ohne ausgeprägte Emotionen resp. emotional wirkende Mimik dargestellt. Das bedeutet, es handelt sich in den meisten Fällen um einen neutralen oder freundlichen Gesichtsausdruck mit einem leicht bemerkbaren Lächeln. Nur noch ein Viertel der Fotoaufnahmen auf den Internetauftritten von Deutschland und Österreich und etwa anderthalbmal so wenig bei den Niederlanden bilden fröhliche bzw. lächelnde Menschen ab. Eine der Ursachen hierfür ist auf die Vielzahl von den auf den Internetseiten verwendeten kleinen und zum Teil auch mittelgroßen Bildern – insbesondere im Fall von den Niederlanden – zurückzuführen, auf denen Emotionen nicht eindeutig identifiziert werden können. Auch die meist verwendete Einstellungsgröße „Halbtotale/Total“, die die aufgenommenen Personen ganzfigurig, auch aus einer gewissen Entfernung darstellt, sowie auch die geringfügige Auflösung des Bildmaterials tragen dazu bei, dass die Mimik der abgebildeten Bildproduzenten nicht festgestellt werden kann. Wie bereits erwähnt, blickt zudem die deutliche Mehrheit der auf den analysierten Fotografien abgebildeten Personen nicht in die Kamera und begegnet dem Bildbetrachter, der als unsichtbarer Beobachter agiert, auf einer formalen, unpersönlichen Ebene der sozialen Distanz. Einerseits werden durch die zurückhaltende Emotionalisierung die Authentizität und Natürlichkeit der Aufnahmen hervorgehoben, wie es auch in der Wirklichkeit bzw. im Alltagsleben öfters vorkommt. Andererseits fehlt dadurch die emotionale Ansprache des Bildbetrachters, die nicht nur für die Vermittlung der intendierten Botschaft ausschlaggebend ist, sondern auch positive Gefühle hervorrufen und eine emotionale Bindung bewirken kann. Bei der ganzfigurigen Einstellungsgröße, die bei den Fotoaufnahmen

dreier Länder am meisten vorkommt, ist jedoch schwierig zu erreichen, dass Emotionen auf dem Bild entsprechend zur Geltung kommen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass bei der Auswahl des Bildmaterials bei den analysierten Ländern die Strategie der Authentifizierung nachhaltig verfolgt wird. Das zeigt sich insbesondere in der Mimik und dem kameraabgewandten Blick der abgebildeten Bildproduzenten bei Personenfotografien und in Körper- bzw. Gegenstandsdarstellung bei Personen- und Sachaufnahmen. Dies lässt die Fotografien auf der einen Seite natürlich und authentisch erscheinen, kann aber auf der anderen Seite monoton und ausdruckslos wirken. Aus diesem Grund werden die Aufnahmen durch einen mäßigen Einsatz von Bildern ausgeglichen, die durch extreme Formate, Bild- und Einstellungsgrößen, von der Normalsicht abweichende Kameraperspektiven, direkten Kamerablick der aufgenommenen Personen und ausgeprägte Darstellung von Mimik und Emotionen gekennzeichnet sind.

Die thematische Gliederung von den Personenaufnahmen verdeutlicht, dass das Landesbild kaum durch Traditionelles und Typisches, sondern vielmehr durch die Abbildung unterschiedlicher Erholungs- und Freizeitaktivitäten, sei es in der Stadt, auf dem Land, in den Bergen oder am Meer, präsentiert wird. Es erfolgt eine starke Fokussierung auf eine Beschäftigung im Urlaub, die von einem kulturellen Programm in der Stadt über Sportsaktivitäten bis hin zum Ausgehen oder Besuchen von unterschiedlichen Events und Veranstaltungen hineinreicht. Die verschiedenen landesspezifischen Attribute wie Tulpen, Mühlen, Holzschuhe und Käse bei den Niederlanden, Berge, Alpenwiesen, Essensspezialitäten bei Österreich und Reichstag, Fernsehturm, Berliner Mauer sowie weltbekannte Naturgebiete, Städte und Schlösser bei Deutschland werden dabei beibehalten und kommen vereinzelt immer wieder vor.

6. Habitusrekonstruktion: qualitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet

In diesem Kapitel wird mittels der dokumentarischen Methode den landesspezifischen Habitus von Deutschland, Österreich und den Niederlanden aus dem manifesten Bildmaterial rekonstruiert. Damit soll primär die Frage beantwortet werden, welches Bild von den zu analysierenden Ländern nach außen repräsentiert wird und wie es durch die veröffentlichten Bildinhalte im Internet seinen Ausdruck findet. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses stehen neben Gemeinsamkeiten auch Unterschiede in Habitus dreier Länder, die anhand der komparativen Analyse und Typenbildung, die für die Verifizierung der gewonnenen Ergebnisse von großer Bedeutung sind, herausgearbeitet werden sollen. Bevor es aber zur ausführlichen Untersuchung von visuellen Online-Inhalten auf den Webseiten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden kommt, ist die Auswahl des Untersuchungsmaterials für die dokumentarische Methode zu begründen.

6.1. Auswahl des Untersuchungsmaterials

Bei der Auswahl des Analysematerials spielen zum einen die Bildgröße und Auflösung der zu untersuchenden Fotografien und zum anderen ihre Positionierung auf der Internetseite eine entscheidende Rolle. Das bedeutet, dass für die rekonstruktive Analyse ausschließlich mittelgroße bis sehr große Bilder berücksichtigt werden können, die auf der Startseite bzw. in entsprechenden Ressorts oder Rubriken im oberen Bereich positioniert sind. Solche Bilder stehen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und liefern erste Eindrücke über die Webseite. Als wichtiger Anziehungspunkt sollen sie in erster Linie eine Blickfang-Funktion erfüllen und Besucher dazu bewegen, auf der Webseite zu verweilen und sich mit den angebotenen Inhalten auseinanderzusetzen. Da die Startseiten der Webauftritte von Deutschland, Österreich und den Niederlanden aufgrund ihres differenten Aufbaues sowohl thematisch als auch gestalterisch keine homogene Vergleichsbasis boten, sollten die Bilder von den entsprechenden Rubriken, Ressorts und Unterthemen, die ebenso für die quantitative Erhebung herangezogen wurden (siehe Kapitel 5.1.2), für die qualitative Analyse in Anspruch genommen werden. Die Anzahl der zu untersuchenden Bilder pro Land sollte dabei fünf Fotografien nicht übersteigen und ein möglichst umfassendes Bild über das jeweilige Land liefern.

Neben sichtbarer Positionierung der Aufnahmen und ihrer Veröffentlichung an hervorragender Stelle sollen zudem die Ergebnisse der quantitativen Analyse zurate gezogen werden, um die Fotoauswahl plausibel und nachvollziehbar begründen zu können. Die Vorgehensweise sieht dabei wie folgt aus: Zunächst findet die Vorauswahl der Bilder auf den Webseiten der zu untersuchenden Länder statt, die nach der thematischen Gliederung gruppiert

werden. Im zweiten Schritt erfolgt deren Gewichtung nach den im Codebuch festgelegten formalen und inhaltlichen Kriterien, um herauszufinden, welche Bilder in Bezug auf die meist vorkommenden Kategorien dem idealtypischen Bild, das in sich alle dominanten Variablen des Codebuchs vereint, am meisten entsprechen und somit von größerer Bedeutung als die anderen Fotoaufnahmen sind, die den spärlich vertretenen Kategorien angehören. Die Gewichtung der Bilder wird in einer Excel-Tabelle fixiert, die im Anhang zu finden ist. Die Zugehörigkeit eines Bildes zu einer bestimmten Kategorie wird mit einer Codierzahl aus dem Codebuch festgehalten. Gegenüber jeder Codierzahl wird auch der prozentuale Wert der entsprechenden Variablen nach den Ergebnissen der quantitativen Untersuchung angegeben. Prozentwerte aller Kategorien werden schließlich summiert, um den prozentualen Mittelwert errechnen zu können. Die Fotoaufnahmen mit dem höchsten Mittelwert werden für die anschließende rekonstruktive Analyse ausgewählt.

Wie bereits oben erwähnt ist nicht allein die Gewichtung der Bilder nach den formalen und inhaltlichen Kriterien für die Bildauswahl entscheidend, sondern auch die Zugehörigkeit der Fotoaufnahmen zu den gleichen Ober- und Unterkategorien. Weisen z. B. zwei oder mehrere Bilder aus der gleichen Variable einen niedrigeren prozentualen Mittelwert auf als das andere Bild aus der gleichen Oberkategorie und einer differenten Variable, soll die Entscheidung zu Gunsten der doppelt bzw. mehrfach vertretenen Unterkategorie getroffen werden. Daraus wird ein Motiv mit der nächsthöheren Prozentzahl ausgewählt.

Nachdem die engere Bildauswahl für jede Webseite der Länder erfolgt hat, werden die ausgewählten Fotografien und ihre prozentualen Ergebnisse zusammengetragen. Von jeder Internetseite des Landes werden von den Personen- und Sachaufnahmen erneut ein bis zwei Bilder mit dem höchsten prozentualen Mittelwert ausgewählt, die für die rekonstruktive Analyse berücksichtigt werden sollen. I. d. R. werden bei einer bis drei Personen- bzw. Sachaufnahmen ein Motiv und bei mehr als vier Fotos zwei Motive mit dem höchsten prozentualen Mittelwert ausgewählt.

Auf der einen Seite bietet solche zahlenmäßige Unterstützung eine gute Lösung für die intersubjektiv nachvollziehbare Bildselektion, die auf genauen Zahlen und nicht auf subjektiver Wahrnehmung des Forschenden fußt. Auf der anderen Seite werden dadurch genau solche Bilder berücksichtigt, die nach den Ergebnissen der quantitativen Bildanalyse und den festgelegten formalen und inhaltlichen Kriterien die meiste Anwendung auf den Webseiten der zu analysierenden Länder finden und dort vermehrt eingesetzt werden. Dadurch werden Objektivität, Gültigkeit und Zuverlässigkeit der qualitativen Bilduntersuchung erhöht.

In weiteren Ausführungen soll die Bildselektion für jedes einzelne Land näher betrachtet werden.

6.1.1. Bildauswahl für Deutschland

Germany.travel

Auf der Internetseite Germany.travel enthalten die für die Untersuchung ausgewählten Rubriken, die in Kapitel 5.1.2 ausführlich beschrieben wurden, eine laufende Bilderleiste. Diese umfasst bis zu 20 Fotografien, die sich mit einer Frequenz von etwa vier Sekunden abwechseln. Da diese Bildergalerien immer wieder mit gleichem Bild starten, sollten zum Zweck der Einschränkung des Bildmaterials nur die ersten zwei Aufnahmen berücksichtigt werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Nutzer mit bis zu 20 Fotografien der Bildergalerie auseinandersetzen, die sich nur alle vier Sekunden ändern, ist gering. Die ersten zwei Fotoaufnahmen – insbesondere das erste Bild – können dagegen mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit gesehen werden. Nach diesem Prinzip wurden aus den entsprechenden Rubriken 13 Fotografien ausgewählt (siehe Abb. 33). Ein weiteres Selektionskriterium bestand darin, dass die Aufnahmen, die aus derselben Ober- und Unterkategorie stammen, gleich in die engere Auswahl kommen sollten – unabhängig von der zahlenmäßigen Verbreitung ihrer Kategorie laut den Ergebnissen der quantitativen Analyse. Für die qualitative Untersuchung wurde i. d. R. ein Motiv aus dieser Kategorie ausgewählt.



Abb. 33: Bildvorauswahl von Germany.travel

Wenn man die Vorauswahl der Fotoaufnahmen von Germany.travel betrachtet, werden die 13 ausgesuchten Bilder nach der thematischen Gliederung wie folgt gruppiert: Die Fotografien 1 und 2 gehören der Oberkategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“ und der Unterkategorie „Sportaktivitäten“ an. Die Bilder 3 bis 5 entstammen der Oberkategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“, wobei die Fotos 3 und 5 der Unterkategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“ zugeordnet sind und das Bild 4 unter der Variable „Schlösser und Burgen“ erfasst ist. Die Fotoaufnahmen 6 bis 11 gehören ebenso zur Oberkategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“, werden aber unter verschiedenen Unterkategorien codiert: Die Bilder 6 und 7 unter der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“; 8 und 9 unter der Kategorie „Spiel- und Spaßaktivitäten“; 10 und 11 unter der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“. Die Bilder 12 und 13 sind rein gegenständlich und gehören der Oberkategorie „Einzelgegenstände“ an. Das Foto 12 wird unter der Variable „Kunst und Handwerke“ und das Bild 13 unter der Unterkategorie „Sonstige Gegenstände“ erfasst.

Nach der Ausrechnung der Gewichtung nach den formalen und inhaltlichen Kategorien bei jedem einzelnen Bild wurde die Auswahl der Fotoaufnahmen für die rekonstruktive Bildanalyse getroffen. Berücksichtigt wurden primär die mehrfache Vertretung von Kategorien der thematischen Gliederung und der höchste prozentuale Mittelwert innerhalb dieser Kategorien. Die Auswahl fiel auf die Bilder 2, 5, 6, 8, 11 und 13.

Berlin.de

Auf der Internetseite Berlin.de enthält das Ressort „Tourismus“ ebenso eine laufende Bilderleiste, die im Gegensatz zu der von Germany.travel thematisch gegliedert ist. Aus dem Grund, dass den Nutzern dadurch die Möglichkeit gewährt wird, zwischen einzelnen Themen auszuwählen, werden alle darin enthaltenen Fotografien für die Vorauswahl berücksichtigt. Die anderen Bilder entstammen Rubriken und Unterrubriken, die in Kapitel 5.1.2 genannt wurden.

Auf solche Weise wurden insgesamt 17 Bilder erhoben, die nach der thematischen Gliederung folgendermaßen gruppiert werden (siehe Abb. 34): Die Fotos 1 bis 4 stammen aus der Oberkategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“ und der darunterliegenden Unterkategorie „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“. Auch die Fotografien 8 und 9 sind der gleichen Oberkategorie zugeordnet, gehören aber der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“ an. Das heißt, dass aus den Fotografien 1 bis 4 sowie 8 und 9 aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu der gleichen Ober- und Unterkategorie jeweils ein Bild ausgesucht wird.

Die Aufnahmen 5 bis 7 wurden unter der Oberkategorie „Einzelgegenstände“ erfasst, wobei die Bilder 5 und 6 zur Unterkategorie „Fahrzeug(e)“ und das Foto 7 zur Variable „Sonstige

Gegenstände“ gehören. Dadurch, dass die Unterkategorie „Fahrzeug(e)“ doppelt vertreten ist, soll die Auswahl zwischen den Bildern 5 und 6 getroffen werden, obgleich der ermittelte prozentuale Mittelwert der Fotografie 7 höher ausfällt.



Abb. 34: Bildvorauswahl von Berlin.de

Nach der Ausrechnung der prozentualen Mittelwerte für jedes Bild fiel die Entscheidung für die Fotografien 3, 6, 8, 12, 13 und 15.

Finale Bildauswahl

Nachdem die ausgewählten Bilder von Germany.travel und Berlin.de und ihre prozentualen Werte zusammengetragen wurden, sollte eine finale Bildauswahl für die qualitative Untersuchung getroffen werden. Da bei Germany.travel vier Personenaufnahmen (2, 6, 8, 11) in die engere Auswahl kamen, sind daraus zwei Bilder mit den höchsten prozentualen Mittelwerten auszuwählen. Bei Berlin.de sind es drei Personenaufnahmen (12, 13, 15), von denen laut der oben erläuterten Selektionsvorgehensweise ein Motiv auszuwählen ist. Die höchsten prozentualen Mittelwerte haben bei Germany.travel die Fotos 6 und 11 und bei

Berlin.de das Bild 13. Nach dem ähnlichen Prinzip erfolgt die finale Bildselektion für die Sachaufnahmen. Hier ist das Foto 5 bei Germany.travel und das Bild 8 bei Berlin.de auszuwählen (siehe Abb. 35).

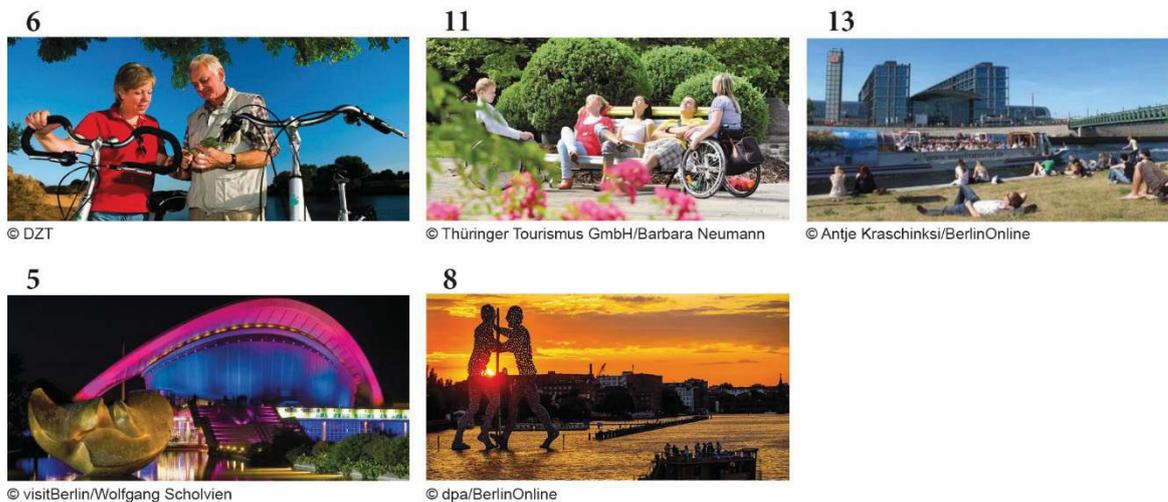


Abb. 35: Finale Bildauswahl auf den deutschen Webseiten

6.1.2. Bildauswahl für Österreich

Austria.info

Auf der Webseite Austria.info haben alle Rubriken und Unterthemen im oberen Bereich ein überdimensionales Bild, das sich etwa über die Hälfte des Bildschirms als ein großer Streifen erstreckt. Es steht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und ist das Erste, was der Nutzer unmittelbar vor der Auseinandersetzung mit den dargebotenen Inhalten zu sehen bekommt. Um die Bildselektion einschränken zu können, sollen ausschließlich diese großen Bilder aus den im Rahmen der quantitativen Analyse festgelegten Themenbereichen und Rubriken für die Vorauswahl genommen werden. Eine Ausnahme bildet das Unterthema „Über Österreich“, das einen kurzen Überblick über das Land und seine Besonderheiten gibt. Hier sollen alle auf der Seite dieses Unterthemas veröffentlichten Bilder für die Vorauswahl berücksichtigt werden. Insgesamt wurden auf solche Weise elf Bilder erhoben und nach der thematischen Gliederung, die im Zuge der quantitativen Untersuchung stattfand, wie folgt gruppiert (siehe Abb. 36): Das Bild 1 gehört der Oberkategorie „Natur“ und der Unterkategorie „Wald/Graswiese/Steppe/Sumpf“, die es einzeln vertritt. Die Bilder 2 und 3 sind der gleichen Oberkategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“, aber den unterschiedlichen Unterkategorien „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“ bzw. „Denkmäler und Skulpturen“ zugeordnet. Dadurch, dass die beiden Fotos dieselbe Oberkategorie vertreten, wird die Entscheidung für eins davon getroffen. Auch aus den Bildern 4 und 5, die ebenso unter der gleichen Oberkategorie „Einzelgegenstände“ und den unterschiedlichen Unterkategorien „Speisen/Lebensmittel“ bzw. „Sonstige Gegenstände“ erfasst sind, wird für die qualitative Analyse ein Motiv ausgesucht.

Bei den Personenaufnahmen soll die Auswahl zwischen den Bildern 6 und 7, 8 und 9, 10 und 11 getroffen werden. Die Fotos 6 und 7 gehören zwar zu völlig unterschiedlichen Ober- bzw. Unterkategorien, vertreten aber zwei thematische Bereiche, die trotz ihrer Minderheit für die qualitative Analyse von Interesse sind. Das sind die Oberkategorien „Tradition, Bräuche und Feste“ und „Alltagsleben“. Die Bilder 8 bis 11 gehören der gleichen, meist verbreiteten Oberkategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“ an. Während Bilder 8 und 9 die Unterkategorie „Wanderlust und Entdeckungstouren“ vertreten, sind Bilder 10 und 11 den Variablen „Erholung auf dem Land“ bzw. „Erholung am Strand/Meer/Wasser“ angehörig. Nach der Berechnung der prozentualen Mittelwerte der Fotoaufnahmen fiel die finale Auswahl auf die Bilder 2, 5, 7, 9 und 11.



Abb. 36: Bildvorauswahl von Austria.info

Wien.info

Nach dem ähnlichen Prinzip wurde auch die Vorauswahl der Bilder auf der Internetseite Wien.info getroffen. Alle Fotografien vom Themenbereich „Noch mehr Wien“, die einen Überblick über die wichtigsten Themen der Stadt Wien geben, sowie die überdimensionalen Fotoaufnahmen, die als große Streifen im oberen Bereich der relevanten Unterthemen platziert sind, fließen in die Bildvorauswahl ein. Insgesamt sind es 18 Bilder, die nach der thematischen Gliederung folgendermaßen gruppiert werden (siehe Abb. 37): Die Fotos 1 bis 7 entstammen der Oberkategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“. Aus den Bildern 1 und 2, die zur Unterkategorie „Spiel-/Spaßaktivitäten“ gehören, 3 bis 5, die der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“ zu entnehmen sind, sowie 6 und 7, die der Unterkategorien „Sportaktivitäten“ bzw. „Sonstige Sportaktivitäten“ angehören, wird jeweils ein Motiv ausgewählt. Dadurch, dass es bei den Bildern 1 und 2 um dieselbe Fotografie in zwei verschie-

denen Größen und Bildausschnitten handelt, kommen die beiden Fotos in die engere Auswahl. Je nach ermitteltem prozentualen Mittelwert wird die Entscheidung für eins dieser zweifach eingesetzten Bilder getroffen. Das betrifft auch die Fotos 3 und 4. Obwohl diese nicht exakt identisch aussehen, kommen sie aus einem Fotoshooting und weisen ein ähnliches Bildsujet auf. Aus diesem Grund haben diese Bilder den Vorrang – unabhängig von der Höhe ihres ermittelten prozentualen Mittelwertes im Vergleich zu den anderen Bildern dieser Kategorie. So fiel z. B. die Entscheidung für die Fotoaufnahme 4, obwohl das Bild 5 einen höheren Mittelwert aufweist.

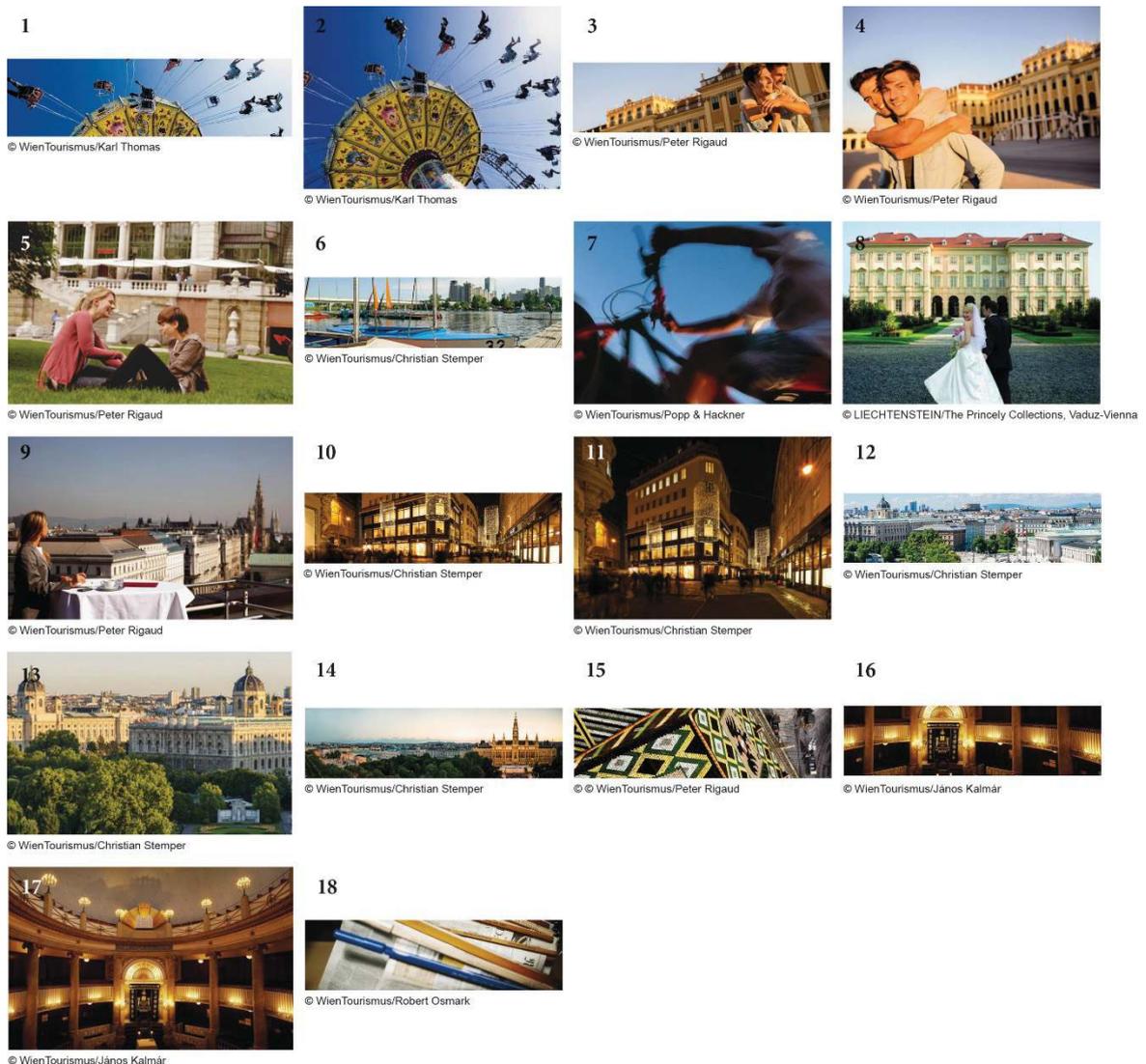


Abb. 37: Bildvorauswahl von Wien.info

Bei den Sachaufnahmen sind die Bilder 10 bis 15 der Oberkategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“ und der Unterkategorie „Stadtlandschaft/Städtisches Leben“ zugeordnet. Aus dem Grund, dass es sich bei den Bildern 10 und 11 um dasselbe Bild in zwei verschiedenen Größen und Ausschnitten handelt, wird die Auswahl für eins dieser Bilder getroffen, ungeachtet der Höhe der errechneten Mittelwerte anderer Fotoaufnahmen

dieser Kategorie. In diesem Fall fiel die Entscheidung für das Bild 11, obwohl es den zweitgrößten Mittelwert nach dem Bild 13 aufweist. Die Fotoaufnahmen 16 und 17 entstammen der Oberkategorie „Innenraumansicht“ und der Unterkategorie „Sonstige Innenraumansichten“ und stellen ebenso ein und dasselbe Bild in zwei unterschiedlichen Größen und Ausschnitten dar. Das Foto 18 gehört schließlich der Oberkategorie „Einzelgegenstände“ und der Kategorie „Sonstige Gegenstände“ an und vertritt diese einzeln.

Nach der Ausrechnung der Gewichtung der Fotoaufnahmen und der Berücksichtigung der doppelt bzw. mehrfach vertretenen Kategorien fiel die Entscheidung für die Bilder 2, 4, 6, 9, 11 und 17.

Finale Bildauswahl

Nach der engeren Fotoauswahl von Austria.info und Wien.info ist die finale Bildauswahl für die qualitative Untersuchung zu treffen. Aus insgesamt drei Personenaufnahmen von Austria.info wird ein Bild ausgewählt, und zwar die Fotoaufnahme 7. Von vier Personenfotografien von Wien.info sind es zwei Motive, die in die finale Bildselektion miteinfließen. Das sind die Fotos 6 und 9. Bei den Sachaufnahmen ist es jeweils ein Bild, das aus insgesamt zwei Fotografien auszuwählen ist. Somit sind das Bild 2 von Austria.info und das Foto 17 von Wien.info in die finale Bildauswahl zu nehmen (siehe Abb. 38).

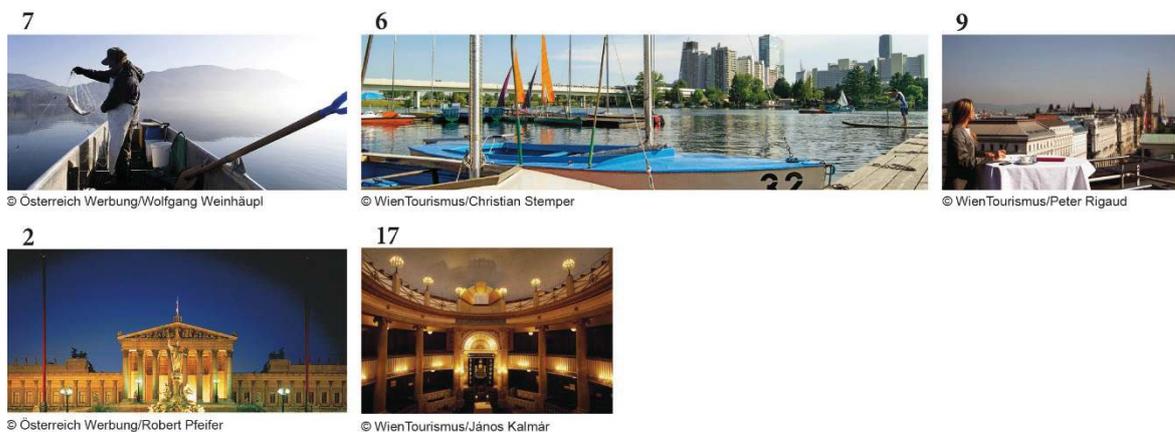


Abb. 38: Finale Bildauswahl auf den österreichischen Webseiten

6.1.3. Bildauswahl für die Niederlande

Holland.com

Auf dem Internetauftritt von Holland.com werden vorwiegend kleine und mittelgroße Bilder eingesetzt. Da die kleinen Bilder aufgrund ihrer Größe und Auslösung für die qualitative Bilduntersuchung nicht berücksichtigt werden können, entfällt ein großer Teil der Fotoaufnahmen. Die gleiche Vorgehensweise wie bei den deutschen und österreichischen Webseiten wird auch hier angewandt. Alle mittelgroßen Bilder aus dem Themenbereich „Entdecken Sie Holland“, die einen Überblick über die bedeutsamen Themen rund um das Reise-land geben, fließen in die Vorauswahl ein. Des Weiteren werden auch die mittelgroßen

Bilder der Unterthemen, die sich im oberen Bereich der Webseite befinden, für die Vorauswahl berücksichtigt. Insgesamt wurden auf solche Weise 16 Bilder erhoben (siehe Abb. 39).



Abb. 39: Bildvorauswahl von Holland.com (© NBTC)

Nach der thematischen Gliederung wurden die Fotografien folgenderweise gruppiert: Die Personenaufnahmen 1 bis 6 entstammen der Oberkategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“, gehören aber alle den unterschiedlichen Unterkategorien an. Aus dieser Reihe werden zwei Bilder mit dem höchsten prozentualen Mittelwert ausgewählt. Die Sachaufnahmen 7 bis 11 sind unter der Oberkategorie „Natur“ codiert. Die Auswahl wird dabei zwischen den Fotos 7 und 8 sowie 9 und 10 getroffen, weil diese zu identischen Unterkategorien „Strandlandschaft“ im Fall von den Bildern 7 und 8 bzw. „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“ im Fall von den Fotos 9 und 10 gehören. Dadurch, dass das Bild 11 seine Unterkategorie „Tiere/Vögel“ einzeln vertritt, wird es nicht berücksichtigt. Des Weiteren wird die Entscheidung zwischen den Bildern 12 und 13, die unter der gleichen Oberkategorie „Einzelgegenstände“, aber unter unterschiedlichen Unterkategorien erfasst sind, und zwischen den Fotos 14 bis 16 getroffen. Zwar gehören die letzteren zu unterschiedlichen Ober- und Unterkategorien, sind aber nach den Ergebnissen der quantitativen Analyse zahlenmäßig gut vertreten – das betrifft vor allem die Variablen, zu denen die Bilder 14 und 15 zugeordnet sind. Aus diesem Grund soll die Auswahl zwischen diesen drei Bildern getroffen werden. Nach der Berechnung der Gewichtung der Fotoaufnahmen und ihrer prozentualen Mittelwerte fiel die Auswahl auf die Bilder 3, 6, 7, 10, 13 und 16. Die Dominanz von Sachaufnahmen unter den

ausgewählten Fotos ist auf die Ergebnisse der quantitativen Bilduntersuchung zurückzuführen. Das Landesbild von den Niederlanden wird hier primär durch Sachaufnahmen repräsentiert.

lamsterdam.com

Der Webaufttritt von lamsterdam.com weist große, überdimensionale Bilder auf, die sich im langen Streifen etwa über die Hälfte des Bildschirms erstrecken. Von der Übersichtsseite des Themenbereichs „Amsterdam entdecken“ sollen alle mittelgroßen bis sehr großen Bilder für die Vorauswahl genommen werden. Um die Bildselektion einschränken zu können, wird von jedem Unterthema jeweils das großformatige Bild im oberen Bereich ausgewählt, das die Aufmerksamkeit der Nutzer durch seine Größe und hervorragende Platzierung auf sich zieht. Insgesamt wurden für die Vorauswahl 20 Bilder erhoben und nach der thematischen Gliederung gruppiert. Noch deutlicher als bei Holland.com kommt hier die sachbezogene Darstellung des Landes zum Tragen, die ebenso im Zuge der quantitativen Erhebung zum Vorschein kam. Von 20 Bildern sind es drei Personen- und 17 Sachaufnahmen (siehe Abb. 40).





Abb. 40: Bildvorauswahl von lamsterdam.com

Die Bilder 1 und 2 stammen aus der Oberkategorie „Natur“ und der Unterkategorie „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“. Sie stellen zudem dasselbe Motiv dar, das in zwei unterschiedlichen Größen und Ausschnitten eingesetzt wird. Das verstärkt die Wirkung des Bildes, das je nach ermitteltem Mittelwert in einer der Ausführungen ausgewählt werden soll, und zwar unabhängig von den anderen Bildern der gleichen Ober- und Unterkategorie und deren Gewichtung. Das betrifft auch die Sachaufnahmen 6 und 7, 8 und 9, 12 und 13 sowie die Personenaufnahmen 18 und 19. Das heißt, dass die Entscheidung stets zwischen solchen Bildern getroffen wird, die ein und dasselbe Motiv darstellen und dementsprechend auch die gleiche Ober- und Unterkategorie vertreten.

Die Fotos 14 bis 16 stellen die Oberkategorie „Dorflandschaft“ dar. Während die Bilder 15 und 16 die Unterkategorie „Einzelne Häuser und Bauwerke“ vertreten, ist das Bild 14 unter der Variable „Dorf/Ländliches Leben“ erfasst. Aus diesem Grund, dass die Fotos 15 und 16 der gleichen Ober- und Unterkategorie angehören, wird die Auswahl für eins dieser Bilder getroffen, ungeachtet der Gewichtung, die sich beim Bild 14 ergibt. Die Fotoaufnahme 17 vertritt ihre Ober- und Unterkategorie einzeln und wird für die Auswahl nicht berücksichtigt.

Bei den Personenaufnahmen 18 bis 20 wird die Entscheidung zwischen den Bildern 18 und 19 getroffen. Zum einen vertreten sie im Gegensatz zum Bild 20 dieselbe Ober- und Unterkategorie und zum anderen bilden auch ein und dasselbe Motiv ab. Die Auswahl fiel schließlich auf die Bilder 2, 7, 9, 13, 15 und 19.

Finale Bildauswahl

Auf den niederländischen Webseiten wurden insgesamt drei Personen- und neun Sachaufnahmen in die engere Auswahl genommen. Da Holland.com zwei und lamsterdam.com eine Personenaufnahme aufweist, wird daraus je ein Motiv ausgewählt. Das sind die Fotos 6 und 19. Bei den Sachaufnahmen werden aus vier Fotos von Holland.com ein Motiv und aus fünf Bildern von lamsterdam.com zwei Motive ausgewählt. Die höchsten prozentualen Mittelwerte weisen dabei die Fotos 16 sowie 2 und 9 auf (siehe Abb. 41).



Abb. 41: Finale Bildauswahl auf den niederländischen Webseiten

6.2. Die visuelle Selbstdarstellung von Deutschland im Internet

Im Folgenden wird die rekonstruktive Bildanalyse der auf den deutschen Webseiten ausgewählten Fotoaufnahmen nach der dokumentarischen Methode vorgestellt.

6.2.1. Analyse des Bildmaterials

6.2.1.1. Personenaufnahmen

6.2.1.1.1. Bild 6 der Kategorie „Wanderlust und Entdeckungstouren“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Für eine bessere Übersicht wird die Beschreibung des Bildes bei der vorikonografischen Interpretation i. d. R. in Bildvordergrund, -mittel- und -hintergrund unterteilt. Bei den Personenaufnahmen erscheint es zudem sinnvoll, Alter, Bekleidung sowie Gebärden und Mimik von abgebildeten Bildproduzenten separat durchzunehmen. Da das vorliegende Bild (siehe Abb. 42) keinen Mittelgrund aufweist, erfolgt zunächst die Beschreibung des Bildvordergrundes und dann -hintergrundes.

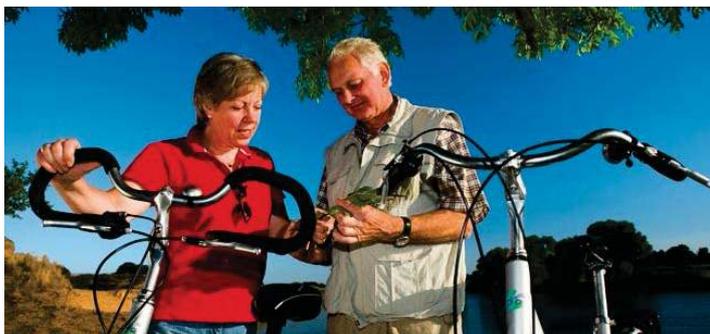


Abb. 42: Bild 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“ (© DZT)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes sind zwei Personen im fortgeschrittenen Alter – eine weibliche und eine männliche – zu sehen, die mit ihren silberfarbenen Fahrrädern mit grünblauem Logo auf einem Feldweg im Sonnenlicht stehen. Während das Fahrrad des Mannes etwas abseits, links von ihm, abgestellt ist, befindet sich das Fahrrad der Frau direkt vor ihr. Es hat einen Lenker in Form einer liegenden Acht, der mit schwarzem Schaumstoff bezogen ist. Auch der Fahrradsattel hat einen schwarzen Stoffbezug mit weißen Streifen. Das Fahrrad des Mannes hat einen Lenker mit schwarzen Griffen, einen schwarzen Sattel und einen schwarz lackierten Gepäckträger. Die beiden Fahrräder sind mit Klingel und Handbremsen ausgestattet. In den Händen der abgebildeten Personen ist ein kleiner grüner Zweig zu erkennen, der ihre Aufmerksamkeit erregt hat. Sie stehen über einem grünen Baum, dessen Zweige von oben in das Bild herabhängen. Ein grüner Zweig kommt auch von links ins Bild.

Alter der abgebildeten Person:

Die aufgenommenen Personen befinden sich schätzungsweise im deutschen Rentenalter und sind ca. 63-65 Jahre alt.

Bekleidung und Aussehen:

Die Frau hat einen kurzen Haarschnitt und dunkelgraue Haare mit hellbraunem Stich. Sie ist mit einem roten kurzärmeligen T-Shirt mit weißem Streifen am Kragen und blauen (Capri-)Jeans bekleidet. Die Frau trägt auch Schmuck: Steckohrringe und eine Kette mit Anhänger. Ihre Sonnenbrille hat sie in den T-Shirt-Ausschnitt gesteckt. Der Mann mit kurzen hellgrauen Haaren hat ein kariertes kurzärmeliges Hemd, eine hellgraue Stoffweste und eine beigefarbene Hose bzw. Shorts an. An der linken Hand trägt er eine Uhr mit dem schwarzen Armband.

Gebärden und Mimik:

Mit der rechten Hand hält die Frau ihr Fahrrad am Lenker, während sie mit der linken Hand den grünen Zweig anfasst, den der Mann in seinen beiden Händen hält. Ihre Blicke sind auf diesen dünnen Ast gerichtet. Der Mund der Frau ist wie beim Reden geöffnet, während auf dem Gesicht des Mannes ein leicht bemerkbares freundliches Lächeln zu erkennen ist.

Zum Bildhintergrund:

Im Bildhintergrund sind eine glatte dunkelblaue Wasseroberfläche eines Flusses bzw. Sees und ein blauer heiterer Himmel zu sehen. Während das rechte Ufer mit grünen Bäumen und Gras bewachsen ist, sieht das linke Ufer – abgesehen von grünem Streifen und ein paar grünen Bäumen in der Ferne – gelblich und ausgetrocknet bzw. in der Sonne verbrannt aus.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Bild ist ein Rentnerpaar abgebildet, das eine Radwanderung unternimmt. Dafür sprechen die Trekking-Fahrräder der aufgenommenen Personen und die Natur, die sie umgibt. Das Fahrrad der Frau ist mit einem Multibar-Lenker ausgestattet, der mehrere Griffpositionen zulässt. Die gleiche Farbe und das Logo der Fahrräder weisen darauf hin, dass diese von einem Fahrradhersteller stammen. Das Rentnerpaar macht gerade eine Pause und tauscht sich über den kleinen grünen Zweig aus, den sie auf dem Weg gefunden bzw. vom Baum oberhalb abgerissen haben. Anhand des geöffneten Mundes der Frau lässt sich schließen, dass sie etwas über den Zweig erzählt, während der Mann ihr aufmerksam und mit Interesse zuhört. Die grüne Natur und die leichte Bekleidung des Rentnerpaars weisen darauf hin, dass es Sommer ist. Das Paar steht im Sonnenlicht, das in das Bild von oben rechts kommt. In Bezug auf den entstandenen Schatten, den die Fahrräder und die abgebildeten Personen werfen, kann angenommen werden, dass die Sonne nicht im Zenit steht; es ist vermutlich später Nachmittag oder Abend.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Grundsätzlich zielt die Rekonstruktion der planimetrischen Bildkomposition darauf ab, „mit möglichst wenigen Linien die Gesamtkomposition des Bildes in der Fläche zu markieren“ (Bohnsack 2011b: 61; Bohnsack 2009b: 966). Bei Personenaufnahmen, auf denen mehr als eine Person abgebildet ist, wird zudem die Planimetrie vornehmlich durch das Arrangement der abgebildeten Bildproduzenten zueinander, d. h. durch die szenische Choreografie, mitbestimmt. Sie gibt dem Forschenden Aufschluss darüber, welche sozialen Beziehungen zwischen den aufgenommenen Personen zu verzeichnen sind (vgl. Bohnsack 2011b: 86). Die planimetrische Bildkomposition des zu untersuchenden Bildes wird durch drei Linien geprägt, die etwa in einem drei bis fünf Grad Winkel von links unten nach rechts oben verlaufen (siehe Abb. 43). Die unterste Linie, die die Fahrradsättel miteinander verbindet, verläuft am Horizont und trennt das Bild in zwei Bereiche: Erde und Himmel. Die oberste Linie, die an der Oberkante der Köpfe des abgebildeten Rentnerpaars entlangführt, begrenzt die Bildgegenständlichkeit nach oben, indem die herabhängenden grünen Äste des Baums oberhalb des Paares vom Bereich des Himmels abgegrenzt werden. Die mittlere Linie, die parallel zu der untersten Linie verläuft, verbindet nun die Lenker der Fahrräder. Zwischen den auf solche Weise entstandenen Bereichen sind keine klare Grenze zu verzeichnen: Durch die Bäume am Horizont sowie die grünen Äste von oben und von links werden sämtliche durch die Linienführung gebildeten Bildteile miteinander verknüpft. Auch das Rentnerpaar dringt durch alle gezeichneten Ebenen bis auf den oberen Bereich mit den

grünen Ästen hindurch, sodass eine weitere Verknüpfung zwischen den gebildeten Bereichen entsteht.



Abb. 43: Planimetrie des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“

Die Linienführung ist vornehmlich durch die leichte Neigung der Naturlandschaft im Bildhintergrund sowie die Position der Fahrräder im Bildvordergrund bestimmt, die sich in den Linien der Fahrradsattel und -lenker sowie in den Kopflinien der abgebildeten Personen reproduziert. Dadurch enthält das gesamte Bild zwar ein entsprechendes Gefälle, bleibt jedoch aufgrund eines geringen Winkels eher stabil. Perspektivisch gesehen rücken die beiden Fahrräder in den Mittelpunkt. Durch die starke Untersicht sind diese fast bis zu den Schultern des Rentnerpaars abgebildet, wodurch ein klarer Akzent auf die Radwanderung, also die primäre Beschäftigung der aufgenommenen Personen, gesetzt wird. Aufgrund einer kaum bemerkbaren Unschärfe im Bildvordergrund wird die Überbetonung der Fahrräder jedoch ein wenig gemildert, sodass die abgebildeten Personen und ihr Handeln in diesem konkreten Moment – Austausch über den grünen Zweig – etwas besser zur Geltung kommen.

Perspektivität

Betrachtet man die perspektivische Projektion des Bildes, handelt es sich um die Froschperspektive mit zwei Fluchtpunkten, die außerhalb des Bildes links und rechts liegen (siehe Abb. 44). Die Horizontlinie, auf der die beiden Fluchtpunkte positioniert sind, verläuft unten durch die Naturlandschaft und trennt das Bild in zwei ungleichmäßig große Bereiche, sodass das perspektivische Zentrum oberhalb der Horizontlinie im Bereich des abgebildeten Rentnerpaars auf der Höhe der Fahrradlenker liegt. Dadurch, dass die abgebildeten Personen samt ihren Fahrrädern zentral und groß positioniert sind, bringt das keine Unruhe ins Bild. Der Blick wandert zwar von den Fahrrädern hin zu den Personen, bleibt jedoch konstant auf den mittleren Bereich des Bildes fixiert. Wie bereits anhand der Planimetrie herausgearbeitet wurde, wird aufgrund der Überpräsentierung der Fahrräder die primäre Beschäftigungsart der abgebildeten Bildproduzenten (Radtour) hervorgehoben

und erst dann ihre Handlung im konkreten Moment – Pause machen und sich über den grünen Zweig austauschen – akzentuiert.

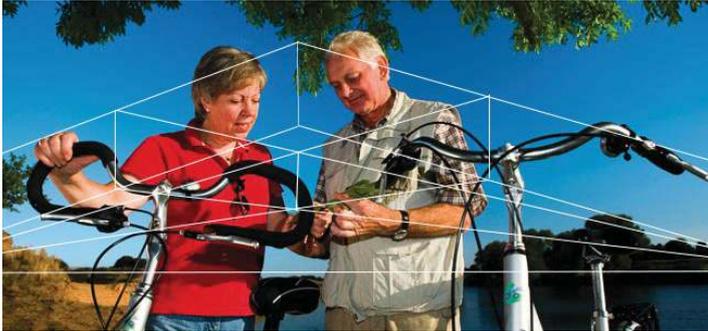


Abb. 44: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“

Szenische Choreographie

Durch die szenische Choreografie wird das Rentnerpaar so gut wie losgelöst von ihren Fahrrädern fokussiert, obgleich die beiden Fahrradlenker in das geschlossene Ensemble bis zur Hälfte kommen und die Hände der Aufgenommenen zum Teil verdecken. Die Umrisse dieses Arrangements stellen eine Haus- bzw. Zeltform dar, die durch die zueinander geneigten Köpfe und Torsos der abgebildeten Personen gebildet wurde (siehe Abb. 45). Während das Fahrrad von der Frau noch in das Ensemble fast komplett mit eingeschlossen wird, ist das Fahrrad von dem Mann an dieses die Fotoaufnahme strukturierende Arrangement rechts angereicht. Die geneigten Köpfe und zugewandten Torsos der Personen sprechen zudem für ihre Zugehörigkeit zueinander bzw. zur gleichen sozialen Gruppe – Rentner, Rentnerhepaar, Rentnerpaar.



Abb. 45: Szenische Choreografie des Bildes 6 der Variable „Wanderlust und Entdeckungstouren“

Die Zugehörigkeit der aufgenommenen Personen zueinander unterstreichen zudem neben der Freizeitbekleidung und den ähnlichen, von einer Firma stammenden, Fahrrädern auch ihre Mimik und Gestik. Während die Frau etwas über den grünen Zweig in den Händen des Mannes erzählt und diesen auch mit anfasst, hört ihr der Mann aufmerksam und mit einem leicht bemerkbaren freundlichen Lächeln zu. Ferner sprechen ihre auf den dünnen Ast gerichteten Blicke für die volle Konzentration auf diesen Naturgegenstand, der ihre Aufmerksamkeit erregt hat.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Wie zuvor erwähnt, weist die Fotoaufnahme keine ausgeprägte Unschärfe auf, die bei der vorliegenden Bildauflösung festgestellt werden könnte. Beim zweiten Blick fällt jedoch auf, dass der Lenker des rechten Fahrrads leicht unscharf ist, sodass seine Überbetonung trotz der hervorragenden Positionierung im Bild etwas zurückgenommen wird. Dies wurde auch bei der Rekonstruktion der planimetrischen Bildkomposition herausgearbeitet. Eine kaum bemerkbare Unschärfe ist ebenso im Bildhintergrund zu erkennen. Das hat jedoch keinen bedeutsamen Einfluss auf die gesamte Bildstimmung und kann auf den ersten Blick nicht identifiziert werden. Insgesamt lässt sich schlussfolgern, dass die Schärfentiefe als ein Instrument zur Erzeugung einer gewissen Bildstimmung vom abbildenden Bildproduzenten nicht eingesetzt wurde. Die Bildgestaltung erfolgte vielmehr anhand der Planimetrie und Perspektivität, die hier als wichtige gestalterische Instrumente zum Einsatz kamen.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie bereits herausgearbeitet wurde, steht das Rentnerpaar mit ihren durch die starke Untersicht groß erscheinenden Fahrrädern im Mittelpunkt des Geschehens. Dies weist auf eine aktive Erholung auch im fortgeschrittenen Alter hin, obgleich die Momentaufnahme das Rentnerpaar während einer Pause bzw. Unterhaltung zeigt und die von ihm zurückgelegte Strecke nur ungefähr eingeschätzt werden kann. Trotz einer gewissen Überbetonung der Fahrräder wird das Rentnerpaar sowohl planimetrisch als auch perspektivisch fokussiert. Zwar verdeckt der Fahrradlenker der Frau teilweise ihre Hand und die Hand des Mannes. Es lässt sich trotzdem erkennen, dass sie sich über einen dünnen Ast austauschen. Der Fokus liegt dabei nicht auf dem grünen Zweig in ihren Händen, sondern auf dem Austausch über dieses Naturobjekt, der anhand der Gesichtsmimik und der zum Zweig hin geneigten Köpfe zum Ausdruck gebracht wird. In diesem Sinne steht die aktive Bewegung zwar im Mittelpunkt, wird aber mit Naturkunde verknüpft. Das weist darauf hin, dass die Natur und die Gegend bewusst, mit „offenen“ Augen erkundet werden. Man erhält damit nicht nur eine körperliche Bewegung, sondern auch eine geistige Nahrung, indem man die Umgebung beobachtend wahrnimmt.

Der Bildhintergrund erscheint in diesem Fall unbedeutend, da er lediglich ein Viertel des Bildes einnimmt und zum größten Teil durch die Torsos der abgebildeten Bildproduzenten und deren Fahrräder verdeckt ist. Seine Aufgabe besteht ausschließlich darin, den Standort des Rentnerpaars mitzuteilen und einen kurzen Einblick in die Gegend zu geben. Die Abwesenheit von Häusern weist darauf hin, dass es sich nicht um eine kurze Radtour in ländlicher Umgebung, sondern um eine längere Erkundungsreise, womöglich in einem Naturpark, handelt.

Das Arrangement der aufgenommenen Personen, ihre einander zugewandten Köpfe und Oberkörper sowie ihre Gestik und Mimik sprechen für ihre besondere Zugehörigkeit zueinander und zwar nicht nur zur gleichen sozialen Gruppe. Es liegt die Vermutung nahe, dass das ein Ehepaar in Rente ist, das gerade einen Urlaub in der Natur macht oder einen Fahrradausflug nicht weit weg von zu Hause unternimmt. Zwar sind ihre Blicke weder in die Kamera noch aufeinander gerichtet, kann man an der Mimik der Frau, die bereitwillig über den grünen Zweig etwas erzählt, und der lächelnden, freundlichen Mimik des Mannes feststellen, dass die beiden gerne Zeit miteinander verbringen und gemeinsame Interessen teilen – zumindest beide an der Natur interessiert sind.

Die Fahrräder der gleichen Marke sprechen dafür, dass diese für einen Spaziergang ausgeliehen oder vom Rentnerpaar bei einer Firma gekauft wurden. Es fällt zudem auf, dass die Frau trotz ihrer Freizeitbekleidung und -beschäftigung Schmuck trägt. Das unterstreicht einerseits ihre Vorliebe für Schmuck, kann andererseits ein Zeichen für Wohlstand sein. Neben dem Schmuck deutet auch ihre gepflegt aussehende Kurzhaarfrisur darauf hin, dass sie unabhängig von Anlass und Ort großen Wert auf ihr Aussehen legt.

Insgesamt wird dadurch ein glückliches, voller Bewegung und Entdeckungen Leben im Rentenalter vermittelt, das durch abendliches Sonnenlicht, in dem das Paar steht, umrahmt wird. Die langsam untergehende Sonne versinnbildlicht auch die letzten Sonnentage im Rentenleben, die nützlich, bewegungsorientiert und erlebnisreich verbracht und genossen werden können.

6.2.1.1.2. Bild 11 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Aufgrund einer klaren Aufteilung der Fotografie in Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund erscheint es sinnvoll, die Beschreibung des Bildes ebenfalls in drei Schritten vorzunehmen (siehe Abb. 46).



Abb. 46: Bild 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“
(© Thüringer Tourismus GmbH/Barbara Neumann)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes ist eine blühende Pflanze bzw. ein Busch zu sehen, der komplett verschwommen abgebildet ist. Er hat grüne Blätter, feine dünne Zweige und pinkfarbenen verzweigten Blütenstand. Die Pflanze nimmt die ganze linke Ecke des Bildes ein und erstreckt sich schräg von links oben nach rechts unten etwas mehr als bis zur Mitte des Bildes.

Zum Bildmittelgrund:

Im Mittelgrund des Bildes sind fünf in der Sonne sitzende Personen zu sehen – zwei männliche und drei weibliche. Die männliche Person links sitzt auf einem schwarzen Stuhl mit Rädern. Zwei weibliche und eine männliche Personen sitzen entspannt auf einer weißgelben hölzernen Bank mit Metallfüßen. Eine weitere weibliche Person rechts sitzt ebenso in einem schwarzen Stuhl mit Rädern, an dessen Lehne eine große schwarze Tasche mit braunen Henkel hängt. Hinter dem rechten Rad sind eine rote Tasche bzw. ein Rucksack zu erkennen, der auf dem Boden liegt. Hinter der Bank sind vier grüne kugelförmige Büsche zu sehen, die auf einem mit zerkleinerter Baumrinde bedeckten Erdhügel angepflanzt sind. Der Boden um die Büsche herum ist mit rechteckigen Steinen gepflastert.

Alter der abgebildeten Personen:

Alle auf dem Bild dargestellten Personen können etwa auf das gleiche Alter geschätzt werden, und zwar auf Anfang oder Mitte 20.

Bekleidung und Aussehen:

Die Beschreibung der Personen erfolgt von links nach rechts. Der Junge links hat blonde Haare und einen kurzen Haarschnitt. Er trägt ein hellgraues langärmeliges T-Shirt, vermutlich mit einem schwarzen bzw. dunklen Schriftzug auf der Brust, und eine hellblaue Hose bzw. Jeans. Seine Beine und Füße verdecken zum größten Teil die grünen Buschzweige im Vordergrund, sodass seine Schuhbekleidung nicht identifiziert werden kann. Die junge Frau links auf der Bank hat ebenso blondes Haar, das sie hinten im Dutt trägt. Sie ist mit einer roten kurzärmeligen Bluse und hellblauen Jeans bekleidet. An ihren Füßen hat sie orangefarbene Peep Toe Pumps an. Die junge Frau trägt auch ein Schmuckset: eine lange Kette mit Anhänger in Form eines großen Schmetterlings und die passenden Ohrringe – ebenso in Form eines Schmetterlings – dazu. Unter ihrem Kopf hat sie eine rote Strickjacke. Die Frau in der Mitte hat ein offenes, schulterlanges dunkles Haar und ist mit einem weißen kurzärmeligen T-Shirt und einer graubraunen Caprihose bekleidet. An ihren Füßen trägt sie dunkelfarbige Ballerinas mit Schleife und eine Armbanduhr an der linken Hand. Der junge Mann nebenan hat braunes Haar und einen kurzen Haarschnitt und trägt ein gelbes kurzärmeliges T-Shirt mit Motiv, grauweiß karierte Bermudas und weiße Sneakers. An der linken Hand trägt er eine schwarze Uhr und an der rechten Hand einen schwarzen bzw. dun-

kelbraunen Armband. Über seine rechte Schulter ist ein schwarzer bzw. dunkelgrauer Träger von einer Umhängetasche zu sehen. Die Frau links hat blondes Haar bis zum Schulterblatt. Sie ist mit einer kurzärmeligen Bluse in Blautönen, einer weißen Hose und Sneakers bekleidet. In ihren Ohren sind schwarze Quastenohrringe zu erkennen.

Gebärden und Mimik:

Die Beschreibung von Gebärden und Mimik der abgebildeten Bildproduzenten erfolgt ebenso von links nach rechts. Anzumerken ist, dass alle Personen im Sitzen abgebildet sind: drei auf der Bank und zwei auf den Stühlen mit Rädern. Der Junge links ist dem Bildbetrachter seitlich zugewandt und hat seine Hände in den Schoß gelegt. Sein Gesicht sieht ruhig und gelassen aus. Er hat eine entspannte, zurückgelehnte Sitzhaltung. Seine Augen sind geschlossen. Die drei Personen auf der Bank haben sich ebenso entspannt zurückgelehnt und weisen dadurch eine halbliegende Körperhaltung auf. Ihre Köpfe hatten sie gegen die hölzerne Lehne der Bank gelegt. Ihre Augen sind geschlossen. Während die Hände der Frau links auf der Bank liegen und die Frau in der Mitte ihre Hände in den Schoß gelegt hat, sind die Arme des jungen Mannes rechts verschränkt. Die beiden jungen Frauen auf der Bank haben ihre Beine übereinandergeschlagen. Ihre Gesichter sehen ruhig und gelassen aus. Auf dem Gesicht der Frau in der Mitte ist zudem ein leicht bemerkbares Lächeln zu erkennen. Der Junge rechts hat seine Beine nach vorne ausgestreckt und gekreuzt. Anhand seiner Gesichtszüge sind keine ausgeprägten Emotionen zu erkennen. Er wirkt ebenso gelassen und entspannt. Die Frau rechts sitzt dagegen in ihrem Stuhl aufrecht und ist dem Bildbetrachter halb mit dem Rücken zugewandt, sodass ihr Gesicht nicht zu sehen ist. Ihre rechte Hand ruht auf den Knien und mit ihrer linken Hand hält sie sich am Rad.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes sind eine gemähte grüne Wiese und grüne Kronen der Bäume abgebildet. Rechts kann eine Konstruktion aus Stein identifiziert werden, deren oberer Teil die Form eines Pilzhutes hat. Dahinter sind ein Teil des Springbrunnens und daneben ein Stück der Bank zu erkennen. Links ist ebenso ein Bauwerk bzw. ein Haus zu sehen, das durch den Busch im Bildvordergrund sowie durch grüne Äste und Zweige im Bildhintergrund zum größten Teil verdeckt ist.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Bild sind fünf junge Erwachsene bzw. Freunde – zwei im Rollstuhl und drei auf der Bank – abgebildet, die in einem Park eine Erholungspause machen. Dafür spricht ihre entspannte Sitzhaltung mit geschlossenen Augen, abgesehen von der Frau im Rollstuhl, deren Gesicht aufgrund ihrer Sitzposition nicht zu sehen ist. Die Umgebung mit gepflegten kugelförmigen Büschen, Sitzbänken, gemähtem Rasen, Gedenkstein bzw. Steinkonstruktion und Springbrunnen im Bildhintergrund weist auf einen Stadtpark hin. Die große Tasche bei der

Frau im Rollstuhl und der auf dem Boden liegende rote Rucksack neben der Bank rechts sprechen dafür, dass es kein kurzer Spaziergang, sondern ein Tagesausflug ist. Das erklärt auch die Notwendigkeit einer Pause, die nach langem Laufen eingelegt wurde. Die grüne Natur und die leichte Bekleidung der abgebildeten Personen deuten darauf hin, dass es Sommer ist. Die jungen Menschen genießen die Sonne, die in das Bild von oben links kommt. Anhand von Schatten der Personen und anderen Gegenständen lässt sich vermuten, dass es Mittagssonne ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Planimetrie des Bildes wird dominant durch Kreise und Ellipsen unterschiedlicher Größe bestimmt, die durch kugelförmige Büsche und Räder der Rollstühle im Bildmittelgrund vorgegeben sind und zusätzlich durch das Monument bzw. die Steinkonstruktion im Hintergrund und den kugelförmigen Blütenstand im Vordergrund bekräftigt werden (siehe Abb. 47). Durch die dem Bildbetrachter seitlich bzw. halb mit dem Rücken zugewandte Sitzhaltung der Rollstuhlfahrer wurde ein weiterer Kreis bzw. eine Ellipse in der Mitte des Bildes gebildet, die oben aus dem Bild etwas herausragt und das Zugehörigkeitsgefühl und den Zusammenhalt der Gruppe zum Ausdruck bringt. Die Kreise und Ellipsen sind vorwiegend in der Mitte des Bildes konzentriert, wodurch die Aufmerksamkeit auf die abgebildeten Bildproduzenten gelenkt wird. Die ungeordnete Platzierung von Kreisen und Ellipsen verleiht dem Bild einerseits eine gewisse Verspieltheit und Lässigkeit, die auch durch eine entspannte und lockere Sitzhaltung der jungen Menschen – zum Teil auch halb liegend – verstärkt wird. Andererseits ist der Kreis ein Symbol für Einheit, Ganzheit und Geschlossenheit, sodass die Zugehörigkeit innerhalb oder außerhalb des Kreises ausschlaggebend ist. Abgesehen von dem Jungen im Rollstuhl, der zwischen zwei Kreisen positioniert ist, sind die anderen jungen Menschen in mindestens zwei Kreise bzw. Ellipsen miteingeschlossen. Planimetrisch gesehen bleibt er damit von der Gruppe ausgeschlossen. Zusammen mit der jungen Frau im Rollstuhl bildet er jedoch einen Sitzkreis um die jungen Menschen auf der Parkbank und wird somit in die planimetrische Bildkomposition zurückgeholt. Damit spielen die beiden Rollstuhlfahrer die Rolle der Bindeglieder, die die ganze Gruppe zusammenhalten. Zwar rückt die junge Frau im Rollstuhl genauso wie drei junge Erwachsene auf der Bank ins Zentrum, übernimmt jedoch durch ihre seitlich zugewandte resp. abwendende Körperhaltung – weg vom Bildbetrachter und hin zum Jungen bzw. zur Gruppe

auf der Bank – die Rolle eines „Wegweisers“ und leitet den Blick zu den jungen Menschen auf der Sitzbank über.



Abb. 47: Planimetrie des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Perspektivität

Betrachtet man die Perspektivität des Bildes, handelt es sich um die Schräg- bzw. Über-eckperspektive mit zwei Fluchtpunkten. Darauf deuten sowohl die dem Bildbetrachter seitlich bzw. halb mit dem Rücken zugewandten Rollstuhlfahrer als auch die etwas von der Seite aufgenommene Sitzbank mit den jungen Leuten hin (siehe Abb. 48). Der rechte Fluchtpunkt befindet sich dabei direkt am rechten Bildrand und der linke Fluchtpunkt ist weiter außerhalb, neben dem linken Bildrand, positioniert. Die Horizontlinie, auf der die Fluchtpunkte liegen, befindet sich in Augenhöhe des Jungen im Rollstuhl und führt an den Spitzen der Köpfe der auf der Bank sitzenden Personen und der Schulter der jungen Frau im Rollstuhl entlang. Das bedeutet, dass die ganze Gruppe perspektivisch fokussiert ist. Die jungen Menschen auf der Sitzbank erfahren jedoch eine besondere Fokussierung, die folgendermaßen zum Ausdruck kommt: Während die Frau in der Mitte im Bildmittelpunkt positioniert ist (siehe den roten Punkt in der Abb. 48), rücken die Frau links und der junge Mann rechts aufgrund ihrer farbigen Bekleidung – der knallroten Bluse und des gelben T-Shirts – ins Zentrum und somit auch in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Der abbildende Bildproduzent übernimmt in diesem Fall die Rolle eines Beobachters, der die Szene möglichst unbemerkt aus einem blühenden Busch fotografieren wollte.



Abb. 48: Perspektivität des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Szenische Choreographie

Das soziale Arrangement der abgebildeten Bildproduzenten wird durch das Parallelepiped und zwei Dreiecke, die zusammen ein großes Parallelepiped bilden, mitbestimmt (siehe Abb. 49). Dadurch werden vier verschiedene soziale Szenerien bzw. Gruppen miteinander verbunden und ausdifferenziert. Die erste soziale Szenerie wird durch das kleine Parallelepiped markiert, das der Großteil der Gruppe junger Menschen umfasst und durch ihre nach rechts geneigte Sitzhaltung und die Konturen der Bank entstanden ist. Die zweite und dritte soziale Szenerie wird jeweils von einer im Rollstuhl sitzenden Person vertreten und durch Dreiecke markiert. Durch die Kopfspitze der jungen Frau im Rollstuhl wurde das gleichschenklige Dreieck rechts gebildet, dessen Schenkel an den beiden Rollstuhlrädern entlangführen. Der linke Schenkel dieses Dreiecks ist die rechte Seite des kleinen Parallelepipeds. Das linke Dreieck, dessen Spitze nach unten gerichtet ist, wurde durch die nach links geneigte Sitzposition des jungen Mannes im Rollstuhl gebildet. Aufgrund dessen, dass sein Rollstuhl durch den blühenden Busch im Vordergrund fast komplett verdeckt ist, führt die linke Seite des Dreiecks an seinem Körper entlang. Der rechte Schenkel dieses Dreiecks ist gleichzeitig die linke Seite des kleinen Parallelepipeds. Zwar befinden sich die Rollstuhlfahrer an unterschiedlichen Enden des Bildes links und rechts, stehen jedoch aufgrund der ähnlichen dreieckigen Markierung und der Linie, die die Spitzen ihrer Köpfe verbindet, zueinander in Relation. Darauf weisen auch die Rollstühle hin, die die beiden jungen Menschen zur gleichen sozialen Gruppe zuordnen lassen. Dank der Linienführung, die die Köpfe der Rollstuhlfahrer verbindet, entsteht ein großes Parallelepiped, das alle drei Szenerien vereint und somit die vierte Szenerie, und zwar die der Freunde, bildet. Beim Betrachten aller Gruppen fällt auf, dass die abgebildeten Bildproduzenten altershomogen sind, die ähnliche Mimik und Sitzhaltung haben und sich durch ihr äußeres Erscheinungsbild nicht hervorheben. Einen markanten Unterschied stellen lediglich die Rollstühle der beiden jungen Menschen, die abgrenzend – im Sinne anders sein – wirken, sowie auch ihre Situation dar. Einerseits differenziert die seitlich zugewandte bzw. abwendende Körperhaltung der beiden Personen von der Gruppe auf der Sitzbank ab, die dem Bildbetrachter wiederum frontal zugewandt ist. Andererseits bedeutet das, dass sich die Rollstuhlfahrer der Gruppe zuwenden und auf solche Weise einen Kreis zu bilden versuchen. Wie in der Planimetrie bereits herausgearbeitet wurde, übernehmen sie damit die Rolle der Bindeglieder, die die gesamte Gruppe zusammenhalten. Das unterstreicht ihre Zugehörigkeit zueinander.



Abb. 49: Szenische Choreografie des Bildes 11 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Der abbildende Bildproduzent hat die Schärfentiefe als kreatives Gestaltungsinstrument eingesetzt. Der blühende Busch im Vordergrund, der eine ausgeprägte Unschärfe aufweist und sich von links oben nach rechts unten etwa bis zur Mitte des Bildes erstreckt, dient als eine künstlerische Verzierung des Bildes und füllt den gepflasterten Boden im vorderen Bereich mit seinem Blütenstand aus. Das setzt die abgebildeten Bildproduzenten besser in Szene und lenkt auf sie die ganze Aufmerksamkeit. Eine leichte Unschärfe ist auch im Hintergrund des Bildes zu verzeichnen, die einerseits die Gruppe und die kugelförmigen Büsche im Mittelgrund hervorhebt und andererseits auch die Umgebung der aufgenommenen Personen besser erkennen lässt.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Anhand der planimetrischen und perspektivischen Rekonstruktion des Bildes sowie des Verhältnisses von Schärfe und Unschärfe wurde herauskristallisiert, dass die auf der Parkbank sitzenden jungen Menschen besonders in den Vordergrund rücken, während die beiden Rollstuhlfahrer aufgrund ihrer dem Bildbetrachter seitlich bzw. halb mit dem Rücken zugewandten Körperhaltung etwas weniger Beachtung geschenkt wird. Sie fallen vielmehr durch ihre Rollstühle auf, die sie von der Gruppe auf der Sitzbank differenzieren. Der Junge im Rollstuhl ist zudem planimetrisch nicht fokussiert. Er wird jedoch trotz des keilförmigen Leerraums zwischen ihm und der Frau auf der Bank in die planimetrische Bildkomposition gerade noch zurückgeholt – dank dem blühenden Busch im Bildvordergrund, der seinen Rollstuhl fast komplett verdeckt, sowie anhand seiner schrägen, der Gruppe zugewandten Sitzhaltung. Dies trägt auch dazu bei, dass er im Rahmen der szenischen Choreografie von der ganzen Gruppe nicht abgekoppelt dargestellt wird. Die komplette Gruppe erscheint damit als Ganzes.

Das Arrangement der aufgenommenen Personen spricht ebenso für ihre Zugehörigkeit zueinander. Es liegt die Vermutung nahe, dass das Freunde sind, die einen Ausflug gemeinsam unternehmen. Sie machen gerade im Stadtpark eine Erholungspause, worauf ihre Gesichtsmimik mit geschlossenen Augen, entspannte, zurückgelehnte Sitzhaltung sowie die

Umgebung mit gepflegtem Rasen, Büschen, gepflastertem Boden und Sitzbänken hinweisen. Das junge Alter der Personen und ihre Sitzhaltung weisen zudem auf eine zurückliegende aktive Bewegung hin, die sie viel Energie und Kraft gekostet hat. Auf einen noch nicht abgeschlossenen Tagesausflug deuten zudem die große schwarze Tasche am Rollstuhl der jungen Frau und der rote Rucksack rechts neben der Bank hin. Die Mittagssonne spricht ebenso dafür, dass der Tag noch jung ist und die Reise nach der Erholungsphase weitergeht. Dadurch, dass die Momentaufnahme eine passive, lässige Erholungspause mit Sonnenbad nehmen darstellt, spricht das für eine entspannte, genießerische Seite des Lebens der jungen Menschen, die ungezwungen und lässig durch das Leben gehen und sich genügend Zeit lassen. Während sich der Junge im Rollstuhl durch seine zurückgelehnte Sitzhaltung und Mimik mit geschlossenen Augen der Gruppe auf der Parkbank anschließt, hat die junge Frau im Rollstuhl vermutlich ihre Augen offen. Dafür sprechen sowohl ihre aufrechte Körperhaltung als auch die Gestik, indem sie sich mit der linken Hand am Rollstuhlrud hält. Zwar sind die Blicke der jungen Menschen weder in die Kamera noch aufeinander gerichtet, abgesehen von der jungen Frau im Rollstuhl, die vermutlich in die Richtung des jungen Mannes bzw. der Gruppe auf der Sitzbank schaut, kann man an der der Gruppe zugewandten Körperhaltung der beiden Rollstuhlfahrer sowie an der ähnlichen Mimik feststellen, dass sie zusammengehören. Sie versuchen auch einen Kreis zu bilden, der vor allem durch die jungen Menschen im Rollstuhl, die in der Gruppe als Bindeglieder wirken, initiiert wird. Es wird deutlich, dass ihnen die Zugehörigkeit zur Gruppe trotz körperlicher Beeinträchtigung von großer Bedeutung ist. Sie möchten auch gerne dazu gehören und können sogar bei längeren Ausflügen gut bzw. besser mithalten. Darauf deutet die aufrechte Körperhaltung der jungen Frau im Rollstuhl hin, die auch als wartend interpretiert werden und die Bereitschaft für die Fortsetzung des Ausflugs bedeuten kann.

Insgesamt wird dadurch das Leben junger Menschen vermittelt, die mit oder ohne körperliche Beeinträchtigungen ein Zusammengehörigkeitsgefühl und keine Grenzen sowohl in Bezug auf Freundschaftsbeziehungen als auch auf die Barrierefreiheit aufweisen. Das genießerische, entspannte, erlebnisreiche Leben ohne Eile, das auch mit einem sonnigen Sommertag am Vormittag bzw. Mittag unterstrichen wird, kann ohne jegliche Einschränkungen nach dem Motto „Die Welt kann auf uns warten“ erlebt werden.

6.2.1.1.3. Bild 13 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Es bietet sich an, die Unterteilung des Bildes in Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund vorzunehmen. Der Bildvordergrund umfasst den Bereich mit Menschen auf der Wiese bis hin zum Fluss bzw. Wasserkanal. Der Bildmittelgrund inkludiert das auf dem Fluss fahrende

Schiff sowie auch die Brücke rechts. Der Bildhintergrund beinhaltet schließlich das andere Ufer des Flusses mit Gebäuden und auf der Straße laufenden Menschen (siehe Abb. 50). Da das zu untersuchende Bild keine hochqualitative Auflösung aufweist, können einige Bildbeschreibungen nur mutmaßend erfolgen.



Abb. 50: Bild 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“
(© Antje Kraschinski/BerlinOnline)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes ist eine ausgetrocknete Wiese mit vereinzelt grünen Grasbüscheln links und rechts zu sehen. Hinten begrenzt sie ein mit Steinplatten ausgelegter Rand, der die Grenze zwischen Land und Wasser zieht. Auf der Wiese sind etwa 15 weibliche und männliche Personen zu erkennen, die alleine, zu zweit und in kleinen Gruppen auf der Wiese verstreut sind. Am steinernen Rand des Ufers befinden sich etwa elf Menschen: jeweils zwei weibliche Personen links und in der Mitte und sieben Personen – weiblich und männlich – rechts. Hinter den weiblichen Personen am linken Uferrand ist ein großer Schatten in Form eines Schildes zu sehen. Während die Personen am Uferrand sitzend bzw. halbliegend abgebildet sind, ist die Person ganz hinten rechts in Bewegung bzw. stehend dargestellt. Neben und hinter ihnen liegen ihre Taschen bzw. Sachen auf der Wiese. In einem gewissen Abstand hinter der Gruppe am rechten Uferrand sitzen zwei männliche Personen. Hinter ihnen ist die untere Körperhälfte einer männlichen Person zu sehen, die auf der Wiese liegend abgebildet ist. Ganz vorne in der Mitte ist ebenso eine männliche Person liegend dargestellt, die unter ihren Kopf eine Tasche gelegt hat.

Alter der abgebildeten Personen:

Aufgrund der Kleidung und einer lockeren Sitz- bzw. Liegeposition der abgebildeten Bildproduzenten kann vermutet werden, dass es sich um junge Menschen etwa im Studentenalter zwischen 20 und 25 Jahren handelt.

Bekleidung und Aussehen:

Die männliche Person vorne in der Mitte hat braune Haare und einen kurzen Haarschnitt. Sie trägt eine Brille und ist mit weißem kurzärmeligem T-Shirt, blauen Jeans und schwarzen Socken bekleidet. Unter ihrem Kopf liegt eine braune bzw. dunkelfarbige Tasche. Der junge

Mann rechts, der nur zur Hälfte abgebildet ist, ist barfuß und trägt braune Bermudas. Die zwei vor ihm sitzenden Jungen haben ebenso braune Haare und einen kurzen Haarschnitt und sind mit schwarzen kurzärmeligen T-Shirts und blauen Jeans bekleidet. Ihre Füße bzw. Schuhe sind nicht zu erkennen.

Die junge Frau am steinernen Uferrand links hat einen blonden schulterlangen Haarschnitt und trägt einen hellfarbigen Spaghettitop. Ihre Beine sind genauso wie bei der jungen Frau mit langem braunem Haar neben ihr, die eine dunkelfarbige langärmelige (Strick-)Jacke trägt, nicht zu sehen. Die zwei weiblichen Personen mit langen Haaren – braune bei der Frau links und blonde bei der Frau rechts – in der Mitte des Uferrandes tragen beide einen weißen kurzärmeligen Oberteil. Ihre Beine und Füße sind ebenso nicht zu sehen. Bei der großen Gruppe am rechten Uferrand, die aus sieben weiblichen und männlichen Personen besteht, fällt vor allem der Junge im grünen T-Shirt auf, der etwas abseits sitzt. Er hat einen braunen kurzen Haarschnitt und ist mit hellfarbigen Bermudas und Turnschuhen bekleidet. Der junge Mann rechts von ihm ist dunkelblond und hat ein braunes T-Shirt und beigefarbene Bermudas an. Vom nächsten Jungen rechts ist nur der Oberkörper zu sehen. Er hat einen kurzen Haarschnitt und trägt ein schwarzes T-Shirt. Der junge Mann neben ihm ist mit einem weißen T-Shirt und hellgrauen Shorts bekleidet. An seiner rechten Seite ist eine junge Frau zu erkennen, die langes dunkelblondes Haar und ein graues langärmeliges T-Shirt bzw. eine Strickjacke anhat. Der Oberteil der Person rechts von ihr ist dunkelblau und kurzärmelig. Die letzte Person am rechten Uferrand, die im Stehen abgebildet ist, ist blond und hat ein weißes kurzärmeliges T-Shirt und dunkelblaue Jeans an.

Gebärden und Mimik:

Der junge Mann vorne in der Mitte hat eine liegende Position eingenommen. Er liegt auf dem Rücken und hat das rechte Bein angewinkelt aufgestellt, während das linke Bein ausgestreckt auf dem Boden ruht. Sein linker Arm, der in den Schoß gelegt wurde, ist ebenso leicht angewinkelt und liegt mit dem Ellbogen auf der Erde. Den anderen Arm hat der junge Mann hinter den Kopf mit Ellenbogen nach außen gelegt. An seiner Liegeposition und dem nach oben gewandten Gesicht lässt sich feststellen, dass sein Blick gen Himmel gerichtet ist. Der Junge rechts von ihm, der zur Hälfte abgebildet ist, hat eine ähnliche Liegeposition eingenommen. Er liegt auf dem Rücken und hat seine Beine ebenso angewinkelt aufgestellt. Die zwei vor ihm auf der Wiese sitzenden Jungen blicken geradeaus in die Richtung des Schiffes. Während der junge Mann links seine Beine angewinkelt und sich mit den Armen auf die Knie gestützt hat, kann die Sitzhaltung des jungen Mannes rechts neben ihm nicht identifiziert werden. Die Beine des hinter ihm liegenden Jungen verdecken ihn bis auf den Kopf. Die zwei jungen Frauen jeweils am linken Uferrand und in der Mitte sitzen dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandt und schauen in die Richtung des Schiffes bzw.

auf die andere Uferseite. Ihre Beine lassen sie vom Uferrand hängen, sodass diese auf dem Bild nicht zu sehen sind. Die junge Frau in der Mitte rechts sitzt etwas gebeugt und stützt sich mit Ellenbogen auf die Knie. Die anderen jungen Frauen haben ihre Arme wo möglich in den Schoß gelegt. Die Gruppe junger Menschen am rechten Uferrand sind dem Bildbetrachter ebenso mit dem Rücken bzw. seitlich zugewandt. Bei dem Jungen links sind Beine angewinkelt und sein Oberkörper ist den Jungen rechts zugewandt. Mit dem linken Ellenbogen stützt er sich auf das linke Knie und mit der rechten Hand auf den Boden. Der junge Mann rechts von ihm hat eine halbliegende Position eingenommen. Er liegt auf der linken Seite und stützt sich mit dem linken Ellenbogen auf die Wiese. Eine ähnliche Liegeposition nur in die entgegengesetzte Richtung weist auch der Junge auf, der am rechten Uferrand links von der Frau mit langem Haar sitzt. Er liegt auf der rechten Seite und stützt sich mit dem rechten Ellenbogen auf den Boden. Die weiteren Personen haben vermutlich die ähnliche Sitzposition wie die jungen Frauen am linken Uferrand und in der Mitte und schauen in die Richtung des Schiffes bzw. auf die andere Uferseite. Die im Stehen abgebildete Person am Uferrand ganz rechts hat ihre Arme zur Seite ausgestreckt und ihr rechtes Bein wie beim Gehen gebeugt.

Zum Bildmittelgrund:

Im Mittelgrund des Bildes fließt der Fluss, dem mittels Steinplatten von beiden Seiten Grenzen gesetzt sind. Darauf sind zwei nebeneinander fahrende Wasserfahrzeuge zu erkennen. Das linke Schiff ist fast komplett von dem rechten verdeckt, sodass es nur anhand des Bugs und der auf dem Deck zu sehenden Passagiere identifiziert werden kann. Ein langes weißes Schiff rechts hat zwei durchgehende blaue Streifen an der Seite, die im vorderen Bereich des Schiffes mit einem blauen Schriftzug „www.woerlitztourist.de“ unterbrochen sind. Das Schiff ist in zwei Bereiche aufgeteilt: Im Vorderteil des Rumpfes befindet sich der Freiluftbereich, in dem viele sitzende Menschen zu sehen sind. Aufgrund der geringen Bildauflösung und der Entfernung, die die auf dem Schiff fahrenden Personen vielmehr als Staffage erscheinen lassen, kann ihre genaue Beschreibung bezüglich Alter, Bekleidung, Gestik und Mimik nicht erfolgen. Der hintere Bereich des Schiffes ist überdacht und mit einem Plakat, auf dem Palmen, Strand und Meer abgebildet sind, überzogen. Im Bildmittelgrund rechts ist eine massive steinerne Brücke mit grünem Gelände zu sehen, in deren Richtung die beiden Wasserfahrzeuge fahren.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes ist ein gläsernes Gebäudeensemble mit gewölbter Dachkonstruktion und zwei gleich hohen und identisch aussehenden Gebäuden abgebildet, von denen links und rechts ein gläserner Tunnel ausgeht. Links im Bild befindet sich eine Säule bzw. Baukonstruktion, auf der ganz oben ein Schild mit den Buchstaben „DB“ angebracht

ist. Daneben ist ein Baum mit grüner Krone abgebildet. Über dem Gebäudeensemble ist ein blauer, wolkenloser Himmel und unten auf der Straße sind laufende Menschen zu sehen, die als Staffage dienen und nicht weiter beschrieben werden.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Bild sind junge Menschen bzw. Studenten abgebildet, die sich in der Stadt am Ufer des Flusskanals in der Sonne erholen. Durch den Flusskanal fahren touristische Ausflugsschiffe mit zahlreichen Passagieren, die eine Wassertour durch die Stadt unternehmen, an ihnen vorbei. Dafür spricht der Schriftzug an der Seite des Schiffes, der für den Reiseveranstalter „Wörlitz Tourist“ wirbt. Ungeachtet dessen, dass sich der Reiseveranstalter auf Reisen aller Art ab Berlin und Brandenburg spezialisiert, verrät das gläserne Gebäudeensemble im Hintergrund, dass das der Hauptbahnhof in Berlin ist. „DB“-Buchstaben auf dem Schild des säulenartigen Gebäudes stehen für „Deutsche Bahn“. Daraus wird auch ersichtlich, dass die Wiese, auf der sich die jungen Menschen ausgebreitet haben, die Wiese des Spreebogenparks ist. Die leichte Bekleidung der jungen Erwachsenen, das sonnige Wetter und der ausgetrocknete bzw. von der Sonne verbrannte Rasen weisen darauf hin, dass es Sommer ist. Durch die von oben links in das Bild scheinende Sonne sowie anhand des langen Schattens, den ein außerhalb des Bildes stehendes Schild wirft, liegt die Vermutung nahe, dass es später Nachmittag bzw. Abend ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Planimetrie des Bildes wird dominant durch senk- und waagerechte Linien sowie Rechtecke unterschiedlicher Größe bestimmt (siehe Abb. 51). Diese sind mit den Fensterbalken des gläsernen Bahnhofsgebäudes im Hintergrund sowie dem Brückengelände im Mittelgrund vorgegeben. Auch das Binnenschiff mit seiner rechteckigen Form, Fenstern, Kabinen, zwei blauen Seitenstreifen in der gesamten Länge des Schiffes sowie der steinerne Grenzsäum zwischen Wasser und Land und der rechteckige Schatten eines Schildes im Vordergrund heben die Dominanz der waage- und senkrechten Strukturierung des Bildes hervor.

Die steinerne Uferlinie teilt das Bild in zwei Bereiche, die planimetrisch gesehen eine differente Struktur aufweisen und mittels der auf dem Uferrand sitzenden Personen miteinander verwoben werden. Während der obere Bereich durch Rechtecke strukturiert ist und dem Bild eine gewisse Ordnung, Strenge und Seriosität verleiht (vgl. Mayer 2013: 43), erscheint der untere Bereich durch die Dominanz von Dreiecken und die Patchwork-Struktur der sich auf der Wiese erholenden jungen Menschen ungeordnet (siehe die szenische Choreografie des Bildes in der Abb. 53). Ihre lockere, entspannte Sitzhaltung bzw. Liegeposition und die

in Form von Dreiecken angewinkelten Beine lockern die Senk- und Waagrecht-Strukturierung des Bildes auf. Auch solche Elemente wie gewölbte Dachkonstruktion des Bahnhofgebäudes und des Ausflugsschiffes nehmen die dem Bild durch die Ordnung verliehene Strenge etwas zurück.

Planimetrisch gesehen befinden sich das Bahnhofgebäude und das rechte Binnenschiff – das andere Schiff nebenan ist nämlich kaum zu erkennen – im Bildmittelpunkt. Das Ausflugsschiff, das durch die weiße Farbe dezent wirkt, kommt jedoch im Bildsujet nicht so dominant wie das dunkle Bahnhofgebäude auf dem hellblauen Himmel vor. Die jungen Menschen auf der Wiese sind dagegen planimetrisch nicht fokussiert. Außer ein paar Personen, wie z. B. der junge Mann im grünen T-Shirt, der mit dem Oberkörper seinen Nachbarn rechts von ihm zugewandt ist, oder die Person ganz rechts, die aufgestanden ist und vermutlich unter ihre Füße schaut, ist die Mehrheit mit ihren Gesichtern und Oberkörpern auf die andere Uferseite gerichtet. Durch ihre dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandte Sitzhaltung übernehmen sie damit die Rolle der „Wegweiser“ und lenken die Aufmerksamkeit des Bildbetrachters weg von sich und hin zu dem Bahnhofgebäude und den vorbeifahrenden Ausflugsschiffen. Anders wirkt jedoch der junge Mann, der im Vordergrund auf der Wiese liegt. Sowohl seine hervorragende Platzierung im Bild als auch die ausruhende Liegeposition und der Blick in die Richtung des Himmels vermitteln Entspannung, Lockerheit und Ungezwungenheit.



Abb. 51: Planimetrie des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Perspektivität

Bei der vorliegenden Fotoaufnahme handelt es sich um die Übereckperspektive mit zwei Fluchtpunkten, die außerhalb des Bildes links und rechts liegen. Die Horizontlinie verläuft durch den unteren Bereich des Bahnhofgebäudes und etwa durch die Mitte der Brücke (siehe Abb. 52). Unterhalb der Horizontlinie befinden sich die auf dem Fluss fahrenden Ausflugsschiffe und weiter unten die jungen Menschen auf der Wiese. Der Blick des Betrachters wird somit zum oberen Bereich des Bildes mit dem Bahnhofgebäude, der Brücke und den Ausflugsschiffen gelenkt. Dadurch, dass der auf der Wiese liegende junge Mann

im Bildvordergrund mittig und in voller Körpergröße abgebildet ist, zieht er ebenso die Aufmerksamkeit auf sich. Ohne ihn sowie auch im Falle einer größeren Entfernung würden die auf der Uferlinie abgebildeten Bildproduzenten genauso wie die Passagiere auf den Ausflugsschiffen und die Passanten auf der Straße vor dem Bahnhofsgebäude als Staffage bezeichnet werden. Der Verzicht des abbildenden Bildproduzenten bzw. des Fotografen auf die perspektivische Fokussierung der jungen Menschen auf dem Rasen hat schließlich ermöglicht, die Stadtaussicht samt dem Bahnhofsgebäude, den Ausflugsschiffen und der Brücke mit ins Bild zu nehmen.



Abb. 52: Perspektivität des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Szenische Choreographie

Wenn man das soziale Arrangement der auf dem Rasen abgebildeten Personen betrachtet, lassen sich hier zwei große Gruppen bzw. soziale Szenerien ausdifferenzieren (siehe Abb. 53). Die linke Gruppe umfasst fünf junge Erwachsene, und zwar den auf dem Rücken liegenden jungen Mann im Vordergrund und jeweils zwei junge Frauen am Uferstrand links und in der Mitte. Die szenische Choreografie dieser Gruppe wird durch drei Dreiecke bestimmt, die in ein großes Parallelepiped integriert sind. Dieses ist durch die Linienführung entstanden, die die Umrisse der Köpfe der jungen Frauen sowie den rechten Ellenbogen und die linke Fußspitze des jungen Mannes verbindet. Das erste Dreieck wird durch die Liegeposition des jungen Mannes mit dem angewinkelten Bein gebildet. Seine linke und rechte Seiten gehören zugleich zu den Dreiecken, denen jeweils zwei junge Frauen angehören. Die zweite Gruppe beinhaltet 15 junge Erwachsene, die sich zum Teil auf dem Rasen sowie auch am steinernen Uferstrand rechts befinden. Das soziale Arrangement dieser Gruppe wird durch vier unterschiedlich große Dreiecke bestimmt. Zusammen bilden sie ein großes Dreieck, dessen rechte Ecke außerhalb des Bildes liegt. Die linke Seite des Dreiecks verbindet die Spitzen der Köpfe des jungen Mannes ganz links und der Person ganz rechts, die im Stehen abgebildet ist. Der rechte Schenkel führt an der Kopfspitze des jungen Mannes, der hinter den Personen am rechten Uferstrand sitzt, hin zum anderen jungen Mann, der auf dem Rücken mit angewinkelten Beinen liegt und nur zur Hälfte abgebildet ist. Die kleineren Dreiecke, die in ein großes integriert sind, umfassen jeweils eins bis drei junge Menschen, die sich in kleinen Gruppen oder alleine auf der Wiese erholen.

Die zwei großen Gruppen links und rechts werden durch weitere gestrichene Linien verbunden, sodass es eine Patchwork-Struktur entsteht. Dadurch werden verschiedene soziale Szenarien miteinander verbunden und integriert. In Bezug auf Alter, Bekleidung und Körperhaltung erscheinen die jungen Menschen homogen zu sein. Auch ihre Blicke sind dem Bildbetrachter abgewandt und entweder gen Himmel, auf die andere Uferseite oder nebenan sitzenden Nachbarn zugewandt. Dies unterstreicht ihre Homogenität und Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe und zwar die der jungen Erwachsenen, vermutlich auch Studenten. Dem Bildsujet ist jedoch zweifelsohne zu entnehmen, dass ihre Aufteilung auf der Wiese für keine Bekanntschaft unter ihnen spricht. Dies unterstreicht vor allem den Gedanken der Individualität, Freiheit und Eigenständigkeit, die die jungen Menschen auszeichnen und in diesem Sinne als Patchwork-Gruppe wirken lassen.



Abb. 53: Szenische Choreografie des Bildes 13 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Das Bild weist keine ausgeprägte Unschärfe auf, die bei der vorhandenen Bildqualität festgestellt werden könnte. Es wird jedoch ersichtlich, dass eine gewisse Bildstimmung vor allem durch Farben und Farbkontraste – z. B. das dunkle Bahnhofsgebäude auf dem hellblauen Himmel oder das helle, von der Sonne verbrannte Stück Wiese mit ein paar grünen Grasbüscheln – erzeugt wird. Die Schärfentiefe wird dagegen bei dem abbildenden Bildproduzenten weder zur Erzeugung besonderer Bildatmosphäre noch als kreatives gestalterisches Instrument eingesetzt. Dies hängt auch mit dem vermehrten Einsatz von Bildern zusammen, die zur Erhöhung der Authentizität u. a. keine Unschärfe aufweisen sollen (siehe Kapitel 5.3.4).

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Obwohl der obere Bereich des Bildes sowohl planimetrisch als auch perspektivisch in den Mittelpunkt rückt, war es dem abbildenden Bildproduzenten von Belang, die auf der Wiese ruhenden Menschen – insbesondere durch die präsente Abbildung des jungen Mannes im Bildvordergrund – hervorzuheben. Die Verknüpfung der zwei Bildbereiche erfolgte durch die am Uferrand sitzenden jungen Menschen, deren Oberkörper aus dem unteren Bereich des Fotos hinausragen und sich oberhalb des Uferrandes befinden. Das lässt das Bild als

Ganzes erscheinen und stellt eine typische Szene aus dem Großstadtleben in den Sommerferien ohne Ausschmücken dar: viele Menschen, Betonufer, von der Sonne verbrannte Wiese, Glasgebäude, Brücke aus Beton und Metall, Flusskanal mit Ausflugschiffen. Das alles sollte aus der Perspektive der im abendlichen Sonnenlicht auf dem Gras ruhenden jungen Menschen dargestellt werden, die womöglich keine Touristen, sondern Einheimische sind. Ihre lockere, entspannte Sitzhaltung bzw. Liegeposition spricht für Gelassenheit und Entspannung, die sie ungeachtet der Umstände ausstrahlen. In der Nähe vom Hauptbahnhof in Berlin haben sie auf der Wiese des Spreebogenparks einen Platz zum Erholen und Ausruhen gefunden. Durch Ihre Körperhaltung lockern sie zudem die durch die Planimetrie herausgearbeitete senk- und waagerechte Strukturierung des Bildes auf, die mit den Fensterbalken des Bahnhofsgebäudes, dem Gestell der Brücke und der Form des Schiffes vorgegeben ist und gewisse Ordnung, Seriosität und Strenge vermittelt. Obwohl die jungen Menschen miteinander nicht bekannt sind, haben sie eine gewisse Zugehörigkeit zueinander. Das wird vor allem anhand des ähnlichen Alters, ihrer Kleidung und Körperhaltung ersichtlich. Wie bereits die Vermutung geäußert wurde, können das Studenten sein, die auch in Berlin wohnen. Ihre szenische Choreografie, die die Patchwork-Struktur aufweist, untermauert erneut die Tatsache, dass sie keine Bekanntschaft untereinander haben und sich deshalb entweder alleine oder in kleinen Gruppen aufhalten. Zum anderen spricht das für ihre Individualität, Unabhängigkeit und Eigenständigkeit, die sie trotz äußerer Gleichheit voneinander unterscheiden.

Wie bereits oben erwähnt, rückt der obere Bereich des Bildes sowohl planimetrisch als auch perspektivisch ins Zentrum. Das imposante Bahnhofsgebäude, der breite Flusskanal, in dem sogar zwei große touristische Ausflugschiffe nebeneinander fahren können, massige Betonbrücke stehen für Größe, Macht und Kraft, die eine Großstadt Berlin ausstrahlt. Die Schiffe mit der Werbung eines Reiseveranstalters und viele Passagiere sprechen für die Beliebtheit der Schiffsreisen gleich wie für die Hochsaison. Trotz zahlreicher Menschen auf den Ausflugschiffen und auf der Straße vor dem Bahnhofsgebäude wird im Bild keine Hektik sichtbar.

Insgesamt lässt sich sagen, dass der abbildende Bildproduzent versucht hat, eine Szene aus dem Großstadtleben mit zwei untrennbaren Lebenswelten abzubilden und zu zeigen: Einerseits die Größe und die Macht der Hauptstadt mit ihren touristischen Aktivitäten und unzähligen Besuchern und andererseits das Leben junger Menschen, die in diese Stadt wohnen und entspanntes Leben ohne Eile trotz städtischer Umgebung mit Beton, vieler Touristen, verbrannten Rasens etc. genießen. Der Flusskanal übernimmt in diesem Sinne

die Rolle einer gewissen Grenzlinie, die sie gegen die überfüllten Ausflugsschiffe, die Mengemenge in der Nähe vom Bahnhofsgelände somit gegen den ganzen Trubel der Großstadt ein Stück weit abschirmt.

6.2.1.2. Sachaufnahmen

6.2.1.2.1. Bild 5 der Kategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Das zu analysierende Bild weist keinen Bildmittelgrund auf und wird dementsprechend in Bildvorder- und -hintergrund aufgeteilt und in zwei Schritten beschrieben. Da auf dem Foto ein zum Haus hin führender Steg abgebildet ist, erscheint es sinnvoll, das Bild nach folgendem Prinzip zu betrachten: Zunächst werden die Skulptur, der Teich und der Steg und danach das Gebäude samt der Treppe beschrieben (siehe Abb. 54).



Abb. 54: Bild 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“ (© visitBerlin/Wolfgang Scholvien)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes befindet sich eine ovale bronzefarbene Skulptur, deren Form an eine große Niere erinnert. Die Skulptur ist auf einem Spiegelteich platziert, der von rechts mit drei Lampen an der Wasseroberfläche beleuchtet wird. Der Teich spiegelt auch das Farbenspiel des Hauses im Hintergrund wider. Rechts vom Teich sind grüne kleinwüchsige Büsche zu sehen, die in einer Reihe bis zum Treppenaufgang des Gebäudes angepflanzt und vom Teich mit einer Steinbordüre abgegrenzt sind. Hinter den grünen Büschen liegt ein Steg, der bis zur Treppe des Hauses hinführt und auf der linken Seite mit Erdleuchten beleuchtet wird.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes ist ein großes Gebäude mit einem segelartig hochgewölbten Dach abgebildet. Es ragt über das Haus hinaus und erinnert mit seiner Form an die obere gewölbte Schale einer Muschel. Das Haus besteht aus zwei großen Ebenen bzw. Bereichen und wird von allen Seiten mit bunten Farben – Pink, Blau und Violett – angestrahlt. Vor dem Haus ist eine massige Treppe zu sehen, die zu der oberen Hausebene bzw. dem

eigentlichen Gebäudekörper führt. Dieser hat eine annähernd zylindrische Form und besteht aus senkrechten rostfarbenen Betonplatten. An der linken Seite befindet sich der verglaste Eingangsbereich, der nach rechts zum Boden hin schräg zuläuft. Rechts an der Betonwand ist eine kleine Treppe zu erkennen, die zu einer Tür in der Wand führt. Am Ende des Treppenaufganges sind ein paar Menschen als schwarze Silhouetten abgebildet. Im Erdgeschoss befindet sich das zu den beiden Seiten der Treppe großflächig verglaste Sockelgeschoss mit dem Eingangsbereich links, der durch helles Licht beleuchtet wird. Durchgehend platzierte Pfähle bzw. Stahlträger halten die gesamte Dachkonstruktion. Vor dem Eingangsbereich sind Menschen zu erkennen, die durch ihre kleine und unbedeutende Größe genauso wie die Silhouetten am Ende des Treppenaufganges kaum erkennbar sind und infolgedessen als Staffage dienen. Links von dem Gebäude sind grüne Kronen der Bäume zu erkennen. Über dem Haus ist ein schwarzer sternloser Himmel zu sehen.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Foto ist das Haus der Kulturen der Welt in Berlin abgebildet, das an seiner ausgefallenen Architektur mit dem geschwungenen Dach erkannt werden kann. Es findet dort eine Abendveranstaltung statt, worauf die farbige Beleuchtung des Hauses, die am schwarzen Himmel besonders zur Geltung kommt, sowie die Menschen unten im Sockelgeschoss und oben am Ende des Treppenaufganges hinweisen. Vor dem Haus ist auf dem Spiegelteich die bronzene Skulptur „Large Divided Oval: Butterfly“ von Henry Moore aufgestellt (vgl. HKW 2017a). Die grünen Baumkronen und Büsche weisen auf eine warme Jahreszeit hin, vermutlich Spätfrühling, Sommer oder Frühherbst.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Trotz einiger senkt- und waagerechter Linien, die mit dem zylindrischen Gebäudekörper des Hauses, der Treppe sowie den Fensterbalken und Pfählen im Sockelgeschoss vorgegeben sind, wird die planimetrische Bildkomposition dominant durch Halbkreise bzw. -ellipsen bestimmt (siehe Abb. 55). Die weit ausschwingende Dachkonstruktion, der nach oben gewölbte Gebäudekörper und die halbovale Form der Skulptur im Vordergrund legen die Planimetrie des Bildes fest. Die Skulptur und das Haus rücken somit planimetrisch betrachtet in den Mittelpunkt und ergänzen einander wie zwei Hälften eines Ganzen. Während der Kreis ein Symbol für die Einheit, das Absolute und Vollkommene ist, steht die halbelliptische, geschwungene Form einerseits für die Freiheit und Kreativität, vermittelt aber andererseits die Unvollständigkeit und Unabgeschlossenheit. Das kann ebenso eine zweideutige Bedeutung haben: Auf der einen Seite spricht das für das ständige, ununterbrochene Wachstum bzw. Wachstumspotenzial und die Weiterentwicklung und auf der anderen Seite

für die Offenheit und Loyalität, die mit der offenen bzw. ungeschlossenen Seite des Halbkreises bzw. -ovals interpretiert werden können.



Abb. 55: Planimetrie des Bildes 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“

Perspektivität

Bei der perspektivischen Projektion handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt, der oberhalb des Sockelgeschosses zwischen der bronzenen Skulptur und der Treppe positioniert ist. Die Horizontlinie verläuft in der Mitte des Hauses und trennt das Sockelgeschoss samt der Treppe von dem zylindrischen Gebäudekörper (siehe Abb. 56). Durch die Wahl dieser Perspektive war es dem abbildenden Bildproduzenten von Belang, sowohl das Haus der Kulturen der Welt als auch sein untrennbarer Bestandteil und Wahrzeichen – die Butterfly-Skulptur von Henry Moore – mit ins Bild zu nehmen. Die beiden Objekte sind hier perspektivisch fokussiert und stehen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

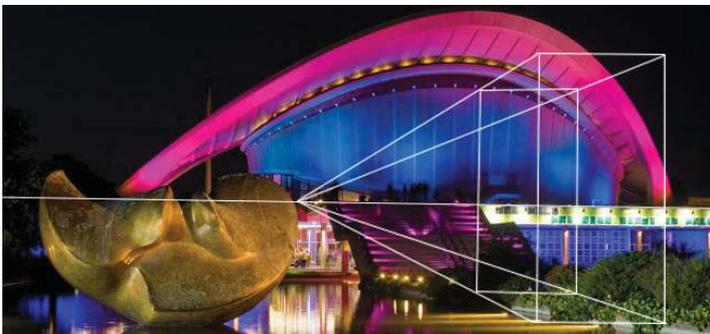


Abb. 56: Perspektivität des Bildes 5 der Variable „Einzelne Gebäude und Bauten“

Szenische Choreographie

Da auf dem Bild Personen abgebildet sind, die nicht im Mittelpunkt des Bildsujets stehen und vielmehr als Staffage zu betrachten sind, entfallen auch die Ausführungen zu ihrem sozialen Arrangement bzw. der szenischen Choreographie.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Sowohl die bronzenen Skulptur als auch das Haus der Kulturen der Welt sind scharf abgebildet bzw. weisen keine sichtbare Unschärfe auf. Lediglich Menschen, die sich unten im Sockelgeschoss vor dem Eingangsbereich und oben am Ende des Treppenaufganges befinden, sind unscharf und zum Teil auch verschwommen dargestellt. Dies verstärkt umso mehr ihre nachrangige Rolle im Bildsujet und lässt sie unbedeutend erscheinen.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Anhand der planimetrischen und perspektivischen Bildrekonstruktion wurde ersichtlich, dass sowohl das Haus der Kulturen der Welt als auch die Skulptur von Moore in den Mittelpunkt rücken. Dadurch, dass das Foto nachts bzw. am späten Abend geschossen wurde, war es dem abbildenden Bildproduzenten möglich, die bunte Lichtprojektion und ihr schönes Farbenspiel im Spiegelteich festzuhalten. Die bunten Farben unterstreichen die anhand der Planimetrie rekonstruierten Werte Freiheit, Kreativität und Offenheit und ergänzen diese durch weitere Merkmale wie Vielgestaltigkeit und Facettenreichtum. Diese Werte spiegeln die Bestimmung des Hauses der Kulturen wider, das als Forum für die zeitgenössischen Künste und kritische Debatten gilt und „ein in Europa einzigartiges Programm in einer Verbindung aus Diskurs, Ausstellungen, Konzerten und Performance, aus Forschung, Vermittlungsangeboten und Publikationen“ entwickelt und inszeniert (HKW 2017b). An der Architektur des Hauses lässt sich zudem erkennen, dass es für die Moderne, das Neudenken und die Zukunft steht.

6.2.1.2.2. Bild 8 der Kategorie „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die vorikonografische Beschreibung und Interpretation der zu untersuchenden Fotoaufnahme wird in Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund aufgeteilt (siehe Abb. 57).



Abb. 57: Bild 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“ (© dpa/BerlinOnline)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes fährt ein zweistöckiges Holzfloß auf dem gekräuselten Wasser, von dem nur die obere Hälfte abgebildet ist. Oben auf der Dachterrasse stehen Liegestühle und sind ca. acht Menschen – in kurz- und langärmeligen T-Shirts – im Stehen dargestellt. Alle sind dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandt. Unten ist auch ein Mann am Ruder zu sehen, der das Floß steuert. Die Dachterrasse ist freiliegend und rundum mit festen Relings abgesichert. Auf der rechten Seite des Floßes an der Reling ist eine LED-Lichterkette mit blauem Neon-Licht befestigt, die etwa bis an die Mitte des Floßes reicht. Links ist

eine Treppe mit Geländer zu sehen, die zum unteren Bereich des Floßes führt. Rechts von der Treppe hängt ein rotweißer Rettungsring an der Wand.

Zum Bildmittelgrund:

Links auf dem Wasser ist eine große Skulptur aufgestellt. Es handelt sich um drei Männergestalten aus gelochtem Metall, die sich mit geöffneten Mündern gegenüberstehen und mit nach vorne ausgestreckten Armen, die nur bis zu Ellenbogen gehen, in der Mitte treffen. Aufgrund der gewählten Perspektive und der flachen Form der Skulptur sieht man allerdings nur zwei der durchlöchernten Figuren – die dritte ähnelt vielmehr einer langen Metallstange. Hinter der Skulptur rechts befindet sich ein Schiffsanleger, zu dem in der Mitte ein Steg hinführt. In der Nähe des Stegs ist ein altes Schiffswrack halb versunken zu sehen, das an einigen Stellen mit Graffiti besprüht ist. Links am Ufer ist ein weiteres Schiff zu erkennen, dessen Dachterrasse mit weißem Stoff in Form eines Zeltes abgedeckt ist. Weiter hinten befinden sich Motorboote.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes sind die Stadt mit weißen Gebäuden und braunen Ziegelsteinhäusern mittlerer Größe sowie die mit grünen Baumkronen verzierte Uferstraße zu sehen. Etwa in der Mitte der Uferstraße bzw. zwischen den braunen Häusern ist ein Kran zu erkennen. Hinten rechts befindet sich eine alte dunkelbraune Steinbrücke mit einem in die Höhe ragenden Turm. Über der Stadt erstreckt sich ein in Rot-Tönen glühender Himmel mit einigen Schichtwolken, den die letzten Strahlen der untergehenden Sonne erleuchten. Die glühende Sonne befindet sich zwischen den Männerfiguren und ist bereits zur Hälfte hinter den Häusern verschwunden.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Foto ist das Berliner Monumentalkunstwerk des amerikanischen Bildhauers Jonathan Borofsky „Molecule Man“ auf der Spree abgebildet. An ihm fährt ein Party-Boot bei Sonnenuntergang vorbei. Dafür sprechen sowohl die am Horizont untergehende Sonne als auch die kleine Anzahl von Schiffsgästen auf der Dachterrasse mit Neonbeleuchtung. Anhand der zum Teil leichten Bekleidung der Passagiere lässt sich vermuten, dass es Sommer ist. Das Schiffswrack hinter der Skulptur ist das Fahrgastkabinenschiff namens „Dr. Ingrid Wengler“, das dort auf Grund liegt. Links vom Wrack ist der Bug des Event-Schiffes „MS Hoppetosse“ zu sehen. Die Steinbrücke hinten rechts ist die Oberbaumbrücke, die als Wahrzeichen von Friedrichshain-Kreuzberg, des zweiten Verwaltungsbezirks in Berlin, gilt (vgl. BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG 2017b).

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Fotografie wird planimetrisch durch zwei waagerechte Linien zerteilt, die durch die aneinander gereihten Häuser gebildet werden und diese sowohl von der Wasseroberfläche als auch vom in Rot-Tönen glühenden Himmel trennen (siehe Abb. 58). Das Bild ist somit in drei waagerechte Streifen zerschnitten: der Fluss samt Schiffen, der Schiffsanleger und der Steg, die Stadt mit Häusern und die Steinbrücke sowie der glühende Himmel mit der untergehenden Sonne. Das bedeutet, dass das Bild eine planimetrische Struktur hat, die es aus ästhetischer Sicht zerfallen lässt (vgl. Bohnsack 2011b: 204). Lediglich die Skulptur, die perpendicular zur Bildebene aufgestellt ist, verbindet alle drei waagerechten Blöcke und hält das Bild auf solche Weise zusammen. Das heißt, dass dieses Kunstwerk planimetrisch fokussiert ist und das Bild vollkommen darauf ausgerichtet ist. Die besondere Aufmerksamkeit erhält es zudem durch die im Glühen untergehende Sonne, die sich zwischen den Männerfiguren befindet, diese erleuchtet und die anderen Bildelemente im Dunkel der anbrechenden Nacht unbedeutend erscheinen lässt.



Abb. 58: Planimetrie des Bildes 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“

Perspektivität

Bei der perspektivischen Projektion handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt, der weit nach rechts verschoben ist und außerhalb des Bildes liegt (siehe Abb. 59). Die Horizontlinie ist zugleich die Trennlinie, die die Stadt mit den aneinander gereihten Häusern vom glühenden Himmel scheidet. Die vom abbildenden Bildproduzenten gewählte Perspektivität deutet darauf hin, dass es für ihn von Bedeutung war, sowohl die Skulptur als auch einen möglichst großen Teil der Stadt und der Uferstraße in ihrem Verlauf abzubilden. Perspektivisch betrachtet rücken sowohl das Monumentalkunstwerk als auch die Stadt inklusive der steinernen Oberbaumbrücke in den Vordergrund. Dadurch, dass die Skulptur über die Horizontlinie hinausragt, steht sie jedoch besonders im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit und wird perspektivisch hervorgehoben.



Abb. 59: Perspektivität des Bildes 8 der Variable „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“

Szenische Choreographie

Da auf dem Bild nur Personen auf der Dachterrasse eines Schiffes abgebildet sind, die nicht im Mittelpunkt des Bildsujets stehen und durch die Abbildung aus großer Entfernung als Staffage zu bezeichnen sind, entfallen auch die Ausführungen zur szenischen Choreographie.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Anhand der vorliegenden Bildqualität lässt sich keine sichtbare Unschärfe feststellen. Als gestalterisches Instrument hat der abbildende Bildproduzent vielmehr Farbkontraste genutzt wie z. B. der glühende Himmel oder die in der Dämmerung versinkende Stadt, um eine besondere Bildstimmung zu erzeugen.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie bereits anhand der Planimetrie und Perspektivität herausgearbeitet wurde, rückt das Monumentalkunstwerk „Molecule Man“ von Borofsky durch seine herausragende Größe zusammen mit dem glühenden Sonnenuntergang, der die Skulptur als ein Museumsexponat mit den letzten Sonnenstrahlen erleuchtet, in den Vordergrund. Perspektivisch betrachtet befindet sich auch die Stadt samt der steinernen Oberbaumbrücke im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Ihre Bedeutung wird jedoch durch die dunkle Beleuchtung geschmälert. Dies wird besonders anhand der Oberbaumbrücke ersichtlich, die durch ihre dunkelbraune Farbe im Hintergrund kaum erkennbar ist.

Das halbversunkene Wrack des Fahrgastkabinenschiffs „Dr. Ingrid Wengler“ sowie das Event-Schiff „MS Hoppetosse“ in der Nähe sind weder planimetrisch noch perspektivisch fokussiert und haben durch ihre unterpräzentierte, kaum bemerkbare Darstellung eine geringfügige Bedeutung. Das Gleiche betrifft auch das Party-Schiff mit Fahrgästen auf der Dachterrasse. Durch den abgeschnittenen Bildrand wird das Schiff lediglich zur Hälfte abgebildet. Das vermittelt den Eindruck, als ob es in die Aufnahme unvorhergesehen hineingefahren wäre. Anhand ihrer dem Bildbetrachter abgewandten Körperhaltung lenken die Fahrgäste den Blick des Bildbetrachters weg von sich und hin zum von den letzten Son-

nenstrahlen erleuchteten „Molecule Man“. Wenn man die Grundidee des Monumentalkunstwerks von Borofsky betrachtet, weisen die mit Löchern durchsetzten Figuren, die Moleküle symbolisieren, auf die molekulare Struktur der Menschen hin. Trotz der sichtbaren Ganzheit wird alles Lebende aus Molekülen zusammengesetzt, die größtenteils aus Wasser und Luft bestehen. Das Treffen der Figuren in der Mitte versinnbildlicht zudem das Zusammenkommen der Moleküle aller Menschen, um unsere Existenz aufrechtzuerhalten (vgl. Borofsky 1997). Betrachtet man die Skulptur im Zusammenhang mit den anderen Bildelementen, weisen die Moleküle genauso wie die untergehende Sonne auf die Vergänglichkeit und Belanglosigkeit der Dinge hin. Dies wird z. B. anhand des Schiffswracks ersichtlich, das einst in vollem Betrieb war und jetzt sowohl wörtlich als auch im übertragenen Sinne ins Dunkel getreten ist. Ganzheit und Einheit können in der Welt erst dann gefunden und erreicht werden, wenn die Menschen ihre Vergänglichkeit erkennen, sich vereinen und in einen Dialog miteinander treten. Die Zukunft befindet sich somit in den Händen aller lebenden Menschen, die aus dieser Welt etwas Besseres oder auch Schlechteres machen können. Der Grundstein für die Vereinigung der Menschen wurde in dem Sinne gelegt, dass die Skulptur nahe der Grenze Ost- und Westberlin aufgestellt wurde.

6.2.2. Komparative Analyse und Typenbildung

Im Laufe der komparativen Analyse sollen die untersuchten Fotoaufnahmen miteinander verglichen und ein die Bilder bzw. Fälle übergreifender homologer Orientierungsrahmen herausarbeitet werden. Da die Fotos von unterschiedlichen Fotografen bzw. abbildenden Bildproduzenten stammen, handelt es sich um eine fallübergreifende komparative Analyse. Der Fokus liegt auf dem landesspezifischen Habitus von Deutschland und wie sich das Land durch das veröffentlichte Bildmaterial nach außen repräsentiert. Auch der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten, durch welche eine gezielte Zielgruppenansprache erfolgen soll, nimmt seine Konturen im Zuge der vergleichenden Analyse an.

Bei dem analysierten Bildmaterial handelt es sich um fünf Fotografien, die den meist verbreiteten Themen laut der vorhergehenden quantitativen Untersuchung angehören: „Wanderlust und Entdeckungstouren“, „Kulturaktivitäten und Erholung in der Stadt“, „Einzelne Gebäude und Bauten“ und „Stadtarchitektur/Städtisches Leben“. Das Tertium Comparationis, das gemeinsame Dritte, das alle Fotografien verbindet, ist hier zunächst ihre jeweilige Landestypik bzw. Bezogenheit zum Land Deutschland. Vergleicht man die fünf Fotoaufnahmen miteinander, weisen sie auf den ersten Blick deutliche Unterschiede in Bezug auf die abgebildeten Bildproduzenten und Objekte auf: die Abbildung eines Rentnerpaars, der Gruppe von Jugendlichen inklusive zwei Rollstuhlfahrern im Stadtpark, das Foto der Jugendlichen in der Stadt am Spreeufer sowie zwei Fotos mit Menschenstaffage, die das Haus der Kulturen der Welt sowie die Stadt mit dem Monumentalkunstwerk „Molecule Man“

darstellen. Erst auf Basis der ikonischen Merkmale, die im Laufe der reflektierenden Interpretation rekonstruiert wurden, lässt sich die Verbundenheit der untersuchten Aufnahmen miteinander feststellen. Viele Merkmale, die bei einem Bild herausgearbeitet wurden, finden sich auch in den anderen Bildern wieder und sollen in weiteren Ausführungen näher beleuchtet werden.

Dimensionen des landesspezifischen Habitus von Deutschland

In Hinblick auf das verfolgte Ziel, Deutschland als ein attraktives Land für Tourismus zu vermarkten, lässt sich der landesspezifische Habitus im Zuge der komparativen Analyse durch wiederkehrende Merkmale und Werte, die mindestens zwei Fotografien zugrunde liegen sollen, vertiefen und validieren. „Die Gemeinsamkeiten des Orientierungsrahmens, die sich in zwei Fällen etablieren lassen, beziehen sich [jedoch] nie auf den ganzen Fall, sondern immer nur auf eine spezifische Erfahrungsdimension bzw. auf einen spezifischen Erfahrungsraum.“ (Nohl 2007: 260).

Eins der Merkmale, das mittels der untersuchten Bilder rekonstruiert wurde und den Landeshabitus von Deutschland auszeichnet, ist der kulturelle Bezug, der sich in den Bildern 5, 8 und 13 wiederfindet. Wie im Laufe der ikonischen Interpretation der Fotografien herausgearbeitet wurde, rücken solche Kulturobjekte wie das Haus der Kulturen der Welt mit der Butterfly-Skulptur, das Kunstwerk „Molecule Man“ inklusive des linken Spreeufers mit alten Stadtgebäuden und der steinernen Oberbaumbrücke sowie das Bahnhofsgebäude in Berlin mit den auf der Spree fahrenden Ausflugsschiffen, die einen indirekten Hinweis auf ein Kulturprogramm in der Stadt geben, in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Damit wird die kulturelle Seite des Landes besonders hervorgehoben und akzentuiert. Die Bilder 6 und 11 weisen dagegen keinen erkennbaren Ortsbezug auf. Der Fokus liegt hier vielmehr auf der Handlung der Personen und weniger auf deren Umgebung.

Die weiteren, anhand der ikonischen Analyse rekonstruierten Werte, die den Sachaufnahmen 5 und 8 sowie den Fotografien 11 und 13 zugrunde liegen, sind Zukunftsorientiertheit, Offenheit und Freiheit. Sie spiegeln sich in der Abbildung des Hauses der Kulturen der Welt wider, das sowohl durch seine futuristische Architektur mit geschwungenem Dach und bunter Lichtprojektion als auch gemäß seinem Zweck und der Bestimmung für die kulturelle Offenheit und Freiheit steht. Borowskys „Molecule Man“ als eine kreative Umsetzung der Grundidee für die Vereinigung der Moleküle aller Menschen mit der Absicht, unsere Existenz und somit auch die Zukunft zu kreieren, vermittelt ebenso solche Werte wie Offenheit für einen Dialog und Freiheit in Bezug auf die Entscheidungen der Menschheit, die in der Zukunft wie ein Echo widerhallen werden. Zusätzlich kommen bei den beiden Sachaufnahmen solche Aspekte wie Kreativität und Facettenreichtum zum Tragen, die im Rahmen der

reflektierenden Analyse herauskristallisiert wurden. Bei den Bildern 11 und 13 finden sich die drei oben erwähnten Merkmale in der jungen Generation wieder, die die Freiheit und Offenheit in ihrem Leben genießt und symbolisch als Zukunft der Menschheit bezeichnet wird. Somit kommen diese Aspekte auf vielerlei Weise im Habitus von Deutschland zum Tragen.

Die Werte, die wie ein roter Faden durch alle Fotografien gehen und durch ihren ikonischen Sinngehalt an die Nutzer kommuniziert werden, sind Entspannung, Gelassenheit, Erlebnisreichtum und Lebensgenuss. Ihre Rekonstruktion erfolgte bei den Personenaufnahmen mittels der deskriptiven Analyse der jungen Menschen auf den Bildern 11 und 13, die ihr Leben im Stadtpark auf der Bank bzw. auf der Wiese am Spreeufer in Berlin ganz entspannt und ohne Hektik genießen, als auch des Rentnerpaars auf dem Bild 6, das seine Radtour mit Erholungspausen und ohne Eile unternimmt und die Natur bewusst erlebt. Bei den Sachaufnahmen 5 und 8 wurden die oben genannten Merkmale durch die abendliche Atmosphäre und Menschenstaffagen sowie auch die Abwesenheit von Menschenmengen konturiert: Das Abendprogramm im Haus der Kulturen der Welt genießen oder den Abend auf dem Party-Schiff auf der Spree in einer kleinen gemütlichen Gruppe beim Sonnenuntergang ausklingen lassen – und das alles entspannt, erlebnisreich und genießerisch.

Der landesspezifische Habitus bzw. Orientierungsrahmen von Deutschland, der die ermittelten Werte bzw. Aspekte umfasst, hat seine Konturen erst im Laufe der komparativen Analyse angenommen. Nach der dokumentarischen Methode stellt das die sinngenetische Typenbildung dar. Die soziogenetische Typenbildung hat dagegen die Untersuchung spezifischer Erfahrungshintergründe und die Soziogenese der Orientierungsrahmen zum Gegenstand (siehe Kapitel 4.2.2.3). Darauf soll im Rahmen der vergleichenden Analyse dreier Länder ausführlicher eingegangen werden (siehe Kapitel 6.5). Die Werte, die durch die publizierten Bildinhalte vermittelt werden, stellen Deutschland als offenes Land mit reicher Kultur dar, das sich durch solche Merkmale wie Freiheit und Offenheit bzw. Toleranz in unterschiedlichen Bereichen, betreffe es Kultur, Leben oder Denken, auszeichnet und mannigfaltige Möglichkeiten für Kreativität und Freiheit ausleben zu bieten hat. Darüber hinaus wird Deutschland als ein touristisches Land dargestellt, in dem die Urlaubszeit erlebnisreich, entspannt und genießerisch verbracht werden kann. Das sind i. d. R. die ausschlaggebenden Merkmale, die einen Erholungsurlaub kennzeichnen sollen.

Dimensionen des Habitus der abgebildeten Bildproduzenten

Im Rahmen der komparativen Analyse lässt sich auch der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten vertiefen und validieren. Insgesamt können hier drei verschiedene Typen differenziert werden:

- Alt vs. Jung

Es werden sowohl junge Menschen – sogar im Rollstuhl – als auch ältere Leute durch die analysierten Bilder angesprochen. Die Zielgruppenansprache erfolgt dabei nach folgendem Prinzip: Die jungen Menschen werden in der städtischen und die älteren in der ländlichen Umgebung abgebildet. Für das Kulturprogramm, wie das Besuchen des Hauses der Kulturen der Welt sowie die Schifffahrt durch die Stadt, werden jedoch beide Gruppen vorgesehen, indem man auf die genaue Abbildung von Personen, die auf den Bildern vielmehr als Staffage dienen, verzichtet.

- Zusammengehörigkeit vs. Individualität

Auf Basis von den Bildern mit den jungen Menschen ließ sich die Tendenz beobachten, dass sie einerseits die Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe nicht nur durch ihre Bildung in Gruppen, sondern auch durch ähnliche Mimik, Gestik, Alter und Bekleidung aufweisen. Andererseits sprechen ihre lässige, unabhängige Körperhaltung sowie auch die Abbildung von einzelnen Personen ohne Begleitung für ihre innerliche Individualität und Unabhängigkeit, die sie voneinander abheben. Nicht zuletzt weisen darauf auch zahlenmäßig kleine Gruppen hin, die keinerlei Ähnlichkeit mit Peer-Gruppen von den Jugendlichen haben, sondern vielmehr Interessengemeinschaften sind.

- Aktiv vs. Passiv

Bei den abgebildeten Bildproduzenten werden sowohl ein passiver Zustand – sich auf der Wiese in der Stadt ausruhen – als auch ein aktiver Zustand ohne (Fort-) Bewegung festgehalten, der i. d. R. nach einer aktiven Bewegung eintritt: eine Pause im Stadtpark oder während einer Radtour machen bzw. eine Schifffahrt durch die Stadt unternehmen. Dadurch, dass die aktive Bewegung de facto vorausgesetzt wird, deuten die Erholungspausen vor allem auf die Gemütlichkeit und Entspanntheit hin, mit denen Ausflüge unternommen und genossen werden. Aber auch der lockere und entspannte Lebensstil ohne Hektik und Eile der vermutlich einheimischen jungen Menschen spiegelt diese Werte wider. Wie bereits anhand der komparativen Analyse gezeigt wurde, zieht sich dieses Prinzip wie ein roter Faden durch alle untersuchten Fotografien.

Die oben genannten Typen wurden anhand der analysierten Fotoaufnahmen gebildet und können unter Einbeziehung zusätzlichen Bildmaterials weiter differenziert und validiert werden.

6.3. Die visuelle Selbstdarstellung von Österreich im Internet

Im Folgenden wird die rekonstruktive Bildanalyse der auf den österreichischen Webseiten ausgewählten Fotoaufnahmen nach der dokumentarischen Methode vorgestellt.

6.3.1. Analyse des Bildmaterials

6.3.1.1. Personenaufnahmen

6.3.1.1.1. Bild 6 der Kategorie „Sportaktivitäten“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Aufgrund einer klaren Unterteilung des Bildes in Bildvorder-, -mittel- und -hintergrund erfolgt auch seine Beschreibung in drei Schritten (siehe Abb. 60).



Abb. 60: Bild 6 der Variable „Sportaktivitäten“ (© WienTourismus/Christian Stemper)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes befinden sich zwei Segelboote auf dem Wasser, die abgesehen von ihrer Farbe identisch aussehen und gleich groß sind. Das vordere Boot, von dem nur ein kleiner Teil zu sehen ist, hat einen weißen Bug und ist innen blau gestrichen. Vorne im Boot ist eine Metallstange mit Seil senkrecht befestigt, die oben aus dem Bild hinausragt. Das hintere Boot ist dagegen etwa zur Hälfte abgebildet und sowohl oben als auch innen mit blauer Farbe gestrichen. Außen hat es weiße Farbe und auf der rechten Seite am Bug ist eine schwarze Zahl „32“ angebracht. Auch hier sind vorne eine senkrechte Metallstange mit Seil sowie ein nebenan liegendes, zusammengerolltes Segel zu sehen. Das Segelboot ist mit einer Metallkette am Holzsteg befestigt, der sich rechts von den Booten befindet. Es sind auch fünf weitere Metallketten am Steg als Bootsanker zu erkennen.

Zum Bildmittelgrund:

Im Mittelgrund des Bildes rechts fährt auf dem gekräuselten Wasser, stehend auf einem Brett, eine männliche Person mittleren Alters, die auf ca. 30-35 Jahre alt geschätzt werden kann. Sie hat kurze braune Haare und ist mit einer blauen knielangen Badehose und einem weißen Bade-Shirt mit blauen Seitenstreifen und dunkelblauen Ärmeln bekleidet. Der Mann ist dem Bildbetrachter seitlich zugewandt und hält senkrecht in seinen gestreckten Armen

ein Paddel, mit dem er links vom Brett ins Wasser sticht. Er steht barfuß auf dem Brett und neigt sich mit seinem Oberkörper etwas nach vorne. Sein Kopf und sein Blick sind nach unten auf das Ruder im Wasser gerichtet.

Von links bis zur Mitte des Bildes ist ein weiterer Steg mit mehreren Booten von beiden Seiten zu sehen. Davon sind z. B. ein weiß-orangefarbenes Tretboot, drei grüne Ruderboote mit blaugestreiften Lehnen und zwei blaue Kanus auf der rechten Seite des Stegs und einige Segelboote, darunter auch mit orange- und lilafarbenen Segeln, ein gelbes Kanu und ein Tretboot mit einem blauen Sonnenschirm auf der linken Seite des Stegs zu erkennen.

Zum Bildhintergrund:

Im vorderen Bildhintergrund rechts sind auf dem Wasser drei Boote mit Personen, zwei blaue und ein orangefarbenes, zu sehen. Auf einem blauen Tretboot lässt sich anhand der hellen langen Haare erkennen, dass das zwei weibliche Personen sind. Auf dem orangefarbenen Tretboot sind ebenso zwei Personen zu identifizieren. Eine davon ist aufgrund eines kurzen Haarschnittes vermutlich männlich. Das dritte Boot mit weißem Segel ist vom blauen Tretboot verdeckt, sodass dort keine genaue Personenanzahl identifiziert werden kann. Die weite Entfernung der im Hintergrund abgebildeten Bildproduzenten lässt ihre genaue Beschreibung nicht zu. Sie dienen lediglich als Staffage und können nicht weiter betrachtet werden.

Weiter hinten erstreckt sich ein grüner Uferstreifen mit Bäumen, kleinen Häusern und angelegten Booten, der sich durch das ganze Bild von links nach rechts zieht. Hinter den Bäumen stehen Hochhäuser unterschiedlicher Größe und Form, die aufgrund eines Leer-raums dazwischen als zwei nebeneinander stehende Blöcke abgebildet sind. Links im Bild ist eine weiße Brücke über den Fluss gespannt, über die ein Zug fährt. Über der Stadt und der Brücke ist ein blauer Himmel mit dünnen weißen Wolken zu sehen.

Ikongrafische Interpretation

In Wien auf der Alten Donau liegt eine Bootsstation mit zahlreichen Mietbooten – von Tret- und Ruderbooten über Segel- bis hin zu Elektrobooten. Darauf weisen sowohl drei Boote mit Personen im Bildhintergrund als auch der an der Bootsstation auf einem Stand Up Paddle Board vorbeifahrende Mann hin. Sowohl die Boote als auch das Paddle Board wurden vermutlich bei der Station gemietet. Über der Donau links ist eine U-Bahn-Brücke gespannt, über die gerade eine U-Bahn fährt. Im fernen Bildhintergrund befindet sich die Donau City mit Hochhäusern. Darunter sind der höchste Wolkenkratzer der Stadt der Donau

City Tower 1, das Bürogebäude IZD Tower (Internationales Zentrum Donaustadt), das Vienna International Centre und das Hochhaus Neue Donau mit Mietbüros und Apartments zu erkennen.

Die grünen Baumkronen, die leichte Bekleidung der abgebildeten Bildproduzenten und das sonnige Wetter weisen darauf hin, dass es Sommer ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Planimetrie des Bildes wird dominant durch senk- und waagerechte Linien sowie Rechtecke unterschiedlicher Größe bestimmt, die durch metallische Stangen der Masten, den Steg, die Brücke und Hochhäuser im Hintergrund vorgegeben sind (siehe Abb. 61). Das Bild wird durch den Mast des zweiten Bootes im Bildvordergrund genau in der Mitte in zwei gleich große Teile geteilt. Mit dem roten Punkt wird das Zentrum des Bildes markiert. Damit prävalieren die Boote mit den nach oben ragenden Masten im linken Teil der Fotografie, während die Hochhäuser mit ihrer rechteckigen Form im rechten Teil des Bildes dominant sind. I. d. R. steht die Waage- und Senkrecht-Strukturierung des Bildes für Ordnung, Strenge und Seriosität (vgl. Mayer 2013: 43; Bohnsack 2011b: 96f.). Die bunten Segel, die teilweise geneigten Maste der Boote sowie die Hochhäuser unterschiedlicher Größe und Form, die eine verschachtelte Struktur haben, nehmen einerseits die dem Bild durch die Ordnung verliehene Strenge zurück, bringen andererseits eine gewisse Unruhe mit sich und überladen das Bild. Durch die Abwesenheit von Mengenmengen und die Darstellung von wenigen Booten im rechten Teil des Bildes wird ein Freiraum geschaffen, der die Spannung und Überladenheit im Bild etwas dämpft. Aus der planimetrischen Sicht rücken sowohl die Bootstation als auch die Donau City mit der U-Bahn-Brücke in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.



Abb. 61: Planimetrie des Bildes 6 der Variable „Sportaktivitäten“

Perspektivität

Betrachtet man die perspektivische Projektion des Bildes, handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt (siehe Abb. 62). Im Verhältnis zum Bildmittelpunkt (siehe

den roten Punkt in der Abb. 61) ist das perspektivische Zentrum bzw. der Fluchtpunkt deutlich weit nach rechts verschoben. Er befindet sich auf der Horizontlinie zwischen den Hochhäusern, die in zwei Blöcken abgebildet sind. Die gewählte Perspektivität deutet darauf hin, dass es dem abbildenden Bildproduzenten von Bedeutung war, die Aussicht auf die Donau City samt der Brücke und dem Fluss mit ins Bild zu nehmen. Perspektivisch betrachtet stehen somit die Hochhäuser der Donau City mit der U-Bahn-Brücke sowie die zwei Boote im Bildvordergrund im Mittelpunkt des Geschehens.



Abb. 62: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Sportaktivitäten“

Szenische Choreographie

Da auf dem Bild nur ein Mann beim Stand Up Paddling abgebildet ist und die anderen Personen im Hintergrund als Staffage zu bezeichnen sind, erübrigen sich auch die Ausführungen zur szenischen Choreographie.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Abgesehen von der leichten Unschärfe beim vorderen Boot im Bildvordergrund ist auf dem Foto keine ausgeprägte Unschärfe festzustellen. Der abbildende Bildproduzent hat Wert darauf gelegt, die gesamte Szene mit einem möglichst weiten Bildausschnitt und mannigfaltigen Bildelementen aufzunehmen. Die leichte Unschärfe ist durch die Anpassung der Kameraeinstellung an die Donau City entstanden, während sich das Boot im Vordergrund in unmittelbarer Nähe von der Kamera befand. Durch die entstandene Unschärfe und die Abbildung nur eines kleinen Teils des Bootes wird auch seine Bedeutung im Vergleich zum Boot nebenan geschmälert.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie anhand der planimetrischen Bildkomposition und der perspektivischen Projektion herausgearbeitet wurde, rücken sowohl die Bootsstation als auch die Donau City samt der Brücke in den Vordergrund. Der Mann auf dem Stand Up Paddle Board bleibt dagegen weder planimetrisch noch perspektivisch fokussiert. Dadurch, dass er ganz nah am rechten Bildrand abgebildet ist, sodass das Boardende nicht mehr im Bild zu sehen ist, wird der Eindruck vermittelt, als ob er unvorhergesehen bzw. ungeplant in das Bild reingepaddelt hätte. Bei einer größeren Entfernung würde er sogar genauso wie die Personen auf den

Booten im Bildhintergrund als Staffage bezeichnet werden. Das bedeutet, dass der Fokus weder auf den Personen noch auf ihrer aktiven Handlung liegt. Im Zentrum des Geschehens stehen vielmehr die Bootstation und ihre Lage, die eine erlebnisreiche Bootsfahrt am Donauufer mit Aussicht auf die moderne Donau City mit Hochhäusern und Wolkenkratzern bieten soll. Die fast menschenleere Bootstation, die in der Ferne fahrenden Boote und der auf dem Stand Up Paddle Board fahrende Mann vermitteln einerseits eine gewisse Ruhe, Entspannung und Erlebnisreichtum in Hinblick auf die Wassersport- bzw. Erholungsmöglichkeiten. Andererseits verleiht das dem Bild eine gewisse Note der Unpersönlichkeit. Die Bootstation mit Ausblick auf das moderne Stadtviertel steht zwar im Vordergrund, erfüllt aber ihren primären Zweck nur nachrangig. Die dem Bildbetrachter seitlich zugewandte Körperhaltung des Mannes auf dem Stand Up Paddle Board sowie seine Konzentration auf das Ruder im Wasser lassen ihn teilnahmslos und unbedeutend erscheinen. Nicht die Freude am Board fahren, sondern die Lage der Mietstation wird hervorgehoben.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass es dem abbildenden Bildproduzenten von Belang war, die Bootstation mit der modernen Stadtaussicht mit ins Bild zu nehmen. Der durch die Masten überladene linke Teil des Bildes wird einerseits durch den beinahe menschenleeren rechten Teil des Fotos ausgeglichen, wodurch eine gewisse Ruhe und Gelassenheit ins Bild gebracht werden. Andererseits verleiht das dem Bild ein Stück weit den Charakter der Unpersönlichkeit. Nicht die Handlung der Personen bzw. ihre Freude am Bootfahren, sondern die Bootstation und ihre besondere Lage stehen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

6.3.1.1.2. Bild 7 der Kategorie „Arbeitswelt/Alltag“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Eine klare Aufteilung des Bildes in Bildvorder- und -hintergrund macht die Beschreibung des Bildmittelgrundes überflüssig. Aus diesem Grund wird das Foto in zwei Schritten beschreiben (siehe Abb. 63).



Abb. 63: Bild 7 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“ (© Österreich Werbung/Wolfgang Weinhäupl)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes ist ein Mann in langem Kahn auf einem spiegelglatten See dargestellt, der auf ca. 50 Jahre alt geschätzt werden kann. Er ist mit khakifarbener gefütterter Kappe mit nach oben gebundenen Ohrenklappen, schwarzer Regenjacke mit Kapuze, khakifarbener Hose und dunkelfarbigem wasserdichtem Schuhwerk bekleidet. Ferner trägt er schwarze Handschuhe und eine lange weiße Latzschürze mit Nackenband, die in der Taille gebunden ist und bis hinunter zum Knöchel reicht.

Während sein rechter Arm nach vorne gestreckt ist, befindet sich sein linker Arm unten vor dem Bauch. In den beiden Händen hält er das Fischernetz, in dem ein Fisch mit roten Flossen gefangen ist. Dem Bildbetrachter ist der Mann seitlich zugewandt; der Blick ist auf den Fisch gerichtet. Das Gesicht des Mannes ist durch den Kappenschirm zum Teil verdeckt und verschattet. Sein Rücken ist von der Sonne beschienen, die sich – dem Schattenwurf zufolge – rechts außerhalb des Bildes befindet.

Der Kahn ist geräumig und hat einen schwarzen Gummiboden. Auf der rechten Seite des Bootes ist ein großes Ruder an der Ruderhalterung mit einem blauen Seil befestigt. Während das Ruderblatt im Boot liegt, zeigt die Stange mit dem blauen Griff nach rechts. Auf der linken Seite im Boot befinden sich in einer Reihe ein grünes Fangnetz, ein weißer Eimer, eine weiße Kiste aus Plastik, ein blaues Kunststofffass mit einem schwarzen Deckel und eine gelbe Kiste.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes sind bewaldete Grasberge im Nebel zu erkennen, zwischen denen links auf einer hügeligen Wiese ein paar Häuser zu sehen sind. Über den Bergen erstreckt sich ein blauer wolkenloser Himmel.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Bild ist ein Fischer abgebildet, der in einem See in den Alpen fischt und seinen Fang aus den fest verankerten Netzen holt. Darauf weisen die bewaldeten Grasberge in der Ferne sowie auch ein kleines Dorf mit vereinzelt Häusern in der Alm hin. Für seinen professionellen Erwerb sprechen nebst Fischernetzen auch die Arbeitskleidung mit Latzschürze und der Kahn samt der ganzen Ausrüstung. Seine warme Bekleidung und die Kappe deuten darauf hin, dass es Herbst, vermutlich Ende September bzw. Mitte Oktober, ist. Anhand des Nebels und der Sonne, die von rechts in das Bild und auf den Rücken des Mannes scheint, lässt sich schlussfolgern, dass es frühmorgens ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Gesamtkomposition des Bildes ist entscheidend durch vier Linien geprägt. Die eine davon verläuft etwas schräg von links nach rechts und teilt das Bild in zwei ungleichmäßig große Teile (siehe Abb. 64). Diese Linienführung ist durch die nach rechts leicht ansteigende Berglandschaft im Hintergrund entstanden. Sie verbindet die bewaldeten Bergkuppen und wird durch den gestreckten rechten Arm des Fischers konturiert. Die Fotoaufnahme erhält dadurch ein ganz leichtes Gefälle, das jedoch aufgrund des geringen Winkels, etwa 1,5 Grad, keinen Einfluss auf die Gesamtkomposition der Fotografie ausübt. Das Bild bleibt stabil. Die Uferlinie ist hingegen stark vernebelt, sodass die Grenze zwischen See und Ufer verschwommen ist und sich erst im Bildhintergrund links anhand eines hellbraunen Streifens ein Stück weit erkennen lässt.

Die zwei weiteren Linien bilden ein Dreieck, das zwei Bildpartien verbindet und dessen untere Seite nicht mehr im Bild ist. Während die Spitze des Dreiecks durch den im Kahn stehenden Mann entstanden ist, führen seine Schenkel zu den beiden Seiten des Kahns. Die letzte Linie ist durch das im Boot liegende Ruder vorgegeben, das mit der Stange in eine entgegengesetzte Richtung außerhalb des Bildes – weg vom Fischer und der Landschaft im Hintergrund – zeigt und sich in seiner gesamten Länge über die Hälfte des Bildes erstreckt. Die besondere Hervorhebung des Ruders erfolgt zudem durch einen Farbkontrast: Die dunkelbraune Stange mit blauem Griff ist auf einem vernebelten, weiß gefärbten Hintergrund abgebildet. Trotz der unmittelbaren Zugehörigkeit zum Kahn wirkt das Ruder als ein störendes bzw. ablenkendes Element, das in die Bildkomposition eindringt und die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Aus der planimetrischen Sicht stehen der Fischer und sein Kahn samt dem Ruder und der Ausrüstung im Mittelpunkt des Geschehens. Dies wird noch zusätzlich durch den weißen Nebelteppich im Bildhintergrund unterstrichen.



Abb. 64: Planimetrie des Bildes 7 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“

Perspektivität

Anhand der dem Bildbetrachter seitlich zugewandten Körperhaltung des Fischers, des schräg abstehenden Ruders und des nach rechts gedrehten Kahns – sein linkes Ruder ist

schließlich nicht im Bild zu sehen – lässt sich schlussfolgern, dass es sich um die Schräg- bzw. Übereckperspektive mit zwei Fluchtpunkten handelt (siehe Abb. 65). Während sich der rechte Fluchtpunkt am rechten Bildrand befindet, liegt der linke Fluchtpunkt außerhalb des Fotos neben dem linken Bildrand. Die Horizontlinie, die in Augenhöhe des Bildbetrachters liegt, verläuft durch die Grasberge im Hintergrund und unter dem gestreckten rechten Arm des Fischers. Es wird deutlich, dass der Fischer und sein Boot mitsamt der Ausrüstung perspektivisch hervorgehoben werden. Das Ruder ist hier – anders als bei der Planimetrie – kein störendes Element, sondern liegt mit der Stange parallel zur gezeichneten perspektivischen Linie und übernimmt auf solche Weise die Rolle eines „Wegweisers“, indem es mit dem Ruderblatt wie ein Pfeil auf den im Kahn stehenden Fischer zeigt.

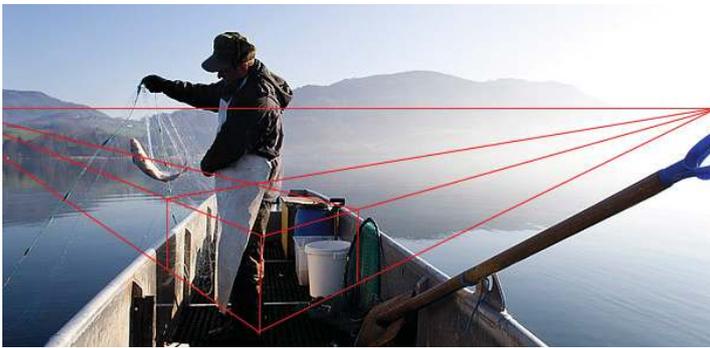


Abb. 65: Perspektivität des Bildes 7 der Variable „Arbeitswelt / Alltag“

Szenische Choreographie

Durch die Abbildung einer einzigen Person entfallen auch die Ausführungen zur szenischen Choreografie.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Es werden keine Kontraste im Bild mittels der Schärfentiefe erzeugt. Eine leichte Unschärfe ist lediglich im Bildhintergrund festzustellen. Als natürliches gestalterisches Mittel fungiert im Bild der Nebelteppich am frühen Morgen, der sich auf die Berge und den See niedergelassen und die komplette rechte Seite des Bildhintergrunds verschleiert hat. Die linke Seite des Bildes bleibt dagegen vom Nebel frei, sodass der Einblick in die Umgebung erhalten bleibt. Die dadurch erzeugte Unterpräsenz des Bildhintergrundes hebt die Bedeutsamkeit des Bildsujets im Bildvordergrund hervor.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Sowohl planimetrisch als auch perspektivisch rückt der Fischer mit seinem Boot in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Der ruhige See, vernebelte Berge am frühen Morgen, die Abwesenheit von Menschen verleihen dem Bild eine gewisse Ruhe, Gelassenheit und Entspannung. Die gleichen Merkmale kommen auch zum Tragen, wenn man den Fischer bei der Arbeit betrachtet. Anhand des Netzes, von dem er nur einen Teil ins Boot geholt hat, lässt sich vermuten, dass er seine Arbeit erst angefangen hat und diese ohne Hektik und

Eile verrichtet. Darauf weist auch sein Blick auf den Fang hin, indem er den Fisch konzentriert und einschätzend anschaut. Die Körperhaltung des Fischers verrät zudem, dass er den Fisch dem abbildenden Bildproduzenten und somit auch dem Bildbetrachter demonstrierend zeigt. So hält er seinen linken Arm unten vor dem Bauch, um den Fang besser präsentieren zu können. Die reine, ökologische Umgebung sowie die Arbeitsweise des Fischers, der die Fische einzeln und behutsam aus dem Netz holt, sprechen für die Ökologie und Naturbelassenheit sowohl der umliegenden Gegend als auch der Fischfauna.

Durch die Abbildung eines Berufsfischers, der vermutlich als Fischlieferant in der Gegend fungiert, wird dem Bildbetrachter einen Blick hinter die Kulissen gewährt und damit auch die naheliegende Frage beantwortet, woher der Fisch auf den Teller kommt. Das verleiht dem Bild Transparenz und Offenheit.

6.3.1.1.3. Bild 9 der Kategorie „Arbeitswelt/Alltag“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die Beschreibung der Fotoaufnahme erfolgt in drei Schritten: Zunächst wird die junge Frau am Tisch im Vordergrund beschrieben. Danach erfolgt die Beschreibung der Stadt bzw. Stadtgebäude im Mittelgrund und abschließend der Berge inklusive des Himmels im Hintergrund (siehe Abb. 66).



Abb. 66: Bild 9 der Variable „Arbeitswelt/Alltag“ (© WienTourismus/Peter Rigaud)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes ist eine junge Frau abgebildet, die auf Anfang zwanzig geschätzt werden kann. Sie sitzt auf einer Dachterrasse mit Metallgeländer an einem kleinen, mit weißer Decke bedeckten Tisch. Die Terrasse ist von der Sonne beschienen, die – dem Schattenwurf zufolge – in das Bild von der rechten Seite scheint. Auf einem kleinen Metalltablett stehen eine weiße Kaffeetasse mit Untertasse und ein Glas Wasser auf dem Tisch.

Dort befinden sich auch weitere Gegenstände: eine rote Mappe, ein Smartphone und ein Notizbuch, das direkt vor der jungen Frau geöffnet liegt.

Auf dem Foto ist nur der Oberkörper der jungen Frau zu sehen, die mit einem grauen Blazer und einem weißen T-Shirt bekleidet ist. Sie hat langes blondes Haar, das sie seitlich über ihrer linken Schulter trägt. Die junge Frau sitzt aufrecht und dem Bildbetrachter seitlich zugewandt. Während ihre linke Hand auf dem Notizbuch liegt, hält sie in der rechten Hand einen Stift und stützt sich mit dem Arm auf die Tischplatte. Sowohl ihr Kopf als auch der Blick sind in die Ferne auf die Stadt bzw. auf die untenliegende Straße gerichtet.

Zum Bildmittelgrund:

Die Position der jungen Frau auf der Dachterrasse eines Gebäudes ermöglicht einen Ausblick auf die aneinander gereihten Häuser der untenliegenden Straße, von der nur ein kleines Stück, vermutlich mit zwei Fahrzeugen in Gelb und Weiß, zu sehen ist. Während auf der linken Straßenseite alle Gebäude etwa in gleicher Höhe nebeneinander stehen – abgesehen von den in die Höhe ragenden Türmen der letzten zwei Bauten am Straßenende – befindet sich auf der rechten Straßenseite nur ein weißes Haus mit Kolonnen und hellgrünem Dach. Rechts von dem Haus sind grüne Baumkronen und ein kuppelförmiges Dach eines Gebäudes am Straßenende zu erkennen.

Abgesehen vom beschriebenen Straßenverlauf kann auch die gesamte Stadtansicht von der Dachterrasse aus betrachtet werden. So ragen hinter den Gebäuden auf der linken Straßenseite Dächer, Türme und Dachspitzen weiterer Stadtbauten.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes sind bewaldete Grasberge und der blaue Himmel mit leichtem Nebeldunst zu sehen.

Ikonografische Interpretation

Am weiß gedeckten Tisch auf der Dachterrasse des Justizcafés in Wien, von der sich ein Stadtpanorama eröffnet, sitzt eine junge Frau. Sie hat eine Tasse Kaffee und ein Glas Wasser bestellt und macht gerade eine Pause bzw. setzt ihre Arbeit im Café fort. Die rote Mappe neben dem Tablett ist vermutlich die Menükarte. Auf den Arbeitsalltag weisen sowohl die Business-Bekleidung der jungen Frau mit dem grauen Blazer und dem weißen T-Shirt als auch solche Attribute wie Smartphone, Notizbuch und Stift in der Hand hin. Sie blickt auf das Stadtpanorama bzw. schaut auf die untenliegende Straße. Anhand der markanten Merkmale lassen sich einige Bauten gut erkennen. Auf der rechten Straßenseite befinden sich der Säulengang des Parlamentsgebäudes und am Straßenende das Gebäude der Universität Wien mit kuppelförmigen Türmen. Auf der linken Straßenseite sind die letzten zwei

Bauten mit den in die Höhe ragenden Türmen als das Rathaus und die Votivkirche zu identifizieren.

Die Bekleidung der jungen Frau sowie die grünen Baumkronen deuten darauf hin, dass es eine warme Jahreszeit – Sommer, Spätfrühling oder Frühherbst – ist. Anhand der Sonne, die von oben rechts in das Bild scheint, und des Schattenwurfs lässt sich vermuten, dass es Mittag ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Fotografie wird planimetrisch durch zwei waagerechte Linien zerteilt (siehe Abb. 67). Die erste Linie, die durch das Terrassengeländer vorgegeben ist, trennt die auf der Dachterrasse sitzende junge Frau von dem Stadtpanorama und der untenliegenden Straße. Die zweite Linie wird durch die Berge am Horizont konturiert und führt an den Dächern bzw. Dachspitzen der Häuser im hinteren Bildmittelgrund entlang. Sie trennt die Stadtbauten vom blauen, mit Dunst leicht vernebelten Himmel, der etwas mehr als ein Drittel des Bildes einnimmt. Somit wird die Fotografie in drei waagerechte Streifen zerschnitten, die jedoch keineswegs voneinander losgelöst sind. Nebst der Turmspitze des Rathauses, die perpendicular zur Bildebene positioniert ist und die zwei oberen Blöcke – Stadt und Himmel – miteinander verbindet, dringt die auf der Dachterrasse sitzende junge Frau mit ihrer aufrechten Sitzhaltung durch alle drei Bildblöcke hindurch und sorgt damit für ihre Verknüpfung. Das bedeutet, dass sowohl die junge Frau als auch das Rathaus planimetrisch fokussiert sind und die besondere Aufmerksamkeit auf sich ziehen.



Abb. 67: Planimetrie des Bildes 9 der Variable „Arbeitswelt / Alltag“

Perspektivität

Sowohl die dem Bildbetrachter seitlich zugewandte Sitzhaltung der jungen Frau mit ihrem abgewandten Blick als auch die Abbildung des Hauses direkt hinter dem Terrassengeländer, dessen Ecke vorne liegt und die beiden an die Ecke angrenzenden Wände schräg in

den Raum hineinragend dargestellt sind, sprechen für die Schräg- bzw. Übereckperspektive mit zwei Fluchtpunkten (siehe Abb. 68). Während sich der rechte Fluchtpunkt am rechten Bildrand, zwischen den Türmen des Rathauses und der Votivkirche, befindet, liegt der linke Fluchtpunkt weiter außerhalb neben dem linken Bildrand. Die Horizontlinie, auf der die Fluchtpunkte liegen, befindet sich in Augenhöhe der jungen Frau und führt durch die Grasberge im Hintergrund an den Dächern bzw. Dachspitzen der Häuser entlang. Es wird deutlich, dass sowohl die am Tisch sitzende junge Frau als auch das Rathaus samt der linken Straßenseite mit den aneinander gereihten Bauten perspektivisch hervorgehoben werden.



Abb. 68: Perspektivität des Bildes 9 der Variable „Arbeitswelt / Alltag“

Szenische Choreographie

Die Beschreibung des sozialen Arrangements der Personen, ihrer Blicke und Gebärden zueinander kann bei der Abbildung einer einzigen Person nicht erfolgen. Aus diesem Grund erübrigen sich die Ausführungen zur szenischen Choreografie.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Bei der vorliegenden Qualität des Bildes kann keine eindeutige Aussage über die eingesetzte Schärfentiefe gemacht werden. Es wird jedoch ersichtlich, dass damit keine sichtbaren Kontraste im Bild erzeugt werden. Eine minimale Unschärfe ist lediglich im Bildhintergrund bzw. im hinteren Bildmittelgrund zu erkennen, die aufgrund der großen Entfernung zwischen dem Objektiv der Kamera und den aufgenommenen Objekten entstanden ist.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie anhand der planimetrischen Bildkomposition und der perspektivischen Projektion herausgearbeitet wurde, rücken sowohl die am weiß gedeckten Tisch sitzende junge Frau als auch die untenliegende Straße mit den aneinander gereihten Bauten und dem Rathaus mit den in die Höhe ragenden Türmen in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Durch die Abbil-

derung der jungen Frau ganz nah am linken Bildrand war es dem abbildenden Bildproduzenten möglich, den gesamten Straßenverlauf bis zu dem Rathaus und der Votivkirche mit ins Bild zu nehmen.

Das junge Alter der Frau sowie ihre Business-Bekleidung deuten darauf hin, dass sie entweder berufstätig ist oder sich im Studium befindet und sich im Café auf einen Vortrag, ein Bewerbungsgespräch oder ein wichtiges Treffen etc. vorbereitet. Damit werden sowohl potenzielle Fachkräfte als auch Studieninteressente angesprochen, wobei die erstere Gruppe deutlicher zum Vorschein kommt. An der ganzen Atmosphäre und der Körperhaltung der jungen Frau wird ersichtlich, dass sie während ihrer Kaffeepause im Café in einem Arbeitsprozess mittendrin steckt. Darauf weisen das geöffnete Notizbuch und der Stift in der Hand. Sie hat aber trotzdem Zeit, innezuhalten und den schönen Ausblick auf die Altstadt zu genießen. Die Stadtansicht übernimmt hier die Rolle einer Inspiration, einer schönen Ablenkung bzw. eines ästhetischen Genusses nach dem Motto „So eindrucksvoll und entspannt kann die Arbeit bzw. das Studium in Wien sein“. Durch die Abwesenheit von Menschen und Verkehr strahlt das Bild Entspannung, Ruhe und Gelassenheit aus.

6.3.1.2. Sachaufnahmen

6.3.1.2.1. Bild 2 der Kategorie „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die Beschreibung der vorliegenden Sachaufnahme erfolgt in zwei Schritten: Zunächst wird der Bildvordergrund und anschließend der Bildhintergrund beschrieben (siehe Abb. 69).



Abb. 69: Bild 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“
(© Österreich Werbung / Robert Pfeifer)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes befindet sich eine aus Marmor gemeißelte Figurengruppe. Im Zentrum auf einer Säule steht eine mit Manteltuch umhüllte Statue, die in ihrer rechten Hand einen Speer und in der linken Hand eine kleine geflügelte Statuette hält. Unten links und rechts von der Säule sitzen zwei Figuren mit Gegenständen in der Hand. Während die Figur links in ihren Händen ein Schwert hält, ist das bei der Figur rechts ein Buch. Eine Ebene

runter auf dem Zwischenpodest sind zwei weitere Figuren zu identifizieren, die eine halb-liegende Körperhaltung eingenommen und sich mit ihren Oberkörpern einander zugewandt haben. Zwischen ihnen ist die Öffnung eines Kruges sowie links und rechts sind zwei weitere Plastiken mit Flügeln zu erkennen.

Auf beiden Seiten von der Figurengruppe steht jeweils eine leuchtende Laterne mit drei kugelförmigen Lampen und ist auf jeder Seite eine in die Höhe ragende Metallstange positioniert.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes ist ein Gebäude dargestellt, das sich über die gesamte Länge des Bildes erstreckt und über dem Eingangstor in der Mitte und an den Seitenwänden mit Mosaikfries verziert ist. Der Haupteingang des Mittelbaues, an dessen Auffahrtsrampe sich links und rechts je vier aus Marmor gemeißelte Sitzstatuen befinden, stellt einen Säulengang mit acht Kolonnen, einem geraden Gebälk und Dreiecksgiebel dar. Über dem Zentralportikus der Kolonnade prangt ein Marmorrelief mit unterschiedlichen Plastiken. Auf dem Giebel des Mittelbaues ist eine rot-weiß-rote Flagge und eine Skulptur mit zwei Figuren zu sehen, links und rechts von denen zwei Sphinxen am Dachrand positioniert sind. Vor dem Haupteingang stehen zwei leuchtende Laternen mit jeweils drei kugelförmigen Lampen.

Die Seitenblöcke, die etwas niedriger als der Mittelbau sind, sind mit großen Fenstern und Giebeln versehen. Ihre architektonische Gestaltung sieht identisch aus: Auf dem Dach ragen jeweils links und rechts des Haupteingangs zwei bronzene geflügelte Figuren mit Pferdegesspann in den Himmel. Etwas weiter von ihnen entfernt sind Plastiken aus Stein bzw. Marmor in einer Reihe einzeln positioniert.

Über dem Gebäude erstreckt sich ein dunkelblauer sternloser Himmel, der an beiden oberen Ecken des Bildes schwarz abgedunkelt ist.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Foto ist das Parlamentsgebäude in Wien bei Nacht abgebildet, worauf der nachtblaue Himmel und die leuchtenden Laternen hinweisen. Vor dem Gebäude befindet sich der Pallas-Athene-Brunnen mit der griechischen Göttin Pallas Athene, der Göttin der Weisheit, der Strategie, des Kriegs und des Friedens. Die kleine Statuette, die sie in ihrer linken Hand hält, ist die Siegesgöttin Nike. Die Figuren, die links und rechts von der Säule sitzen, sind Allegorien der ausübenden und gesetzgebenden Gewalt. Links ist die Exekutive mit Richtschwert und rechts ist die Legislative mit Buch bzw. Gesetzestafel dargestellt. Die zwei Figuren auf dem Zwischenpodest symbolisieren zwei von vier Hauptflüssen des österreichischen Reichsteiles der Monarchie – Donau und Inn – die auf den Geltungsbereich des

Parlaments bzw. auf alle im Reichsrat vertretenen Königreiche und Länder hinweisen sollen. Die zwei weiteren Personifikationen der Hauptflüsse – Elbe und Moldau – befinden sich hinter der Säule und sind im Bild nicht zu sehen. Die figurale Komposition des Brunnens wird schließlich mit geflügelten Delphinreitern bzw. Putten vervollständigt (vgl. Republik Österreich Parlamentsdirektion 2017a). Links und rechts vom Brunnen sind lange Flaggenmasten positioniert.

Der obere Bereich der Auffahrtsrampe wird mit Plastiken von je vier antiken griechischen und römischen Historikern – den Griechen Thukydides, Polybios, Xenophon, Herodot und den Römern Julius Cäsar, Tacitus, Livius und Sallust – verziert, die die Politiker auf die Verantwortung gegenüber der Geschichte aufmerksam machen sollen (vgl. Republik Österreich Parlamentsdirektion 2017b).

Über dem Zentralportikus des Säulenganges befindet sich im Mittelpunkt des Marmorreliefs Kaiser Franz Joseph I, der als römischer Imperator dargestellt ist (vgl. Republik Österreich Parlamentsdirektion 2017c). Die rot-weiß-rote Flagge auf dem Giebel des Mittelbaues ist die Dienstflagge des Bundes.

Auf dem Dach befinden sich jeweils links und rechts des Haupteinganges zwei bronzene Quadrigen. Die mit je vier Pferden gezogenen Streitwagen werden von der Siegesgöttin Nike gelenkt (vgl. Republik Österreich Parlamentsdirektion 2017d). Die Plastiken am Dach, die sich etwas weiter entfernt von den Quadrigen befinden, stellen weltbekannte Philosophen, Politiker und Schriftsteller der Antike wie Plutarch, Platon, Sokrates etc. dar.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die planimetrische Bildkomposition wird sehr dominant durch senk- und teilweise waagerechte Linien bestimmt, die mit zahlreichen Kolonnen mit geradem Gebälk, Laternen und in die Höhe ragenden Flaggenmasten vorgegeben sind (siehe Abb. 70). Die Senk- und Waagerecht-Strukturierung verleiht dem gesamten Bild eine gewisse Strenge, Seriosität und rigide Ordnung. Die letztere wird sogar durch die architektonische Symmetrie der Seitenblöcke besonders hervorgehoben. Die Flaggenmasten, die in ganzer Größe abgebildet sind und eine rötliche Färbung bzw. Beleuchtung haben, stellen im gewissen Sinne Trennlinien dar und schneiden die Bildkanten links und rechts quasi ab. Der mittlere Bereich des Bildes tritt damit verstärkt in den Vordergrund. Eine besondere planimetrische Fokussierung erhält dabei das Standbild der griechischen Göttin Pallas Athene, das zusammen mit der Flagge auf dem Giebel eine senkrechte Linie bildet. Diese wird genau durch den Bildmittelpunkt geführt, der in der Abbildung 70 als ein roter Punkt markiert ist. Das heißt, dass sich der

Pallas-Athene-Brunnen und der Mittelbau im Zentrum des Bildes befinden und planimetrisch fokussiert sind.



Abb. 70: Planimetrie des Bildes 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“

Perspektivität

Betrachtet man die perspektivische Projektion der vorliegenden Sachaufnahme, handelt es sich um die Froschperspektive mit einem Fluchtpunkt, der sich in der Mitte auf der Säule des Pallas-Athene-Brunnens befindet (siehe Abb. 71). Die mittige Positionierung des Fluchtpunktes ist auf die frontale Abbildung des Parlamentsgebäudes und des Brunnens zurückzuführen. Die Horizontlinie, auf der der Fluchtpunkt liegt, verläuft dementsprechend durch die Mitte der Säule und die Oberkörper der neben der Säule sitzenden Plastiken und führt an den Spitzen der im Vordergrund des Bildes stehenden Laternen entlang. In das perspektivische Zentrum rücken somit das Standbild der griechischen Göttin Pallas Athene und der Mittelbau des Parlamentsgebäudes.



Abb. 71: Perspektivität des Bildes 2 der Variable „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“

Szenische Choreographie

Bei Sachaufnahmen werden Ausführungen zur szenischen Choreografie ausgelassen, da auf solchen Fotografien keine Personen bzw. ausschließlich Menschenstaffagen abgebildet sind.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Das Foto weist keine ausgeprägte Unschärfe auf, die bei der vorhandenen Bildqualität festgestellt werden könnte. Eine besondere Stimmung im Bild wird durch die schwarz abge-

dunkelten oberen Ecken der Fotografie erzeugt. Sie wirken auf den ersten Blick etwas erdrückend, lenken aber durch ihre abgerundete Form die Aufmerksamkeit auf das Bildzentrum hin.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Sowohl der Pallas-Athene-Brunnen als auch der Säulengang des Mittelbaues mit Marmorrelief und Mosaikfries erhalten die planimetrische und perspektivische Fokussierung und stehen hell beleuchtet im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Wie bereits im Rahmen der planimetrischen Bildkomposition herauskristallisiert wurde, strahlt die Senk- und Waagrechtstrukturierung des Bildes Ordnung, Strenge und Seriosität aus. Die mannigfaltige Symbolik, die griechische Mythologie und der neoklassizistische Stil des Gebäudes, der in sich sowohl der Stil der bildenden Kunst als auch die Architektur des Historismus vereint, stellen die Verbindung zur Geschichte her und vermitteln eine historische Basis, die ihren Ursprung in der griechischen und römischen Antike nimmt und allen Entscheidungen des Staates zugrunde liegen soll. Einerseits gibt das die Bestimmung des Parlamentsgebäudes nach folgendem Motto wieder: „Wir lernen aus der Vergangenheit, um die Zukunft weise zu gestalten“. Andererseits sprechen die allegorischen Darstellungen und Personifikationen der unbeseelten Sachen, wie im Fall von den österreichischen Hauptflüssen, für Kreativität und Facettenreichtum, die sich auch in der architektonischen Umsetzung des Parlamentsgebäudes mit vielfältiger Symbolik, historischen und mythologischen Figuren widerspiegeln.

6.3.1.2.2. Bild 17 der Kategorie „Sonstige Innenraumansichten“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die vorikonografische Interpretation der vorliegenden Fotografie erfolgt ohne deren Aufteilung in Bildvorder- und -hintergrund. Da auf dem Bild der Innenraum eines Gebäudes dargestellt ist, erscheint es sinnvoll, die Beschreibung von unten nach oben vorzunehmen (siehe Abb. 72).

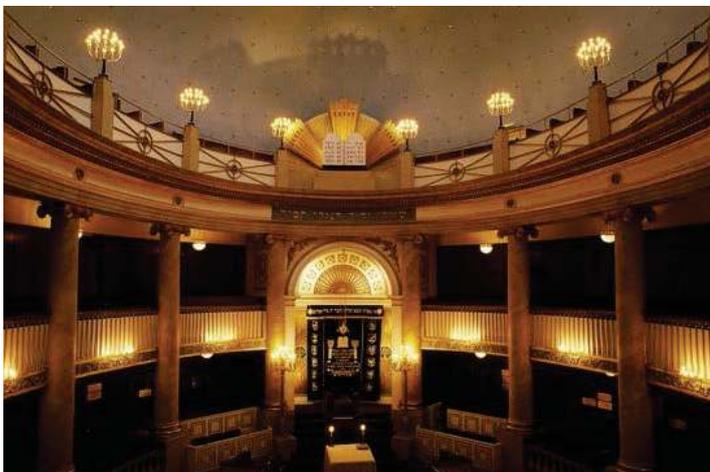


Abb. 72: Bild 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“ (© WienTourismus/János Kalmár)

Zur Bildbeschreibung:

Im Innenraum eines Gebäudes steht ein kleiner rechteckiger weiß gedeckter Tisch, auf dem zwei Leuchter nebeneinander stehen. Links und rechts vom Tisch befinden sich jeweils zwei Reihen von Sitzplätzen, die vorne etwa bis zur Höhe der Sitze mit hellfarbigen Holzplatten abgedeckt sind. Das Muster der Abdeckungsplatten unterscheidet sich voneinander: Während die zweite Reihe eine rechteckige Verzierung hat, weist das Muster der ersten Reihe noch zusätzlich einen Kreis in der Mitte auf. Vor dem Tisch steht ein Podium, von dem sich links und rechts zwei große Stehleuchter befinden. Das Podium steht auf der Treppe, die nach oben zu einer Nische mit gewölbter Decke führt. Dort hängt ein großer dunkelfarbiger Vorhang bis zum Boden, der mit unterschiedlichen Symbolen und Schriften in Gold bestickt ist. Gut zu erkennen sind vor allem Symbole in der Mitte: Das sind zwei nebeneinander gestickten Tafeln und zwei siebenarmige Leuchter links und rechts von den Tafeln. Über dem Vorhang ist an der Wand ein Muster in Form von einer Halbsonne zu sehen. Von der halbrunden Decke in der Nische hängt ein Gefäß bzw. eine Lampe runter, die bis hin zu den in Gold gestickten Tafeln des Vorhanges reicht. Oben befindet sich die zweistöckige Empore, die in einem Halbkreis links und rechts von der Nische gebaut ist. Die untere Empore wird mit Deckenlampen beleuchtet, während auf dem Gelände der oberen Empore sieben Leuchter aufgestellt sind. Sie wird von sechs Pfählen gehalten und hat in der Mitte eine Skulptur, die aus zwei Tafeln und goldenen Sonnenstrahlen, die von den Tafeln in drei Richtungen ausgehen, besteht. Unter dieser Komposition befindet sich ein graues Schild mit goldener Inschrift. Der Innenraum hat dunkelbraune Wände in Holzoptik bzw. aus dunkelbraunem Holz und eine helle gewölbte Decke mit aufgesetzten goldfarbenen Sternen.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Foto ist die Inneneinrichtung der Hauptsynagoge in Wien, des jüdischen Stadttempels, abgebildet. Hinter dem kleinen weiß gedeckten Tisch steht die Bima bzw. das Podium auf der Treppe, von dem die Tora während des Gottesdienstes verlesen wird. Auf dem dunkelfarbigen Vorhang, der den Toraschrein abdeckt, sind die Tafeln des Dekaloges und zwei Menora – siebenarmige Leuchter der jüdischen Liturgie – in Gold gestickt. Die Öllampe, die an der Decke in der Nische aufgehängt ist, stellt das Ner Tamid oder brennendes ewiges Licht dar, das symbolisch an die immerwährende Gegenwart Gottes erinnern soll. Die Skulptur auf der oberen Empore präsentiert zwei Tafeln des Dekaloges im Sonnenlicht. Die Abwesenheit von Menschen deutet darauf hin, dass die Aufnahme außerhalb der Gottesdienstzeiten, vermutlich von der unteren Empore gemacht wurde.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Planimetrie des Bildes wird dominant durch mehrere Kreise, Ellipsen bzw. Halbellipsen sowie senkrechte Linien bestimmt, die mit der elliptischen Form des Saales und den Saalkolonnen vorgegeben und durch die runde bzw. elliptische Form der Leuchter mit den senkrechten Ständern, die halbovale Form des Emporengeländers, die Skulptur auf der oberen Empore sowie die halbrunde Verzierung in der Nische über dem Vorhang konturiert sind (siehe Abb. 73). Die Senkrecht-Strukturierung und die symmetrische Gestaltung des Saales verleihen dem Bild eine gewisse Strenge, Ordnung und Seriosität, während die ovale bzw. halbovale Strukturierung des Bildes für die Unvollständigkeit und Unvollkommenheit sprechen, die durch die Schechina bzw. die Anwesenheit Gottes ausgeglichen und ergänzt werden soll.

Planimetrisch hervorgehoben werden auf solche Weise die beiden (Halb-) Ellipsen im Zentrum des Saales – die Skulptur des Dekaloges auf der oberen Empore und die Nische mit dem Vorhang – sowie die hell beleuchteten Emporengeländer samt den Leuchtern und Saalkolonnen, die vom Zentrum des Saales auslaufen.



Abb. 73: Planimetrie des Bildes 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“

Perspektivität

Bei der perspektivischen Projektion der Fotoaufnahme handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt (siehe Abb. 74). Die Horizontlinie verläuft über dem Geländer der unteren Empore durch das perspektivische Zentrum, das über dem Vorhang in der Mitte des Halbsonne-Musters liegt und in dem sich alle perspektivischen Strahlen treffen. Die Linien teilen das Bild jeweils in fünf Bereiche bzw. Dreiecke oberhalb und unterhalb der Horizontlinie, deren unteren Seiten nicht mehr im Bild sind. Die Aufteilung des oberen Teils des Bildes erfolgt durch das hell beleuchtete Geländer der oberen Empore, die vom dunklen Bereich der unteren Empore durch Linien getrennt wird. Die Skulptur des Dekaloges befindet sich dabei in einem gesonderten Dreieck, dessen Schenkel durch den Schattenwurf der

Skulptur konturiert und vorgegeben werden. Aufgrund des hell beleuchteten Geländers der unteren Empore, die von den dunklen Wänden des Erdgeschosses separiert wird, erfährt der untere Teil des Bildes eine ähnliche Aufteilung. Die mit zwei großen Stehleuchtern beleuchtete Nische, die Bima, der weiß gedeckte Tisch mit zwei Kerzen und die hellfarbigen Sitzreihen links und rechts stellen den vorderen Bereich des Saales dar. Dieser befindet sich in einem gesonderten Dreieck und wird genauso wie das hell beleuchtete Geländer der unteren Empore von den dunklen Wänden des Erdgeschosses durch Linien getrennt.

Die vom abbildenden Bildproduzenten gewählte Perspektivität deutet darauf hin, dass es ihm von Belang war, den kompletten vorderen Bereich der Synagoge von unten bis nach oben abzubilden. Perspektivisch gesehen rücken sowohl der gesamte mittlere Bereich als auch die hell beleuchteten Geländer der zweistöckigen Empore, die vom mittleren Bereich wie Strahlen auslaufen, in den Vordergrund.

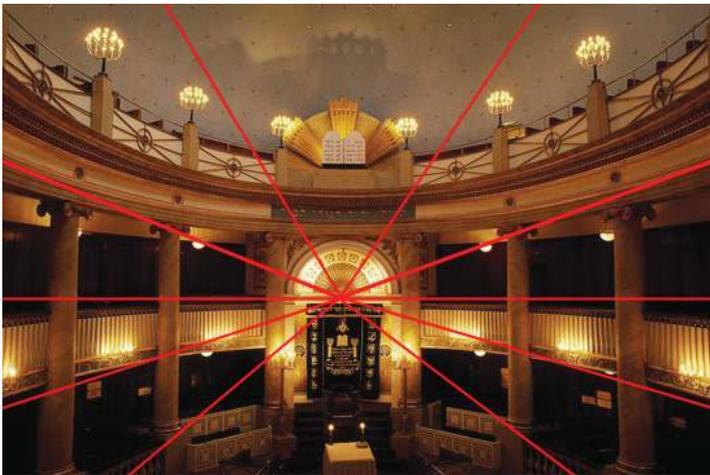


Abb. 74: Perspektivität des Bildes 17 der Variable „Sonstige Innenraumansichten“

Szenische Choreographie

Bei Sachaufnahmen werden Ausführungen zur szenischen Choreografie ausgelassen, da auf solchen Fotografien keine Personen bzw. ausschließlich Menschenstaffagen abgebildet sind.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Die Fotografie weist keine ausgeprägte Unschärfe auf, die bei der vorhandenen Bildqualität festgestellt werden könnte. Eine besondere Stimmung im Bild wird durch Licht der Lampen und Leuchter erzeugt, die eine warme, trauliche Atmosphäre schaffen und einzelne Objekte konturieren und hervorheben.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie anhand der planimetrischen Bildkomposition und der perspektivischen Projektion herauskristallisiert wurde, steht der mittlere Bereich der Synagoge, von dem wie Strahlen links

und rechts die hell beleuchteten Geländer der zweistöckigen Empore auslaufen, im Zentrum des Geschehens. Die gleiche Symbolik implizieren auch die Skulptur des Dekaloges mit Sonnenstrahlen auf der oberen Empore sowie die Verzierung in Form von einer Halbsonne oberhalb des Vorhangs in der Nische. Die Sonne gilt als Symbol des Göttlichen. Aufgrund ihrer täglichen Wiederkehr zeichnet sie sich durch Unveränderlichkeit, Konstanz und Größe aus, die ebenso als Eigenschaften Gottes gelten. Die planimetrische Senkrechtstrukturierung und die symmetrische Gestaltung des Saales verleihen dem Bild den Charakter von Strenge, Ordnung und Seriosität, während die ovale bzw. halbovale Strukturierung des Bildes für die Unvollständigkeit und Unvollkommenheit sprechen, die als menschliche Eigenschaften gelten. Die Beleuchtung durch Lampen und Leuchter schafft eine warme, trauliche und geheimnisvolle Atmosphäre, die jedoch durch die Abwesenheit von Menschen eine Leere schafft und unpersönlich wirkt.

Um die Gesamtansicht des vorderen Bereichs der alten Hauptsynagoge in Wien aufnehmen zu können, hat der abbildende Bildproduzent das Foto aus einer größeren Entfernung geschossen. Die Details gingen dadurch zu Gunsten der Abbildung der Pracht des Synagogensaals zum größten Teil verloren, wodurch eine gewisse Distanzierung zu Riten und Besonderheiten der jüdischen Religion entstanden ist. Die Synagoge übernimmt in diesem Fall die Rolle eines Museumsexponats, das unangetastet und aus einer bestimmten Entfernung angeschaut werden kann.

6.3.2. Komparative Analyse und Typenbildung

In weiteren Ausführungen werden die analysierten Fotografien der komparativen Analyse unterzogen, um einen die Fotos übergreifenden homologen Orientierungsrahmen herausarbeiten zu können. Wie im Falle von Deutschland handelt es sich um eine fallübergreifende komparative Analyse, da die Aufnahmen von unterschiedlichen Fotografen produziert wurden. Der Schwerpunkt liegt auf dem landesspezifischen Habitus von Österreich und wie sich das Land durch das publizierte Bildmaterial nach außen repräsentiert. Ferner soll auch der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten, durch welche eine gezielte Zielgruppenansprache erfolgen soll, im Zuge der vergleichenden Analyse konturiert werden.

Bei dem untersuchten Bildmaterial geht es um fünf Fotografien, die zu den folgenden Kategorien zugeordnet sind: „Sportaktivitäten“, „Arbeitswelt/Alltag“, „Einzelne Architekturobjekte und Bauwerke“ und „Sonstige Innenraumansichten“. Das Tertium Comparationis, das den Fallvergleich strukturierende Dritte, das alle Bilder gemeinsam haben, ist hier zunächst ihre jeweilige Landestypik bzw. Bezogenheit zum Land Österreich. Beim Vergleich der Fotoaufnahmen stellt sich heraus, dass sie deutliche Differenzen in Hinblick auf das Bildsujet

und die abgebildeten Bildproduzenten und Objekte aufweisen: die Darstellung eines Stehpaddlers auf der Donau, eines Fischers auf dem See in den Alpen und einer jungen Frau auf der Dachterrasse des Justizcafés in Wien sowie zwei Sachaufnahmen, die das Parlamentsgebäude und den Innenraum der Hauptsynagoge in Wien abbilden. Die im Zuge der reflektierenden Interpretation rekonstruierten ikonischen Merkmale machen es jedoch möglich, die Verbindungen und Parallelen zwischen den analysierten Fotografien herstellen bzw. ziehen zu können. Viele vermittelte Werte und Merkmale, die bei einem Bild herausgearbeitet wurden, sind auch bei den anderen Fotoaufnahmen zu finden. Ihre Betrachtung findet nun im Folgenden statt.

Dimensionen des landesspezifischen Habitus von Österreich

Die Vertiefung und Validierung des landesspezifischen Habitus, der sich auf die mit der Webpräsenz verfolgte Absicht ausrichtet, Österreich als ein attraktives Urlaubsziel zu vermarkten, finden im Zuge der komparativen Analyse mittels der Herauskristallisierung wiederkehrender Merkmale und Werte statt. Diese müssen mindestens zwei Fotoaufnahmen zu entnehmen sein.

Die anhand der ikonischen Analyse rekonstruierten Werte Ruhe, Entspanntheit, Gelassenheit und Erlebnisreichtum liegen allen fünf untersuchten Fotografien zugrunde und werden durch ihren ikonischen Sinngehalt an die Nutzer weitergegeben. Die Rekonstruktion dieser Merkmale erfolgte bei den Personenaufnahmen anhand der deskriptiven Analyse der abgebildeten Bildproduzenten, die sowohl in ihrem Handeln als auch in der Mimik und Gestik keine Hektik aufweisen und ihrer Beschäftigung entspannt und gelassen nachgehen. Das sind der Stehpaddler auf dem Foto 6, der an der Bootsstation mit Aussicht auf die moderne Donau City konzentriert und ruhig vorbeifährt, der Berufsfischer auf dem Bild 7, der seine Arbeit ohne Hektik und Eile auf einem pittoresk gelegenen See in den Alpen verrichtet, sowie die junge Frau auf der Terrasse des Cafés auf dem Foto 9, die neben ihrer Beschäftigung noch einen schönen Ausblick auf die Altstadt genießt. Bei den Sachaufnahmen nehmen die oben genannten Werte nicht zuletzt durch die Abwesenheit von Menschen bzw. Menschenmengen Gestalt an. Das Parlamentsgebäude mit der mannigfaltigen Symbolik im warmen Laternenlicht sowie die mit Kerzen und Leuchtern erzeugte trauliche, geheimnisvolle Atmosphäre im Innenraum der Hauptsynagoge in Wien geben die oben genannten Merkmale wieder.

Die weiteren Werte, die ebenso wie ein roter Faden durch alle fünf Fotografien gehen, sind Vergangenheits- und Zukunftsorientiertheit. Das bedeutet, dass bei den analysierten Fotoaufnahmen symbolisch eine Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft ge-

schlagen wird. Das spiegelt sich in der Abbildung der modernen Donau City mit ihren futuristischen Bauten, Hochhäusern und Wolkenkratzern, die für die zukunftsweisende Seite der Stadt Wien mit ihrem immensen historischen Hintergrund stehen, in der Darstellung des Berufsfischers, dessen Erwerb auf über die Jahre hinweg bestehender Tradition fußt, sowie der jungen Frau, die die Generation der Zukunft verkörpert und die Altstadt mit historischen Bauten und Denkmälern betrachtet, wider. Bei den Sachaufnahmen sind das primär geschichtliche Aspekte, die den Fotografien zugrunde liegen und bis in die Gegenwart und Zukunft hineinreichen. Das sind sowohl das Parlamentsgebäude, bei dem durch die vielfältige architektonische Symbolik und die Darstellung von antiken Berühmtheiten auf der Vergangenheit gebaut wird, um die Zukunft weise zu gestalten, als auch die Ausstattung des jüdischen Stadttempels, der trotz eines schweren geschichtlichen Hintergrundes durch die Jahre hindurch bestehen blieb. Daraus wird ersichtlich, dass die oben erwähnten Merkmale im Habitus von Österreich auf unterschiedliche Weise zum Vorschein kommen.

Einer der Aspekte, der mittels der analysierten Fotografien rekonstruiert wurde und den landespezifischen Habitus von Österreich auszeichnet, ist der kulturelle Bezug, der in den Fotoaufnahmen 6, 9, 2 und 17 zu finden ist. Wie im Rahmen der ikonischen Interpretation von Bildern herauskristallisiert wurde, rücken solche Kulturgebiete wie die moderne Donau City sowie das historische Stadtzentrum in Wien, das in die Liste des UNESCO-Weltkulturerbes aufgenommen wurde, in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Das Parlamentsgebäude und der jüdische Stadttempel sind weitere Kulturobjekte, die einen direkten historischen Bezug aufweisen und ein untrennbarer Bestandteil der österreichischen Kultur sind.

Bei den Sachaufnahmen 2 und 17 kommen solche Aspekte wie Strenge, Ordnung und Seriosität zum Tragen. Sie wurden aufgrund der planimetrischen Senkrecht-Strukturierung der Bilder konstituiert, die mit der architektonischen Umsetzung der Gebäude mit Kolonnen und Pfählen vorgegeben ist. Ein weiteres Merkmal, durch das Österreich ebenso gekennzeichnet ist, ist ein gewisser Grad an Unpersönlichkeit, die bei den Bildern 6 und 17 Gestalt gewinnt. Die Abbildung einer so gut wie menschenleeren Bootsstation, bei der der Akzent vorrangig auf die Boote und den Ausblick auf das moderne Stadtviertel gesetzt wird, verfehlt ihren primären Zweck, die Freude am Bootfahren darzustellen. Stattdessen werden die Lage der Mietstation und ihre Ausrüstung dominant hervorgehoben. Auch die Darstellung der Innenausstattung der menschenleeren Synagoge verleiht dem Bild eine gewisse Note der Unpersönlichkeit, die die Synagoge vorrangig als Museumsexponat einstuft. Zusätzlich wird dieser Gedanke durch die gewählte Perspektive des Bildes untermauert, indem der vordere Bereich des Saales aus einer größeren Entfernung aufgenommen wurde. Infolgedessen gingen die einzelnen Details – auch aufgrund der abgedunkelten Beleuchtung im Saal – zum größten Teil verloren, wodurch eine Distanzierung

zur Eigentümlichkeit der jüdischen Religion entstanden ist. Dies verweist schließlich bei den beiden Fotografien auf die Überbetonung des kulturellen Bezugs unter Suspendierung der möglichen Zielgruppenansprache durch die abgebildeten Bildproduzenten.

Der landesspezifische Habitus bzw. Orientierungsrahmen von Österreich, dem die ermittelten Werte zugrunde liegen, hat erst im Zuge der komparativen Analyse Gestalt angenommen. Dieser Schritt, der auf die Suche nach homologen Mustern abzielt, stellt die sinngenetische Typenbildung dar. Die Untersuchung spezifischer Erfahrungshintergründe und die Soziogenese des rekonstruierten Orientierungsrahmens liegen dagegen dem zweiten Schritt, der soziogenetischen Typenbildung zugrunde, auf die im Rahmen der vergleichenden Analyse dreier Länder ausführlicher eingegangen werden soll (siehe Kapitel 6.5). Die durch die veröffentlichten Bildinhalte kommunizierten Werte stellen Österreich nicht nur als ein Land mit reicher Kultur und Geschichte dar, die bewahrt und in hohem Maße wertgeschätzt werden, sondern auch als ein attraktives Reiseland, in dem Urlaub entspannt, gelassen und erlebnisreich verbracht werden kann. Ferner prägen diese Merkmale nebst einem Erholungsurlaub auch den Lebensstil eines Beschäftigten bzw. Studierenden in Österreich. Die Überbetonung des kulturellen Bezugs des Landes lässt jedoch das Gefühl der Unpersönlichkeit entstehen, indem die persönliche Ansprache der potenziellen Zielgruppe, die durch abgebildete Bildproduzenten erfolgen kann, verfehlt wird.

Dimensionen des Habitus der abgebildeten Bildproduzenten

Mittels der komparativen Analyse lässt sich auch der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten vertiefen und validieren. Es sind drei unterschiedliche Typen, die sich wie folgt differenzieren lassen:

- Alt vs. Jung

Durch die analysierten Bilder werden primär junge Erwachsene sowohl in Bezug auf einen aktiven Urlaub als auch auf die Möglichkeit einer Beschäftigung bzw. eines Studiums in Österreich angesprochen. Die Abbildung der jungen Menschen erfolgt dabei in der städtischen Umgebung, sodass die Zielgruppenansprache auch vorrangig im städtischen Bereich stattfindet. Zwar wird auch ein Mann mittleren Alters in der ländlichen Umgebung abgebildet. Er stellt jedoch keine Zielgruppe wie Touristen, Arbeitnehmer oder Studieninteressenten dar, und fungiert als Dienstleister, der Einblick hinter die Kulissen seiner Arbeitsabläufe gewähren lässt. In Hinblick auf den Besuch der Hauptsynagoge sowie das Betrachten von historischen Bauten in der Altstadt am Abend werden implizit beide Gruppen – junge Erwachsene und ältere Menschen – angesprochen. Zwar werden dort keine Personen ab-

gebildet, die auf eine konkrete Zielgruppe Hinweise geben können. Es wird jedoch ersichtlich, dass die Besichtigung von Kulturobjekten dieser Art für Familien mit Kindern untypisch ist und kaum Relevanz hat.

- Zusammengehörigkeit vs. Individualität

Die Darstellung einzelner Menschen ohne Begleitung, die sowohl zu unterschiedlichen sozialen Gruppen gehören als auch differente Bekleidung, Gestik, Handlung und Alter haben, sprechen verstärkt für ihre Unabhängigkeit sowie auch äußerliche und innerliche Individualität. Sie weisen somit keine Zugehörigkeit zueinander auf und sprechen unterschiedliche Zielgruppen an – Touristen, Arbeitsuchende bzw. Studieninteressenten, die ihre Reise auch gerne alleine unternehmen.

- Aktiv vs. Passiv

Bei den abgebildeten Bildproduzenten werden sowohl ein passiver Zustand – eine Pause im Café machen und die Aussicht auf die Altstadt genießen – als auch ein aktiver Zustand mit Bewegung – Stand Up Paddeln und Fischen – festgehalten. Unabhängig von den Beschäftigungen der aufgenommenen Personen, die sich voneinander grundlegend unterscheiden, sprechen ihre Handlungen in gleichem Maße für Entspannung, Ruhe und Gelassenheit, mit denen sie ihre Arbeit verrichten bzw. ihrer Beschäftigung nachgehen. Wie bereits im Laufe der komparativen Analyse zum Vorschein kam, geht dieses Prinzip wie ein roter Faden durch alle analysierten Fotoaufnahmen.

Die oben beschriebenen Typen wurden im Zuge der komparativen Analyse und Typenbildung herausgearbeitet und können unter Einbeziehung von anderen Vergleichsfälle weiter differenziert und validiert werden.

6.4. Die visuelle Selbstdarstellung von den Niederlanden im Internet

Im Folgenden wird die rekonstruktive Bildanalyse der auf den niederländischen Webseiten ausgewählten Fotoaufnahmen nach der dokumentarischen Methode vorgestellt.

6.4.1. Analyse des Bildmaterials

6.4.1.1. Personenaufnahmen

6.4.1.1.1. Bild 6 der Kategorie „Erholung am Strand/Meer/Wasser“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Da auf dem Bild eine in die Ferne laufende Promenade abgebildet ist, erscheint es sinnvoll, den Bildvordergrund zusammen mit dem Bildmittelgrund nach folgendem Prinzip zu betrachten: Zunächst ist der mittlere Straßenverlauf der Promenade zu beschreiben, danach

die linke und die rechte Seite. Die Beschreibung des Bildhintergrundes schließt die vorikonografische Interpretation ab (siehe Abb. 75).



Abb. 75: Bild 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“ (© NBTC)

Zum Bildvordergrund/-mittelgrund:

Auf dem Foto ist eine am Strand liegende Promenade zu sehen. Der Promenadenweg ist mit großen rechteckigen Steinplatten – glatt in der Mitte und gerippt auf der linken Seite – gepflastert und rechts vom Sandstrand eingefasst. Der Sand liegt auf dem Weg verstreut, sodass die Grenze zwischen Weg und Strand verschwommen ist. Auf den glatten Steinplatten am rechten Wegrand ist eine beidseitige, mit Kreide beschriftete schwarze Tafel mit hölzernem Gestell aufgestellt. Hinter der Tafel links ist ein kleiner barfüßiger Junge ca. vier Jahre alt zu sehen, der den Weg quer in die Richtung des Strandes passieren möchte. Er hat einen kurzen blonden Haarschnitt und ist mit einem dunkelgrauen kurzärmeligen T-Shirt und beigefarbenen knielangen Shorts bekleidet. In der Ferne sind auf dem Weg in die Richtung des Bildbetrachters laufende Menschen und grüne Sonnenschirme zu erkennen.

Von der linken Seite der Promenade ist auf dem Bild wenig zu sehen. Dort befinden sich Liegen mit roten Matten und Tische, an denen Menschen in leichter Kleidung sitzen. Die Frau am linken Bildrand sticht durch ihren roten Top besonders hervor. Sie hat ein dunkelblondes schulterlanges Haar und ist mit einer schwarzen Hose bekleidet. Die Frau steht mit dem Rücken zum Bildbetrachter und stemmt ihre Hände in die Hüften. Hinter ihr liegt auf dem Boden eine dunkelfarbige Sacktasche. Zwei Liegen weiter von ihr entfernt steht eine andere Frau mit schulterlangem braunem Haar in einer khakifarbenen ärmellosen Tunika. Sie ist dem Bildbetrachter seitlich zugewandt. Rechts von ihr steht ein Tisch, an dem dicht nebeneinander Menschen sitzen. Zu erkennen sind die Frau in einem roten Trägerkleid und ihr Begleiter in einem kurzärmeligen blauen Hemd, der sowohl mit seinem Kopf als auch dem Oberkörper ihr zugekehrt ist. Weiter hinten ist ein Mann in einem weißen kurzärmeligen T-Shirt und hellbraunen Shorts zu erkennen, der einen Kinderwagen schiebt und genauso wie das Paar am Tisch dem Bildbetrachter mit dem Rücken zugewandt ist. Am linken

Bildrand sind zudem ein Stück eines Gebäudes aus Glas und Holzbalken, zwei Sonnenschirme in Rot und Beige sowie ein blaues Dach eines Baues zu sehen, über dem weitere Bauten hervorragen.

Auf der rechten Seite der Promenade stehen zwei Holztische mit Sitzbänken. Ganz im Vordergrund des Bildes in der rechten Ecke ist ein Stück der Liege mit blauer Matte zu erkennen, die mit Sand bestreut ist. Am ersten Tisch sitzen vier Personen – zwei weibliche und zwei männliche. Links und rechts vom Tisch befinden sich vier Kinder – drei Mädchen und ein Junge. Zwei Männer sitzen einander gegenüber jeweils am Ende der Sitzbank. Der Mann links, der schätzungsweise 40-45 Jahre alt ist, hat ein kurzes, gräuliches Haar und eine Glatze. Er ist mit einem blauen langärmeligen Hemd, einer grauen Hose mit braunem Ledergürtel und braunen Schuhen bekleidet. Sein Blick ist nach unten gerichtet. Direkt hinter seinem Rücken steht ein kleiner bunter Kinderstuhl in Rosa, Grün und Blau. Der Mann ihm gegenüber, der barfuß sitzt und etwa auf das gleiche Alter geschätzt werden kann, hat etwas längeres braunes Haar und trägt ein langärmeliges Hemd in Hellrosa, eine graue Hose und eine Sonnenbrille. Sein Blick ist in die Kamera gerichtet; die Ellenbogen stützt er auf den Tisch. In seinen Händen hält er einen Gegenstand, der aufgrund der niedrigen Bildauflösung nicht identifiziert werden kann. Unter seinen Füßen liegt eine durchsichtige Tüte mit buntem Zeug. Links von dem Mann im blauen Hemd sitzen zwei Frauen nebeneinander. Die eine Frau, die ca. 40 Jahre alt ist, hat blondes Haar bis zum Schulterblatt und trägt einen himmelblauen Top und dunkelblaue Jeans. Auf ihrem Schoß sitzt ein Kind mit blondem Haar, das von dem rechts sitzenden Mann fast komplett verdeckt ist. Der Blick der Frau ist auf die andere Seite des Tisches – wo sich die beiden Mädchen befinden – gerichtet. Links von ihr sitzt eine weitere Frau, die von ihrer Nachbarin zur Hälfte verdeckt wird. Sie hat ein blondes Haar und ist mit einem luftigen hellfarbigen Oberteil und einer weißen Hose bekleidet.

Der Junge, der vorne am Tisch vorbeiläuft, ist ca. neun Jahre alt. Er hat einen dunkelblonden Haarschnitt und trägt eine grünblaue Badehose mit weißen Seitenstreifen. In seiner rechten Hand hält er einen Gegenstand, der bei der vorhandenen Bildauflösung nicht identifiziert werden kann. Hinter dem Mann im hellrosa Hemd ist ein kleines Mädchen mit blondem Haar in einem rosafarbenen Kleid abgebildet, das auf ca. vier, fünf Jahre geschätzt werden kann. Sie hält etwas in den Händen und läuft zu den Mädchen hin, die rechts vom Tisch stehen. Eins davon hat langes blondes Haar ist ca. sechs, sieben Jahre alt; ihr Oberkörper ist nicht gekleidet. Das andere Mädchen, das direkt neben ihr steht, hat dunkelblondes schulterlanges Haar und ist ca. 12 Jahre alt.

Am zweiten Tisch, über dem ein roter Sonnenschirm aufgespannt ist, sitzen vier Frauen. Die zwei Frauen auf der linken Seite des Tisches sind schätzungsweise 35-40 Jahre alt.

Die Frau rechts hat dunkelblondes Haar bis zum Schulterblatt und ist ganz in Schwarz mit einem Bandeaupop und einer Hose bekleidet. Ihre Ellenbogen und Hände liegen auf dem Tisch. Sie schaut auf die ihr gegenüber sitzende Frau, von der nur das Gesicht zu sehen ist. Hinter dem Rücken der Frau in Schwarz stehen zwei kleine Kinderhocker in Weiß und Gelb. Auf dem Tisch steht vor ihr ein Glas. Die zweite Frau auf der linken Tischseite hat ein braunes zum Knoten hochgestecktes Haar und trägt ein weißes ärmelloses T-Shirt und eine schwarze Hose. Den rechten Arm stützt sie auf die Tischplatte. Ihr Blick ist auf den Tisch bzw. auf einen darauf stehenden Gegenstand, vermutlich ein Glas, gerichtet. Ihr gegenüber sitzt eine Frau mit kurzem blondem Haar, deren Gesicht nicht zu sehen ist.

Rechts von den beiden beschriebenen Tischen befinden sich weitere Menschen und Gegenstände. So sind z. B. ein Mädchen in einem kurzen Kleid, das vermutlich neben einer Hängematte steht, und weiter hinten eine Frau in einem schwarzen Badeanzug und mit einem um die Hüften gebundenen Pareo bzw. Badetuch zu erkennen. Links von ihr macht ein Junge einen Radschlag und rechts von ihr befinden sich ein paar am Strand liegende bzw. spazierende Menschen und ein Pfahl. Am rechten Bildrand in der Mitte können auch zwei blaue, weiß gepunktete Sonnenschirme identifiziert werden.

Auf der rechten Seite der Promenade, hinten am Wegrand befinden sich ebenso Menschen und unterschiedliche Gegenstände. Davon sind vor allem eine rote Fahne, ein roter und mehrere grüne Sonnenschirme sowie stehende und an den Tischen sitzende Menschen zu erkennen.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes befindet sich eine lange Seebrücke mit einem in die Höhe ragenden Turm. Rechts von der Brücke erstreckt sich ein Meeresspiegel, der am Horizont in den blauroten Himmel mit dünnen weißen Wolken übergeht. Die Strahlen der untergehenden Sonne sind oben am rechten Bildrand zu erkennen.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Bild ist eine Strandpromenade mit Restaurants und Beachclubs an der Nordsee abgebildet, die von zahlreichen Menschen und Familien besucht werden. Darauf deuten sowohl die Liegen und die aufgestellten Tische, auf denen teilweise Getränke stehen, als auch einen auf dem gepflasterten Weg aufgestellten Kundenstopper mit beschreibbaren Kreidetafeln hin, an denen gewöhnlich Preise und Angebote gekreidet werden. Es handelt sich dabei um einen Kurort in Scheveningen, der anhand seines Wahrzeichens, des Piers mit einer Aussichtsplattform im Hintergrund erkannt werden kann. Menschen und Familien, die auf dem Bild dargestellt sind, machen dort Urlaub und ruhen sich im Beachclub oder direkt am Wasser aus.

Anhand der leichten Bekleidung der abgebildeten Bildproduzenten sowie des in Rosa-Tönen glühenden Himmels und der langen Schatten lässt sich schließen, dass es ein Sommerabend ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die planimetrische Komposition des Bildes wird durch Dreiecke unterschiedlicher Größe bestimmt, die durch Berührungspunkte und gemeinsame Seiten miteinander verknüpft sind (siehe Abb. 76). Der gepflasterte Weg, der die Beachclubs und Restaurants vom Strand abgrenzt, trennt auch die sich auf der linken und rechten Seite der Promenade befindenden Menschen voneinander. Die Seiten des linken Dreiecks sind durch Linien entstanden, die die Spitzen der Köpfe der auf der linken Seite abgebildeten Bildproduzenten verbinden und den kleinen barfüßigen Jungen auf dem gepflasterten Weg, dessen Beine eine der Spitzen des Dreiecks bilden, mit einschließen. Das unregelmäßige Viereck auf der rechten Seite der Promenade besteht aus zwei Dreiecken. Die untere Seite des großen Dreiecks führt am rechten Bein des Jungen in der grünblauen Badehose mit weißen Seitenstreifen entlang und verbindet seinen Fuß mit der Kopfspitze des älteren Mädchens, das sich rechts vom Tisch befindet. Die Spitze dieses Dreiecks wird durch die am Tisch sitzenden Menschen im hinteren Mittelgrund gebildet. Seine beiden Schenkel fassen die im Vordergrund des Bildes an zwei Tischen dargestellten Personen ein. Die untere Seite des großen Dreiecks ist zugleich der Schenkel des kleinen Dreiecks, das die Spitzen der Köpfe zweier sich rechts vom Tisch befindenden Mädchen verbindet und zum rechten Fuß des Jungen in der Badehose führt. Dieses Dreieck schließt auch den Mann im hellrosa Hemd und das kleine Mädchen weiter hinten neben der Hängematte ein. Da die beiden Dreiecke in das Viereck integriert sind, stellen sie eine Gesamtheit dar und werden als Ganzes betrachtet.

Die planimetrische Fokussierung erfahren sowohl die Menschen auf der linken Seite der Promenade, die trotz der weiten Entfernung die Aufmerksamkeit aufgrund ihrer Konzentration an einer Stelle auf sich ziehen, sowie auch die abgebildeten Personen rechts, die in das Viereck eingeschlossen sind und eine Gesamtheit darstellen. Aufgrund dessen, dass die Spitze des großen, in das Viereck integrierten Dreiecks durch den auf dem gepflasterten Weg aufgestellten Kundenstopper mit Kreidetafeln und die niedrige Holzkonstruktion weiter hinten, von der nur drei weiße Bretter zu sehen sind, verdeckt wird, verlieren die dort aufgenommenen Personen – auch aufgrund ihrer weiten Entfernung – an Bedeutung. In den Mittelpunkt rücken vielmehr die beiden Tische im Vordergrund.



Abb. 76: Planimetrie und szenische Choreografie des Bildes 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“

Perspektivität

Betrachtet man die perspektivische Projektion des Bildes, handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt (siehe Abb. 77). In Relation zum Bildmittelpunkt (siehe den roten Punkt in der Abb. 76) ist das perspektivische Zentrum bzw. der Fluchtpunkt, in dem sich alle perspektivischen Strahlen treffen, weiter nach links verschoben und befindet sich auf der Horizontlinie zwischen dem blauen Dach eines Pavillons und dem grünen Sonnenschirm im hinteren Bildmittelgrund. Die Linien teilen die Fotoaufnahme in sieben Bereiche bzw. Dreiecke, deren unteren Seiten im Bild nicht zu sehen sind. Oberhalb der Horizontlinie links wird der Bereich mit Bauten vom hellblauen Himmel getrennt. Die weiteren vier Linien befindet sich unterhalb der Horizontlinie. Drei Linien auf der linken Bildseite sind mit dem gepflasterten Weg der Promenade konturiert, während die vierte Linie rechts den Meeresspiegel vom Gestade trennt.

Die gewählte Perspektivität hat dem abbildenden Bildproduzenten möglich gemacht, den Promenadenverlauf mit zahlreichen Besuchern und Feriengästen mit ins Bild zu nehmen. Perspektivisch betrachtet rückt dieser zusammen mit der auf der Horizontlinie liegenden Seebrücke in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.



Abb. 77: Perspektivität des Bildes 6 der Variable „Erholung am Strand/Meer/Wasser“

Szenische Choreographie

Mittels der Rekonstruktion der planimetrischen Bildkomposition wurde auch das soziale Arrangement bzw. die szenische Choreographie der abgebildeten Bildproduzenten zum Ausdruck gebracht (siehe Abb. 76). Durch das linke Dreieck sowie zwei Dreiecke rechts, die in das Viereck integriert sind, lassen sich vier unterschiedliche soziale Szenerien bzw. Gruppen miteinander verknüpfen und ausdifferenzieren. Die erste soziale Szenerie wird durch das Dreieck links markiert und umfasst die auf der linken Seite der Promenade abgebildeten Personen, unter denen sich ein kleiner Junge, ein Mann mit dem Kinderwagen sowie weitere männliche und weibliche Erwachsene befinden. Das Viereck rechts, das aus zwei Dreiecken besteht, schließt ebenso Kinder und Erwachsene ein. Während das große Dreieck sechs Frauen, vier Kinder, einen Mann und weitere Personen im hinteren Mittelgrund umfasst, sind im kleinen Dreieck ein Mann und zwei Mädchen mit eingeschlossen. Die beiden Dreiecke stellen zwei soziale Szenerien dar und bilden durch ihre Integration in das Viereck eine vierte Szenerie und zwar die der Feriengäste. Zwar wurde die Gruppe auf der linken Seite der Promenade von den aufgenommenen Personen auf der rechten Seite durch den gepflasterten Weg getrennt. Sie stellen jedoch eine Gesamtheit dar. Beim Betrachten der einzelnen Gruppen wird nämlich ersichtlich, dass sie sowohl Erwachsene als auch Kinder mit einschließen und in Bezug auf ihre Handlung, Gestik, Mimik und sommerliche Bekleidung homogen sind. Abgesehen von dem Mann im hellrosa Hemd, der in die Richtung des Bildbetrachters bzw. in die Kamera schaut, blicken die anderen abgebildeten Bildproduzenten nicht in die Kamera. Das unterstreicht die Homogenität der aufgenommenen Personen und ihre Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Die vorliegende Qualität der Fotografie lässt es nicht zu, über die eingesetzte Schärfentiefe im Bild eindeutig urteilen zu können. Die weite Entfernung der Seebrücke lässt jedoch darauf schließen, dass der Hintergrund des Bildes unscharf ist.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Im Zuge der reflektierenden Interpretation des Bildes kam zum Vorschein, dass der gesamte Promenadenverlauf mit den links und rechts vom Promenadenweg abgebildeten Bildproduzenten sowohl planimetrisch als auch perspektivisch fokussiert ist. Auch der Pier bzw. die Seebrücke im Hintergrund, die als Wahrzeichen und Wiedererkennungsmerkmal des Seebads Scheveningen gilt, erfährt aufgrund ihrer Positionierung auf der Horizontlinie die perspektivische Fokussierung.

Dem abbildenden Bildproduzenten war es von Belang, die Urlaubsatmosphäre, die auf der Promenade in Scheveningen an einem Sommerabend herrscht, festzuhalten. Die herumlaufenden Kinder, die an den Tischen sitzenden Menschen und Familien, die abendliche

Sonnenstrahlen und der Spiegel des Meeres verleihen dem Bild auf der einen Seite eine Lebhaftigkeit, sprechen aber auf der anderen Seite für Entspannung und Gelassenheit, die trotz vieler Feriengäste zum Tragen kommen. Auch die teilweise ohne Begleitung laufenden Kinder unterstreichen die besondere Urlaubsatmosphäre, die sowohl erholsam, stress- und hektikfrei als auch lebendig und unbesorgt bei einem ungezwungenen Gespräch im Beachclub genossen werden kann.

Wie die Betrachtung des sozialen Arrangements der aufgenommenen Personen zueinander gezeigt hat, sind die Gruppen, die durch Dreiecke unterschiedlicher Größe gebildet wurden, in sich homogen und weisen keine sichtbaren Differenzen auf – auch wenn sich die abgebildeten Bildproduzenten in kleinen Gruppen aufhalten und miteinander nicht bekannt sind. Nichtsdestotrotz erscheinen sie als eine Gesamtheit und repräsentieren die gleiche soziale Gruppe, nämlich die der Feriengäste in Seebad Scheveningen. Die lässige Sommerkleidung, die gleiche Beschäftigung, die zum Teil identische Mimik und Gestik deuten auf eine Erholung hin, die mit Freunden, zu zweit oder mit der ganzen Familie lebhaft und ungezwungen erlebt werden kann.

6.4.1.1.2. Bild 19 der Kategorie „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die Beschreibung der vorliegenden Fotoaufnahme wird in Bildvordergrund, -mittel- und -hintergrund unterteilt (siehe Abb. 78).



Abb. 78: Bild 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“
(© CC BY-SA 2.0 Martijn van Exel via Flickr)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund befindet sich eine freistehende Skulptur, die sich im Bild von links nach rechts erstreckt und über den Bildrand hinaustritt. Sie besteht aus großen Buchstaben in Weiß und Rot, von denen drei weiße Buchstaben in der Mitte komplett dargestellt und als „S“, „T“ und „E“ zu erkennen sind. Die zwei anderen Buchstaben – weiß und rot – befinden sich entsprechend links und rechts am Bildrand. Sie liegen zum größten Teil außerhalb des

Bildes und können nicht identifiziert werden. Die Buchstaben sind gespiegelt dargestellt und werfen einen Schatten auf den schwarzen Erdboden. Sie werden von der Sonne beschienen, die durch die obere Windung des Buchstaben „S“ leuchtet.

Zwischen dem „S“ und dem roten Buchstaben rechts befindet sich eine männliche Person, die auf Anfang bzw. Mitte dreißig geschätzt werden kann. Sie hat einen kurzen braunen Haarschnitt und ist mit einem langärmeligen rosa Hemd mit bis zu Ellenbogen hochgekrempeelten Ärmeln, einer hellbraunen Hose und braunen Schuhen bekleidet. An der linken Hand trägt sie eine Uhr. Der Mann ist dem Bildbetrachter seitlich zugekehrt und blickt nach rechts. Er versucht sich zwischen zwei Buchstaben festzuhalten, indem er sich hinten mit den beiden Händen auf den roten Buchstaben stützt. Sein rechter Fuß steht dabei unten auf dem Buchstaben „S“, während er sich mit seinem angewinkelten linken Bein dagegen stemmt. Links von ihm steht auf dem Podest ein Mädchen, das ca. 14 Jahre alt ist. Es hat ein schulterlanges braunes Haar und ist mit einer weißen Jacke mit blauen, schwarzen und roten Streifen auf den Ärmeln, dunklen Jeans und weißen Sneakers bekleidet. Das Mädchen trägt eine Brille und ist dem Bildbetrachter seitlich zugewandt. Sein linkes Bein ist leicht angewinkelt genauso wie die Arme, die es nah am Körper hält. Sein Blick ist nach oben auf ein auf dem Buchstaben „S“ seitlich sitzendes Mädchen, das ca. 12 Jahre alt ist, gerichtet. Es hat ein braunes, zum Pferdeschwanz gebundenes Haar und trägt ein rotes Oberteil mit weißen Ärmeln und eine dunkelfarbige Hose. Das Mädchen hält sich mit den beiden Händen an die Ränder des Buchstaben „S“ und schaut auf die untenstehende Frau, die schätzungsweise Anfang bzw. Mitte vierzig ist. Sie hat ein schulterlanges braunes Haar und trägt eine schwarze Jacke und hellblaue Jeans. Über ihrer rechten Schulter hängt eine kleine schwarze Handtasche. Die Frau hält etwa auf Augenhöhe in den beiden Händen einen Gegenstand, der von dem Buchstaben „S“ verdeckt ist und nicht identifiziert werden kann. Ihr Blick ist nach oben auf das auf dem Buchstaben „S“ sitzende Mädchen gerichtet.

Auf dem Buchstaben „T“ steht ein Junge in einer dunkelfarbigen Hose, von dem nur die untere Hälfte im Bild zu sehen ist. Nebenan zwischen den Buchstaben „T“ und „E“ ist ein weiterer Junge mit einem kurzen blonden Haar abgebildet, der ca. neun Jahre alt ist. Er hat ein schwarzrotes T-Shirt, eine dunkle Hose und Sneakers an. Der Junge ist frontal abgebildet und blickt nach unten. Er stützt sich mit den beiden Händen auf die Buchstaben „T“ und „E“ und versucht mit den Beinen vom Buchstaben „E“ runterzurutschen. Hinter ihm steht ein Mann, der auf Anfang vierzig geschätzt werden kann. Er hat einen sehr kurzen Haarschnitt und trägt ein schwarzes kurzärmeliges T-Shirt, dunkelblaue Jeans und eine hellfarbige Tasche über die linke Schulter. Der Mann blickt nach oben auf den Jungen zwischen den Buchstaben „T“ und „E“ und hält etwas in den Händen.

Direkt hinter dem Buchstaben „E“ sind eine erwachsene Person in einem schwarzen T-Shirt und ausgewaschenen blauen Jeans und ein Mädchen, ca. sieben Jahre alt, in einem rosa-farbenen T-Shirt mit großem weißem Blumenprint zu erkennen. Das Mädchen steht auf der unteren Windung des Buchstaben „E“ und streckt seine Arme nach oben. Es wird dabei von der daneben stehenden erwachsenen Person unterstützt und gesichert. Links von ihnen – vom Bildbetrachter aus gesehen – befindet sich eine weitere erwachsene Person in dunkelfarbiger Kleidung, die ebenso fast komplett vom Buchstaben „E“ verdeckt ist. Links von der Person ist ein Gegenstand aus Metall zu erkennen, der an einen Pfahl oder Abfalleimer erinnert.

Zum Bildmittelgrund:

Im Mittelgrund des Bildes erstreckt sich eine grüne Wiese, auf der laufende, stehende und in Gruppen sitzende Menschen in T-Shirts und Jacken abgebildet sind. Aufgrund einer weiten Entfernung dienen sie vielmehr als Staffage und können nicht weiter betrachtet werden. Am Rande der Wiese sind links gelbgrüne und rechts grüne Baumkronen zu sehen.

Zum Bildhintergrund:

Im Hintergrund des Bildes befindet sich eine Reihe von nebeneinander stehenden Häusern, von denen das Haus mit dem in den Himmel ragenden Dach, das zwischen den Buchstaben „S“ und „T“ teilweise zu sehen ist, hervorsticht. Ferner fällt das Gebäude durch einen zentral angeordneten und mit einem Giebeldreieck versehenen Portikus im Stil eines griechischen Tempels mit Säulen auf. Am Dach des Hauses ist eine Skulptur in der Form von einer Harfe zu sehen.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Bild sind drei Buchstaben des Slogans „I amsterdam“ dargestellt, der zum beliebtesten Fotomotiv in Amsterdam geworden ist. Wie anhand der abgebildeten Bildproduzenten zu sehen ist, lassen sich die in die Stadt kommenden Besucher – sowohl Kinder als auch Erwachsene – gerne in, auf und um die Buchstaben herum fotografieren. Auf der Wiese vor den „I amsterdam“-Buchstaben befinden sich die in kleinen Gruppen sitzenden Menschen, die gerade eine Erholungspause machen. Es sind auch ein paar andere Personen in Bewegung oder im Stehen abgebildet. Im Hintergrund des Bildes ist das berühmte Concertgebouw – auf Deutsch Konzertgebäude – mit dem säulengeschmückten Portikus und der goldenen Harfe am Dach zu sehen.

Die Bekleidung der abgebildeten Personen – teils in Jacken und teils in T-Shirts – sowie die gelbgrünen bzw. grünen Baumkronen deuten darauf hin, dass es Herbst und zwar der Altweibersommer ist. Anhand der Sonne, die sich rechts vom Dach des Konzertgebäudes befindet, und des Schattenwurfs lässt sich schließen, dass es Abend ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Rekonstruktion der planimetrischen Bildkomposition wird am überzeugendsten durch eine Ellipse ermöglicht, die aufgrund der Verteilung der abgebildeten Bildproduzenten auf und um die Buchstaben herum entstanden ist (siehe Abb. 79). Sie schließt die ganze Gruppe von den Besuchern um, die altersheterogen ist und sowohl Kinder als auch Erwachsene umfasst. Ausgenommen wird hier lediglich die Person, die fast vollständig von dem Buchstaben „E“ verdeckt ist. Sowohl die dargestellten Personen samt ihrer Handlung als auch die Buchstaben „S“, „T“ und „E“ werden planimetrisch hervorgehoben. Der Bildhintergrund spielt dagegen eine nachrangige Rolle und dient durch die Abbildung des Konzerthauses mit der goldenen Harfe am Dach lediglich zur Ortsbestimmung der „I amsterdam“-Skulptur.



Abb. 79: Planimetrie und szenische Choreografie des Bildes 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Perspektivität

Die frontale Abbildung der großen Buchstaben „S“, „T“ und „E“ des Slogans „I amsterdam“, die zwei Drittel des Bildes einnehmen, präsent und gleichbedeutend wirken, lässt darauf schließen, dass es sich um die Parallelperspektive mit keinen Fluchtpunkten handelt (siehe Abb. 80). Neben der Abwesenheit von Fluchtpunkten ist diese Perspektive durch das parallele Verlaufen von Sehstrahlen bzw. in die Tiefe führenden Linien gekennzeichnet. Die Horizontlinie verläuft mitten durch die Buchstaben, die über diese hinausragen und perspektivisch hervorgehoben werden. Infolgedessen befindet sich der „I amsterdam“-Slogan samt den auf und um die Buchstaben herum abgebildeten Bildproduzenten im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.

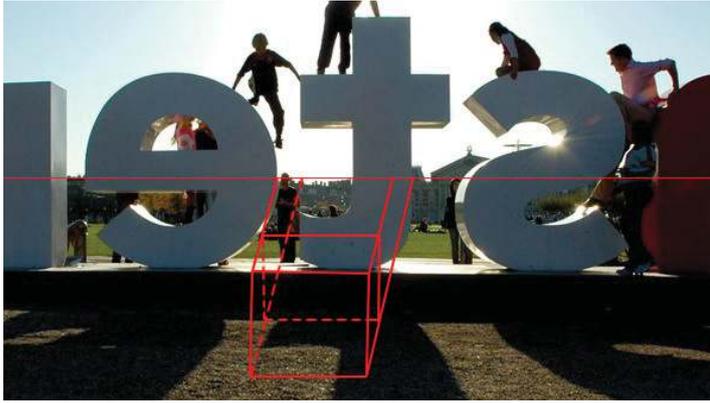


Abb. 80: Perspektivität des Bildes 19 der Variable „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“

Szenische Choreographie

Anhand der Ellipse, die die Planimetrie des Bildes bestimmt, wird hier eine soziale Szenerie konturiert (siehe Abb. 79). Auf der einen Seite stellt diese Touristen bzw. Besucher der Stadt Amsterdam dar, die Fotoaufnahmen in, auf und um die „I amsterdam“-Buchstaben herum machen. Auf der anderen Seite, bestehend aus Kindern und Erwachsenen, ist das die soziale Szenerie der Familien, die ihren Urlaub in der Stadt verbringen. Die Abbildung der auf den „I amsterdam“-Buchstaben kletternden Kinder und eines Erwachsenen, die von ihren Begleitern resp. Eltern fotografiert bzw. beim Klettern auf die Buchstaben unterstützt werden, lässt sie als eine Gesamtheit erscheinen. Trotz ihrer Altersheterogenität wirkt die Gruppe in Bezug auf ihre identische, auf die Buchstaben-Skulptur bezogene Handlung, Gestik, Mimik, Bekleidung in T-Shirts oder Jacken sowie ihren kameraabgewandten Blick einheitlich. Das verstärkt die Homogenität der abgebildeten Bildproduzenten und untermauert ihre Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Die Fotografie weist keine ausgeprägte Unschärfe auf, die bei der vorhandenen Bildqualität identifiziert werden könnte. Einen speziellen Effekt hat der abbildende Bildproduzent dadurch erzeugt, dass die Buchstaben zum einen gegen die Sonne und zum anderen von hinten und somit gespiegelt fotografiert wurden. Das Fotografieren mit Gegenlicht hat die Objekte und Menschen im Mittel- und Hintergrund überbelichtet und die abgebildeten Besucher im Vordergrund abgedunkelt erscheinen lassen. Als weniger bedeutsame Bildelemente wurden sie auf solche Weise ausgeblendet. Zwar werden dadurch auch die Buchstaben des Slogans abgedunkelt dargestellt. Sie erfahren jedoch eine besondere Hervorhebung und Konturierung, indem ihre Ränder mit Sonnenlicht beschienen werden.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Die Buchstaben des Slogans „I amsterdam“ werden sowohl planimetrisch als auch perspektivisch fokussiert. Zwar erfahren auch die sich auf und um die Buchstaben herum befindenden Personen die planimetrische und perspektivische Fokussierung. Sie erhalten jedoch

aufgrund des Fotografierens mit Gegenlicht eine zweitrangige Bedeutung. Nicht die Skulptur bildet den Hintergrund für die Besucher, sondern die letzteren bilden den Hintergrund für die „I amsterdam“-Buchstaben. Ferner wird dieser Gedanke dadurch verstärkt, dass die abgebildeten Bildproduzenten nicht in die Kamera blicken und von den Buchstaben des Slogans teilweise verdeckt werden. Im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen somit vorrangig nicht die Stadtbesucher mit den Kindern und ihr Spaß am Klettern und Fotografieren, was zum üblichen Ritus und Pflichtprogramm der nach Amsterdam kommenden Touristen geworden ist, sondern die „I amsterdam“-Skulptur. Dies verleiht dem Bild eine gewisse Note der Unpersönlichkeit, die trotz der Anwesenheit der abgebildeten Bildproduzenten zum Tragen kommt.

Durch die Wahl der Perspektivität mit keinen Fluchtpunkten war es dem abbildenden Bildproduzenten von Bedeutung, nicht den gesamten Slogan von der Seite, sondern nur einen Teil der Skulptur und zwar von hinten bzw. gespiegelt abzubilden. Das spricht für Kreativität und verleiht der Abbildung den Charakter der Rätselhaftigkeit. Aufgrund der großen Beliebtheit und Bekanntheit der Skulptur, die zum Wahrzeichen und Wiedererkennungsmerkmal der Stadt Amsterdam geworden ist, erlaubt sich der Fotograf lediglich drei Buchstaben des Slogans abzubilden, die vom Bildbetrachter als große Buchstaben der „I amsterdam“-Skulptur ohne Weiteres erkannt werden können. Sie rücken damit verstärkt in den Vordergrund und werden auch durch solche gestalterischen Elemente wie Sonnenstrahlen und die herum kletternden Menschen – Kinder und Erwachsene – hervorgehoben. Die letzteren beleben die Skulptur und verleihen dem Bild eine gewisse Lebhaftigkeit, Spaß- und Erlebnisorientiertheit.

In Hinblick auf das soziale Arrangement der abgebildeten Bildproduzenten ist die Gruppe in sich homogen und weist keine bemerkbaren Unterschiede auf – auch wenn einzelne Familien bzw. die auf den Buchstaben kletternden Kinder miteinander nicht bekannt und unterschiedlichen Alters sind. Sie erscheinen jedoch als Ganzes und stellen die gleiche soziale Gruppe der Besucher der Stadt Amsterdam dar. Die gleichartige Beschäftigung, zum Teil identische Mimik und Gestik deuten auf eine bewegungsreiche und spaßorientierte Erholung hin, die mit der ganzen Familie genossen werden kann. Die Stadt wird auf solche Weise mit Kindern spielerisch erlebt.

6.4.1.2. Sachaufnahmen

6.4.1.2.1. Bild 2 der Kategorie „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Da auf dem Bild eine in die Ferne laufende Blumenwiese abgebildet ist, erfolgt die Betrachtung des Bildvordergrundes zusammen mit dem Bildmittelgrund. Abschließend findet die Beschreibung des Bildhintergrundes statt (siehe Abb. 81).



Abb. 81: Bild 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“ (© lamsterdam.com)

Zum Bildvordergrund/-mittelgrund:

Auf dem Bild ist ein Blumenfeld dargestellt, auf dem Blumen in unterschiedlichen Farben reihenweise angepflanzt sind. In der mittleren und größten Reihe, die in zwei Beete unterteilt ist, wachsen rote glockenförmige Blumen mit am Rand leuchtend gelb gefärbten Blütenblättern, grünen Stängeln und breitlinearen, nahezu eiförmigen spitzen Blättern mit leicht gewelltem Saum. Links von der mittleren Reihe sind rosafarbene und rechts rotgelbe Blumen angepflanzt, die jeweils links und rechts von Beeten mit roten Blumen, die als ein dünner, kaum bemerkbarer Streifen im hinteren Bildmittelgrund zu erkennen sind, abgelöst werden.

Zum Bildhintergrund:

Der Hintergrund des Bildes ist vernebelt, sodass dort keine Objekte – außer ein paar wachsender Bäume – eindeutig festgestellt werden können. Eine spitzwinkelige Silhouette eines Dreiecks, zu der das Blumenbeet mit rosafarbenen Blüten hinführt, kann vermutlich als Dach eines Hauses identifiziert werden.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Foto ist ein blühendes Tulpenfeld in der ländlichen Gegend in den Niederlanden abgebildet. Dafür sprechen die Bäume und das Dach eines Hauses im Hintergrund des Bildes. Der vernebelte Bildhintergrund mit einem milchig-weißen Himmel und die Abwesenheit der Sonne deuten darauf hin, dass das Foto vermutlich am frühen Morgen geschossen

wurde. In Anlehnung an die Tulpensaison in den Niederlanden und anhand der Blütenpracht des dargestellten Tulpenfeldes lässt sich schließen, dass es die Frühlingszeit, etwa Mitte April, ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die Planimetrie des Bildes wird dominant durch vier aneinander liegende Dreiecke bestimmt, deren unteren Seiten nicht im Bild sind (siehe Abb. 82). Die Schenkel der Dreiecke wurden sowohl anhand der Wege zwischen den einzelnen Tulpenbeeten als auch ihrer unterschiedlichen Blütenfarbe konturiert und vorgegeben. Die Linienführung erfolgte dabei jeweils an den Kanten der einzelnen Beete, die ein Beet von dem anderen bzw. eine Blütenfarbe von der anderen trennt. Die Spitzen der auf solche Weise gebildeten Dreiecke treffen sich in einem Punkt am Horizont.

Aus planimetrischer Sicht rückt das gesamte Tulpenfeld in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Die mittlere Reihe erfährt jedoch aufgrund ihrer Größe, zentralen Positionierung und knallroten Farbe eine besondere Hervorhebung.



Abb. 82: Planimetrie des Bildes 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“

Perspektivität

Bei der perspektivischen Projektion des Bildes handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt (siehe Abb. 83). In Relation zum Bildmittelpunkt ist der Fluchtpunkt, in dem sich alle perspektivischen Strahlen treffen, nach hinten rechts verschoben und liegt auf der Horizontlinie neben dem Dach eines Hauses. Die Linien zerschneiden das Foto in fünf Bereiche bzw. Dreiecke, die sich unterhalb der Horizontlinie befinden und deren unteren Seiten im Bild nicht zu sehen sind. Der Bereich unter der Horizontlinie links wird mit den rosafarbenen Tulpenblüten vorgegeben und von dem Bereich mit den roten Blüten getrennt. Der mittlere Bereich mit den roten Tulpen wird ebenso in zwei Teile zerschnitten. Die Trennungslinie ist aufgrund einer nicht eingesäten Fläche zwischen den beiden Beeten mit roten Tulpen entstanden. Der Bereich mit rotgelben Blüten wird schließlich links vom Teil des

Feldes mit roten Tulpen und rechts vom kleinen Stück des milchig-weißen Himmels getrennt.

Durch die Auswahl der Perspektivität mit einem in der Ferne liegenden Fluchtpunkt war es möglich, die Weite des Blumenfeldes darzustellen und einen möglichst breiten Ausschnitt davon mit ins Bild zu nehmen. Das Tulpenfeld, insbesondere sein mittlerer Bereich mit den roten Blüten, der etwa drei Viertel des Bildes einnimmt, wird planimetrisch fokussiert und hervorgehoben.



Abb. 83: Perspektivität des Bildes 2 der Variable „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“

Szenische Choreographie

Bei Sachaufnahmen werden Ausführungen zur szenischen Choreografie ausgelassen, da auf solchen Fotografien keine Personen bzw. ausschließlich Menschenstaffagen abgebildet sind.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Auf dem Foto ist eine leichte Unschärfe bei den roten Tulpenblüten im Bildvordergrund festzustellen, die auf Basis der unmittelbaren Nähe der Kamera zu den Blumen entstanden ist. Auch im Bildhintergrund wird eine Unschärfe aufgrund der weiten Entfernung und Vernebelung vorausgesetzt. Die eingesetzte Unschärfe beeinflusst jedoch die Bildstimmung in geringem Maße.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Das Tulpenfeld mit rosafarbenen, roten und rotgelben Blüten füllt das ganze Bild aus und wird sowohl planimetrisch als auch perspektivisch fokussiert. Aufgrund der größeren, zum Teil auch detaillierten Abbildung von Tulpen, ihrer zentralen Positionierung und knallig roten Farbe wird das mittlere Tulpenbeet besonders hervorgehoben. Das bunte, farbenfrohe Blumenfeld steht in einem starken Kontrast zum vernebelten Bildhintergrund, der als ein schmaler Streifen mit milchig-weißem Himmel und Silhouetten von Bäumen und sonstigen Objekten dargestellt wird. Der auf solche Weise ausgeblendete Bildhintergrund erweckt den Eindruck, dass das Tulpenfeld ins Unendliche geht und keinen Anfang und kein Ende hat.

Da die Niederlande für die Tulpenzucht bekannt sind, stellen die Blumen ein typisches Sinnbild des Landes dar. Die Darstellung des Tulpenfeldes in bunter Pracht symbolisiert das Erwachen des Frühlings und somit einen Neubeginn. Als untrennbarer Teil des Landes stellen die Tulpentepiche nicht nur ein attraktives Ausflugsziel, sondern auch einen ästhetischen Genuss dar. Die rote Farbe, die die Tulpenblüten im mittleren Bereich haben, gilt als Farbe des Feuers bzw. des Blutes, die eine wolltuende und wärmende Wirkung hat und für Lebensfreude, Aktivität und Energie steht. Abgebildet in ihrer Pracht und Unendlichkeit strömen Tulpenfelder wie Adern durch das Land.

6.4.1.2.2. Bild 9 der Kategorie „Häfen/Strandarchitektur“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die vorikonografische Interpretation der vorliegenden Fotografie wird in zwei Schritte unterteilt. Zunächst wird der Bildvordergrund samt der rechten Uferseite und danach der Bildhintergrund beschrieben (siehe Abb. 84).



Abb. 84: Bild 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“ (© lamsterdam.com)

Zum Bildvordergrund:

Im Vordergrund des Bildes links ist das Heck eines Schiffes zu sehen, an dem eine wehende Flagge bzw. waagerechte Trikolore in Rot, Weiß und Blau und ein Rettungsring befestigt sind. Es ist auch teilweise von der Sonne beschienen, die in das Bild von oben links scheint. Das Schiff ist rundum mit festen Relings abgesichert und mit einem grünen Dach mit darauf angebundener Lichterkette, das von vier im Bild zu sehenden Metallstangen getragen wird, überdacht. Auf dem Deck befinden sich zwei Staukästen. Der eine Kasten hat eine niedrige Ladehöhe und steht ganz hinten am Heck. Der andere Kasten nebenan ähnelt einem Metallschrank und ist mit Zahlen „2007635“ beschriftet. Neben dem Kasten liegt ein Seil auf dem Boden. Das Schiff wurde mit einem Tau an einem der zwei hakenförmigen verrosteten Anlegepoller, die sich rechts am Pier befinden, vertäut. Der Pier ist teilweise mit Gras bewachsen, das durch Risse im Asphalt und zwischen den Pflastersteinen durchbricht. Hinter dem zweiten Poller steht ein Schild und ist ein Zaun zu sehen, der den Zugang

zum dreiecksförmigen Bereich des Piers versperrt. Hinter dem Zaun befindet sich ein pilzförmiger Poller mit schwarzem Metallkörper und gelbem Kopf. Weiter hinten sind an den Zaun angelehnte Metallröhre und die Fortsetzung des Piers mit weiteren Anlegestellen für Schiffe zu sehen.

Zum Bildhintergrund:

Auf dem leicht gekräuselten Wasser befindet sich ein riesengroßes Schiff mit dunkelblauem Rumpf und weißen oberen Decks mit zahlreichen Fenstern. Auf der rechten Seite des Schiffes sind in der Nische sieben Rettungsboote und oben drei große weiße Radarkugeln zu sehen. Links hinter dem Schiff stehen hintereinander zwei rechteckige gläserne Hochhäuser, die von außen trotz ihrer unterschiedlichen Höhe identisch aussehen. Das vordere Haus ist fast dreifach so hoch als das hintere Gebäude. Rechts hinter dem Schiff steht ein weiteres gläsernes Hochhaus mit der Schrift „Möwenpick Hotel“. In der Ferne sind auch zwei Bauten mit gewölbten Dächern zu erkennen. Über den Gebäuden erstreckt sich ein blauer, mit weißen Wolken bedeckter Himmel.

Ikonografische Interpretation

Auf dem Foto ist ein Hochsee- bzw. Kreuzfahrtschiff mit Passagier-, Promenaden- und Sonnendecks auf dem Fluss IJ im Amsterdamer Hafen abgebildet. Darauf weisen sowohl der Hauptbahnhof im Bildhintergrund rechts als auch das Möwenpick Hotel direkt hinter dem Schiff. Das andere Hochhaus mit dem Anbau dahinter ist vermutlich ein Bürogebäude am Hafen. Die Flagge am Heck des Schiffes im Vordergrund des Bildes, das als ein Ausflugschiff identifiziert werden kann, ist die niederländische Nationalflagge.

Das grüne hohe Gras auf der rechten Uferseite weist auf eine warme Jahreszeit, Sommer oder Frühherbst, hin. Anhand des Schattenwurfs lässt sich zudem schließen, dass es Mittag ist.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Zahlreiche senk- und waagerechte Linien, die vor allem mit dem Hochseeschiff und den Hochhäusern im Hintergrund vorgegeben sind, bestimmen die Planimetrie des Bildes (siehe Abb. 85). Auch die Reling des im Vordergrund zu sehenden Hecks eines Schiffes sowie einige Linien am rechten Ufer unterstreichen die Senk- und Waagrecht-Strukturierung der Fotoaufnahme. Die durchgehende Linie, die den Fluss von dem Kreuzfahrtschiff und der linken Uferseite trennt, unterteilt das Bild in zwei Bereiche, die durch das Dach des Schiffes im Vordergrund, die am Heck befestigte Flagge und das Schild auf der rechten Uferseite miteinander verbunden werden. Die Waage- und Senkrecht-Strukturierung des Bildes sprechen für Ordnung, Strenge und Seriosität (vgl. Mayer 2013: 43; Bohnsack

2011b: 96f.). Diese sind auch die Merkmale, die den Hafen im Zentrum von Amsterdam auszeichnen. Die schräg befestigte wehende Trikolore sowie einige quer bzw. schräg laufende Linien am rechten Ufer nehmen die dem Bild durch die Ordnung verliehene Strenge etwas zurück. Dadurch, dass die meiste Konzentration der senk- und waagerechten Linien im oberen Bereich des Bildes stattfindet und im unteren Bereich der Fluss dominiert, wirkt die Fotoaufnahme ruhig und nicht überladen. Ferner trägt auch die Abwesenheit von Menschen sowie anderen Schiffen und Booten dazu bei. Aus der planimetrischen Sicht rückt der obere Bereich des Bildes samt der Flagge verstärkt in den Vordergrund. Der untere Bildbereich wirkt dagegen weniger bedeutsam. Dafür sprechen sowohl die Abbildung eines kleinen Teils des Schiffes im Vordergrund, um lediglich die am Heck schräg befestigte Flagge mit ins Bild zu nehmen, als auch die Darstellung des mit Gras bewachsenen, ungepflegten Piers mit verrosteten Pollern, der zum oberen, modernen Bereich der Fotografie im Kontrast steht.



Abb. 85: Planimetrie des Bildes 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“

Perspektivität

Beim vorliegenden Foto handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt, der weit nach rechts verschoben ist und am Bildrand über der Bahnsteighalle liegt (siehe Abb. 86). Die Horizontlinie, auf der sich der Fluchtpunkt befindet, verläuft genau in der Mitte des Bildes und teilt es in zwei gleich große Teile. Durch die gewählte Perspektivität stehen sowohl das Hochseeschiff, das ober- und unterhalb der Horizontlinie liegt, als auch die am Heck des im Vordergrund abgebildeten Schiffes befestigte niederländische Nationalflagge im perspektivischen Fokus. Die Hochhäuser im Hintergrund werden durch ihre direkte Nähe zum Kreuzfahrtschiff ebenso perspektivisch hervorgehoben.



Abb. 86: Perspektivität des Bildes 9 der Variable „Häfen/Strandarchitektur“

Szenische Choreographie

Bei Sachaufnahmen werden Ausführungen zur szenischen Choreografie ausgelassen, da auf solchen Fotografien keine Personen bzw. ausschließlich Menschenstaffagen abgebildet sind.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Aufgrund der geringen Auflösung kann keine ausgeprägte Unschärfe bei der Fotoaufnahme festgestellt werden. Ein bemerkenswerter Kontrast wurde im Bild vielmehr durch die Wahl des Standpunktes der Kamera erzeugt, die die beiden Uferseiten des Amsterdamer Hafens festgehalten hat. Auf der einen Seite ist das die Abbildung eines riesengroßen Kreuzfahrtschiffes mit modernen gläsernen Hochhäusern im Hintergrund und auf der anderen Seite die Darstellung des Hecks eines alten, einfachen Schiffes und des mit Gras bewachsenen, ungepflegten Piers mit verrosteten Anlegepollern. Damit befinden sich der Bildvorder- und -hintergrund im direkten Kontrast zueinander.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Wie zuvor anhand der planimetrischen Bildkomposition und der perspektivischen Projektion herauskristallisiert wurde, stehen sowohl das Kreuzfahrtschiff mit den Hochhäusern dahinter als auch die niederländische Flagge im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Während die wehende Trikolore explizit auf das Land hinweist und das Möwenpick Hotel zur genauen Ortsbestimmung dient, deutet das riesengroße Hochseeschiff auf einen entspannten, erlebnisreichen Erholungsurlaub hin. Ruhe und Gelassenheit verleihen dem Bild auch die Abwesenheit von Menschen und weiteren Booten bzw. Schiffen sowie die ruhige Wasseroberfläche mit leichtem Kräuseln. Die in der Planimetrie herausgearbeitete Senk- und Waagrecht-Strukturierung des Bildes spricht für Ordnung, Seriosität und Strenge, die vor allem auf die Größe des Hochseeschiffes und die modernen gläsernen Hochhäuser zu beziehen sind. Wie bereits vorbenannt, stehen der Bildvordergrund und -hintergrund im direkten Kontrast zueinander. Einerseits werden hier ein mächtiges Kreuzfahrtschiff und der moderne Hafen mit Hochhäusern dargestellt. Andererseits sind im Vordergrund das Heck eines alten

Schiffes und der mit Gras bewachsene Pier mit verrosteten Pollern abgebildet. Die zwei zueinander kontrastierenden Bildbereiche bzw. Uferseiten, zwischen denen die emporragende Flagge am Heck des alten Schiffes sinnbildlich eine Brücke schlägt, repräsentieren zwei unterschiedliche Seiten des Landes – die Seite des Alten und Vergangenen sowie des Modernen und Zukunftsorientierten – und stellen somit das authentische Bild vom Land ohne Verschönerung dar.

6.4.1.2.3. Bild 16 der Kategorie „Innenraumansichten: Museum/Ausstellung“

Formulierende Interpretation

Vorikonografische Interpretation

Die vorikonografische Interpretation der vorliegenden Fotoaufnahme findet nach folgendem Prinzip statt: Zunächst wird der Mittelgang der Halle samt der Decke und anschließend ihre linke und rechte Seite beschrieben (siehe Abb. 87).



Abb. 87: Bild 16 der Variable „Museum/Ausstellung“

Zur Bildbeschreibung:

Auf dem Foto ist eine in die Ferne laufende Halle dargestellt, die zu einem großen Gemälde am Ende des Mittelgangs führt. Vor dem Gemälde stehen zwei Personen in dunkler Kleidung, die aufgrund ihrer weiten Entfernung und der vorliegenden Bildauflösung als Staffage dienen und nicht weiter beschrieben werden können. Der Mittelgang der Halle ist mit hellbraunem Parkett verlegt und ähnelt aufgrund seiner architektonischen Gestaltung – der gewölbten Decke mit runden Fenstern und der wandgebundenen gestreiften Pfeiler in Weiß und Pastellgrün bzw. in Gold und Rotbraun – einem Kirchenschiff. Die gewölbte Decke ist links und rechts mit Ornamenten und Fresken geschmückt.

Auf den beiden Seiten des Mittelgangs befinden sich große Nischen mit Dachverglasung, die alle eine identische Ausstattung haben und sich lediglich durch die an den Wänden hängenden Gemälde unterscheiden. Vor dem Eingang in die Nischen stehen blaue gepolsterte Sitzbänke. Auch der mit Teppich verlegte Boden und Wände, die oben mit Ornamentfries geschmückt sind, werden in den Nischen in Blautönen gehalten. Auf dem Boden vor

den Wänden sind niedrige schwarze Pfosten in gewissen Abständen befestigt, durch deren oberen Enden eine schwarze Schnur durchgezogen wird. Neben jedem Gemälde ist ein Schild an der Wand angebracht.

Ikongrafische Interpretation

Auf dem Foto ist die einem Kirchenschiff nachgebildete Ehrengalerie des Rijksmuseums in Amsterdam in ihrem Verlauf – mit dem berühmten Kunstwerk von Rembrandt „Nachtwache“ am Ende des Mittelgangs – dargestellt. In den Nischen der Galerie hängen die weltbekanntesten Meisterwerke von solchen Künstlern wie Frans Hals, Jan Vermeer oder Jan Steen, die mit Hilfe eines speziellen Absperrsystems auf dem Boden, das eine elastische Schnur, die am oberen Ende jedes Absperrpfostens eingefasst ist, darstellt, vor unvorsichtigen Berührungen der Besucher gesichert werden. Neben jedem Gemälde hängt ein Schild mit der kurzen Beschreibung des jeweiligen Ausstellungsstücks.

Reflektierende Interpretation

Planimetrische Bildkomposition

Die planimetrische Bildkomposition des zu untersuchenden Bildes wird zum einen durch Kreise, Ellipsen und Bögen, die mit der gewölbten Decke des Mittelgangs vorgegeben sind, und zum anderen durch Rechtecke unterschiedlicher Größe bestimmt, die durch Pfeiler im Mittelgang, Ornamentfriese und Gemälde in den Nischen konturiert werden (siehe Abb. 88). Die symmetrische Gestaltung der Nischen, die Anordnung der Gemälde auf einer Linie sowie die rechteckige Form der Pfeiler und Gemälde verleihen dem Bild eine gewisse Ordnung, Strenge und Seriosität. Auch die Kuppeldecke, die zwar die dem Foto durch die Ordnung verliehene Strenge auflockert, steht aufgrund ihrer klaren Linien, der architektonischen Struktur und Anordnung mehr für eine kreative Ordnung als für die Kreativität.

Planimetrisch betrachtet rückt der Mittelgang der Halle und zwar seine gewölbte Decke mit den wandgebundenen Pfeilern in den Vordergrund. Auch die Gemälde werden durch ihre Positionierung auf einer Linie planimetrisch fokussiert und lenken die Aufmerksamkeit auf die vom Mittelgang ausgehenden Nischen.



Abb. 88: Planimetrie des Bildes 16 der Variable „Museum/Ausstellung“

Perspektivität

Betrachtet man die Perspektivität des Bildes, handelt es sich um die Frontalperspektive mit einem Fluchtpunkt. Dieser ist im Verhältnis zum Bildmittelpunkt (siehe den roten Punkt in der Abb. 89) weiter nach unten verschoben, liegt auf der Horizontlinie mitten auf dem Gemälde am Ende des Mittelgangs und stellt das perspektivische Zentrum des Bildes dar. Die Horizontlinie verläuft durch alle in den Nischen zu sehenden Gemälde und verbindet diese mit dem im Zentrum positionierten Kunstwerk. Die perspektivischen Strahlen, die sich im Fluchtpunkt treffen, teilen das Bild in vier Bereiche bzw. Dreiecke, deren unteren Seiten nicht im Bild sind. Die Trennlinien, die den Mittelgang mit der gewölbten Decke von der linken und der rechten Seite der Halle trennen, sind durch den Parkettboden des Mittelgangs und das gerade Gebälk der Nischen konturiert.

Die gewählte Perspektivität mit dem nach unten gesetzten perspektivischen Zentrum machte es dem abbildenden Bildproduzenten möglich, die Ehrengalerie in ihrer gesamten Länge samt der Kuppeldecke darzustellen. Perspektivisch gesehen rückt sie zusammen mit den wandgebundenen Pfeilern in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Auch die Gemälde in den Nischen werden durch ihre Positionierung auf der Horizontlinie perspektivisch fokussiert.



Abb. 89: Perspektivität des Bildes 16 der Variable „Museum/Ausstellung“

Szenische Choreographie

Bei Sachaufnahmen werden Ausführungen zur szenischen Choreografie ausgelassen, da auf solchen Fotografien keine Personen bzw. ausschließlich Menschenstaffagen abgebildet sind.

Verhältnis von Schärfe und Unschärfe

Dadurch, dass die Ehrengalerie in ihrer gesamten Länge dargestellt werden sollte, wurde im Bild keine Schärfentiefe eingesetzt. Die weite Entfernung des Gemäldes am Ende des Mittelgangs und der davor stehenden Personen lässt jedoch darauf schließen, dass der Hintergrund des Bildes unscharf ist. Dies übt jedoch keinen Einfluss auf die Bildstimmung aus.

Ikonologisch-ikonische Interpretation

Den Ergebnissen der rekonstruierten Planimetrie und Perspektivität des Bildes zufolge steht der Mittelgang der Ehrengalerie samt der gewölbten Decke und Pfeilern im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Auch die an den Wänden hängenden Gemälde, die zusammen mit den Dachfenstern der Kuppeldecke einen Perpendikel bzw. ein Kreuz bilden, erfahren sowohl die planimetrische als auch perspektivische Fokussierung. Der Charakter von Ordnung, Strenge und Seriosität wird dem Bild neben der rechteckigen Form der Gemälde, Kolonnen und Ornamentfriese auch durch die einem Kirchenschiff ähnelnde Kuppeldecke verliehen, deren Planimetrie zwar durch Kreise, Ellipsen und Bögen geprägt ist, aber aufgrund ihrer klaren Linien und architektonischen Gestaltung mehr für eine kreative Ordnung als für die Kreativität spricht.

Der abbildende Bildproduzent zielte darauf ab, die komplette Halle in ihrer Länge mit ins Bild zu nehmen. Durch die weite Entfernung, die für die Aufnahme der Ehrengalerie in ihrem Verlauf notwendig war, gingen die einzelnen Details wie Sujets der Gemälde, Fresken, Muster der Ornamente etc. größtenteils verloren. Der Akzent wurde auf die Innenarchitektur der Halle und ihrer Abbildung als Ganzes ohne Hervorhebung einzelner Bildelemente gesetzt. Diesen Gedanken unterstreicht auch die menschenleere Halle, die dem Bild auf der einen Seite eine Ruhe und Gelassenheit und auf der anderen Seite eine gewisse Unpersönlichkeit verleiht. Nicht die Gemälde von weltbekannten Malern oder die Beliebtheit des Museums bei den Besuchern, die sich bspw. in gefüllten Räumlichkeiten niederschlagen könnte, stehen im Zentrum des Geschehens, sondern die Ehrengalerie, die sich im Herzen des Museums befindet und als Ort an sich akzentuiert und hervorgehoben wird. Die Kuppeldecke, die einem Kirchenschiff nachgebildet wurde, lässt zudem die Halle als eine Anbetungsstätte und die Gemälde, die an den hohen Wänden vereinzelt und in einer strikten Ordnung angebracht sind, als anbetungswürdige Ikonen des Goldenen Zeitalters in den Niederlanden erscheinen.

6.4.2. *Komparative Analyse und Typenbildung*

Um einen die Fälle übergreifenden homologen Orientierungsrahmen herauskristallisieren zu können, werden im Zuge der komparativen Analyse die untersuchten Fotoaufnahmen einander vergleichend gegenübergestellt. Wie im Falle von Deutschland und Österreich handelt es sich um eine fallübergreifende komparative Analyse, weil die Fotoaufnahmen von unterschiedlichen Bildproduzenten stammen. Der landesspezifische Habitus von den Niederlanden und ihre Repräsentation durch das auf den Webseiten publizierte Bildmaterial stehen im Mittelpunkt des Forschungsinteresses. Auch der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten, durch welche bestimmte Zielgruppen angesprochen werden, ist im Laufe der komparativen Analyse zu konturieren.

Das untersuchte Fotomaterial umfasst fünf Fotografien, die zu den folgenden Kategorien zugeordnet sind: „Erholung am Strand/Meer/Wasser“, „Kulturaktivitäten/Erholung in der Stadt“, „Blumen/Blumenwiese/Blumenbeet“, „Häfen/Strandarchitektur“ und „Museum/Ausstellung“. Das Tertium Comparationis, das gemeinsame Dritte, das alle Fotoaufnahmen gleich haben, ist hier zunächst ihre jeweilige Landestypik bzw. Bezogenheit zum Land Niederlande. In Bezug auf das Bildsujet, die abgebildeten Bildproduzenten und Objekte sind die Fotos heterogen und weisen auf den ersten Blick keine Gemeinsamkeiten auf. Das sind die Darstellung der Strandpromenade an der Nordsee in Scheveningen mit zahlreichen Urlaubern bzw. Besuchern, die Abbildung der „I amsterdam“-Skulptur mit den darauf kletternden Menschen sowie drei Sachaufnahmen, die ein Tulpenfeld, den Hafen mit einem Kreuzfahrtschiff und die Ehrengalerie im Rijksmuseum abbilden. Erst durch die Rekonstruktion der ikonischen Merkmale im Laufe der reflektierenden Analyse kam zum Vorschein, dass die bei einem Foto rekonstruierten Werte auch bei den anderen Aufnahmen zu verzeichnen sind. Diese sollen nun in weiteren Ausführungen näher betrachtet werden.

Dimensionen des landesspezifischen Habitus von den Niederlanden

Die Rekonstruktion des landesspezifischen Habitus sowie seine Vertiefung und Validierung in Hinblick auf das mit der Webpräsenz gesetzte Ziel, die Niederlande als ein anziehendes Urlaubsziel zu vermarkten, erfolgen im Rahmen der vergleichenden Analyse anhand von wiederkehrenden Aspekten und Werten, die mindestens bei zwei Fotografien festzustellen sind.

Solche Merkmale wie Entspannung, Gelassenheit, Erlebnisreichtum und Genuss tauchen wie ein Leitmotiv bei allen fünf Fotoaufnahmen in unterschiedlichen Ausprägungen auf und werden durch ihren ikonischen Sinngehalt den Nutzern bzw. Bildbetrachtern vermittelt. Bei den Personenaufnahmen 6 und 19 erfolgte die Rekonstruktion der oben genannten Aspekte durch die Beschreibung und Untersuchung der abgebildeten Bildproduzenten, die auf dem

Bild 6 eine besondere Urlaubsatmosphäre an einem ruhigen Sommerabend in einem Beachclub an der Nordsee mit Familie, Freunden oder alleine genießen und sich trotz herumlaufender Kinder und zahlreicher Feriengäste unbesorgt entspannen können. Bei dem Foto 19 sind das die auf und um die „I amsterdam“-Buchstaben herum abgebildeten Stadtbesucher, die sich bei der Erkundung der Stadt Zeit lassen und diese mit ihren Kindern entspannt, spielerisch und genussvoll erleben. Bei den Sachaufnahmen 2, 9 und 16 kamen die oben genannten Merkmale nicht zuletzt durch die Abwesenheit von Menschen bzw. Menschenmengen zum Tragen. Die Abbildung eines Tulpenfeldes, das als ein ästhetischer Genuss und attraktives Urlaubsziel betrachtet werden kann, des Hafens mit einem Kreuzfahrtschiff, das implizit auf eine erlebnisreiche und entspannte Erholungsreise hinweist, sowie der Ehrenhalle im Rijksmuseum, die ebenso eine entspannte, genussvolle Reise durch unzählige Meisterwerke aus dem niederländischen Goldenen Zeitalter und der modernen Kunst in ruhigen Räumlichkeiten des Museums anbietet, spiegeln diese Werte wider.

Die weiteren Aspekte, die den Habitus von den Niederlanden auszeichnen und bei den Personenaufnahmen 6 und 19 zu finden sind, sind Lebhaftigkeit, Spiel- und Spaßorientiertheit. Diese Werte kommen vor allem durch die lebendige Atmosphäre zum Tragen, die beim Bild 6 durch die mit Feriengästen – Paaren, Familien, Freunden etc. – gefüllten Beachclubs und beim Foto 19 durch die auf den „I amsterdam“-Buchstaben kletternden Kinder und einen Erwachsenen zum Ausdruck gebracht werden. Das Merkmal Lebhaftigkeit wurde darüber hinaus bei der Sachaufnahme 2 anhand der roten Farbe des großen mittleren Bereichs des Tulpenfeldes rekonstruiert, das wie eine Ader durch das Land strömt und für Energie, Aktivität und Lebensfreude steht.

Ein anderer Aspekt, der im Laufe der ikonischen Analyse rekonstruiert wurde und den Fotografien 2, 16 und 19 zugrunde liegt, ist der kulturelle Bezug. Es findet die Hervorhebung und Akzentuierung solcher landesspezifischen Sehenswürdigkeiten statt, die weltberühmt sind und als Sinnbild und Wahrzeichen der Niederlande gelten. Das sind die „I amsterdam“-Buchstaben als beliebtes Stadtsymbol, die Ehrengalerie als Herzstück des Rijksmuseums und die weltbekannten und beliebten Tulpenfelder, die zum obligatorischen Besichtigungsprogramm bei einer Entdeckungstour durch das Land gehören.

Durch die Darstellung der menschenleeren Museumsgalerie und der „I amsterdam“-Skulptur, bei der die Buchstaben und nicht die auf und um sie herum aufgenommenen Personen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit stehen, gewinnt ein weiteres Merkmal Gestalt. Eine gewisse Unpersönlichkeit, die den Aufnahmen 19 und 16 zugrunde liegt, führt zur Überbetonung des kulturellen Bezugs des Landes. Nicht die potenziellen Besucher, sondern die weltberühmten Wahrzeichen und Sinnbilder des Landes erfahren eine starke Fokussierung.

Die letzten, anhand der ikonischen Analyse rekonstruierten Werte, durch die der Landeshabitus der Niederlande gekennzeichnet ist, sind Strenge, Ordnung und Seriosität. Sie kommen bei den Sachaufnahmen 9 und 16 zum Tragen und wurden durch die planimetrische Senkrecht-Strukturierung des Bildes konstituiert. Beim Foto 9 sind diese Aspekte insbesondere auf die Macht und Größe des Amsterdamer Hafens und des gewaltigen Hochseeschiffes und beim Foto 16 auf die einem Kirchenschiff nachgebildete Ehrengalerie des Rijksmuseums mit ihrer strikten symmetrischen Ordnung zu beziehen.

Die Suche nach homologen Mustern, die die untersuchten Fotografien gemeinsam haben und den landesspezifischen Habitus bzw. Orientierungsrahmen von den Niederlanden ausmachen, stellt die sinngenetische Typenbildung dar. Die soziogenetische Typenbildung untersucht dagegen eigentümliche Erfahrungshintergründe und die Soziogenese des rekonstruierten Habitus. Darauf wird im Rahmen der vergleichenden Analyse dreier Länder näher eingegangen (siehe Kapitel 6.5). Die durch das veröffentlichte Bildmaterial vermittelten Werte stellen die Niederlande als ein facettenreiches Land dar, das seine kulturellen Schätze und Eigentümlichkeiten, die als Ikonen und Wahrzeichen des Landes gelten, in den Vordergrund stellt. Ferner werden die Niederlande als ein attraktives Reiseland für Familien, Singles, Paare und Freunde dargestellt, in dem die Erholung – auch mit Kindern – sowohl aktiv und lebhaft als auch ruhig, gelassen und entspannt erlebt und genossen werden kann. Die Überbetonung des kulturellen Bezugs, indem die weltbekannten Urlaubs- und Besichtigungsorte sowie Landessymbole in den Mittelpunkt gestellt werden, klammert die persönliche Ansprache der potenziellen Zielgruppe durch das Ausblenden bzw. Weglassen von abgebildeten Bildproduzenten aus.

Dimensionen des Habitus der abgebildeten Bildproduzenten

Der Habitus der abgebildeten Bildproduzenten, durch welche eine direkte Zielgruppenansprache erfolgt, nimmt ebenso seine Konturen im Laufe der komparativen Analyse an. Es handelt sich dabei um drei verschiedene Typen, die anhand der analysierten Fotografien herausgearbeitet wurden und wie folgt zu differenzieren sind:

- Alt vs. Jung

Durch die untersuchten Fotografien werden unterschiedliche Zielgruppen mit einer breiten Altersspanne angesprochen: Familien mit Kindern, Paare, Freunde und Singles, wobei die erstere Zielgruppe durch die Abbildung von Kindern besonders akzentuiert wird. Die Darstellung der abgebildeten Bildproduzenten und somit auch die Zielgruppenansprache erfolgen sowohl in der städtischen als auch in der ländlichen Umgebung am Meer. Die Abwesenheit von Menschen auf einem Tulpenfeld und am Hafen mit einem riesengroßen Hochseeschiff lässt die explizite Zielgruppenansprache offen und kann für alle oben erwähnten

Gruppen sowohl im Rahmen eines Ausflugs als auch einer Kreuzfahrt gelten. Für den Besuch der Ehrengalerie im Rijksmuseum, die laut Befunden der reflektierenden Interpretation im übertragenen Sinne als eine Art Anbetungsstätte zu betrachten ist, wird die Zielgruppe „Familien mit Kindern“ aufgrund ihres niedrigen Unterhaltungscharakters eher ausgeklammert.

- Zusammengehörigkeit vs. Individualität

Trotz der Aufteilung in Gruppen – Familien mit Kindern, Paare, Freunde etc. – weisen die abgebildeten Bildproduzenten die Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe und zwar die der Feriengäste bzw. Stadtbesucher auf, die durch ähnliche Gestik, Mimik, Bekleidung und Handlung untermauert wird. Die Individualität ist hier vielmehr bei den abgebildeten Kindern zu beobachten, die sich teilweise ohne Begleitung bzw. genaue Aufsicht der Eltern bewegen (Bild 6) oder auf eigene Initiative hin mit und ohne Hilfe von ihren Eltern einen Aufstieg auf die großen Buchstaben der „I amsterdam“-Skulptur wagen (Bild 19). Eine eindeutige Zuordnung der Kinder zu ihren Eltern ist zum Teil problematisch. Das vermittelt den Eindruck, dass die abgebildeten Bildproduzenten als eine Gesamtheit bzw. eine große Familie erscheinen, innerhalb derer Individualität ausgelebt wird bzw. werden kann.

- Aktiv vs. Passiv

Bei der Art der Beschäftigung der abgebildeten Bildproduzenten handelt es sich sowohl um einen passiven Zustand – am Tisch in einem Beachclub sitzen und sich unterhalten – als auch einen aktiven Zustand mit und ohne (Fort-) Bewegung – einen Spaziergang entlang der Promenade machen, Laufen, auf die „I amsterdam“-Buchstaben klettern oder eigene Kinder um die „I amsterdam“-Skulptur herum fotografieren. Unabhängig vom Zustand der aufgenommenen Personen sprechen die beschriebenen Beschäftigungsarten für Entspannung, Gelassenheit, Erlebnisreichtum und Genuss, die allen untersuchten Fotografien – wie im Zuge der komparativen Analyse zuvor herausgearbeitet wurde – zugrunde liegen und mit denen die abgebildeten Bildproduzenten ihren Beschäftigungen nachgehen.

Die oben gebildeten Typen wurden anhand der komparativen Analyse und Typenbildung herauskristallisiert und können unter Einbeziehung von anderen Vergleichsfällen weiter vertieft und validiert werden.

6.5. Vergleichende Analyse von Deutschland, Österreich und den Niederlanden

Nach der abgeschlossenen Interpretation des Bildmaterials von Deutschland, Österreich und den Niederlanden soll nun ein fallexterner Vergleich zwischen den Ländern stattfinden, um etwaige Besonderheiten in ihrem „modus operandi“ bzw. im „Wie“ des Abgebildeten

herauszuarbeiten. Im Mittelpunkt des Forschungsinteresses stehen Ähnlichkeiten und Differenzen zwischen den Habitusdimensionen von Deutschland und seinen Nachbarländern, die im Laufe der ikonischen Interpretation und der anschließenden komparativen Analyse und Typenbildung herauskristallisiert wurden. Auch die Homologien und Unterschiede zwischen den Habitus bzw. Orientierungsrahmen der abgebildeten Bildproduzenten sollen näher untersucht und mit den Ergebnissen der quantitativen Analyse ergänzt und validiert werden.

Homologien und Heterologien zwischen den Orientierungsrahmen dreier Länder

Die anhand der fallinternen komparativen Analyse herausgearbeiteten Habitusdimensionen von Deutschland Entspannung, Gelassenheit, Erlebnisreichtum und Lebensgenuss, die als wesentliche und untrennbare Attribute eines Erholungsurlaubs gelten, ziehen sich wie ein roter Faden durch alle untersuchten Fotografien, die aus dem touristischen Umfeld stammen und dafür auch produziert wurden. Das steht direkt im Einklang mit dem durch die Webpräsenz des Landes verfolgten Ziel, die touristische Vielfalt Deutschlands zu vermarkten und es als mannigfaltiges und attraktives Reiseland zu positionieren (vgl. DZT 2017). Dieselben Werte mit geringen Abweichungen liegen auch dem analysierten Bildmaterial von Österreich und den Niederlanden zugrunde. Während sich Entspanntheit und Gelassenheit bei den untersuchten Fotoaufnahmen von Österreich schwerpunktmäßig in Ruhe bzw. beschaulicher, zum Teil auch menschenleerer Atmosphäre niederschlagen, münden diese Werte bei den Bildinhalten von den Niederlanden in Genuss bzw. eine positive Sinnesempfindung, die sich sowohl in ästhetischer Hinsicht äußert als auch auf bestimmte Urlaubsorte sowie die Körperhaltung der abgebildeten Bildproduzenten und deren Erholungszustand zu beziehen ist. Bei den Fotografien von den deutschen Webseiten steht hingegen allein die Handlung der aufgenommenen Personen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Ihr Aufenthaltsort fällt dabei weniger ins Gewicht. Auch bei den Sachaufnahmen mit Menschenstaffage treten die abgebildeten Bildproduzenten zwar in den Hintergrund, bleiben aber trotzdem ein integraler Bestandteil des Bildsujets.

Eine weitere Habitusdimension, die mit dem Vermarktungsauftrag der Webauftritte, für das eigene Land als einen attraktiven Ort für Tourismus zu werben, eng verknüpft ist, stellt der kulturelle Bezug in Hinblick auf sehenswerte Besonderheiten, Kulturleben des Landes und seine geschichtlichen Aspekte und Hintergründe dar. Wie zuvor erwähnt, nehmen Kulturobjekte und Aufenthaltsorte der aufgenommenen Personen bei den Fotoaufnahmen von Deutschland entweder gar keine zentrale Position ein oder stehen in einem unmittelbaren Zusammenhang zu den abgebildeten Bildproduzenten, auf die und deren Zustand einen besonderen Akzent gesetzt wird. Wenn man davon ausgeht, dass die Kultur das Betätigungsfeld der Außenkommunikation ist (vgl. Schwan 2011: 18), erfährt die kulturelle Seite

von Deutschland eine etwas zurückhaltende Präsentation und wird meist als eine Umrahmung des dargestellten Bildsujets mit den abgebildeten Bildproduzenten im Mittelpunkt eingesetzt.

Bei den Niederlanden sind es hingegen die weltberühmten Sinnbilder und Wahrzeichen des Landes wie das Herzstück des Rijksmuseums die Ehrenhalle mit ihrer anhand der ikonischen Interpretation rekonstruierten Anbetungswürdigkeit, blühende Tulpenfelder oder die beliebte „I amsterdam“-Skulptur, die verstärkt in den Mittelpunkt des Geschehens rücken. Auch bei Österreich ist der kulturelle Bezug von zentraler Bedeutung. Durch die Darstellung von Kulturobjekten, die einen direkten historischen Bezug haben und ein untrennbarer Bestandteil der österreichischen Kultur sind, kommen ihre Wertschätzung und Bewahrung in hohem Maße zum Tragen. Genauso wie bei den Niederlanden stehen bei den Fotoaufnahmen von den österreichischen Internetseiten weder die abgebildeten Bildproduzenten noch ihre Handlung im Vordergrund. Der Blick des Bildbetrachters wird weg von den aufgenommenen Personen hin zu den Kulturobjekten wie der modernen Donau City mit Wolkenkratzen, der historischen Altstadt Wiens, dem Parlamentsgebäude oder der Stadtsynagoge gelenkt. Auf diese Art und Weise findet die Überbetonung des kulturellen Bezugs bei Österreich und den Niederlanden statt, die zur Entpersönlichung der Fotoaufnahmen durch die Abwesenheit von Menschen dort, wo sie zu erwarten sind, führt. Bei den Niederlanden wird das zudem durch die Ergebnisse der quantitativen Analyse untermauert und verstärkt, indem etwas mehr als 60 Prozent der erfassten Fotografien Sachaufnahmen mit und ohne Menschenstaffage sind (siehe Kapitel 5.3.3.6). Im Vergleich zu Deutschland ist der Habitus seiner beiden Nachbarländer durch solche Aspekte wie Strenge, Ordnung und Seriosität gekennzeichnet, die durch die Senkrecht-Strukturierung der abgebildeten (Kultur-) Objekte zum Tragen kommen. Dies untermauert erneut die Bedeutsamkeit des kulturellen Erbes und seine ausschlaggebende Rolle in der touristischen Vermarktung und Außenkommunikation der Länder. Eine bemerkenswerte Paradoxie ergibt sich bei den Niederlanden in Hinblick auf ihre Habitusdimensionen Lebhaftigkeit, Spiel- und Spaßorientiertheit, die durch die lebendige Atmosphäre und nicht zuletzt durch die Abbildung von Familien mit Kindern zum Vorschein kommen. Einerseits haben wir es mit der Überbetonung des kulturellen Bezugs zu tun, indem Kulturobjekte anstelle der Personen und ihrer Handlungen treten und ein integraler Bestandteil der Außenkommunikation des Landes sind. Andererseits wird durch die Abbildung von lebhaften Szenen mit den abgebildeten Bildproduzenten dennoch versucht, die Entpersönlichung, die durch die vermehrte Darstellung von unbeseelten, leblosen (Kultur-) Objekten entstanden ist, einzudämmen und aufzulockern.

Die weiteren Habitusfacetten, die Deutschland in Bezug auf seine touristische Vermarktung und die damit verbundene Außenkommunikation auszeichnen, sind Zukunftsorientiertheit,

Offenheit und Freiheit, die in unterschiedlichen Bereichen, sei es Kultur, Lebensstil oder Art des Denkens, zum Ausdruck gebracht werden. Aus soziogenetischer Sicht können Ursachen für diese ermittelten Werte in der nationalsozialistischen Vergangenheit Deutschlands liegen, nach der der innen- und außenpolitische Kurs des Landes eine 180-Grad-Wandlung und Hinwendung zum Menschen erfuhr und durch Offenheit und Toleranz gekennzeichnet ist. Eng beieinander liegen hier auch solche Merkmale wie Facettenreichtum und Kreativität, die in Hinblick auf die dargebotenen Möglichkeiten im Land auf vielerlei Weise ausgelebt und genutzt werden können. Die Soziogenese dieser Werte kann u. a. mit der Kampagne „Land der Ideen“ erörtert werden, die darauf abzielt, Deutschland als einen zukunftsfähigen Standort für Ideen und Innovationen, Qualität und Kreativität sichtbar zu machen und dieses Bild auch im Ausland zu unterstützen und zu festigen (vgl. Land der Ideen Management GmbH 2017a; Land der Ideen Management GmbH 2017b). Wenn man davon ausgeht, dass sich das Bild eines Staates aus den eng miteinander verflochtenen Bestandteilen – Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft – zusammensetzt (vgl. Schwan 2011: 99), erscheint die Tatsache, dass mittels der untersuchten Fotoaufnahmen von den deutschen Webseiten keinerlei Bezug zur Vergangenheit hergestellt wird, eingängig und nachvollziehbar. Die jüngste nationalsozialistische Vergangenheit des Landes soll zwar nicht vergessen, aber auch als ruhmloser Teil der Geschichte nicht unnötig zur Sprache gebracht werden. Ausgenommen sind solche historischen Abschnitte, die sich z. B. auf die Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern in der Mitte des 15. Jahrhunderts, die Reformation im 16. Jahrhundert oder die Teilung Deutschlands 1949 sowie die deutsche Wiedervereinigung im Jahr 1990 beziehen. Vor diesem Hintergrund wird es deutlich, dass die Gegenwart und der Blick in die Zukunft die ausschlaggebenden Bausteine sind, auf denen der außenpolitische Kurs des Landes und seine touristische Vermarktung fußen.

Ganz im Gegenteil tauchen wie ein Leitmotiv bei allen analysierten Fotografien von den österreichischen Webseiten die Habitusdimensionen Vergangenheit und Zukunft auf, zwischen denen symbolisch eine Brücke geschlagen wird. Österreichs lange und reiche Geschichte, die bis in das 1. Jahrhundert n. Chr. hineinreicht, hat eine Fülle an Kulturschätzen, sei es Musik, Theater, Architektur, Museen oder Galerien, hervorgebracht, für die es auch aktiv geworben wird. Die Vergangenheit bzw. die Geschichte stellt in diesem Zusammenhang ein festes Fundament dar, auf dem die Gegenwart und die Zukunft gebaut werden. Die Soziogenese der untersuchten Fotografien kann dabei wie folgt begründet werden: Hier ist eine klare Linie zu sehen, der seit 2011 gefolgt wird, als die österreichische Regierung den britischen Politikberater Simon Anholt für ein „Nation Brand Austria“-Konzept engagiert hat. Aus diesem Konzept, das sich auf die geschichtlichen Aspekte und die Rolle Österreichs in Europa gründet, kam hervor, dass sich Österreich „in Zukunft noch stärker als ‚Brückenbauer für die Welt‘ positionieren und damit seine Sichtbarkeit im Ausland auf allen

Ebenen verstärken [solle]“ („Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m. b. H. Co KG 2013). Die Vermittlerrolle des Landes zeigte sich vor allem in der jüngsten Vergangenheit zwischen 1989, dem Fall des Eisernen Vorhangs, und 2004, der Erweiterung der Europäischen Union in Richtung Osten, als sich Österreich als Drehscheibe zwischen Ost und West positioniert hatte. Im nächsten Schritt solle die Brückenbauer- bzw. Vermittlerrolle bis nach Zentralasien und Nordafrika ausgebreitet werden, wobei diese auch innenpolitisch zu übernehmen ist. So gilt z. B. die österreichische Sozialpartnerschaft zwischen Unternehmen und Gewerkschaften mit ihrer Ausgleichsfunktion seit der Nachkriegszeit als Paradebeispiel (vgl. „Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m. b. H. Co KG 2016 und 2013).

Durch diesen Vergleich konnten Heterologien zwischen den Ländern auf ihre habitusspezifischen Besonderheiten verweisen sowie auch die soziogenetische Einordnung der herausgearbeiteten Habitusfacetten der Länder stattfinden. Insgesamt lässt sich festhalten, dass Deutschland und seine Nachbarländer Österreich und die Niederlande in Hinblick auf die touristische Vermarktung des Landes ein ähnliches Ziel verfolgen, es aber auf unterschiedliche Art und Weise bzw. unter Setzung differenter Schwerpunkte in ihrer Außenkommunikation im Internet erreichen wollen. Während solche durch Bildinhalte kommunizierten Werte wie Entspannung, Gelassenheit und Erlebnisreichtum wie ein roter Faden durch alle untersuchten Fotografien dreier Länder gehen und einen typischen Erholungsurlaub auszeichnen, gibt es in Bezug auf kulturelle und historische Eigentümlichkeiten der Länder signifikante Unterschiede. Im Gegensatz zu Österreich und den Niederlanden, bei denen das Kulturerbe des Landes eine übergeordnete Rolle einnimmt, stehen bei Deutschland Menschen und ihre Handlungen im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit, während kulturelle Objekte vielmehr als eine Umrahmung dienen.

Habitusdimensionen der abgebildeten Bildproduzenten im Vergleich

Um eine vergleichende Gegenüberstellung zwischen den Ländern gewährleisten zu können, wurden die abgebildeten Bildproduzenten in drei Typen differenziert, deren Validierung durch das Einbeziehen von Ergebnissen der quantitativen Analyse an passenden Stellen erfolgen soll. In der ersten Gruppe „Alt vs. Jung“ sollte die angesprochene Zielgruppe anhand des Alters der aufgenommenen Personen festgelegt werden. Durch die Analyse der Fotografien von den deutschen Internetseiten kam zum Vorschein, dass hier sowohl junge Menschen in der städtischen als auch ältere Leute in der ländlichen Umgebung dargestellt werden. Auf solche Weise wird versucht, die beiden Zielgruppen Rentner und Jugendliche bzw. junge Erwachsene zu erreichen und diese durch die für das jeweilige Alter bevorzugte Umgebung anzusprechen. Die Ergebnisse der quantitativen Analyse, nach denen fast 40 Prozent der erfassten Fotografien gemischte Menschengruppen abbilden, untermauern die Bestrebung und das mit der Online-Präsenz des Landes verfolgte Ziel, eine möglichst breite

Altersspanne potenzieller Interessenten abzudecken. Vergleicht man die abgebildeten Bildproduzenten auf den Fotografien von den deutschen Webseiten mit denen von den österreichischen, wird bei Österreich verstärkt die Zielgruppe junge Erwachsene sowohl in Bezug auf touristische Aktivitäten als auch auf die Möglichkeit einer Beschäftigung bzw. eines Studiums angesprochen. Genauso wie bei Deutschland findet auch hier die Zielgruppenansprache in dieser Altersschicht vorrangig im städtischen Bereich statt. Das Städtereisen ist somit für junge Leute besonders attraktiv, während ältere Menschen Erholung in der Natur aufgrund guter Luft und gesunden Klimas bevorzugen (vgl. DZT 2013: 3). Hinsichtlich der gezielten Ansprache von jungen Erwachsenen lässt sich bei Österreich erneut eine Parallele zum oben erwähnten „Nation Brand Austria“-Konzept ziehen, das darauf abzielt, mit dem Aufpolieren des Landesimages den Eingang in die Köpfe internationaler Jugend zu finden. Der Grund dafür ist der geringe Wiedererkennungswert des Landes bei der angestrebten Zielgruppe, die wenige Assoziationen mit Österreich hat und es nicht unbedingt als Innovationsland betrachtet (vgl. „Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m. b. H. Co KG 2013). Zieht man die Ergebnisse der quantitativen Analyse zurate, die in diesem Fall eine ergänzende Funktion haben, sind drei Gruppen bei den erfassten Fotografien prozentual etwa gleich vertreten: „Gemischt“ mit 25 Prozent sowie „Paare ohne Kinder“ und „Mann/Männer“ mit rund 22 und 21 Prozent. Abgesehen von der Abbildung von Menschenmengen bei der Kategorie „Gemischt“ werden damit primär männliche Personen und junge Paare ohne Nachwuchs angesprochen (siehe Kapitel 5.3.3.9).

Bei den Niederlanden werden gemischte Menschengruppen auf den analysierten Fotografien dargestellt, die keine Zugehörigkeit zueinander aufweisen. Den Ergebnissen der quantitativen Analyse zufolge bilden auch fast 60 Prozent der erfassten Fotoaufnahmen Personen ab, die zur Kategorie „Gemischt“ zugeordnet sind. Im Zuge der qualitativen Bildanalyse stellte sich heraus, dass die Zielgruppe „Familien mit Kindern“, die sowohl in der städtischen als auch ländlichen Umgebung am Meer abgebildet wird, besonders zum Vorschein kommt und neben Städtereisenden die Kernzielgruppe des Landes ist (vgl. Horizont 2001). Die Abbildung von Kindern, die aufgrund ihrer freien Bewegung im dargestellten Raum nicht ohne Weiteres zu einer bestimmten Familie bzw. einem Elternpaar zugeordnet werden können, lässt die aufgenommenen Feriengäste wie eine große Familie erscheinen, wodurch eine familiäre und ungezwungene Atmosphäre entsteht.

In der Gruppe „Zusammengehörigkeit vs. Individualität“ sind weitere Unterschiede zwischen den Habitus der abgebildeten Bildproduzenten auf den untersuchten Fotografien dreier Länder festzustellen. Junge Menschen auf den Bildern von den deutschen Internetauftritten weisen einerseits durch ähnliche Mimik, Gestik, Alter und Bekleidung die Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe auf, sind aber andererseits aufgrund ihrer lässigen und

unabhängigen Körperhaltung sowie der Abbildung von einzelnen Personen ohne Begleitung durch innerliche Individualität und Unabhängigkeit gekennzeichnet. Bei Österreich sind es dagegen junge Erwachsene, die alleine bzw. ohne Begleitung abgebildet und aufgrund ihrer differenten Gestik, Handlung, Bekleidung und unterschiedlichen Alters durch Unabhängigkeit sowie innerliche und äußerliche Individualität gekennzeichnet sind. Das deutet darauf hin, dass mittels der untersuchten Fotoaufnahmen nicht nur unterschiedliche Zielgruppen wie Feriengäste, Studieninteressente oder Arbeitssuchende angesprochen werden, sondern auch junge Talente, die kreativ, selbständig und energisch sind und sich von der Masse durch ihre Individualität und Unabhängigkeit abheben. Auf den Bildern von den niederländischen Webseiten weisen die abgebildeten Bildproduzenten trotz ihres unterschiedlichen Alters ebenso wie auf den Fotografien von den deutschen Internetauftritten die Zugehörigkeit zur gleichen sozialen Gruppe als Urlauber bzw. Stadtbesucher auf und haben keine äußerlichen Differenzen, die sie voneinander gravierend unterscheiden würden. Abgesehen von den Erwachsenen, die sich vorwiegend in kleinen Gruppen aufhalten, sind Individualität und Unabhängigkeit vor allem bei den Kindern zu beobachten, die sich zum Teil alleine bzw. ohne aufmerksame Aufsicht ihrer Eltern im Raum bewegen. Auf solche Weise wird Sicherheit gepaart mit Sorgenfreiheit vermittelt, die die Urlaubsreise der abgebildeten Familien mit Kindern in den Niederlanden prägt.

Bei der Gruppe „Aktiv vs. Passiv“ wird auf den Fotografien von den deutschen Webseiten nebst einem passiven vor allem ein aktiver Zustand ohne (Fort-) Bewegung festgehalten, der i. d. R. nach einer aktiven Bewegung eintritt. So werden auch gemäß den Ergebnissen der quantitativen Analyse bei fast 50 Prozent der erfassten Fotografien von den deutschen Internetauftritten Personen bei einer aktiven Erholung ohne (Fort-) Bewegung abgebildet. Dadurch erfolgt die Hervorhebung und Akzentuierung solcher Werte wie Gemütlichkeit, Entspannung und Lebensgenuss, mit denen Aktivitäten unternommen werden. Ebenso sind die abgebildeten Bildproduzenten bei den analysierten Fotografien von den österreichischen und niederländischen Internetseiten sowohl in einem passiven als auch aktiven Zustand mit und ohne (Fort-) Bewegung dargestellt, der gleichermaßen für Entspannung und Gelassenheit spricht. Diese Werte, die im landesspezifischen Habitus dreier Länder zu finden sind, spiegeln sich auch im Habitus der abgebildeten Bildproduzenten wieder, die ihre Urlaubsreise unabhängig von der Art der Beschäftigung genussvoll und erholsam erleben. In Bezug auf die Ergebnisse der quantitativen Analyse sind die beiden aktiven Zustandsarten führend: Bei Österreich bilden rund 34 Prozent der erfassten Fotoaufnahmen „Aktive Erholung mit Bewegung“ und 28 Prozent „Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung“ ab. Bei den Niederlanden dominiert mit 50 Prozent „Aktive Erholung mit Bewegung“, gefolgt von „Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung“ mit rund 35 Prozent (siehe Kapitel 5.3.3.14).

Abschließend lässt sich festhalten, dass bei Deutschland in Bezug auf die Zielgruppenansprache sowohl ältere als auch junge Leute angesprochen werden. Die letzteren zeichnen sich durch die äußerliche Gleichheit und innerliche Individualität aus. Bei Österreich wird dagegen der Fokus auf junge Menschen gelegt, die kreativ, unabhängig und individualistisch sind. Die Zielgruppe „Familien mit Kindern“ wird wiederum bei den Niederlanden akzentuiert, indem die aufgenommenen Feriengäste bzw. Stadtbesucher als eine große Familie dargestellt werden. Ungeachtet der differenten Beschäftigungsart und des abgebildeten Zustandes der Personen kommt bei allen drei Ländern das Gleiche zum Tragen: Solche Werte wie Entspanntheit und Gelassenheit liegen nicht nur einem Erholungsurlaub zugrunde, sondern prägen auch den Lebensstil der abgebildeten Bildproduzenten.

7. Schlussbetrachtung

Das vorliegende Forschungsprojekt hat sich zum Ziel gesetzt, die visuelle Selbstpräsentation von Deutschland und seinen Nachbarländern Österreich und den Niederlanden im Internet anhand der Methodenkombination aus quantitativen und qualitativen Ansätzen zu untersuchen und die landesspezifischen Habitus der Länder zu rekonstruieren. Um die zentralen Forschungsfragen, die am Anfang des Analysevorhabens gestellt wurden, beantworten zu können, sollen die ermittelten Befunde zur visuellen Selbstdarstellung der untersuchten Staaten im Internet im Folgenden zusammengetragen werden. Eine kritische Würdigung und Reflektion des angewandten Analysevorschlages zur Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten sowie die Forschungsperspektiven, die sich durch das vorgestellte Dissertationsprojekt eröffnen, schließen die Betrachtung ab.

7.1. Zur visuellen Selbstpräsentation von Staaten im Internet

Die präsentierten Befunde der quantitativ-qualitativen Analyse von Bildinhalten im Internet deuten unverkennbar auf die nicht zu unterschätzende Notwendigkeit an, sich bei der zielgerichteten bzw. zielgruppenorientierten Online-Kommunikation mit dem Medium Bild auseinanderzusetzen. Die Mediatisierung und Digitalisierung unserer Gesellschaft haben zweierlei Wirkung hervorgerufen. Einerseits nahmen Bildmedien enorm an Bedeutung zu, so dass die Verlagerung von einer textbasierten Kommunikation auf eine bildbasierte Kommunikation stattfand (vgl. Scheibel 2002: 273). Andererseits führte das zur Entstehung des häufig beklagten Bildermülls im Internet (vgl. Bering 2002: 93). Dies hat die visuelle Alphabetisierung sowohl der Rezipienten angesichts der Steigerung der Anforderungen an ihre visuelle Wahrnehmungsfähigkeit als auch der Kommunikatoren hinsichtlich der Konzeption und Durchführung einer gezielten visuellen Kommunikationsstrategie unabdingbar gemacht. Schon der erste Blick auf die ausgewählten Internetauftritte der analysierten Länder hat gezeigt, dass niedrig aufgelöste und sehr kleine Bilder im Online-Bereich immer noch reichlich Anwendung finden. Sie verlieren dadurch nicht nur an Aussagekraft und Wirkung, sondern überladen durch ihren Einsatz in großen Mengen die Webseite und erzielen einen negativen Effekt, indem sie vielmehr störend als ergänzend und unterstützend wirken. Die quantitativ-qualitative Analyse von den ausgewählten Webauftritten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden hat zudem verdeutlicht, dass der Nutzeneffekt und der Zweck von visuellen Online-Inhalten, wenn sie ausschließlich für die reine Abbildung der Realität, als Platzhalter oder für die Illustration bestimmter Vorgänge und Prozesse eingesetzt werden, bei weitem verfehlt wird (vgl. Mayer 2013: 88). Als ein hervorragendes Kommunikationsinstrument für die ‚Vermittlung von Sinn‘ (Imdahl 1994: 300) soll das Medium Bild eine eigenständige und bewusste Zuwendung erfahren.

Damit ist zwar noch nichts über die Frage nach der Wirkung einer auf die Bedürfnisse und verfolgten Ziele der Länder abgestimmten visuellen Kommunikationsstrategie auf das angestrebte Zielpublikum ausgesagt. Diese Frage kann auch im Rahmen des vorliegenden Dissertationsprojektes nicht beantwortet werden und fällt in den Zuständigkeitsbereich der Medienwirkungsforschung. Doch gerade im Kontext des sich ständig ausbreitenden und rasant wachsenden Betätigungsfeldes im World Wide Web zeigt sich: Eine gut durchdachte visuelle Kommunikationsstrategie schließt nicht nur eine mögliche Inkongruenz zwischen Bild- und Textbotschaften aus. Dadurch können auch bestimmte Aspekte und Werte hervorgehoben und in Übereinstimmung mit den zu vermittelnden Textbotschaften an ihre Adressaten erfolgreich weitergegeben werden. Die hier präsentierten Ergebnisse liefern einige Hinweise dafür, dass die visuelle Online-Kommunikation als ein strategisches Instrument eingesetzt werden kann, um mittels der veröffentlichten Bildinhalte gewünschte Werte und Botschaften bewusst vermitteln und landeseigene Kernkompetenzen und Alleistellungsmerkmale stärker in den Vordergrund stellen zu können.

In Hinblick auf die touristische Vermarktung verfolgen die Staaten ein ähnliches Ziel, das sie auf unterschiedliche Art und Weise bzw. unter Setzung differenter Schwerpunkte in ihrer Online-Kommunikation zu erreichen versuchen. In Kapitel 6 wurden bereits die zentralen Ergebnisse der Habitusrekonstruktion der Länder präsentiert. Abgesehen von solchen habituellen Werten wie Erlebnisreichtum, Entspannung, Gelassenheit und Lebensgenuss, die integrale Bestandteile eines typischen Erholungsurlaubs darstellen und im Habitus dreier Länder zu finden sind, ließen sich in Hinblick auf ihren kulturellen Bezug und historische Besonderheiten einige essentielle Unterschiede feststellen. Der Habitus von Deutschland weist eine gegenwärtige sowie auch zukunftsweisende Perspektive auf und stellt Deutschland als weltoffenes, tolerantes Land mit zahlreichen Möglichkeiten für Kreativität und Freiheit ausleben dar. Die Vergangenheit, die durch den ikonischen Sinngehalt des analysierten Bildmaterials gar nicht zum Ausdruck kommt, gilt in diesem Sinne als abgeschlossen. Es findet eine bewusste Hinwendung zum Menschen statt: Die abgebildeten Bildproduzenten und deren Zustand befinden sich im Mittelpunkt des Geschehens, während ihre Umgebung vielmehr als eine gewisse Umrahmung des Bildsujets gilt. Die Habitus von Österreich und den Niederlanden gründen sich hingegen auf ihrem reichen geschichtlichen und kulturellen Fundament, von dem eine Brücke über die Gegenwart in die Zukunft geschlagen wird. Nicht der Mensch, sondern das Kulturerbe der Länder erfährt eine starke Zuwendung. Bei den Niederlanden kam sogar zum Vorschein, dass die abgebildeten Bildproduzenten als eine Art Umrahmung für die dargestellten Kulturobjekte fungieren. Die Überbetonung des kulturellen Bezugs zeichnete schließlich die Habitus von Österreich und den Niederlanden durch eine Entpersönlichung aus, die bei der vermehrten Darstellung von Kulturobjekten ohne Menschen bzw. ohne Menschenstaffage stets in Kauf zu nehmen ist. Sowohl

in Bezug auf die geschichtlichen Hintergründe der Länder als auch die durch die abgebildeten Bildproduzenten angesprochenen Zielgruppen – junge und ältere Menschen bei Deutschland, junge Erwachsene bei Österreich und junge Familien mit Kindern bei den Niederlanden – spricht die ermittelte Soziogenese der rekonstruierten Werte dafür, dass einige Umriss einer zielgerichteten Kommunikationsstrategie, die ihren Ausdruck in den veröffentlichten Bildinhalten findet, bei den untersuchten Ländern zu verzeichnen sind. Insgesamt, so lässt sich resümieren, zeigen jedoch die Ergebnisse an, dass die visuelle Medienkompetenz in Hinblick auf die publizierten Bildinhalte noch einen spürbaren Entwicklungsbedarf aufweist und entsprechend geschult werden muss. Neben dem Verstehen von Schrift und Sprache stellen das Begreifen der Wirkung von Bildern und die Ermittlung ihrer immanenten Bedeutungen nicht nur ein wichtiges Element der Sozialisation dar, sondern sind für die Konzeption und Durchführung einer zielorientierten Kommunikationsstrategie, bei der Bild- und Textinhalte aufeinander abgestimmt werden, unerlässlich. Erst auf diesem Weg können Unstimmigkeiten und Widersprüche in der visuellen Zielgruppenansprache – wie die Überbetonung des kulturellen Bezugs und die damit herbeigeführte Entpersönlichung der Fotoaufnahmen – behoben und ein klarer Akzent auf die zu vermittelnden Werte und Botschaften gesetzt werden.

Diese wesentlichen landesspezifischen Unterschiede im Habitus dreier Länder konnten erst anhand der qualitativen Bildinterpretation herausgearbeitet werden und wären ohne den systematischen komparativen Zugang latent geblieben. Das bestätigt erneut das nicht zu übersehende Erfordernis, bei der Erfassung und Analyse von visuellen (Online-)Inhalten nicht nur äußerliche bzw. formale Kriterien, sondern auch bildimmanente Strukturen anhand der tiefer gehenden qualitativen Interpretation zu untersuchen. Nichtsdestotrotz stellt die quantitative Analyse eine gut strukturierte Basis sowohl für die Bildselektion im Rahmen der qualitativen Untersuchung als auch für die Validierung und Verifizierung der qualitativ erhobenen Befunde dar. So hat z. B. die quantitative Aufteilung der erfassten Bilder in Personen- und Sachaufnahmen eine mittels der qualitativen Bildinterpretation herauskristallisierte Entpersönlichung im landesspezifischen Habitus der Niederlande bestätigt und untermauert. Ferner wurde anhand der quantitativen Untersuchung eine bemerkenswerte Tendenz festgestellt. Dieselbe visuelle Strategie, die bei der Pressefotografie verfolgt wird, ist auch bei der Präsentation von Deutschland, Österreich und den Niederlanden im Internet zu beobachten. Laut Befunden der PR-Forschung wächst der Bedarf an „Authentizität und Glaubwürdigkeit durch eine immer komplexere und nicht mehr ohne Medien zu erfassende Wirklichkeit“ (Schwan 2011: 141). So wird auch bei den untersuchten Staaten ein starker Fokus auf die Authentifizierung von visuellen Online-Inhalten gesetzt, die durch solche Merkmale wie kompletten Verzicht auf Hochformate, Kameraperspektive „auf Augenhöhe“, Einsatz von keinen gestalterischen Effekten, Einstellungsgröße „Halbtotal/Total“, einen der Kamera

abgewandten Blick und zurückhaltende Emotionalisierung der abgebildeten Bildproduzenten gekennzeichnet ist. In diesem Zusammenhang zeichnete sich bei den untersuchten Staaten eine bestimmte Vermarktungsstrategie ab: Der Bildbetrachter soll die Rolle eines unsichtbaren Beobachters übernehmen und die Wirklichkeit und Authentizität des Landes unbemerkt und ungezwungen zusammen mit den abgebildeten Bildproduzenten miterleben, um seine persönliche Meinung zu bilden und objektive Eindrücke über das Land – unabhängig von bestehenden Stereotypen und Vorurteilen darüber – sammeln zu können. Einerseits ist eine aggressive Werbung bei der Vermarktung eines Landes wenig erwünscht – vor allem wenn kühne Versprechen nicht eingehalten werden können. Andererseits soll das Potential der Fotografie durch Kreativität und kunstvolle Umsetzung ausgeschöpft werden. Darin besteht schließlich ihre Kraft, die Bildbetrachter durch die Hervorhebung von kleinen, zuweilen unbedeutenden Details das Alltägliche und Bekannte auf eine besondere bzw. ungewöhnliche Art und Weise erleben zu lassen. Farben, Schärfentiefe, Lichteffekte, interessante Kameraperspektiven etc. sind unabdingbare Gestaltungselemente der Kunstfotografie, mit denen Stimmung, Kontraste und kreative Thementumsetzungen erzeugt werden können. Ein gutes Beispiel hierfür stellen der deutsche Webauftritt [Germany.travel](#) sowie auch die österreichischen Internetseiten [Austria.info](#) und [Wien.info](#) dar, die vorwiegend kontrastreiche, kunstvolle und emotional ansprechende Bilder einsetzen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass der Weg zum Erfolg neben den professionell aufbereiteten, qualitativ hochwertigen und emotional ansprechenden Fotografien auch solche Bilder darstellen, die dem Habitus des Staates und seinen Werten entsprechen und diese kommunikationsstark zum Ausdruck bringen. Um dieses Ziel erreichen zu können, ist zweierlei zu beachten. Zum einen soll seitens der Kommunikatoren resp. Verantwortlichen eine bewusste Zuwendung zum Medium Bild und seinen Eigenheiten und Besonderheiten stattfinden. Die visuelle Medienkompetenz stellt eine wichtige Voraussetzung für die Fähigkeit dar, sowohl Bedeutungsinhalte visuell vermittelter Botschaften als auch ihre Produktionsweisen ermitteln zu können. Deshalb darf die Aneignung visueller Kompetenzen genauso wie die Schulung textlicher Fähigkeiten nicht vernachlässigt werden. Zum anderen bedarf es finanzieller sowie auch personeller Ressourcen in den Bereichen Design, Grafik, Digitale Medien und Fotografie. Das stellt eine Herausforderung an die Länder dar, die Zusammenarbeit nicht nur mit Verbundpartnern wie z. B. Tourismusorganisationen und Veranstaltern aufrechtzuerhalten, sondern auch eigene Investitionen in Personal und dafür erforderliche Ressourcen zu tätigen. Ein Paradebeispiel hierfür sind die österreichischen Webseiten. Die darauf veröffentlichten Fotografien stammen vorwiegend von den Tourismuspartnern und eigenen bzw. speziell für diesen Zweck engagierten Fotografen. Bildagenturen mit ihren verallgemeinerbaren Motiven stellen in diesem Fall eine Notlösung dar. Darauf soll – besonders im Rahmen einer klar definierten, zielgerichteten Kommunikationsstrategie – nur moderat zurückgegriffen werden. Erst auf diesem Weg ist es möglich, eine erfolgreiche

zielgruppenorientierte visuelle Online-Kommunikation zu betreiben und eine vorteilhafte und gelungene Präsenz des eigenen Landes zu gewährleisten.

7.2. Zum angewandten Analyseversuch: kritische Würdigung des Verfahrens

Die weiteren Befunde betreffen den entwickelten und empirisch erprobten Analyseversuch. Um die wesentlichen Erkenntnisse darüber vorstellen zu können, sollen sowohl seine Stärken als auch Schwachstellen zusammenfassend dargestellt und bewertet werden. Eine der wichtigen Stärken des Verfahrens besteht in der Verbindung der Analyse von Strukturen und Mustern in medialen Botschaften mit der Herausarbeitung tiefer liegender Bedeutungsstrukturen und ihrer Funktionsweise (vgl. Lobinger 2012: 257). Während die quantitative Bilderfassung zur Offenlegung von Darstellungs- und Visualisierungsstrategien beisteuerte, wurden anhand der qualitativen Bildinterpretation die über und in Bildern vermittelten Werte und Botschaften, die soziokulturelle Vorstellungen, Deutungsrahmen und Weltanschauungen der Bildproduzenten umfassen, aus dem manifesten Bildinhalt rekonstruiert (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 177). Die Methodenkombination erlaubt auf solche Weise Lücken beider Verfahren zu schließen und eine höhere Qualität der Datenerhebung zu erzielen. So ist z. B. die Überprüfung von Informationen auf ihre Richtigkeit – etwa in Hinblick auf die dargestellten Personen eines Motivs – im Rahmen der quantitativen Bildanalyse kaum möglich. Diese Lücke kann hingegen mit der qualitativen Einzelbildanalyse geschlossen werden, bei der eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Bild und seinen individuellen Besonderheiten erfolgt. Und umgekehrt: Die ikonografisch-ikonologischen Einzelbildanalysen berücksichtigen die spezifischen Eigentümlichkeiten eines Einzelbildes, sodass eine zahlenmäßige Aussage über allgemeine Tendenzen und Strukturen sowie ein verallgemeinerbarer, pauschaler Rückschluss von einem Einzelbild auf die ganze Grundgesamtheit kaum stattfinden können (vgl. Grittmann, Ammann 2011: 169). Die systematische Erfassung von visuellen Online-Inhalten und deren Bündelung mithilfe von Bildtypen ermöglicht zudem nicht nur Bildaussagen auf der quantitativen Basis zu treffen, sondern bietet eine gut vorbereitete systematisierte Grundlage für die anschließende qualitative Bildinterpretation. Die Fotoauswahl hierfür beruhte – neben der sichtbaren Positionierung der Bilder auf der Webseite und ihrer Veröffentlichung an hervorragender Stelle – auf der zahlenmäßig ermittelten Gewichtung der Bilder nach ihren formalen und inhaltlichen Kriterien. Auf solche Weise konnte einerseits das Fotomaterial für die qualitative Bildanalyse selektiert werden, das in Bezug auf die meist vorkommenden Kategorien dem idealtypischen Bild, das alle dominanten Variablen des Codebuchs impliziert, entspricht. Andererseits konnte damit eine intersubjektiv überprüfbare Bildauswahl getroffen und auf mathematisch-statistischer Grundlage begründet werden.

Des Weiteren ist die dargestellte quantitativ-qualitative Methode durch die analytisch-systematische und durch Korrelate kontrollierbare Verfahrensweise sowohl bei der Kategorien- und Bildtypenbildung im Rahmen der quantitativen Bildanalyse als auch bei der Rekonstruktion des habituellen Erfahrungswissens im Rahmen der qualitativen Bildinterpretation gekennzeichnet. Zwar hängen die Ergebnisse in hohem Maße von interpretatorischen Leistungen des Forschers sowie seinen milieu-, generations-, geschlechts- oder entwicklungs-spezifischen Erfahrungen ab und weisen damit eine überwiegend subjektive Genese auf. Die gebildeten Bildtypen und der rekonstruierte Habitus werden jedoch ständig durch Korrelate methodisch überprüft und von der Seinsverbundenheit des Interpreten weitgehend bereinigt. Das trägt vor allem im Falle der qualitativen Bildanalyse zur Behebung einer etwaigen Überinterpretation der visuellen Online-Inhalte bei. Die zu weit greifenden Überlegungen und Spekulationen werden im Rahmen der fallinternen und fallexternen komparativen Analyse durch andere Vergleichsfälle i. d. R. nicht unterstützt und auf solche Weise ausgeklammert.

Trotz zahlreicher Vorteile, die die Methodentriangulation zweier Verfahren mit sich bringt, stößt sie jedoch auf ihre Grenzen und weist gewisse Unzulänglichkeiten auf. So erwies sich im Zuge der ikonischen Interpretation der Bilder die Analyse von Sachaufnahmen als schwierig. Hierfür sollte öfters auf Symbolik und abstrakte Bedeutungszuweisungen für Formen, Farben, Atmosphäre etc. zurückgegriffen werden. Solche Interpretationen sind meist spekulativ und können je nach kulturellem und gesellschaftlichem Milieu unterschiedlich ausfallen. Im Falle der quantitativen Bildanalyse ließ sich zudem oft ein Bildmotiv, das entweder von dem jeweiligen textlichen Kontext oder der Interpretationsleistung des Forschers abhängig ist, nicht eindeutig zu einem Bildthema zuordnen. Eine genaue und präzise Vorgehensweise bei der Erstellung eines trennscharfen Kategoriensystems inklusive Codieranweisungen war und ist deshalb nur bedingt möglich – auch trotz einer harten Codierweise und der Anpassung der Codieranweisungen nach dem durchgeführten Pretest.

Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass die Methodentriangulation zwar ein gewinnbringendes aber auch arbeitsintensives Verfahren ist. Die Erstellung des Codebuchs, das an sich ein sehr zeitaufwendiges Unterfangen ist, erfordert eine intensive Schulung der Codierer und setzt ein Wissen um gesellschaftliche Normen und Strukturen voraus. Auch die Anpassung und Überarbeitung des Kategoriensystems nach dem Pretest, die Bildtypenbündelung und die anschließende qualitative Bildanalyse nach dem Prinzip der dokumentarischen Einzelbildinterpretation machen das vorgestellte Verfahren zwar zu einer vorteilbringenden, aber auch arbeitsaufwendigen Methode, die nicht unbedingt universal einsetzbar ist. Das dargestellte quantitativ-qualitative Verfahren wurde für die Analyse von visuellen Online-Inhalten konzipiert, deren Forschungsinteresse neben der Feststellung von Mustern und Tendenzen auch die Habitusrekonstruktion war. Je nach zu untersuchendem

Bildbestand und Forschungsinteresse sollten bei der Methode ggf. Anpassungen vorgenommen werden. Für die Analyse eines fotojournalistischen Fotobestandes soll z. B. auch der Bildkontext miteinbezogen und bei der Erstellung des Codebuchs mitberücksichtigt werden. Der Einsatz des ikonografisch-ikonologischen Verfahrens der dokumentarischen Methode, die auf die Erschließung des ikonischen Sinngehalts des Bildes bzw. des Habitus durch die Rekonstruktion der Bildkomposition abzielt und mit Instrumenten professioneller Bildgestaltung wie Perspektivität, Planimetrie, szenischer Choreographie und Verhältnis von Schärfe und Unschärfe arbeitet, ist darüber hinaus für die Interpretation von Amateurbildern von Jugendlichen und Kindern wenig sinnvoll. Für solche nicht-professionellen Bilder, bei denen der Erinnerungswert viel wichtiger ist als die ästhetische Gestaltung, ist es in Anlehnung an Sowa und Uhlig ratsam, zwischen „Bildsehen“ und „Motivsehen“ zu unterscheiden. Das „Motivsehen“ ist im Gegenteil zum „Bildsehen“ an kein bildgestalterisches Wissen geknüpft und inszeniert das Abgebildete eher naiv. Auch unterschiedliche Verwendungskontexte, in denen Bilder eingebettet werden, fehlende Informationen zu Anlass und Entstehungskontext fordern Auslegungen einiger Bilder heraus (vgl. Nesyto 2006: 263; Pilarzhyk, Mielzner: 140).

Abschließend lässt sich jedoch festhalten, dass Methodenkombinationen – unabhängig von den vorgenannten Herausforderungen – nicht nur zu ausgewogenen Ergebnissen höherer Qualität beitragen, sondern auch durch die Verknüpfung von qualitativen und quantitativen Ansätzen, die in der Bildforschung bislang noch selten ist, etwaige Unzulänglichkeiten der beiden Analyseverfahren ausgleichen und die damit verbundenen Defizite visueller Kommunikationsforschung ausräumen können.

7.3. Forschungsperspektiven und wissenschaftliche Relevanz

Der hier präsentierte Analysevorschlag zielte auf Folgendes ab: Er sollte für die Möglichkeiten und Grenzen einer quantitativ-qualitativen Methodentriangulation sensibilisieren, die manifeste Bildinhalte im Online-Bereich intersubjektiv nachvollziehbar inhaltsanalytisch erfasst sowie auch ihren immanenten Sinngehalt erschließt. Abgesehen von der quantitativen Bildinhaltsanalyse, die in wachsendem Maße eingesetzt wird und deshalb als „Lieblingsverfahren“ der visuellen Kommunikationsforschung gilt (vgl. Lobinger 2012: 273), stellt die dokumentarische Bildinterpretation ein vielseitig und transdisziplinär einsetzbares Instrument für die Untersuchung und Rekonstruktion von spezifischen kollektiven Orientierungen, Dispositionen und habituellen Praktiken dar, die sich im Visuellen dokumentieren und durch einen systematischen Zugang zu entschlüsseln sind. Da die dokumentarische Bildinterpretation bei der Auswertung verschiedenster qualitativer Bilddaten ihre Anwendung findet und für immer mehr Forschungsfelder erschlossen und angewandt wird, die von den öffentlichen Medien und Politik über die Freundschaft und Paarbeziehungen bis hin zum Bildungs-

bereich hineinreichen (siehe Bohnsack et al. 2015), leistet auch das vorliegende Forschungsprojekt einen Beitrag für die visuelle Kommunikationsforschung und zwar für ihren Teilbereich Visuelle Online-Kommunikation. Auf der einen Seite wird damit aufgezeigt, wie eine strukturierte und systematisierte Vorgehensweise bei der Analyse von Bildinhalten im Online-Bereich sowohl auf einer quantitativen als auch qualitativen Basis stattfinden kann. Auf der anderen Seite wird es verdeutlicht, dass die dokumentarische Bildinterpretation mit der ihr zugrundeliegenden Rekonstruktion von habituellen Praktiken und Orientierungsrahmen nicht nur für die Untersuchung einzelner Milieugruppen, sondern auch für die Habitusrekonstruktion von unterschiedlichen Institutionen, Unternehmen, Geldinstituten und eben Staaten und Nationen herangezogen werden kann (siehe Bohnsack et al. 2015; Mayer 2013). Auf diesem Wege bestätigt sich die in der Theorie behandelte Vermittlerrolle des Habitus, der als Vermittlungsinstanz zwischen der Mikro- und Makroebene fungiert. Die in der Mikroebene rekonstruierten habituellen Praktiken der abgebildeten Bildproduzenten bilden schließlich die Grundlage für die Makroebene der kulturellen und gesellschaftlichen Einheit des Staates bzw. den landesspezifischen Habitus.

Der entwickelte Analysevorschlag, der eine systematische Abfolge von einzelnen Analyseschritten impliziert und veranschaulicht, ist insofern flexibel einsetzbar, dass je nach Forschungsinteresse und Untersuchungsgegenstand die Arbeitsschritte – der quantitative oder qualitative – optional eingesetzt oder durch andere methodische Ansätze wie Gruppendiskussionen, Tiefeninterviews oder Inhaltsanalyse von Textmaterial komplementiert bzw. substituiert werden können. Dies betrifft auch die Auswahl des Untersuchungsmaterials: Nimmt z. B. die Platzierung bzw. Positionierung von Bildinhalten im Internet keine zentrale Rolle ein, die wiederum für die Bildauswahl für die qualitative Untersuchung im vorliegenden Forschungsprojekt ausschlaggebend war, können die im Zuge der quantitativen Erhebung in Bildtypen erfassten Fotografien innerhalb jeder Bildmotivgruppe untersucht und die Bildselektion nach ähnlichen bzw. für die jeweilige Gruppe typisch erscheinenden Bildmotiven getroffen werden. In diesem Kontext wird es deutlich, dass die erarbeitete Vorgehensweise buchstäblich einen als Beispiel dienenden und empirisch überprüften Vorschlag darstellt, wie visuelle Inhalte im Online-Bereich erfasst und analysiert werden können. Nichtsdestotrotz bildet der präsentierte Analysevorschlag sowohl eine fundierte Grundlage für die weitere Entwicklung und Erprobung des analytischen Instrumentariums zur Erfassung von visuellen (Online-)Inhalten als auch für die aufbauende Untersuchung von landesspezifischen Habitus. Daraus ergeben sich einige Forschungsanregungen. So wäre es z. B. informatorisch, Experteninterviews mit Kommunikatoren bzw. Verantwortlichen der Webseiten durchzuführen, um die bereits vorliegenden Erkenntnisse auf diesem Wege zu vertiefen und zu validieren, oder z. B. anhand von Gruppendiskussionen mit anvisierten Zielgruppen die Wirkung von Bildern zu untersuchen. Der Einsatz von Gruppendiskussionen würde u. a. einige bemerkenswerte Hinweise dafür liefern, welche Bildmotive eine höhere Prägnanz

im Wahrnehmungs- und Verarbeitungsprozess erreichen. Die daraus gewonnenen Befunde könnten zudem durch die Analyse der Benutzerfreundlichkeit der Webseiten ergänzt werden, die einen unverkennbar immensen Einfluss auf den Wirkungserfolg einer Kommunikationsstrategie im Internet ausübt.

Die weiteren Forschungsanregungen betreffen die Auswahl der zu untersuchenden Staaten sowie den Analysezeitraum. Neben den zentraleuropäischen Staaten, bei denen die Herausarbeitung von Kontrasten in der Gemeinsamkeit im Mittelpunkt stand, würde die Untersuchung von Ländern außerhalb des Westens die vorliegenden Befunde durch die Herauskristallisierung von Gemeinsamkeiten im Kontrast bereichern. Damit kann u. a. die Frage beantwortet werden, inwieweit die geschichtliche, kulturelle, wirtschaftliche, soziale und politische Entwicklung eines Landes auf seine visuelle Selbstpräsentation im Internet Einfluss nimmt und wie der landesspezifische Habitus dabei zum Ausdruck kommt. Auch die Analyse von Veränderungen und Umgestaltungen auf den Webseiten in Hinblick auf die veröffentlichten Bildinhalte über einen längeren Zeitraum könnte schließlich dazu beitragen, die Nachhaltigkeit der verfolgten Kommunikationsstrategie überprüfen und die für den landesspezifischen Habitus charakteristischen Homologien und ggf. Heterologien in der Bildpraxis der untersuchten Länder feststellen zu können.

Die oben skizzierten Forschungsperspektiven und -anregungen verdeutlichen, dass sowohl die visuelle Online-Kommunikation als Teilbereich der visuellen Kommunikationsforschung als auch die visuelle Selbstdarstellung von Staaten im Internet ein hochspannendes Thema bzw. Forschungsfeld darstellen. Somit bildet das vorliegende Forschungsprojekt eine theoretisch fundierte und empirisch erprobte Basis, die für weitere Untersuchungen anwendbar ist und dazu auch animieren soll.

7.4. Nachwort

Am Anfang des Forschungsvorhabens standen die Faszination für das Visuelle und die Neugier auf seinen latenten Bedeutungssinn bzw. den darin verborgenen Habitus, der sich aus habituellen Praktiken, Erfahrungsräumen und Orientierungen der Bildproduzenten zusammensetzt. So entstand auch der Wunsch, sich mit dem Visuellen und der Entschlüsselung seiner latenten Bedeutungen im Rahmen der visuellen Kommunikation in dem für die wissenschaftliche Forschung vielversprechenden Bereich, dem World Wide Web, auseinanderzusetzen. Angeregt durch die Abschlussarbeit und die darin angewandte Methodentriangulation, die sich aus der Bild- und Textanalyse von Facebook-Auftritten der Sparkassen nach der dokumentarischen Methode zusammensetzt und die Herausarbeitung von dem Sparkassenhabitus und dem Habitus der Fangemeinde der Sparkassen zum Gegen-

stand hat (siehe Mayer 2013), bestand auch das Forschungsbestreben darin, das rekonstruktive Analyseverfahren auch für größere Institutionen und zwar für Staaten und Länder im Online-Bereich einzusetzen und es für große Bildmengen anwendbar zu machen.

Mit einem Set an theoretischen, empirischen und methodischen Forschungsfragen und inspiriert durch die visuelle Inhaltsanalyse oder genau gesagt ein Modell zur theoretischen Dimensionierung der Erfassung von Bildinhalten von Geise und Rössler (2013a; 2013b) zielte das Forschungsvorhaben schließlich darauf ab, einen quantitativ-qualitativen Analysevorschlagn zur Erfassung und Interpretation von visuellen Online-Inhalten zu entwickeln und seine Stärken und Unzulänglichkeiten anhand der Empirie systematisch und fundiert zu untersuchen.

Am Ende des Forschungsprojektes stehen nun ein Analysevorschlagn im wahrsten Sinne des Wortes, der eine der etwaigen Untersuchungsvarianten für Bildinhalte im Internet darstellt, und die Erkenntnis, dass das Visuelle und die piktorale Kompetenz im Bereich der Online-Kommunikation von immenser Bedeutung sind und im digitalen Zeitalter nicht unterschätzt werden dürfen.

Literatur- und Quellenverzeichnis

Abels, Heinz (2010): Identität. 2. Aufl. Wiesbaden: VS.

Abfalter, Dagmar (2010): Das Unmessbare messen? Die Konstruktion von Erfolg im Musiktheater. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.

Aebli, Hans (1981): Denken: das Ordnen des Tuns. [Denkprozesse, Bd. 2]. Stuttgart: Klett-Cotta.

AGOF e. V. (2017): digital facts 2017-03. Internet: https://www.agof.de/download/Downloads_digital_facts/Downloads_Digital_Facts_2017/Downloads_Digital_Facts_2017-03/03-2017_df_Grafiken_digital%20facts%202017-03.pdf?x12695, 21.11.2017.

AGOF e. V. (2015): internet facts 2015-05. Internet: https://www.agof.de/download/Downloads_Internet_Facts/Downloads_Internet_Facts_2015/Downloads_Internet_Facts_2015-05/05-2015_AGOF%20internet%20facts%202015-05.pdf?x74949, 10.09.2017.

Aicher, Otl (1994): Visuelle Kommunikation. Versuch einer Abgrenzung. In: Stankowski, Anton; Duschek, Karl (Hrsg.): Visuelle Kommunikation: ein Design-Handbuch. 2. Aufl. Berlin: Reimer, S. 8-10.

Alsaker, Françoise D.; Kroger, Jane (2007): Identitätsentwicklung. In: Hasselhorn, Marcus; Schneider, Wolfgang (Hrsg.): Handbuch der Entwicklungspsychologie. Göttingen et al.: Hogrefe, S. 371-380.

Amsterdam Marketing (2017): Besuchen Sie Amsterdam. Internet: <http://www.iamsterdam.com/de/besuchen>, 03.01.2017.

Amsterdam Marketing (2014): Amsterdam Marketing: The organisation. https://issuu.com/iamsterdam/docs/corporate_brochure_engels, 03.01.2017.

Anholt, Simon (2007): Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Basingstoke et al.: Palgrave Macmillan.

Asbrand, Barbara (2010): Dokumentarische Methode. Internet: http://www.fallarchiv.uni-kassel.de/wpcontent/uploads/2010/07/asbrand_dokumentarische_methode.pdf, 10.11.2014.

Auswärtiges Amt (2016): Niederlande. Beziehungen zu Deutschland. Internet: http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/Niederlande/Bilateral_node.html, 27.12.2016.

Bamberg, Stefan (2006): Holocaust und Lebenslauf. Autobiografisch-narrative Interviews mit Überlebenden des Konzentrationslagers Theresienstadt. Dissertation, Ruprecht-Karls-

Universität Heidelberg. Internet: <http://archiv.ub.uni-heidelberg.de/volltextserver/7789/>, 15.11.2014.

Barnhurst, Kevin G. et al. (2004): Mapping Visual Studies in Communication. In: Journal of Communication, Jahrg. 54, Nr. 4, S. 616-644.

Barthes, Roland (1990): Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bauer, Ullrich (2009): Kultur (culture). In: Fröhlich, Gerhard; Rehbein, Boike (Hrsg.): Bourdieu Handbuch. Leben – Werk – Wirkung. Stuttgart, Weimar: Metzler, S. 158-162.

Beck, Klaus et al. (2013): Medialer Habitus, mediales Kapital, mediales Feld – oder: vom Nutzen Bourdieus für die Mediennutzungsforschung. In: Wiedemann, Thomas; Meyen, Michael (Hrsg.): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. [Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Bd.13]. Köln: Halem, S. 234-262.

Becker, Karin (2004): Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication? In: Nordicom Review, 25 Jahrg., Nr. 1-2, S. 149-157.

Beer, Bettina (2012): Kultur und Ethnizität. In: Beer, Bettina; Fischer, Hans (Hrsg.): Ethnologie. Einführung und Überblick. 7. Aufl. Berlin: Reimer, S. 53-73.

Belting, Hans (2001): Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. München: Fink.

Benkhoff, Werner (2013): Befindlichkeit der Deutschen. Warum wir so sind wie wir sind. Internet: <http://www.handelsblatt.com/finanzen/vorsorge-versicherung/nachrichten/befindlichkeit-der-deutschen-nationen-steigen-auf-und-fallen-wieder-zurueck/8851714-3.html>, 17.10.2014.

Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1995): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a. M.: Fischer.

Bering, Kunibert (2002): Bezugfelder der Vermittlung visueller Kompetenz. In: Huber, Hans Dieter et al. (Hrsg.): Bild. Medien. Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München: kopaed, S. 89-102.

BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG (2017a): Wir über uns. Impressum. Internet: <http://www.berlin.de/wir-ueber-uns/impressum/>, 03.01.2017.

BerlinOnline Stadtportal GmbH & Co. KG (2017b): Sehenswürdigkeiten. Oberbaumbrücke. Internet: <https://www.berlin.de/sehenswuerdigkeiten/3559975-3558930-oberbaumbruecke.html>, 03.01.2017.

Berlin Partner für Wirtschaft und Technologie GmbH (2017): WirtschaftsAtlas Berlin. Internet: <http://www.businesslocationcenter.de/wab>, 03.01.2017.

Beurskens, Michael (o. J.): Richtige Quellenangabe im Sinne des UrhG. Internet: https://www.jura.uni-bonn.de/fileadmin/Fachbereich_Rechtswissenschaft/Einrichtungen/Lehrstuehle/Beurskens/Dokumente/Quellenangabe.pdf, 21.05.2017.

Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus GmbH (o. J.): Prinzip der Zentralperspektive. Internet: http://m.schuelerlexikon.de/mobile_kunst/Prinzip_der_Zentralperspektive.htm, 13.11.2017.

Bibliographisches Institut GmbH (2013a): Habitus. Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Habitus>, 17.10.2014.

Bibliographisches Institut GmbH (2013b): Hysteresis. Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Hysteresis>, 17.10.2014.

Bibliographisches Institut GmbH (2013c): Gewohnheit. Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Gewohnheit>, 17.10.2014.

Bibliographisches Institut GmbH (2013d): Bild. Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Bild>, 15.12.2014.

Bibliographisches Institut GmbH (2013e): Mentalität. Internet: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Mentalitaet>, 05.06.2015.

Biermann, Ralf (2009a): Der mediale Habitus von Lehramtsstudierenden. Eine quantitative Studien zum Medienhandeln angehender Lehrpersonen. 1. Aufl. Wiesbaden: GWV.

Biermann, Ralf (2009b): Die Bedeutung des Habitus-Konzepts für die Erforschung soziokultureller Unterschiede im Bereich der Medienpädagogik. In: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. Nr. 17. Internet: <http://www.medienpaed.com/Documents/mediempaed/17/biermann0908.pdf>, 17.10.2014.

BMAS (2017): Hintergrund der Kampagne. Internet: <http://www.fachkraefte-offensive.de/DE/Die-Offensive/Kampagne/hintergrund-der-kampagne-info.html>, 03.01.2017.

BMWi (2017): Impressum. Internet: <http://www.make-it-in-germany.com/de/impressum>, 03.01.2017.

Boehm, Gottfried (2005): Jenseits der Sprache? Anmerkungen zur Logik der Bilder. In: Maar, Christa; Burda, Hubert (Hrsg.): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder. 3. Aufl. Köln: DuMont, S. 28-43.

Boehm, Gottfried (1995): Bildbeschreibung. Über die Grenzen von Bild und Sprache. In: Boehm, Gottfried; Pfothner, Helmut (Hrsg.): Beschreibungskunst – Kunstbeschreibung. Ekphrasis von der Antike bis zur Gegenwart. München: Fink, S. 23-40.

Bohnsack, Ralf et al. (2015): Dokumentarische Bildinterpretation. Methodologie und Forschungspraxis. [Sozialwissenschaftliche Ikonologie: Qualitative Bild- und Videointerpretation, Bd. 4]. Opladen et al.: Budrich.

Bohnsack, Ralf (2013): Dokumentarische Methode und die Logik der Praxis. In: Lenger, Alexander et al. (Hrsg.): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen. Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: Springer, S. 175-200.

Bohnsack, Ralf (2012): Orientierungsschemata, Orientierungsrahmen und Habitus. Elementare Kategorien der Dokumentarischen Methode mit Beispielen aus der Bildungsmilieuforschung. In: Schittenhelm, Karin (Hrsg.): Qualitative Bildungs- und Arbeitsmarktforschung. Grundlagen, Perspektiven, Methoden. Wiesbaden: Springer, S. 119-154.

Bohnsack, Ralf (2011a): Dokumentarische Methode. In: Bohnsack, Ralf et al. (Hrsg.): Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung. 3. Aufl. Opladen: Budrich, S. 40-44.

Bohnsack, Ralf (2011b): Qualitative Bild- und Videointerpretation. Die dokumentarische Methode. 2. Aufl. Opladen: Budrich.

Bohnsack, Ralf (2011c): Bildinterpretation. In: Bohnsack, Ralf; Marotzki, Winfried; Meuser, Michael (Hrsg.): Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung. 3. Aufl. Opladen: Budrich, S. 18-22.

Bohnsack, Ralf (2010a): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methode. 8. Aufl. Opladen & Farmington Hills, MI: Budrich.

Bohnsack, Ralf (2010b): Zugänge zur Eigenlogik des Visuellen und die dokumentarische Videointerpretation. In: Corsten, Michael et al. (Hrsg.): Videographie praktizieren. Herangehensweisen, Möglichkeiten und Grenzen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 271-294.

Bohnsack, Ralf (2009a): Dokumentarische Methode. In: Buber, Renate; Holzmüller, Hartmut (Hrsg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methode – Analysen. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler, S. 319-330.

Bohnsack, Ralf (2009b): Dokumentarische Bildinterpretation. Am exemplarischen Fall eines Werbefotos. In: Buber, Renate; Holzmüller, Hartmut (Hrsg.): Qualitative Marktforschung. Konzepte – Methode – Analysen. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler. S. 951-978.

Bohnsack, Ralf (2007a): Dokumentarische Methode und praxeologische Wissenssoziologie. In: Schützeichel, Rainer (Hrsg.): Handbuch Wissenssoziologie und Wissensforschung. Konstanz: UVK, S. 180-190.

Bohnsack, Ralf (2007b): Die dokumentarische Methode in der Bild- und Fotointerpretation. In: Bohnsack, Ralf et al. (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS. S. 69-91.

Bohnsack, Ralf (2006): Die dokumentarische Methode der Bildinterpretation in der Forschungspraxis. In: Marotzki, Winfried; Niesyto, Horst (Hrsg.): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. [Medienbildung und Gesellschaft, Bd. 2]. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 45-76.

Bohnsack, Ralf; Krüger, Heinz-Hermann (2004): Methoden der Bildinterpretation – Einführung in den Themenschwerpunkt. In: ZBBS Zeitschrift für qualitative Bildungs-, Beratungs- und Sozialforschung, 5 Jahrg., Nr. 1, S. 3-6.

Bohnsack, Ralf (2003a): Differenzerfahrungen der Identität und des Habitus. Eine empirische Untersuchung auf der Basis der dokumentarischen Methode. In: Liebsch, Burkhard; Straub, Jürgen (Hrsg.): Lebensformen im Widerstreit. Integrations- und Identitätskonflikte in pluralen Gesellschaften. Frankfurt a. M.: Campus, S. 136-160.

Bohnsack, Ralf (2003b): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methode. 5. Aufl. Opladen: Leske + Budrich.

Bohnsack, Ralf (2003c): Qualitative Methoden der Bildinterpretation. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 6 Jahrg., Nr. 2, S. 239-256.

Bohnsack, Ralf (2001): Dokumentarische Methode. In: Hug, Theo (Hrsg.): Einführung in die Methodologie der Sozial- und Kulturwissenschaften. [Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Bd. 3]. Baltmannsweiler: Schneider, S. 326-345.

Borofsky, Jonathan (1997): Molecule Man. Internet: <http://www.borofsky.com/index.php?album=moleculemanberlin>, 10.09.2017.

Bourdieu, Pierre (2003): In Algerien. Zeugnisse der Entwurzelung. Graz: Camera Austria.

Bourdieu, Pierre (1998a): Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (1998b): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loïc (1996): Reflexive Anthropologie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (1992): Die verborgenen Mechanismen der Macht. [Schriften zur Politik und Kultur, Bd. 1]. Hamburg: VSA.

- Bourdieu, Pierre** (1987): Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre** (1985): Sozialer Raum und „Klassen“. Leçon sur la leçon. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre** (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. [Soziale Welt, Bd. 2]. Göttingen: Schwartz, S. 183-198. Internet: <http://unirot.blogspot.de/images/bourdieuKapital.pdf>, 11.12.2014.
- Bourdieu, Pierre** (1976): Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyrischen Gesellschaft. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bourdieu, Pierre** (1974): Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bredenkamp, Horst** (2005): Im Königsbett der Kunstgeschichte. Persönliches Interview, geführt von Jens Jessen und Petra Kipphoff. In: DIE ZEIT, o. Jahrg., Nr. 15. Internet: http://www.zeit.de/2005/15/Interv_Bredenkamp, 20.10.2016.
- Breckner, Roswitha** (2014): Offenheit – Kontingenz – Grenze? Interpretation einer Porträtfotografie. In: Müller, Michael R. et al. (Hrsg.): Grenzen der Bildinterpretation. Wiesbaden: Springer, S. 123-154.
- Breckner, Roswitha** (2012): Bildwahrnehmung – Bildinterpretation. Segmentanalyse als methodischer Zugang zur Erschließung bildlichen Sinns. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, Jahrg. 37, Nr. 2, S. 143-164.
- Brenner, Edith** (2003): Elternschaft zwischen Abhängigkeit und Eigenständigkeit. Ethnopschoanalytische Gespräche mit Frauen und Männern in einem armen Stadtviertel Managua, Nicaragua. Norderstedt: Books on Demand GmbH.
- Bruhn, Manfred** (2014): Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement. 3. Aufl. München: Vahlen.
- Bülow-Schramm, Margret; Gerlof, Karsten** (2004): Lebensweltliche Konstruktionen von Studierenden – Brücken zum Habitus? In: Engler, Steffani; Kraus, Beate (Hrsg.): Das kulturelle Kapital und die Macht der Klassenstrukturen. Sozialstrukturelle Verschiebungen und Wandlungsprozesse des Habitus. Weinheim, München: Juventa. S. 141-158.
- Buntfuss, Markus** (1997): Tradition und Innovation: die Funktion der Metapher in der theologischen Theoriesprache. [Theologische Bibliothek Töpelmann, Bd. 84]. Berlin, New York: de Gruyter.

DATACOM Buchverlag GmbH (2013): Hysterese. Internet: <http://www.itwissen.info/definition/lexikon/Hysterese-hysteresis.html>, 17.10.2014.

DGPuK (2015): Das Selbstverständnis der Fachgruppe „Visuelle Kommunikation“. Internet: <http://www.dgpuk.de/fachgruppenad-hoc-gruppen/visuelle-kommunikation/selbstverstandnis/>, 20.07.2015.

Diaz-Bone, Rainer (2010): Kulturwelt, Diskurs und Lebensstil. Eine diskurstheoretische Erweiterung der Bourdieuschen Distinktionstheorie. 2. Aufl. Wiesbaden: GWV.

„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m. b. H. Co KG (2016): Nation Branding: Die Marke Österreich schläft. Internet: http://diepresse.com/home/wirtschaft/eco1848/5107484/Nation-Branding_Die-Marke-Oesterreich-schlaeft, 10.09.2017.

„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m. b. H. Co KG (2013): Nation Branding: Österreich, Land der Brückenbauer. Internet: http://diepresse.com/home/innenpolitik/1441008/Nation-Branding_Oesterreich-Land-der-Brueckenbauer, 10.09.2017.

Dinnie, Keith (2008): Nation Branding. Concepts, Issues, Practice. Butterworth-Oxford et al.: Heinemann.

Doelker, Christian (1997): Ein Bild ist mehr als ein Bild. Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft. Stuttgart: Klett-Cotta.

Dörner, Andreas; Vogt, Ludgera (1994): Literatursoziologie: Literatur, Gesellschaft, Politische Kultur. Opladen: Westdeutscher Verlag.

DWDS (2013): Habitus. Internet: <http://www.dwds.de/?kompakt=1&qu=Habitus>, 17.10.2014.

DZT (2017): Über uns: Die DZT. Internet: <http://www.germany.travel/de/parallel-navigation/ueber-uns/die-dzt/die-dzt.html>, 03.01.2017.

DZT (2016): Marktinformation. Incoming-Tourismus Deutschland 2016/2017. Niederlande. Internet: https://www.germany.travel/media/pdf/marktinformationen__lang_/regionalmanagement_nordwesteuropa/Niederlande.pdf, 20.12.2016.

DZT (2013): Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus. Ergebnisse 2011/2012. Internet: file:///C:/Users/IM-PC/Downloads/qualitaetsmonitor_deutschland_tourismus_2011_2012_dwif.pdf, 10.09.2017.

Ehlers, Michael (2013): Nonverbale Kommunikation – Das Mehrabian Missverständnis. Internet: <http://www.blog.michael-ehlers.de/nonverbale-kommunikation-das-mehrabian-missverstandnis/>, 21.05.2017.

Elias, Norbert (1987): Die Gesellschaft der Individuen. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Endrei, Martin** (2013): Soziologische Theorien kompakt. 2. Aufl. München: Oldenbourg.
- Engler, Steffani** (2013): Habitus und sozialer Raum: Zur Nutzung der Konzepte Pierre Bourdieus in der Frauen- und Geschlechterforschung. In: Lenger et al. (Hrsg.) (2013a): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen. Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: Springer, S. 247-260.
- EP-Nuffic** (2017): Our mission and vision. Internet: <https://www.epnuffic.nl/en/EP-Nuffic/about-us/our-mission-and-vision>, 03.01.2017.
- Frank, Gustav; Sachs-Hombach, Klaus** (2006): Bildwissenschaft und Visual Cultural Studies. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bild und Medium. Kunstgeschichte und philosophische Grundlagen der interdisziplinären Bildwissenschaft. Köln: Halem, S. 184-196.
- Frankfurter Societäts-Medien GmbH** (2017): ber uns. Internet: <https://www.deutschland.de/de/ueber-uns>, 03.01.2017.
- Fröhlich, Gerhard** (1994): Kapital, Habitus, Feld, Symbol. Grundbegriffe der Kulturtheorie bei Pierre Bourdieu. In: Mrth, Ingo; Fröhlich, Gerhard (Hrsg.): Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kultursoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu. Frankfurt a. M.; New York: Campus, S. 31-54.
- Früh, Werner** (2011): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 7. Aufl. Konstanz, München: UVK.
- Geiger, Theodor** (1987): Die soziale Schichtung des deutschen Volkes: soziographischer Versuch auf statistischer Grundlage. Stuttgart: Enke.
- Geise, Stephanie** (2011): Vision that matters: Die Funktions- und Wirkungslogik Visueller Politischer Kommunikation am Beispiel des Wahlplakats. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Geise, Stephanie; Rössler, Patrick** (2013a): Standardisierte Bildinhaltsanalyse. In: Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (Hrsg.): Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer. S. 307-326.
- Geise, Stephanie; Rössler, Patrick** (2013b): Die Methode der standardisierten Inhaltsanalyse in ihrer Anwendung auf Bilder: Ein Modell zur theoretischen Dimensionierung der Bildebenen. In: Naab, Teresa K. et al. (Hrsg.): Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung. [Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 9]. Köln: Halem. S. 80-104.
- Geise, Stephanie; Rössler, Patrick** (2012): Visuelle Inhaltsanalyse. Ein Vorschlag zur theoretischen Dimensionierung der Erfassung von Bildinhalten. In: Marketing und Kommunikation, 60 Jahrg., Nr. 3, S. 341- 361.

Gockel, Tilo (2012): Kompendium digitale Fotografie. Von der Theorie zur erfolgreichen Praxis. Berlin, Heidelberg: Springer.

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

Gombrich, Ernst H. (1982): The Image and the Eye: Further Studies in the Psychology of Pictorial Representation. Oxford: Phaidon.

Grittmann, Elke; Ammann, Ilona (2011): Quantitative Bildtypenanalyse. In: Petersen, Thomas; Schwender, Clemens (Hrsg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Köln: Halem, S. 163-178.

Grittmann, Elke; Lobinger, Katharina (2011): Quantitative Bildinhaltsanalyse. In: Petersen, Thomas; Schwender, Clemens (Hrsg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Köln: Halem, S. 145-162.

Grittmann, Elke (2007): Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Köln: Halem.

Grittmann, Elke (2001): Fotojournalismus und Ikonographie. Zur Inhaltsanalyse von Pressefotos. In: Wirth, Werner; Lauf, Edmund: Inhaltsanalyse: Perspektiven, Probleme, Potenziale. Köln: Halem, S. 262-279.

Grün, Hauke (2012) Kameraperspektiven und Locations. In: Hanisch, Horst (Hrsg.): Das große Buch der Rhetorik 2100: Tacheles reden; präsentieren, manipulieren und überzeugen; Gesprächsrunden moderieren; Körpersprache entschlüsseln. 2. Aufl. Norderstedt: Books on Demand GmbH, S. 297-305.

Habermas, Rebekka (2000): Gebremste Herausforderungen. In: Kiesow, Rainer Maria; Simon, Dieter (Hrsg.): Auf der Suche nach der verlorenen Wahrheit. Zum Grundlagenstreit in der Geschichtswissenschaft. Frankfurt a. M.: Campus, S. 59-70.

Hache, Ernst; Sander, Heinz (1994): Taschenlexikon Betriebswirtschaft: 1001 Begriffe, systematisch von A-Z für den Praktiker ausgewählt. Renningen-Malmsheim: expert.

Halbwachs, Maurice (1967): Das kollektive Gedächtnis. Stuttgart: Ferdinand Enke.

Hammel, Lina (2007): Der Kulturbegriff im wissenschaftlichen Diskurs und seine Bedeutung für die Musikpädagogik. Versuch eines Literaturberichts. In: Zeitschrift für kritische Musikpädagogik. Hrsg. von Jürgen Vogt. Internet: <http://home.arcor.de/zfkm/07-hammel1.pdf>, 11.12.2014.

Hammer, Peter (2010): Jetzt mal ehrlich: Wie wichtig ist Authentizität in der Werbung? Internet: https://www.wuv.de/agenturen/jetzt_mal_ehrlich_wie_wichtig_ist_authentizitaet_in_der_werbung, 21.05.2017.

Hartmann, Martin (2003): Die Kreativität der Gewohnheit. Grundzüge einer pragmatischen Demokratietheorie. Frankfurt a. M.: Campus.

Hasselbusch, Inken (2014): Norbert Elias und Pierre Bourdieu im Vergleich. Eine Untersuchung zu Theorieentwicklung, Begrifflichkeit und Rezeption. Dissertation, PH Karlsruhe. Internet: http://opus.bsz-bw.de/phka/volltexte/2014/16/pdf/Dissertation_Inken_Hasselbusch.pdf, 01.11.2014.

HKW (2017a): "Large Divided Oval: Butterfly" von Henry Moore. Internet: <https://hkw.de/de/hkw/gebauede/butterfly/butterfly.php>, 10.09.2017.

HKW (2017b): Das Haus der Kulturen der Welt. Internet: http://www.hkw.de/de/hkw/ueberuns/Ueber_uns.php, 10.09.2017.

Heine, Kay-Christian (2011): Fotografie für Journalisten. Köln: O'Reilly.

Hieslmair, Martin (2012): Visuelle Repräsentation in amtlichen Bildarchiven. Die fotografische Selbstdarstellung politischer Akteure am Beispiel des österreichischen Bundespräsidenten Heinz Fischer. Diplomarbeit, Universität Wien. Internet: http://othes.univie.ac.at/19306/1/2012-01-25_0649262.pdf, 01.12.2016.

Hietzge, Maud (2010): Von der Bildinterpretation zur Videografie – nur ein Schritt? In: Forum Qualitative Sozialforschung Social Research, 11 Jahrg., Nr. 1, S. 1-27. Internet: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1397/2899>, 30.09.2016.

Hofstede, Geert et al. (2011): Lokales Denken, globales Handeln : interkulturelle Zusammenarbeit und globales Management. 5. Aufl. München: C. H. Beck.

Horizont (2001): Fact wirbt für das Urlaubsland Holland. Internet: <http://www.horizont.net/agenturen/nachrichten/-Fact-wirbt-fuer-das-Urlaubsland-Holland-29463>, 10.09.2017.

Huxford, John (2001): Beyond the Referential. Uses of Visual Symbolism in the Press. In: Journalism, Nr. 2 (1), S. 45-71.

Imdahl, Max (1994): Ikonik. Bilder und ihre Anschauung. In: Boehm, Gottfried (Hrsg.): Was ist ein Bild? München: Wilhelm Fink. S. 300-324.

Imdahl, Max (1980): Giotto Arenafresken. Ikonographie, Ikonologie, Ikonik. [Theorie und Geschichte der Literatur und der schönen Künste, Bd. 60]. München: Wilhelm Fink.

Kalch, Anja; Bilandzic, Helena (2013): Mehrmethodendesigns in der Kommunikationswissenschaft. In: Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (Hrsg.): Handbuch standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer, S. 165-182.

Kappas, Arvid; Müller, Marion G. (2006): Bild und Emotion – ein neues Forschungsfeld. Theoretische Ansätze aus Emotionspsychologie, Bildwissenschaft und visueller Kommunikationsforschung. In: Publizistik. 51 Jahrg., Nr. 1, S. 3-23.

Keppinger, Hans Mathias (2010): Nonverbale Medienkommunikation. Aufl. 1. Wiesbaden: VS.

Keyßner, Jens (2009): Identität – Bewegung – Schule. Identitätstheoretische und bewegungspädagogische Sichtweisen und Analysen. Dissertation, TU Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig. Internet: http://rzbl04.biblio.etc.tu-bs.de:8080/docportal/servlets/MCR-FileNodeServlet/DocPortal_derivate_00008112/Dissertation.pdf, 15.11.2014.

Kleemann, Frank et al. (2009): Interpretative Sozialforschung. Eine praxisorientierte Einführung. Aufl. 1. Wiesbaden: VS.

Klein, Gabriele (2006): Kultur. In: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie. [Einführungskurs Soziologie, Bd. 1]. Aufl. 6. Wiesbaden: VS, S. 229-249.

Knieper, Thomas (2005): Kommunikationswissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 37-51.

Knieper, Thomas (2003): Die ikonologische Analyse von Medienbildern und deren Beitrag zur Bildkompetenz. In: Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: Halem, S. 193-212.

Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.) (2003): Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten. Köln: Halem.

Köster, Ingo (2008): Fernsehkultur: Kulturelle und ökonomische Einflüsse auf institutionelle Strukturen im westeuropäischen Fernsehen. Berlin: Lit.

Krais, Beate; Gebauer, Gunter (2013): Habitus. 5. Aufl. Bielefeld: transcript.

Kress, Gunther; van Leeuwen, Theo (2006): Reading Images. The Grammar of Visual Design. 2. Edition. London, New York: Routledge. Internet: file:///C:/Users/IM-PC/Downloads/Kress,%20von%20Leeuwen_2006_Reading%20Images%20The%20Grammar%20of%20Visual%20Design.pdf, 10.09.2017.

Kroeber, Alfred L.; Kluckhohn, Clyde (1952): Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions. Cambridge et al.: Peabody Museum. Internet: <http://www.pseudology.org/Psychology/CultureCriticalReview1952a.pdf>, 11.12.2014.

- Kröger, Robin** (2011): Studien- und Lebenspraxis internationaler und deutscher Studierender. Erfahrungen bei der Ausbildung eines ingenieurwissenschaftlichen Habitus. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Kubisch, Sonja** (2008): Habituelle Konstruktion sozialer Differenz. Eine rekonstruktive Studie am Beispiel von Organisationen der freien Wohlfahrtspflege. 1. Aufl. Wiesbaden: GWV.
- Kulcke, Gesine** (2009): Identitätsbildungen älterer Migrantinnen. Die Fotografie als Ausdrucksmittel und Erkenntnisquelle. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Kutschker, Michael; Schmid, Stefan** (2008): Internationales Management. 6. Aufl. München: Oldenbourg.
- Land der Ideen Management GmbH** (2017a): Projekte im Inland. Internet: <http://www.land-der-ideen.de/projekte-im-inland>, 10.09.2017.
- Land der Ideen Management GmbH** (2017b): Projekte im Ausland. Internet: <http://www.land-der-ideen.de/projekte-im-ausland>, 10.09.2017.
- Lenger, Alexander et al.** (2013a): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen. Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: Springer.
- Lenger, Alexander et al.** (2013b): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. In: Dies. (Hrsg.): Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. Grundlagen. Zugänge, Forschungsperspektiven. Wiesbaden: Springer, S. 13-41.
- Liebl, Christian** (2003): Kommunikations-Controlling. Ein Beitrag zur Steuerung der Marketing-Kommunikation am Beispiel der Marke Mercedes-Benz. 1. Aufl. Wiesbaden: DUV, GWV.
- Liebsch, Katharina** (2006): Identität und Habitus. In: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie. [Einführungskurs Soziologie, Bd. 1]. Aufl. 6. Wiesbaden: VS, S. 67-84.
- Linthout, Dik** (2012): Niederlande. Ein Länderporträt. 7. Aufl. Berlin: Christoph Links.
- Lobinger, Katharina** (2012): Visuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.
- Loosen, Wiebke; Scholl, Armin** (2012): Theorie und Praxis von Mehrmethodendesigns in der Kommunikationswissenschaft. In: Dies. (Hrsg.): Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft. Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis. [Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Bd. 7]. Köln: Halem, S. 9-25.

- Lorenz, Dieter** (2012): Fotografie und Raum. Beiträge zur Geschichte der Stereoskopie. Münster: Waxmann.
- Luhmann, Niklas** (1990): Die Wissenschaft der Gesellschaft. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Mannheim, Karl** (1980): Strukturen des Denkens. Hrsg. von Kettler, David et al. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Maton, Karl** (2008): Habitus. In: Michael Grenfell (Hrsg.): Pierre Bourdieu. Key Concepts. Scarborough, North Yorkshire: MPG Books Group, S. 49-65.
- Matthies, Bettina** (2010): Bild und Bildanalyse(n) in der qualitativen Forschung – Praxisstudie mit der Bildinterpretationsmethode der Strukturalen Medienbildung. Abschlussarbeit, OVGU Magdeburg. Internet: https://www.academia.edu/9564015/Bild_und_Bildanalysen_in_der_qualitativen_Forschung_2010_, 20.10.2015.
- Mayer, Inna** (2013): Sparkassen und Habitus. Eine qualitative Analyse der Selbstdarstellung deutscher Sparkassen in Facebook nach der dokumentarischen Methode. Masterarbeit, HdM Stuttgart.
- Mayring, Philipp** (2001): Kombination und Integration qualitativer und quantitativer Analyse. In: Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research, Vol. 2, No. 1. Internet: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/rt/printerFriendly/967/2110>, 01.07.2016.
- Mehrabian, Albert** (2007): Nonverbal communication. 2. Aufl. New Brunswick, London: Aldine Transaction.
- Merten, Klaus** (1995): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. 2. Aufl. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meuser, Michael** (2007): Repräsentation sozialer Strukturen im Wissen. Dokumentarische Methode und Habitusrekonstruktion. In: Bohnsack, Ralf; Nentwig-Gesemann, Iris; Nohl, Arnd-Michael (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS. S. 209-224.
- Michel, Burkard** (2007): Fotografien und ihre Lesarten. Dokumentarische Interpretation von Bildrezeptionsprozessen. In: Bohnsack, Ralf; Nentwig-Gesemann, Iris; Nohl, Arnd-Michael (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 93-123.
- Michel, Burkard** (2006): Bild und Habitus. Sinnbildungsprozesse bei der Rezeption von Fotografien. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, GWV.

Mitchell, William John Thomas (2008): Bildtheorie. Aufl. 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 17-68.

Mitchell, William John Thomas (1990): Was ist ein Bild? In: Bohn, Volker (Hrsg.): Bildlichkeit. Internationale Beiträge zur Poetik. [Poetik, Bd. 3]. Aufl. 1. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Mitchell, William John Thomas (1986): Iconology. Image, Text, Ideology. Chicago, London: The University of Chicago Press.

Müller, Marion G. (2007): What is visual Communication? Past and future of an emerging field of communication research. In: Studies in Communication Sciences, 7 Jahrg., Nr. 2, S. 7-34.

Müller, Marion G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz: UVK.

Müller, Hans-Peter (1986): Kultur, Geschmack und Distinktion. Grundzüge der Kulturosoziologie Pierre Bourdieus. In: Neidhardt, Friedhelm et al. (Hrsg.): Kultur und Gesellschaft. [Sonderband der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Bd. 27]. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 162-190.

Müller, Urs (2007): Kraft der Bilder in der nachhaltigen Entwicklung. Die Fallbeispiele UNESCO Biosphäre Entlebuch und UNESCO Weltnaturerbe Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn. Zürich: vdf.

NBTC (2017a): About NBTC. The premier Holland marketing organisation. Internet: <https://www.holland.com/global/meetings/contact/about-nbtc.htm>, 03.01.2017.

NBTC (2017b): About NBTC. What we do. Internet: <http://www.nbtc.nl/en/home/about-nbtc/what-we-do.htm>, 03.01.2017.

NBTC (2017c): Die Gesichter hinter Holland.com. Internet: <http://www.holland.com/de/tourist/service/infos-zu-holland-com.htm>, 03.01.2017.

Negenborn, Daniel (2015): Die Kameraperspektive. Internet: <http://www.filmmachen.de/film-grundlagen/bildgestaltung/kameraperspektive>, 07.05.2017.

Niesyto, Horst (2006): Bildverstehen als mehrdimensionaler Prozess. Vergleichende Auswertung von Bildinterpretationen und methodische Reflexion. In: Marotzki, Winfried; Niesyto, Horst (Hrsg.): Bildinterpretation und Bildverstehen. Methodische Ansätze aus sozialwissenschaftlicher, kunst- und medienpädagogischer Perspektive. [Medienbildung und Gesellschaft, Bd. 2]. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 253-286.

Nohl, Arnd-Michael (2009): Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis. 3. Aufl. Wiesbaden: VS.

Nohl, Arnd-Michael (2007): Komparative Analyse: Forschungspraxis und Methodologie dokumentarischer Interpretation. In: Bohnsack, Ralf; Nentwig-Gesemann, Iris; Nohl, Arnd-Michael (Hrsg.): Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis. Grundlagen qualitativer Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS. S. 255-276.

Nöth, Winfried (2000): Handbuch der Semiotik. 2. Aufl. Stuttgart: Metzler.

Ouyang, Su (2010): Einschulungsfeiern in China und Deutschland. Exemplarische Bildinterpretation mit der dokumentarischen Methode. Berlin: Logos.

Österreich Werbung Wien (2017): Österreich Werbung. Internet: <https://www.austriatourism.com/oesterreich-werbung/>, 03.01.2017.

Österreich Werbung Wien (2016): Jahresbericht 2015. Internet: https://www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2012/09/oew_jahresbericht_2015.pdf, 03.01.2017.

Paech, Joachim (2005): Medienwissenschaft. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 79-96.

Panofsky, Erwin (2006): Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell. Köln: DuMont.

Panofsky, Erwin (1978): Sinn und Deutung in der bildenden Kunst. Köln: DuMont.

Pasquinelli, Barbara (2005): Körpersprache. Gestik, Mimik, Ausdruck. [Bildlexikon der Kunst, Bd. 15]. Berlin: Parthas.

Peltzer, Anja; Keppler, Angela (2015): Die soziologische Film- und Fernsehanalyse. Berlin, Boston: Walter de Gruyter.

Petersen, Thomas; Schwender, Clemens (2011): Einleitung. In: Dies. (Hrsg.): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Köln: Halem, S. 17-26.

Petkovic, Srdan (2003): Der nationale Diskurs unter Einfluss von Kriegspropaganda, Kirche und Folklorismus. Zur Entwicklung serbischer Selbstwahrnehmung. Dissertation, Universität Duisburg-Essen. Internet: <http://d-nb.info/969853394/34>, 09.09.2015.

Pilarczyk, Ulrike; Mietzner, Ulrike (2005): Das reflektierte Bild. Die seriell-ikonografische Fotoanalyse in den Erziehungs- und Sozialwissenschaften. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Polanyi, Michael (1985): Implizites Wissen. 1. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

Posner, Roland; Schmauks, Dagmar (1998): Die Reflektiertheit der Dinge und ihre Darstellung in Bildern. In: Sachs-Hombach, Klaus; Rehkämper, Klaus (Hrsg.): Bild – Bildwahrnehmung – Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft. Wiesbaden: DUV, S. 15-32.

Posner, Roland (1991): Kultur als Zeichensystem. Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe. In: Assmann, Aleida; Harth, Dietrich (Hrsg.): Kultur als Lebenswelt und Monument. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, S. 37-74.

Prechtl, Peter; Burkard, Franz-Peter (1999): Habitus. In: Dies. (Hrsg.): Metzler Philosophie Lexikon. 2. Aufl. Stuttgart, Weimar: Metzler, S. 223-224.

Przyborski, Aglaja; Wohlrab-Sahr, Monika (2014): Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 4. Aufl. München: Oldenbourg.

Rauhe, Hermann (1994): Kulturmanagement als Management für Kunst und Kultur. In: Rauhe, Hermann; Demmer, Christine (Hrsg.): Kulturmanagement: Theorie und Praxis einer professionellen Kunst. Berlin, New York: de Gruyter, S. 5-26.

Reckwitz, Andreas (2008): Subjekt. Bielefeld: transcript.

Rehbein, Boike; Saalman, Gernot (2009): Habitus. In: Fröhlich, Gerhard; Rehbein, Boike (Hrsg.): Bourdieu Handbuch. Leben – Werk – Wirkung. Stuttgart, Weimar: Metzler, S. 110-118.

Rehbein, Boike (2006): Die Soziologie Pierre Bourdieus. Konstanz: UVK.

Republik Österreich Parlamentsdirektion (2017a): Blick von der Ringstraße auf das Parlamentsgebäude. Internet: <https://www.parlament.gv.at/GEBF/ARGE/PARLAUSZEN/von-Ringstrasse/>, 10.09.2017.

Republik Österreich Parlamentsdirektion (2017b): Die Rampe. Internet: <https://www.parlament.gv.at/GEBF/ARGE/PARLAUSZEN/DieRampe/index.shtml>, 10.09.2017.

Republik Österreich Parlamentsdirektion (2017c): Kaiser und „Austria“ über dem Eingangstor. Internet: <https://www.parlament.gv.at/GEBF/ARGE/PARLAUSZEN/KaiserUndAustria/index.shtml>, 10.09.2017.

Republik Österreich Parlamentsdirektion (2017d): Die Quadrigen. Internet: <https://www.parlament.gv.at/GEBF/ARGE/PARLAUSZEN/Quadrigen/index.shtml>, 10.09.2017.

Rössler, Patrick; Geise, Stephanie (2013): Standardisierte Inhaltsanalyse: Grundprinzipien, Einsatz und Anwendung. In: Möhring, Wiebke; Schlütz, Daniela (Hrsg.): Handbuch

standardisierte Erhebungsverfahren in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer. S. 269-288.

Rössler, Patrick (2010): Inhaltsanalyse. 2. Aufl. Konstanz: UVK.

Sachs-Hombach, Klaus (2014): Zur Theorie einer interdisziplinären allgemeinen Bildwissenschaft. In: Visual History. Online-Nachschlagewerk für die historische Bildforschung. Internet: <https://www.visual-history.de/2014/10/07/zur-theorie-einer-interdisziplinären-allgemeinen-bildwissenschaft/>, 20.07.2015.

Sachs-Hombach, Klaus (2006): Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. 2. Aufl. Köln: Halem.

Sachs-Hombach, Klaus (2005): Konzeptionelle Rahmenüberlegungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft. In: Ders. (Hrsg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt a. M.: Suhrkamp, S. 11-20.

Sachs-Hombach, Klaus (2002): Begriff und Funktion bildhafter Darstellungen. In: Huber, Hans Dieter et al. (Hrsg.): Bild. Medien. Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München: kopaed, S. 9-46.

Salomon, Erich (1978): Berühmte Zeitgenossen in unbewachten Augenblicken. Internet: <http://gutenberg.spiegel.de/buch/beruhmte-zeitgenossen-in-unbewachten-augenblicken-8532/1>, 21.05.2017.

Schäfers, Bernhard (2006): Soziales Handeln und seine Grundlagen: Normen, Werte, Sinn. In: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.): Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie. [Einführungskurs Soziologie, Bd. 1]. 6. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 25-44.

Scheibel, Michael (2002): Visuelle Kommunikation im Internet. Perspektiven für den Kunstunterricht. In: Huber, Hans Dieter et al. (Hrsg.): Bild. Medien. Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München: kopaed, S. 273-286.

Schelske, Andreas (1997): Die kulturelle Bedeutung von Bildern. Soziologische und semiotische Überlegungen zur visuellen Kommunikation. Wiesbaden: Dt. Univ.-Verlag.

Schierl, Thomas (2005): Werbungsforschung. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hrsg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 309-319.

Schierl, Thomas (2001): Text und Bild in der Werbung. Bedingungen, Wirkungen und Anwendungen bei Anzeigen und Plakaten. Köln: Halem.

Schilling, Heinz (2003): Kleinbürger: Mentalität und Lebensstil. Frankfurt a. M.: Campus.

Schnelle-Schneyder, Marlene (2011): Sehen und Photographie – Ästhetik und Bild. 2. Aufl. Berlin, Heidelberg: Springer.

- Schönhuth, Michael** (2006): Das Kulturglossar. Internet: <http://www.kulturglossar.de/html/h-begriffe.html>, 11.12.2014.
- Schroeter, Klaus R.** (2008): Sozialer Tausch. In: Willems, Herbert (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie. Für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 1. Wiesbaden: VS, S. 351-374.
- Schuch, Jane** (2012): Mosambik im pädagogischen Raum der DDR. Eine Bildanalytische Studie der „Schule der Freundschaft“ in Staßfurt. Wiesbaden: Springer VS.
- Schumacher, Florian** (2013): Nationaler Habitus. Zur Entstehung und Entwicklung nationaler Identitäten. Konstanz, München: UVK.
- Schütz, Alfred** (1993): Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt: eine Einführung in die verstehende Soziologie. 6. Aufl. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Schwan, Anna** (2011): Werbung statt Waffen. Wie Strategische Außenkommunikation die Außenpolitik verändert. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.
- Schwingel, Markus** (1995): Pierre Bourdieu zur Einführung. 1. Aufl. Hamburg: Junius.
- Sellin, Volker** (1985): Mentalität und Mentalitätsgeschichte. In: Historische Zeitschrift, Bd. 241, H. 3, S. 555-598.
- Seng, Leonie** (2011): Die Sprache der Hände. Internet: <https://www.dasgehirn.info/handeln/mimik-gestik-koerpersprache/die-sprache-der-haende>, 21.05.2017.
- Spinner, Helmut F.** (2002): Ein Wort sagt mehr als tausend Bilder? Entwurf einer Wissenstheorie des Bildes. In: Hahn, Heinz (Hrsg.): Bild. Medien. Wissen. Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter. München: kopaed, S. 175-208.
- Spode, Hasso** (1999): Was ist Mentalitätsgeschichte? Struktur und Entwicklung einer Forschungstradition. In: Huber, Hans Dieter et al. (Hrsg.): Kulturunterschiede: interdisziplinäre Konzepte zu kollektiven Identitäten und Mentalitäten. [Beiträge zur sozialwissenschaftlichen Analyse interkultureller Beziehungen, Bd. 3]. Frankfurt a. M.: IKO, S. 9-57.
- Stadt Wien** (2014): Gesetz betreffend die Tourismusförderung in Wien (Wiener Tourismusförderungsgesetz, WTFG). Internet: <https://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/pdf/w1200000.pdf>, 03.01.2017.
- Stangl, Werner** (2013): Identität. Online Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Internet: <http://lexikon.stangl.eu/522/identitaet/>, 15.11.2014.

Statistisches Bundesamt (2016): Tourismus in Zahlen 2015. Excel-Datei. Internet: https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BinnenhandelGastgewerbeTourismus/Tourismus/TourismusinZahlen1021500157005.xlsx;jsessionid=2199FD940299769B9E4A766325E6E27B.cae1?__blob=publicationFile, 20.12.2016.

Stengel, Karin (2013): Bilder in der Krisen- und Konfliktberichterstattung. Relevanz von Fotonachrichtenfaktoren für die Analyse der visuellen Nachrichtenberichterstattung über Konflikte, Krisen und Kriege. Dissertation, Universität Koblenz-Landau. Internet: https://kola.opus.hbz-nrw.de/files/803/Stengel_2013_Bilder_in_der_Krisen_und_Konfliktberichterstattung_Dissertation_Universitaet_Koblenz_Landau.pdf, 08.11.2016.

Strübing, Jörg (2011): Theoretisches Sampling. In: Bohnsack, Ralf; Marotzki, Winfried; Meuser, Michael (Hrsg.): Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung. 3. Aufl. Opladen: Budrich, S. 154-156.

Sun, Jin (2010): Die Universität als Raum kultureller Differenzenerfahrung. Chinesische Studenten an einer deutschen Hochschule. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

Techentin-Bauer, Imme (2001): Präsidenten der USA und deutsche Bundeskanzler auf Pressefotos von 1949 bis 1996. In: Ludes, Peter (Hrsg.): Multimedia und Multi-Moderne: Schlüsselbilder. Fernsehnachrichten und World Wide Web – Medienzivilisierung in der Europäischen Währungsunion. 1. Aufl. Wiesbaden: Springer, S. 17-47.

TNS Infratest (2016): Gewichtungsstudie zur Relevanz der Medien für die Meinungsbildung in Deutschland. Internet: https://www.blm.de/files/pdf1/relevanz_der_medien_2016-1.pdf, 10.09.2017.

Traue, Boris (2013): Visuelle Diskursanalyse. Ein programmatischer Vorschlag zur Untersuchung von Sicht- und Sagbarkeiten im Medienwandel. In: Zeitschrift für Diskursforschung, Jahrg. 1, Nr. 2, S. 117-136.

Vester, Heinz-Günter (2009): Kompendium der Soziologie I: Grundbegriffe. 1. Aufl. Wiesbaden: VS.

Vieregg, Sebastian (2009): Kulturelle Faktoren in der internationalen Geschäftsentwicklung. Onlinebasierte Möglichkeiten des interkulturellen Marketings. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler, GWV.

Vogd, Werner (2004): Ärztliche Entscheidungsprozesse des Krankenhauses im Spannungsfeld von System- und Zweckrationalität. Eine qualitativ rekonstruktive Studie unter dem besonderen Blickwinkel von Rahmen („frames“) und Rahmungsprozessen (framing“). 1. Aufl. Berlin: VWF.

Volli, Ugo (2002): Semiotik. Eine Einführung in ihre Grundbegriffe. Tübingen, Basel: Francke.

Welker, Martin et al. (2010): Die Online-Inhaltsanalyse: methodische Herausforderung, aber ohne Alternative. In: Welker, Martin; Wunsch, Carsten (Hrsg.): Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet. [Neue Schriften zur Online-Forschung, Bd. 8]. Köln: Halem, S. 9-30.

Welker, Martin; Wunsch, Carsten (2010): Methoden der Online-Forschung. In: Schweiger, Wolfgang; Beck, Klaus (Hrsg.): Handbuch Online-Kommunikation. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, S. 487-517.

Wiedemann, Thomas; Mayen, Michael (Hrsg.) (2013): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. [Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft, Bd.13]. Köln: Halem.

Wiener Tourismusverband (2017a): Impressum. Internet: <https://www.wien.info/de/impressum>, 03.01.2017.

Wiener Tourismusverband (2017b): Heiraten in Wien. Internet: <https://www.wien.info/de/wien-fuer/heiraten-in-wien>, 03.01.2017.

Willems, Herbert (2012): Synthetische Soziologie: Idee, Entwurf und Programm. Aufl. 1. Wiesbaden: VS.

Willems, Herbert (2008): Figurationen, Felder, Habitus und Kapitaltypen. In: Ders. (Hrsg.): Lehr(er)buch Soziologie. Für die pädagogischen und soziologischen Studiengänge. Bd. 1. Aufl. 1. Wiesbaden: VS, S. 67-88.

Windmüller, Gunda (2015): Stefan Raab: So verabschiedet sich Twitter von dem Entertainer. Internet: http://www.huffingtonpost.de/2015/06/18/stefan-raab-twitter_n_7609530.html, 10.09.2017.

Wittmann, Frank (2007): Medienkultur und Ethnographie: ein transdisziplinärer Ansatz; mit einer Fallstudie zu Senegal. Bielefeld: transcript.

Wolf, Claudia Maria (2006): Bildsprache und Medienbilder. Die visuelle Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, GWV.

Anhang

Verzeichnis der Anlagen

Anlage 1: Codebuch.....	289
Anlage 2: Perspektiven	340
Anlage 3: Gewichtung der Bilder von Deutschland.....	341
Anlage 4: Gewichtung der Bilder von Österreich	342
Anlage 5: Gewichtung der Bilder von den Niederlanden.....	343

Anlage 1: Codebuch

Die visuelle Inhaltsanalyse untersucht das Bildmaterial auf den ausgewählten Internetauftritten von Deutschland, Österreich und den Niederlanden. Dafür werden Bildinhalte unter den in Kapitel 5.1.2 definierten Themenbereichen und Rubriken und anhand der dort festgelegten Kriterien erhoben, untersucht und miteinander verglichen. Die Erhebung des Untersuchungsmaterials findet nach dem Prinzip des Schnappschusses statt und wird an einem festgelegten Tag (am 05.03.2017) durchgeführt. Das Ziel ist es, mithilfe der visuellen Inhaltsanalyse Erkenntnisse über die verfolgten Darstellungs- und Visualisierungsstrategien und somit über das Selektionsverhalten der Kommunikatoren bei der Bildauswahl zu erhalten.

Der Ablauf der visuellen Inhaltsanalyse findet wie folgt statt: Zunächst erfolgt die Zuordnung der Länder und der dazu gehörigen Webseiten mittels der Identifikationsvariablen und anschließend werden die visuellen Online-Inhalte anhand der Analyseeinheit „Bild“ nach deren formalen und inhaltlichen Merkmalen analysiert. Bei den inhaltlichen Kategorien wird das zu analysierende Bildmaterial in Personen- und Sachaufnahmen aufgeteilt und separat betrachtet.

Die Entwicklung von einzelnen Kategorien und deren Ausprägungen ist an die bestehenden und bereits getesteten Codebücher angelehnt, die für die vorliegende Studie modifiziert und angepasst wurden (siehe z. B. Grittmann 2007; Stengel 2013; Hieslmair 2012).

1. Identifikationsvariablen

Die Variablen V1 und V2 dienen zur Identifikation der zu analysierenden Länder und der zum jeweiligen Land gehörenden Webseiten.

1.1. Länder

Variable	Ausprägung	Code
V1	Deutschland	1
	Österreich	2
	Niederlande	3

1.2. Webseiten

Var.	Ausprägung			Code
V2	Deutschland	germany.travel	berlin.de	1
	Österreich	austria.info	wien.info	2
	Niederlande	holland.com	iamsterdam.com	3

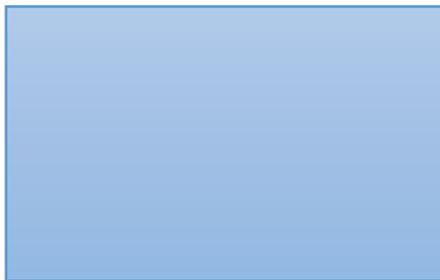
2. Formale Kategorien: Analyseeinheit „Bild“

Analyseeinheiten, die anhand der formalen und inhaltlichen Kategorien erfasst werden, sind Fotografien, die sich unter den in Kapitel 5.1.2 festgelegten Rubriken und Themenbereichen befinden. Zu den formalen Kriterien gehören Bildformat, Bildgröße, Kameraperspektive, Einstellungsgröße und gestalterische Effekte, die im Folgenden näher beschrieben und erörtert werden.

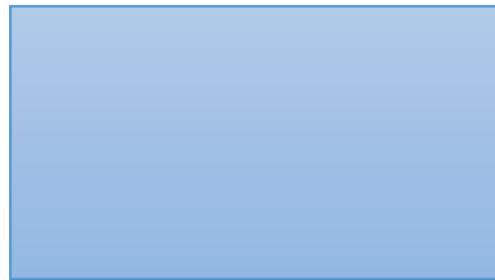
2.1. Bildformat

Variable	Ausprägung	Code
V3	Querformat Standard	1
	Ausgeprägtes Querformat	2
	Extremes Querformat	3
	Quadratisches bzw. quadratisch wirkendes Format	4

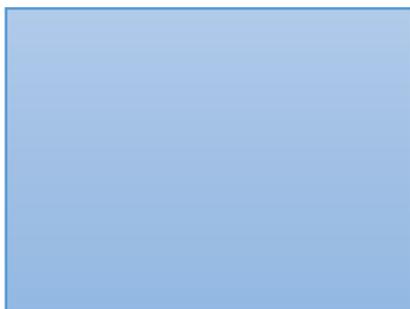
Bei *Querformat Standard* handelt es sich um ein Bildformat, bei dem die Breite länger als die Höhe ist. Die gebräuchlichen Seitenverhältnisse sind 4:3 (= 1,33:1), 3:2 (= 1,5:1), 16:9 (= 1,78:1) und 16:10 (= 1,6:1).



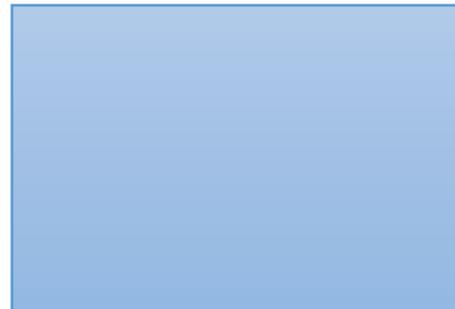
Querformat 16:10



Querformat 16:9



Querformat 4:3



Querformat 3:2

Bei *quadratischem Format* geht es um Fotoaufnahmen, deren Breiten und Höhen gleich groß sind bzw. eine minimale Differenz haben und auf den Bildbetrachter eher quadratisch wirken. Das Seitenverhältnis bei quadratischen Formaten liegt zwischen 0,88 bis 1,19.

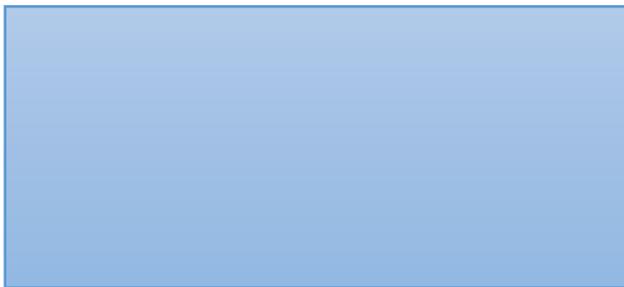


Quadratisches Format



Eher quadratisch wirkendes Format

Die Seitenverhältnisse bei *ausgeprägten Querformaten* sind durch eine einseitige Betonung von Breite gekennzeichnet. Der Richtwert liegt hier im Bereich zwischen 1,9 bis 2,2.



Ausgeprägtes Querformat

Bei *extremen Querformaten* weisen die Seitenverhältnisse der Bilder eine stark auffallende einseitige Betonung von Breite auf (mehr als 2,2).



Extremes Querformat

2.2. Bildgröße

Variable	Ausprägung	Code
V4	Sehr groß (größer als 750 x 400 Pixel)	1
	Groß (750 x 400 Pixel und kleiner)	2
	Mittelgroß (550 x 300 Pixel und kleiner)	3
	Klein (350 x 200 Pixel und kleiner)	4

Bildgröße in World Wide Web wird gewöhnlich in Pixeln gemessen. Da Fotoaufnahmen auf den zu untersuchenden Webseiten differente Größen aufweisen, stellt die oben aufgeführte Aufteilung Richtwerte dar, nach denen die Entscheidung für die eine oder andere Bildgröße getroffen werden soll. Ausschlaggebend ist dabei der erste Wert in Pixeln (Breite bei Querformat), an dem die Orientierung erfolgt. Stimmt diese festgelegte Größe mit dem ersten Wert des zu analysierenden Bildes überein, soll der zweite Wert für die Zuordnung der Fotografie herangezogen werden. Ist dieser größer als bei dem zu untersuchenden Bild,

bleibt es in der gleichen Kategorie. Und umgekehrt: Hat der zweite, für die Orientierung festgelegte Wert eine kleinere Größe als bei dem zu erfassenden Bild, ist es zu einer höheren Kategorie zuzuordnen. So ist z. B. die Fotografie mit der Größe 550 x 350 Pixel unter der Ausprägung „Groß“ und die Aufnahme mit der Größe 550 x 250 Pixel unter der Kategorie „Mittelgroß“ zu erfassen.

2.3. Kameraperspektive

Variable	Ausprägung	Code
V5	Augenhöhe/leichte Auf- bzw. Untersicht	1
	Aufsicht/Vogelperspektive	2
	Untersicht/Froschperspektive	3
	Nicht klassifizierbar	9

Im Bereich der Fotografie haben sich folgende Perspektiven als Begriffe durchgesetzt (siehe Abb. 90):

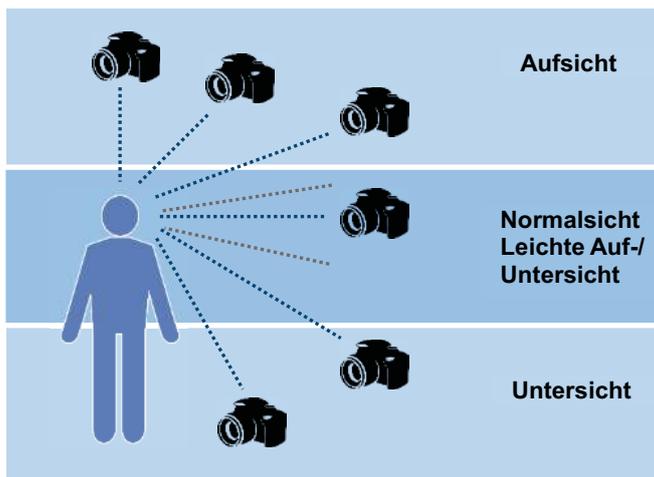


Abb. 90: Kameraperspektiven (eigene Darstellung)

Augenhöhe / Normalsicht

Die Perspektive der Augenhöhe wird als Normalsicht bezeichnet und stellt eine neutrale Form des Kamerawinkels dar. Sie entspricht der Perspektive der menschlichen alltäglichen Wahrnehmung, die den abgebildeten Personen und Objekten „auf Augenhöhe“ begegnet und dadurch natürlich und authentisch wirkt (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 69). Da alle Menschen unterschiedliche Körpergrößen haben und ein Bild z. B. aus der Perspektive eines Kindes sowie auch aus einer beliebigen Position bspw. vom Balkon eines Hauses, liegend auf der Wiese etc. geschossen werden kann, ist bei der Beurteilung der Kameraperspektive

der Neigungswinkel ausschlaggebend. Dieser soll horizontal bzw. mit minimalen Abweichungen sein – wie auch in der Abbildung 90 dargestellt ist.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Normalsicht/Augenhöhe



Quelle: pexels.com

Leichte Aufsicht



Quellen: firestock.ru, pexels.com

Leichte Untersicht

Aufsicht / Vogelperspektive

Die Aufsicht stellt eine verzerrende Form der Kameraperspektive dar, weil sie unserer alltäglichen Wahrnehmung durch Abweichungen des horizontalen Neigungswinkels von der Normalsicht widerspricht. Bei dieser Perspektive ist der Blick des Bildbetrachters von oben auf eine Person bzw. einen Gegenstand gerichtet. Die von oben betrachteten Objekte wirken dadurch kleiner und der Macht des herabblickenden Bildproduzenten ergeben zu sein (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 69; Grittmann 2007: 87).



Quellen: pixabay.com, pexels.com, jeshoots.com

Aufsicht/Vogelperspektive

Untersicht / Froschperspektive

Bei der Untersicht ist der Blick des Bildbetrachters von unten auf eine Person bzw. einen Gegenstand gerichtet. Genauso wie die Aufsicht erzeugt die Untersicht eine Verzerrung des Abgebildeten und lässt die von unten betrachteten Objekte größer und dominanter wirken (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 69, Grittmann 2007: 87).



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Untersicht/Froschperspektive

2.4. Einstellungsgröße

Die Einstellungsgröße bestimmt durch die Position der Kamera und die Wahl des Kameraobjektivs, auf welche Personen bzw. Objekte bei einem Motiv fokussiert wird. Sie legt somit das Größenverhältnis des gewählten Bildausschnittes fest, der von Nah- bzw. Detailaufnahmen bis hin zu Weitaufnahmen, die Landschaften, Szenen und Situationen in ihrer Gesamtheit abbilden und dem Bildbetrachter einen guten Einblick in das Abgebildete gewähren, hineinreicht (vgl. Peltzer, Keppler 2015: 64; Grittmann 2007: 425; Stengel 2013: 162). Bei Abbildungen von Personen geht die Festlegung des Bildausschnittes von den zentralen Figuren aus und kann insbesondere bei der Darstellung einer einzelnen Person ohne Weiteres ermittelt werden (siehe Abb. 91).

Bei Abbildungen von Objekten und Sachgegenständen kann ebenso von den im Fokus der Kamera dargestellten Objekten ausgegangen werden. Da jedoch die Einstellungsgröße „Amerikanisch“ ausschließlich bei Personenaufnahmen festgestellt werden kann, sollen die Personen- und Sachaufnahmen in Kapiteln 3.1.3 und 3.2.2 getrennt behandelt werden.

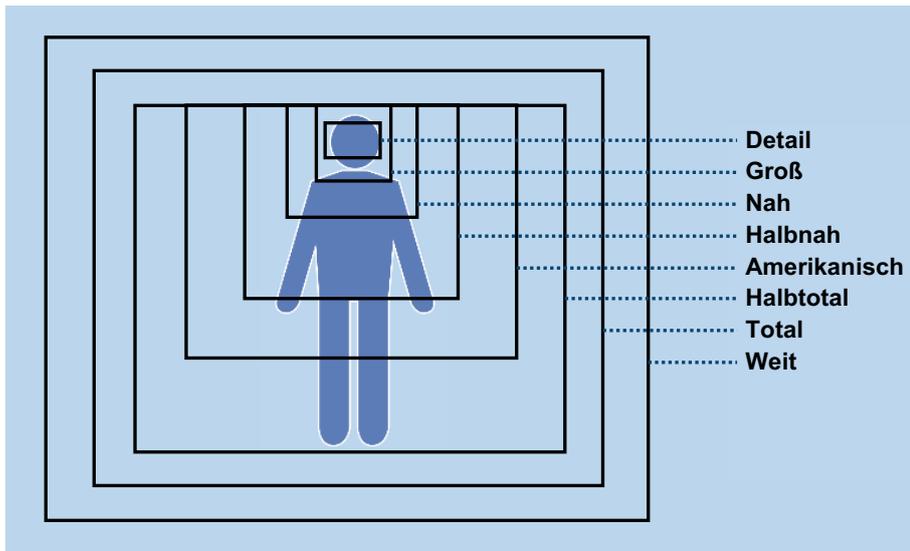


Abb. 91: Einstellungsgrößen (eigene Darstellung)

Bei Personenaufnahmen kann zudem die soziale Distanz durch die Einstellungsgröße ermittelt werden. So wird z. B. bei den Einstellungsgrößen „Detail“ und „Groß“, bei denen lediglich der Kopf oder das Gesicht bzw. Teile des Gesichts zu sehen sind, eine intime soziale Distanz erzeugt. Die öffentliche soziale Distanz wird hingegen bei den Einstellungsgrößen „Total“ und „Weit“ erzeugt, bei denen Torsos mehrere Personen abgebildet sind (vgl. Grittmann, Lobinger 2011: 155).

2.5. Gestalterische Effekte

Variable	Ausprägung	Code
V6	Kein Effekt	0
	Unschärfe im Vordergrund	1
	Unschärfe im Hintergrund	2
	Unschärfe im Hinter- und Vordergrund	3
	Bewegungsunschärfe (Verwischung)	4
	Motiv schräg fotografiert bzw. zugeschnitten (mind. 15 Grad Winkel)	5
	Kombination fotografischer Effekte	6
	Nicht klassifizierbar/Sonstiges (z. B. bei geringer Auflösung)	9

Die in der Fotografie eingesetzten Effekte werden technisch – z. B. durch die Wahl des Blendenwertes und der Belichtungszeit – erzeugt und dienen als kreative Gestaltungsmittel der natürlichen Wahrnehmung. Am häufigsten eingesetzt wird die *Tiefenschärfe*. Damit kann nicht nur die Bildstimmung beeinflusst, sondern auch die Aufmerksamkeit des Betrachters auf die für den abbildenden Bildproduzenten relevanten Stellen im Bild durch das Verhältnis von *Schärfe* und *Unschärfe* gelenkt werden.



Quelle: pixabay.com

Unschärfe im Hintergrund



Unschärfe im Vordergrund



Quelle: pexels.com

Unschärfe im Vorder- und Hintergrund

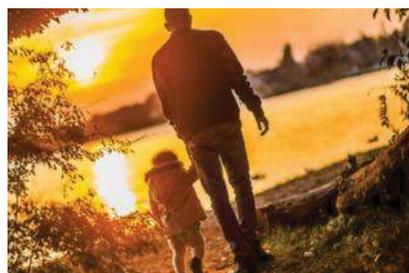
Die *Bewegungsunschärfe* stellt einen Effekt dar, bei dem Bewegungen im Bild durch die Langzeitbelichtung verschwimmen bzw. verwischt werden, während das Hauptmotiv bzw. die Umgebung i. d. R. scharf abgebildet ist.



Quellen: snapwiresnaps.tumblr.com, pexels.com

Beispiele für Bewegungsunschärfe

Das *schräge Fotografieren* bzw. *Zuschneiden eines Motivs* mit mindestens 15 Grad Drehung wird als kreatives Gestaltungsmittel verwendet, um eine Abwechslung unter Aufnahmen mit dem häufig eingesetzten horizontalen Neigungswinkel der Normalsicht zu schaffen.



Quellen: pixabay.com, negativespace.co

Beispiele für Schrägformate mit mindestens 15-Grad-Drehung

Werden mehrere gestalterische Effekte gleichzeitig eingesetzt, z. B. Bewegungsunschärfe und Unschärfe im Bildhintergrund, wird das als *Kombination fotografischer Effekte* erfasst.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kombination fotografischer Effekte (Bewegungsunschärfe und Unschärfe im Hintergrund)

Nicht klassifizierbar sind vor allem Aufnahmen, bei denen aufgrund der geringen Auflösung keine Tiefenschärfe festgestellt bzw. der eingesetzte Effekt zu keiner der genannten Kategorien zugeordnet werden kann.

2.6. Bildquelle

Variable	Ausprägung	Code
V7	Keine Quellenangabe	0
	Deutsche Presseagentur (dpa)	1
	Fotograf/innen und Bildagenturen	2
	Eigenes Medium	3
	Tourismusorganisationen	4
	Tourismuspartner/-kooperatoren (Museen, Freizeitparks, Hotels, Stadtverwaltung etc.)	5
	Sonstige Presseagenturen (z. B. PID Wien)	6
	Sonstige Bildquellen	7

Unter dieser Kategorie werden Quellen der zu analysierenden Bilder erfasst, um die Herkunft der visuellen Inhalte auf den Webseiten feststellen zu können.

Die Ausprägung „*Keine Quellenangabe*“ beinhaltet Bilder, deren Quellen nicht ausgewiesen sind. Es liegen auch keine weiteren Hinweise auf den Ursprung des Bildes (z. B. im Impressum) vor.

Die Kategorie „*Deutsche Presseagentur*“ umfasst Fotografien, die von der Deutschen Presseagentur stammen und auch entsprechend ausgewiesen sind (Quellenangabe: dpa).

Die Ausprägung „*Fotograf/innen und Bildagenturen*“ inkludiert Fotoaufnahmen, die entweder von freien Fotografen stammen, die eine eigene Werbeagentur betreiben oder ihre Bilder durch verschiedene Bildagenturen wie z. B. iStock Photo, Fotolia etc. vertreiben (Quellenangabe: Name des Fotografen oder Name der Firma bzw. der Bildagentur zusammen mit dem Namen des Fotografen).

Unter die Kategorie „*Eigenes Medium*“ fallen Bilder, die als Quellennachweis den Medieninhaber und Herausgeber der jeweiligen Webseite haben. Auch wenn neben dem Medieninhaber zusätzlich der Name des Fotografen genannt wird, der für die Produktion der Fotografie beauftragt wurde, ist solches Bild unter der Kategorie „*Eigenes Medium*“ zu erfassen.

Unter der Ausprägung „*Tourismusorganisationen*“ werden Bilder codiert, die von anderen touristischen Verbänden und Organisationen stammen.

Die Kategorie „*Sonstige Tourismuspartner/-kooperatoren*“ beinhaltet Fotoaufnahmen, die von unterschiedlichen Veranstaltern und Organisationen wie Museen, Freizeitparks, Hotels, Geschäften, Vereinen, Stadtverwaltung etc. stammen. Sie unterstützen den heimischen Tourismus und werden durch Werbung auf der Webseite des Landes gefördert und bekannt gemacht.

Unter der Ausprägung „*Sonstige Presseagenturen*“ werden Bilder erfasst, die von sonstigen, auch ausländischen Presseagenturen stammen, wie z. B. Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien.

Die Ausprägung „*Sonstige Bildquellen*“ inkludiert Fotografien, die zu keiner der genannten Kategorien zugeordnet werden können.

3. Inhaltliche Kategorien: Personen- und Sachaufnahmen

Variable	Ausprägung	Code
V8	Personen ohne Raumansicht	1
	Personen mit etwas Raumansicht (ein Teil des Raumes ist erkennbar)	2
	Personen mit Raumansicht (Raum ist deutlich erkennbar)	3
	Sachdominanz mit Personen (Staffage; Nahaufnahmen von Gegenständen mit menschlichen Händen)	4
	Rein gegenständlich	5

Die ausgewählten Fotografien, die sich unter den in Kapitel 5.1.2 festgelegten Rubriken und Themenbereichen befinden, werden nun nach inhaltlichen Kriterien erfasst und analysiert. Hierfür erfolgt die Aufteilung des Bildmaterials nach Personen- und Sachaufnahmen.

Personen- resp. Sachdominanz legt das Verhältnis von Person und Raum im Bild fest. Man spricht von Personendominanz, wenn Personen und/oder ihr Handeln im Vordergrund des Geschehens stehen (vgl. Grittmann 2007: 427).

Die Kategorie „*Personen ohne Raumansicht*“ inkludiert Bilder, auf denen entweder Menschen großformatig abgebildet sind, sodass der Hintergrund des Bildes nicht bzw. kaum zu sehen ist, oder deren Hintergrund maximal aus einer Ebene besteht. Bei der letzteren Variante handelt es sich um solche Fotografien, die entweder einen einfarbigen bzw. komplett

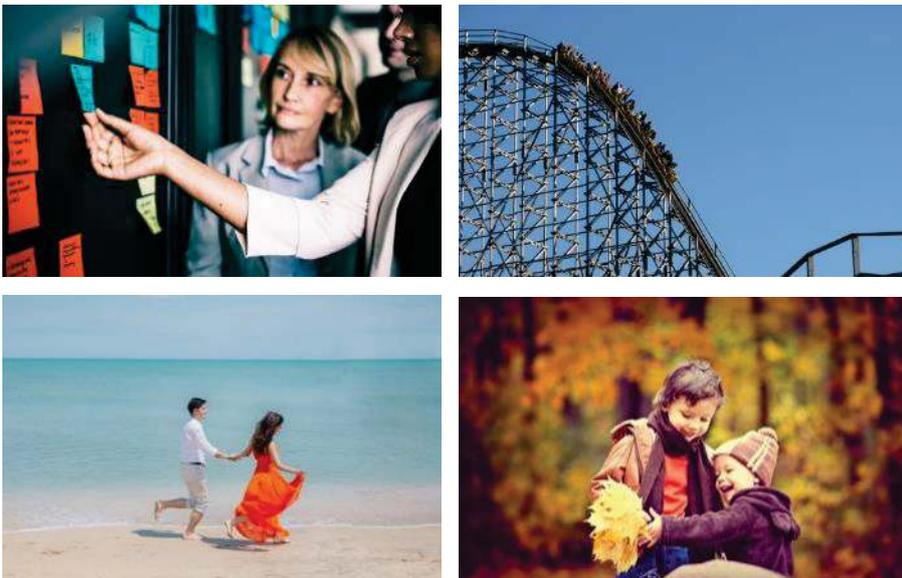
unscharfen Hintergrund oder eine Wand, Wasser, Himmel, Gras, Laub auf dem Boden etc. im Hintergrund haben, sodass weder der Blick in die Ferne noch der Einblick in die Umgebung der abgebildeten Bildproduzenten gegeben sind.



Quelle: pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Personen ohne Raumansicht“

Die Kategorie „*Personen mit etwas Raumansicht*“ umfasst Fotoaufnahmen, die – wie der Name schon sagt – nur einen Teil des Raumes darstellen, z. B. eine Ecke im Zimmer, der auf einen ungefähren Aufenthaltsort der abgebildeten Bildproduzenten schließen lässt und einen sehr überschaubaren Einblick in die Umgebung gibt. Des Weiteren beinhaltet diese Kategorie solche Bilder im Freien, die entweder eine eingeschränkte Sicht oder umgekehrt eine weite Sicht in die Ferne oder bis an den Horizont haben, deren Hintergrund jedoch maximal aus zwei Ebenen besteht – z. B. Gras und Himmel, Berge und Himmel, Strand und Himmel etc. – und keine Wiedererkennungsmerkmale wie bestimmte Gegenstände, Objekte (Häuser, Schiffe, Bauten etc.) und/oder weiteren Naturelemente (Berge, Hügel, Bäume etc.) aufweist.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Personen mit etwas Raumansicht“

Die Ausprägung „*Personen mit Raumansicht*“ beinhaltet Bilder, auf denen der Bildhintergrund deutlich erkennbar ist und der Aufenthaltsort der Personen ohne Weiteres ermittelt werden kann. Das sind i. d. R. solche Fotoaufnahmen, auf denen der ganze Raum oder ein

größerer Teil davon zu sehen und der Einblick in die Umgebung bzw. Umgegend gewährleistet ist. Die aufgenommenen Personen müssen dabei nicht zwingend im Vordergrund dargestellt sein. Sie dienen jedoch nicht als Staffage, sondern sind vielmehr als Teil der Umgebung anzusehen.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Personen mit Raumansicht“

Sachdominanz kommt dagegen dann zum Vorschein, wenn ein Gegenstand oder ein Objekt als Hauptbildmotiv dargestellt wird – z. B. ein oder mehrere Gebäude, eine Stadt-, Dorf- oder Naturlandschaft, aber auch Tiere, Fahrzeuge und sonstige Gegenstände. Solche Fotoaufnahmen werden zur Kategorie „*Rein gegenständlich*“ zugeordnet.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Rein gegenständlich“

Auf solchen Bildern können auch Personen dargestellt sein. Sie dienen jedoch vielmehr als Staffage; ihre Handlung ist unbedeutend. Das kommt insbesondere bei Fotoaufnahmen vor, auf denen Personen in der Einstellungsgröße „Weit“ abgebildet sind bzw. aufgrund der Bewegungsunschärfe oder der unscharfen Darstellung für den Bildbetrachter irrelevant erscheinen. Unter diese Kategorie „*Sachdominanz mit Personen*“ fallen auch Nahaufnahmen von unterschiedlichen Gegenständen, die in Händen gehalten werden. Die Person selbst ist dabei nicht zu sehen. Eine Ausnahme bilden hier Sachgegenstände, die von Menschen in Bewegung gesetzt werden. So ist z. B. die Abbildung von in die Pedale tretenden Füßen als eine Personenaufnahme zu erfassen, weil hier weder der Gegenstand noch die Person im Mittelpunkt stehen, sondern die Handlung, die dadurch ausgelöst wird.



Quellen: pexels.com, stokpic.com

Beispiele für die Kategorie „Sachdominanz mit Personen“

3.1. Personenaufnahmen

3.1.1. Thematische Gliederung

Die thematische Gliederung des Bildmaterials soll zu dessen Einordnung in Gruppen und der entsprechenden Bildtypenbildung beitragen. Impliziert eine Fotoaufnahme mehrere Aspekte, muss ihr thematischer Schwerpunkt festgelegt und codiert werden.

Variable	Ausprägung	Code
V9	Tradition, Bräuche und Feste	10
	Traditionelles Leben	11
	Besondere Feierlichkeiten	12
	Alltagsleben	20
	Arbeitswelt / Alltag	21
	Haushaltsführung	22
	Erholung und Freizeitaktivitäten	30
	Erholung am Strand / Meer / Wasser	31
	Kulturaktivitäten / Erholung in der Stadt	32
	Erholung auf dem Land	33
	Entspannende Erholung	34
	Wanderlust und Entdeckungstouren	35
	Sportaktivitäten	36
	Spiel- / Spaßaktivitäten	37
	Events und Ausgehen (Café, Club, Restaurant etc.)	38
	Sonstige Freizeitaktivitäten	39
	Sonstiges / Nicht zuordenbar	90

Die Ausprägung „Tradition, Bräuche und Feste“ umfasst Bilder, die diese Thematik wiedergeben. Neben traditionellen Märkten und Beschäftigungen wie z. B. Schmieden, die ein traditionelles, zum Teil auch altertümliches Leben des Landes repräsentieren, stellen die Fotoaufnahmen dieser Kategorie Paraden, Karnevals sowie auch besondere Feierlichkeiten wie Hochzeiten, Geburtstage etc. dar.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Tradition, Bräuche und Feste“

Die Fotoaufnahmen der Kategorie „*Alltagsleben*“ bilden solche alltäglichen Aufgaben und Pflichten wie Arbeiten oder den Haushalt führen (Einkaufen, Aufräumen, Kochen etc.) ab.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Beschäftigung im Alltag“

Die thematische Ausprägung „*Erholung und Freizeitaktivitäten*“ umfasst Fotoaufnahmen, die Urlaub oder Erholung am Strand, an und auf dem Meer bzw. Wasser, in der Stadt inklusive Kultur- und Reiseausflügen, auf dem Land oder eine entspannende Erholung z. B. in der Sauna, bei einer Massage, beim Schmökern auf der Wiese etc. abbilden. Des Weiteren inkludiert diese Ausprägung Bilder, die solche Aktivitäten wie Wandern, Zelten, Sport machen, Ausgehen inklusive unterschiedlichen Events wie Konzerten und Open Air Veranstaltungen abbilden sowie Spiel- bzw. Spaßaktivitäten wie Kinderspiele bzw. spielende Kinder, Spaß habende Menschen ohne konkreten Hinweis auf ihren Aufenthaltsort, Achterbahnfahrten, Freizeitparks besuchen etc. darstellen. Auch Fotoaufnahmen, die sonstige Freizeitaktivitäten abbilden und zu keiner der festgelegten Ausprägung zugeordnet werden

können, fallen unter diese Kategorie. Ferner gehören zu „Sonstigen Freizeitaktivitäten“ Bilder, auf denen z. B. ein Hobby bzw. eine Beschäftigung mit Erholung zusammen verknüpft wird (Malen am Strand, Holzfiguren schnitzen auf einem Segelboot etc.).

Bei unterschiedlichen Grenzfällen, die nicht eindeutig erfasst werden können, erfolgt die Zuordnung nach folgendem Prinzip: Es wird geschaut, was primär im Bildfokus steht, die Person und deren Handlung oder der Ort, an dem sie sich befindet. Wird z. B. auf dem Foto ein professionell ausgestatteter Fahrradfahrer in der Stadt abgebildet, ist dieses Bild unter der Kategorie „Sportaktivitäten“ zu erfassen.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Erholung und Freizeitaktivitäten“

Unter der Kategorie „Sonstiges / Nicht zuordenbar“ werden Bilder codiert, die thematisch zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet werden können. Ferner handelt es sich um Aufnahmen, die Personen ohne konkrete Handlung und eindeutigen Hinweis auf deren Aufenthaltsort abbilden, und dementsprechend in Form von Porträts, Gruppenfotos etc. vorliegen.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Sonstiges / Nicht zuordenbar“

3.1.2. Abgebildete Bildproduzenten bzw. Hauptakteure

Variable	Ausprägung	Code
V10	Mann/Männer	1
	Frau(en)	2
	Kind(er)	3
	Familie (Abbildung mind. eines Erwachsenen und eines Kindes)	4
	Paare bzw. Ehepaare ohne Kinder	5
	Gemischt (Frauen, Männer, Kinder; Menschenmenge)	6
	Familie bzw. Paar mit anderen Personen	7
	Nicht identifizierbar	9

Bei den abgebildeten Bildproduzenten handelt es sich um Hauptakteure, die vor der Kamera agieren und im Zentrum des Geschehens sind. Sie befinden sich i. d. R. im Bildvordergrund oder -mittelgrund.



Quellen: burst.shopify.com, Peoplecreations/freepik.com

Beispiel für die Kategorie „Mann/Männer“



Quellen: pexels.com, Teksomolika/freepik.com

Beispiele für die Kategorie „Frau(en)“



Quellen: pixabay.com, Pressfoto/ freepik.com

Beispiele für die Kategorie „Kind(er)“

Die abgebildeten Bildproduzenten werden neben den Ausprägungen „Mann/Männer“, „Frau(en)“ und „Kind(er)“ unter folgenden Kategorien festgehalten:

Fotoaufnahmen der Kategorie „*Familie*“ bilden mindestens einen Erwachsenen mit einem Kind ab. Im Zweifelsfall, wenn das Verhältnis der abgebildeten Personen zueinander nicht feststellbar sein sollte, dürfen Bildunterschriften bzw. Artikelüberschriften zwecks Codierentscheidung zurate gezogen werden. Der Bildinhalt hat jedoch Vorrang und soll primär behandelt werden.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Familie“

Unter die Kategorie „*Paare bzw. Ehepaare ohne Kinder*“ fallen Abbildungen mit Personen, die gemeinsam unterwegs sind. Das sind i. d. R. Mann und Frau, deren Zugehörigkeit zueinander auf dem Bild deutlich zu erkennen sein sollte. Im Fall eines gleichgeschlechtlichen Paares soll dafür der Bildkontext in Form von Bildunterschriften und entsprechenden Themenbereichen zurate gezogen werden, falls das aus dem Bild heraus nicht erkennbar sein sollte.



Quellen: pexels.com, freepik.com

Beispiele für die Kategorie „Paare bzw. Ehepaare ohne Kinder“

Die Kategorie „*Gemischt*“ gilt für Menschenmengen und Personen, bei denen aufgrund der weiten Entfernung bzw. geringen Auflösung des Bildes das Geschlecht bzw. die Zugehörigkeit zu einer der definierten Gruppen nicht identifiziert werden kann. Abbildungen von Männern, Frauen und/oder Kindern, die keine erkennbare Zugehörigkeit zueinander aufweisen, gehören ebenso zur Kategorie „Gemischt“.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Gemischt“

Die Ausprägung „*Familie bzw. Paar mit anderen Personen*“ soll im Fall ausgewählt werden, wenn z. B. eine Familie an einem öffentlichen Ort mit anderen Personen im nahen Hinter- bzw. Vordergrund abgebildet wird. Auch Dienstpersonal oder Begleitpersonen, bei denen anhand des Bildes nicht identifiziert werden kann, ob sie in einer verwandtschaftlichen Beziehung zur abgebildeten Familie stehen oder nur Familienfreunde sind, fallen unter diese Kategorie.



Quellen: stock.tookapic.com, freepik.com

Beispiele für die Kategorie „Familie bzw. Paar mit anderen Personen“

Die Kategorie „*Nicht klassifizierbar*“ umfasst Fotoaufnahmen, auf denen das Geschlecht der abgebildeten Personen aufgrund der geringen Auflösung und/oder weiten Entfernung nicht identifiziert werden kann.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Nicht identifizierbar“

3.1.3. Kamerablick

Variable	Ausprägung	Code
V11	Blick in die Kamera	1
	Blick nicht in die Kamera	2
	Gemischt (mehrere Personen abgebildet, einige blicken in die Kamera, andere nicht)	3
	Nicht identifizierbar	9

Durch den Blick der abgebildeten Bildproduzenten in die Kamera werden Beziehungen zum Bildbetrachter aufgenommen und seine Rolle als Teilnehmer, der in das dargestellte Sujet eingebunden wird, konstituiert.

Neben den Ausprägungen „*Blick in die Kamera*“ und „*Blick nicht in die Kamera*“ wird auch die Kategorie „*Gemischt*“ festgelegt. Darunter werden Abbildungen mit mehreren Personen erfasst, deren Blicke teils in die Kamera gerichtet sind und teils nicht. Es gibt auch solche Fotoaufnahmen, auf denen Personen mit Sonnenbrille dargestellt sind oder aufgrund der geringen Auflösung nicht eindeutig identifiziert werden kann, ob die abgebildeten Bildproduzenten in die Kamera blicken oder nicht. Als Richtschnur soll hierfür die folgende Regel dienen: Ist das Gesicht der aufgenommenen Personen in Richtung Kamera gerichtet, wird davon ausgegangen, dass sie auch in die Kamera blicken.



Quellen: Katemangostar/freepik.com, Pressfoto/freepik.com, Javi_indy/freepik.com

Blick in die Kamera



Blick nicht in die Kamera



Gemischt

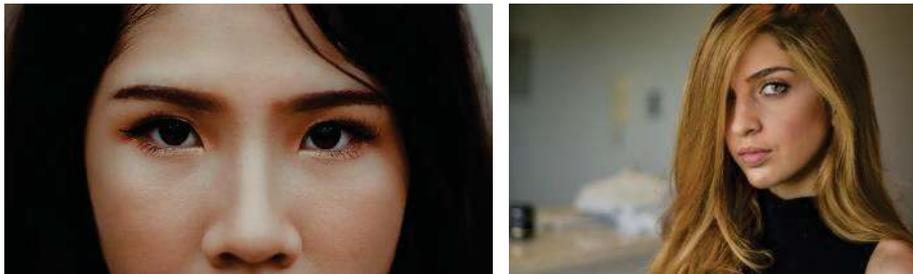
3.1.4. Körperdarstellung

Variable	Ausprägung	Code
V12	Detail/Groß	1
	Nah	2
	Halbnah (halbfigurig)	3
	Amerikanisch (bis zu den Knien)	4
	Halbtotale/Total (ganzfigurig)	5
	Weit	6
	Diverse Darstellungen	7

Die Erfassung der Körperdarstellung bei Personenaufnahmen, die zu den formalen Kategorien gehört und aufgrund der Begründung in Kapitel 2.4 des Codebuchs an dieser Stelle behandelt wird, erfolgt nach der dort dargestellten Abbildung 91: Einstellungsgrößen.

Detail / Groß

Die Kategorie „Detail/Groß“ umfasst Abbildungen, bei denen nur Kopf und Hals, der obere Teil der Schultern oder ein Detail daraus, z. B. Augen einer Person, abgebildet werden.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Einstellungsgröße „Detail / Groß“

„Nah“ und „Halbnah“

Bei der Einstellungsgröße „Nah“ wird die abgebildete Person vom Kopf bis zur Brust dargestellt und bei „Halbnah“ vom Kopf bis zur Hüfte oder vom Bein bzw. Fuß bis zur Hüfte.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Einstellungsgröße „Nah“



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Einstellungsgröße „Halbnah“

Amerikanisch

Unter der Kategorie „Amerikanisch“ werden Bilder erfasst, auf denen die aufgenommenen Personen bis zu den Knien dargestellt werden.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Einstellungsgröße „Amerikanisch“

Halbtotat / Total

Die Einstellungsgröße „*Halbtotat/Total*“ stellt die Personen ganzfigurig dar, d. h. die abgebildeten Bildproduzenten sind auf dem Bild mindestens bis unterhalb der Knie zu sehen.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Einstellungsgröße „Halbtotat/Total“

Weit

Bei der Einstellungsgröße „*Weit*“ werden die Personen ebenso ganzfigurig dargestellt. Der Unterschied besteht jedoch darin, dass im Gegensatz zur Einstellungsgröße „*Halbtotat/Total*“, die neben der Darstellung der Personen auch einen Einblick in die Umgebung gewährt, bei der Einstellungsgröße „*Weit*“ Raum die Einstellung dominiert. Die abgebildeten Bildproduzenten werden dabei nicht im Vordergrund dargestellt. Sie dienen jedoch nicht als Staffage; ihre Handlung ist relevant.



Quelle: pexels.com

Einstellungsgröße „Weit“

Diverse Darstellungen

Die Kategorie „*Diverse Darstellungen*“ inkludiert Fotoaufnahmen, auf denen mehrere Personen in unterschiedlichen Einstellungsgrößen abgebildet sind.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Diverse Darstellungen“

3.1.5. Gestik

Es kann vorkommen, dass zwei oder drei Gesten je nach Anzahl aufgenommener Personen dargestellt werden. Aus diesem Grund ist die Variable dreifach in V13.1, V13.2 und V 13.3 abgedruckt, um alle Gesten erfassen zu können. Welche Geste zuerst codiert wird, ist irrelevant.

Variable	Ausprägung	Code
V13.1	Keine Gestik/Nicht identifizierbar	0
	Redebegleitende Gesten	1
	Zeigende Gesten	2
	Berührende Gesten	3
	Symbolische Gesten	4
	Gesten mit Objekten	5
	Sonstiges	9

Variable	Ausprägung	Code
V13.2	Keine Gestik/Nicht identifizierbar	0
	Redebegleitende Gesten	1
	Zeigende Gesten	2
	Berührende Gesten	3
	Symbolische Gesten	4
	Gesten mit Objekten	5
	Sonstiges	9

Variable	Ausprägung	Code
V13.3	Keine Gestik/Nicht identifizierbar	0
	Redebegleitende Gesten	1
	Zeigende Gesten	2
	Berührende Gesten	3
	Symbolische Gesten	4

	Gesten mit Objekten	5
	Sonstiges	9

Die Erfassung von Gestik erfolgt nach folgender Regel: Weist eine auf dem Foto dargestellte Person eine Geste auf, die zu einer der oben genannten Kategorien zugeordnet werden kann, und die andere(n) nicht, wird das Bild nur einmal unter der festgestellten Kategorie anhand der Person mit Gestik erfasst. Erst wenn zwei, drei oder mehrere Personen bestimmte, differente Gesten aufweisen, kann das Bild mehrfach erfasst werden.

Keine Gestik / Nicht identifizierbar

Diese Kategorie wird im Fall ausgewählt, wenn alle auf dem Foto abgebildeten Personen keine ausgeprägte Gestik aufweisen und mit hängenden Armen und Händen dargestellt werden. Dazu zählen auch Fotoaufnahmen, auf denen sich Personen auf etwas stützen oder ein großes Objekt bzw. einen immobilen Gegenstand wie z. B. Zaun, Baum, Wand, großen Stein etc. anfassen. Auch im Fall, wenn bei dargestellten Personen aufgrund der weiten Entfernung, geringen Auflösung oder aus sonstigen Gründen keine Gestik zu sehen ist bzw. identifiziert werden kann – wenn z. B. die aufgenommene Person dem Bildbetrachter den Rücken zugewandt steht – ist diese Kategorie auszuwählen.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Keine Gesten / Nicht identifizierbar“

Redebegleitende Gesten

Hier handelt es sich um die fotografische Darstellung der Hauptakteure, deren Rede, Diskussion oder Gespräch mit Armen und Händen begleitet wird und zur Unterstreichung bzw. Unterstützung des Gesagten dient, z. B. geballte bzw. halb geballte Faust, bittende Hand mit der Handfläche nach oben etc.



Quelle: pexels.com

Beispiele für „Redebegleitende Gesten“

Zeigende Gesten

Bei dieser Art von Gesten handelt es sich um einen ausgestreckten Zeigefinger bzw. Arm, der auf eine Person bzw. ein Objekt gerichtet ist oder in eine bestimmte Richtung zeigt.



Quelle: pexels.com, rawpixel.com

Beispiele für „Zeigende Gesten“

Berührende Gesten

Bei berührenden Gesten handelt es sich sowohl um Gestik, die am eigenen Körper vollzogen wird, z. B. verschränkte Arme, die Hand am eigenen Kinn, an der Wange oder auf der Hüfte, als auch um Gesten, die an einer anderen Person vollzogen werden, z. B. die Hand auf die Schulter oder den Arm um eine Person legen, sich an den Händen halten, Handschlag, Umarmung etc.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für „Berührende Gesten“

Symbolische Gesten

Symbolische Gesten sind die sog. sprachersetzenden Zeichen, die sowohl kulturell erlernt als auch angeboren sein können. Das sind z. B. Victory- oder Okay-Zeichen, Daumen-Hoch-Geste, Applaus als Zeichen der Würdigung und Zustimmung, Winken, Hand über die Augen halten, so als würde man Ausschau halten, Arme vor Freude in die Höhe reißen etc. (vgl. Seng 2011). Eine besondere Form der symbolischen Geste, die mit Objekten bzw. Gegenständen durchgeführt wird, stellen z. B. das Anstoßen beim Prostern oder den Hut ziehen beim Begrüßen dar.



Quellen: pexels.com, rawpixel.com

Beispiele für „Symbolische Gesten“

Gesten mit Objekten

Fotoaufnahmen der Ausprägung „*Gesten mit Objekten*“ stellen Personen mit Gegenständen dar, deren Bedeutung sich für den Bildbetrachter auf die Person übertragen kann aber nicht muss. Das sind z. B. Personen mit Funktionsgegenständen wie z. B. einem Regenschirm, der auf keine besondere Bedeutung hinweist und lediglich zum Schutz vor Regen dient, oder auch Personen mit solchen Gegenständen wie z. B. einem Ball oder einem Fahrrad, die etwas über die Freizeitgestaltung der abgebildeten Bildproduzenten aussagen können. Zu dieser Kategorie zählen auch Fotografien, auf denen Personen mit Tieren abgebildet sind.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für „Gesten mit Objekten“

Sonstiges

Unter der Kategorie „*Sonstiges*“ werden alle Gesten erfasst, die zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet werden können.

3.1.6. Emotionen und Mimik

Es kann vorkommen, dass mehr als eine Emotion je nach Anzahl abgebildeter Personen dargestellt wird. Aus diesem Grund ist die Variable zweifach in V14.1 und V14.2 abgedruckt, um alle Emotionen erfassen zu können. Welcher Gesichtsausdruck als erster codiert wird, ist irrelevant.

Variable	Ausprägung	Code
V14.1	Keine Emotionen/Nicht identifizierbar	0
	Entspannung/Wohlfühl (geschlossene Augen, beschauliches Gesicht etc.)	1
	Freude/Fröhlichkeit (Lachen, Lächeln etc.)	2
	Neugier/Interessiert sein	3
	Nachdenklichkeit	4
	Anstrengung (Sport, Sonnenstrahlen etc.)	5
	Überraschung (Erstaunen, Heben der Augenbrauen etc.)	6
	Trauer/Traurigkeit (Gesenkte Mundwinkel, Weinen etc.)	7
	Sonstiges	9

Variable	Ausprägung	Code
V14.2	Keine Emotionen/Nicht identifizierbar	0
	Entspannung/Zufriedenheit (geschlossene Augen, beschauliches Gesicht etc.)	1
	Freude/Fröhlichkeit (Lachen, Lächeln etc.)	2
	Neugier/Interessiert sein	3
	Nachdenklichkeit	4
	Anstrengung (Sport, Sonnenstrahlen etc.)	5
	Überraschung (Erstaunen, Heben der Augenbrauen etc.)	6
	Trauer/Traurigkeit (Gesenkte Mundwinkel, Weinen etc.)	7
	Sonstiges	9

Emotionen, die als bildliche Darstellung menschlicher Gefühle zu bezeichnen sind, können an der Mimik und Gestik der abgebildeten Bildproduzenten festgestellt werden. Codiert werden Gesichtsausdrücke der Personen, die gut sichtbar und eindeutig erkennbar sind. Das sind z. B. solche manifesten Emotionen wie Freude, Traurigkeit, Überraschung, Nachdenklichkeit oder Neugier. Weist eine auf dem Bild dargestellte Person eine bestimmte Emotion auf, die zu einer der oben genannten Kategorien zugeordnet werden kann, und die andere(n) nicht, wird die Fotografie nur einmal unter der festgestellten Kategorie anhand der Person mit ausgeprägter Emotion erfasst. Erst wenn zwei, drei oder mehrere Personen bestimmte, differente Emotionen aufweisen, kann das Bild mehrfach erfasst werden.

Keine Emotionen / Nicht identifizierbar

Unter dieser Kategorie werden Fotoaufnahmen erfasst, auf denen alle abgebildeten Bildproduzenten keine ausgeprägten Emotionen zeigen, z. B. ein freundliches Gesicht ohne Lächeln bzw. mit einem leicht bemerkbaren Lächeln. Auch wenn Emotionen auf dem Bild

nicht zu sehen sind, z. B. bei einer Menschenmenge oder wenn die dargestellten Personen dem Bildbetrachter den Rücken zugewandt stehen, ist diese Kategorie auszuwählen.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Keine Emotionen/Nicht identifizierbar“

Entspannung / Wohlgefühl

Fotografien der Ausprägung „*Entspannung/Wohlgefühl*“ stellen Personen dar, die eine entspannte Erholung am Strand, in der Sauna, in der Natur etc. genießen und i. d. R. durch solche Mimik wie geschlossene Augen, beschauliches, zufriedenes und entspanntes Gesicht gekennzeichnet sind.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Entspannung/Wohlgefühl“

Freude / Fröhlichkeit

Emotionen dieser Kategorie sind Lachen, Lächeln, fröhlich und vergnügt sein. Diese sollen echt aussehen oder zumindest echt rüberkommen und Freude zum Ausdruck bringen. Ein freundlich aussehendes Gesicht mit einem leicht bemerkbaren Lächeln wird unter der Kategorie „Keine Emotionen/Nicht identifizierbar“ erfasst.



Quellen: pexels.com, rawpixel.com

Beispiele für die Kategorie „Freude/Fröhlichkeit“

Neugier / Interessiert sein

Diese Ausprägung kann an der Körperhaltung der dargestellten Personen festgestellt werden, wenn man z. B. etwas mit Interesse anschaut, etwa im Schaufenster oder beim Betrachten eines Museumsexponats. Aber auch Wissensneugier beim Reisen, wenn z. B. eine Person der anderen etwas zeigt und diese mit Interesse und Aufmerksamkeit zuhört, fällt unter diese Kategorie.



Quellen: pixabay.com, negativespace.co

Beispiele für die Kategorie „Neugier / Interessiert sein“

Nachdenklichkeit

Die Kategorie „*Nachdenklichkeit*“ kann genauso wie die Ausprägung „*Neugier*“ an der Körperhaltung der abgebildeten Bildproduzenten festgestellt werden. Die typische Körperhaltung dafür ist, wenn man das Kinn oder den Kopf in die Hand stützt. Auch wenn die aufgenommenen Personen gebannt, mit ruhigen Gesichtszügen auf brennendes Feuer, Wasser etc. schauen, wird diese Kategorie ausgewählt.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Nachdenklichkeit“

Anstrengung

Unter diese Kategorie fallen Fotoaufnahmen, auf denen die abgebildeten Bildproduzenten mit gekniffenem Gesicht bzw. unter Anstrengung z. B. beim schweren Arbeiten oder beim Sport treiben dargestellt werden. Auch zusammengekniffene Augen beim starken Sonnenlicht, das eine gewisse Anstrengung beim Schauen hervorruft, zählen dazu.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Anstrengung“

Überraschung

Personen auf den Fotografien, die unter die Kategorie „*Überraschung*“ fallen, sind durch folgende Emotionen gekennzeichnet: Verwunderung, Augenbrauen heben, Unterkiefer senken, leicht geöffneten Mund etc.



Quellen: rawpixel.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Überraschung“

Trauer / Traurigkeit

Die Kategorie „*Traurigkeit*“ inkludiert Bilder mit Personen, die ein weinendes bzw. trauriges Gesicht mit gesenkten Mundwinkeln haben.



Quellen: rawpixel.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Traurigkeit“

Sonstiges

Unter die Kategorie „*Sonstiges*“ fallen Fotoaufnahmen mit Personen, deren Emotionen zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet werden können.

3.1.7. Handlung der Personen

Hier wird die Handlung der abgebildeten Bildproduzenten bzw. deren Zustand codiert. Im Zweifelsfall dürfen Bildunterschriften bzw. Artikelüberschriften zwecks Codierentscheidung

in Anspruch genommen werden. Der Bildinhalt hat jedoch Vorrang und soll primär behandelt werden.

Es kann vorkommen, dass mehr als eine Handlung je nach Anzahl abgebildeter Personen dargestellt wird. Aus diesem Grund ist die Variable zweifach in V15.1 und V15.2 abgedruckt, um alle Handlungen der Akteure erfassen zu können. Welche Handlung zuerst codiert wird, ist irrelevant.

Variable	Ausprägung	Code
V15.1	Alltägliche Aufgaben (z. B. Einkaufen, Arbeiten, Studieren)	1
	Aktive Erholung mit Bewegung (Radfahren, Laufen, Klettern, Spielen, Bummeln etc.)	2
	Aktive Erholung ohne (Fort-)Bewegung (Pause machen, Essen zu sich nehmen, Natur betrachten, in die Karte schauen, Tiere füttern/streicheln etc.)	3
	Passive Erholung (z. B. am Strand bzw. auf der Wiese liegen, Sauna besuchen, im Restaurant sitzen)	4
	Diskussion/Unterhaltung (Abbildung von miteinander redenden Personen)	5
	Gruppenfotos/Porträts/Abbildung einzelner Personen ohne konkrete Handlung (z. B. Großaufnahme des Gesichts, Klassenfotos)	6
	Sonstiges / Nicht klassifizierbar	9

Variable	Ausprägung	Code
V15.2	Alltägliche Aufgaben (z. B. Einkaufen, Arbeiten, Studieren)	1
	Aktive Erholung mit Bewegung (Radfahren, Laufen, Klettern, Spielen, Bummeln etc.)	2
	Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung (Pause machen, Essen zu sich nehmen, Natur betrachten, in die Karte schauen, Tiere füttern/streicheln etc.)	3
	Passive Erholung (z. B. am Strand bzw. auf der Wiese liegen, Sauna besuchen, im Restaurant sitzen)	4
	Diskussion, Unterhaltung (Abbildung von miteinander redenden Personen)	5
	Gruppenfotos/Porträts/Abbildung einzelner Personen ohne konkrete Handlung (z. B. Großaufnahme des Gesichts, Klassenfotos)	6
	Sonstiges bzw. nicht klassifizierbar	9

Alltägliche Aufgaben

Unter dieser Kategorie werden Fotografien erfasst, die alltägliches Menschenleben darstellen, das Arbeiten, Studieren, Einkaufen (i. d. R. Lebensmittel), Haushalt führen etc. impliziert. Ferner gehören zu dieser Kategorie Bilder, die durch die Straßen laufende Menschen ohne konkreten Hinweis z. B. auf touristische Aktivitäten oder Bummeln abbilden.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Alltagsleben“

Aktive Erholung mit Bewegung

Unter der Ausprägung „Aktive Erholung mit Bewegung“ werden Bilder erfasst, die eine aktive Handlung der Akteure bzw. Personen in Aktion abbilden. Radfahren, Auto bzw. Boot selbst fahren, Laufen, Klettern, Spielen, Bummeln, Spazieren etc. stellen Aktivitäten dar, die die Fotoaufnahmen dieser Kategorie auszeichnen.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Aktive Erholung mit Bewegung“

Aktive Erholung ohne (Fort-) Bewegung

Diese Ausprägung umfasst Fotografien, die auf eine aktive Erholung hindeuten, jedoch keine Bewegung darstellen. Pause machen während einer Radtour, Essen zu sich nehmen oder Natur betrachten beim Wandern bzw. Ausflug, in die Karte schauen während einer Städtereise, Tiere füttern bzw. streicheln etc. sind Handlungsmerkmale, die die Personenaufnahmen dieser Ausprägung auszeichnen. Auch Bilder, auf denen Menschen auf einem großen Schiff, im Reisebus oder in der Kutsche abgebildet sind und diese Fahrzeuge nicht selbst steuern, fallen unter diese Kategorie.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Aktive Erholung ohne (Fort-)Bewegung“

Passive Erholung

Diese Kategorie inkludiert Bilder, die eine passive Erholung ohne jeglichen Hinweis auf eine Ruhepause während einer aktiven Erholung darstellen. Am Strand bzw. auf der Wiese liegen, Sauna besuchen, ein Buch lesen oder im Restaurant sitzen sind klassische Beispiele für die passive Erholung. Werden z. B. Personen liegend auf der Wiese mit Fahrrädern bzw. einem Auto in der Nähe abgebildet, sind solche Bilder unter der Ausprägung „Aktive Erholung ohne (Fort-)Bewegung“ zu erfassen. Als Sonderfälle für die passive Erholung gelten Fotografien, die z. B. in der Sonne liegende Menschen auf einem Schiff bzw. Boot abbilden. Wird jedoch eine Schiffsreise in Rahmen einer Exkursion bzw. Entdeckungstour durchgeführt, bei der Menschen ohne bestimmte Handlung auf einem Ausflugsschiff abgebildet sind, sind solche Bilder ebenfalls als „Aktive Erholung ohne (Fort-)Bewegung“ zu erfassen.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Passive Erholung“

Diskussion / Unterhaltung

Unter diese Kategorie fallen Fotoaufnahmen, auf denen sich unterhaltende bzw. diskutierende Personen abgebildet sind.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Diskussion/Unterhaltung“

Gruppenfotos / Porträts / Personen ohne konkrete Handlung

Unter dieser Ausprägung werden Klassen- oder Gruppenfotos, Großaufnahmen des Gesichts etc. codiert. Es handelt sich dabei um Personen, die für das Foto posieren und keine konkrete Handlung aufweisen.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Gruppenfotos / Porträts / Personen ohne konkrete Handlung“

Sonstiges / Nicht klassifizierbar

Unter diese Kategorie fallen Fotoaufnahmen mit Personen, deren Handlung zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet bzw. nicht klassifiziert werden kann.

3.1.8. Bildhintergrund, Bildvorder- bzw. -mittelgrund

Variable	Ausprägung	Code
V16.1	Nicht sichtbar/Kein Hintergrund (z. B. bei Großaufnahmen oder schwarzem Hintergrund)	0
	Natur/Landschaft/Meer (unbebaute Fläche, aber auch menschlich geformte Parks etc.)	1
	Stadtlandschaft (dichte Bebauung, Wasserkanäle, Straßen etc.)	2
	Dorflandschaft (dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern)	3
	Hafen/Schiff(e)/Boot(e)	4
	Innerhalb eines Gebäudes bzw. eines Raumes	5
	Vor einem Objekt (z. B. vor einem Gebäude oder einer Wand; füllt den ganzen Hintergrund aus)	6
	Unter freiem Himmel	7
	Menschenmenge	8
	Sonstiges/Nicht klassifizierbar	9

Variable	Ausprägung	Code
V16.2	Nicht sichtbar/Kein Hintergrund (z. B. bei Großaufnahmen oder schwarzem Hintergrund)	0
	Natur/Landschaft/Meer (unbebaute Fläche, aber auch menschlich geformte Parks etc.)	1
	Stadtlandschaft (dichte Bebauung, Wasserkanäle, Straßen etc.)	2
	Dorflandschaft (dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern)	3
	Hafen/Schiff(e)/Boot(e)	4
	Innerhalb eines Gebäudes bzw. eines Raumes	5
	Vor einem Objekt (z. B. vor einem Gebäude oder einer Wand; füllt den ganzen Hintergrund aus)	6
	Unter freiem Himmel	7
	Menschenmenge	8
	Sonstiges/Nicht klassifizierbar	9

Hier wird der Bildhintergrund, -vordergrund und/oder -mittelgrund bzw. die Umgebung oder Rahmensituation der abgebildeten Bildproduzenten codiert. Aus diesem Grund ist die Variable zweifach in V16.1 und V16.2 abgedruckt, um alle Bildebenen erfassen zu können. Wenn sich die in Kapitel 3.1.2 erfassten Hautakteure im Vordergrund des Bildes befinden, werden weitere Gegenstände und Objekte – falls vorhanden – im Bildmittelgrund und -hintergrund erfasst. Nach dem gleichen Prinzip erfolgt die Erfassung der Bildebenen, wenn

sich die in Kapitel 3.1.2 erfassten Bildproduzenten im Bildmittelgrund oder -hintergrund befinden. Hier werden jeweils der Bildvordergrund und -hintergrund bzw. Bildvordergrund und -mittelgrund erfasst.

Im Zweifelsfall dürfen Bildunterunterschriften bzw. Artikelüberschriften zwecks Codierentscheidung in Anspruch genommen werden. Der Bildinhalt hat jedoch Vorrang und soll primär behandelt werden.

Nicht sichtbar / Kein Bildhintergrund, -vordergrund, -mittelgrund

Unter dieser Ausprägung werden Groß- und Nahaufnahmen codiert, bei denen i. d. R. kein Bildhintergrund zu sehen ist. Auch Fotografien mit einfarbigem Hintergrund, z. B. bei freigestellten Bildern oder Studiofotos, oder auch solchem Hintergrund, der zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet werden kann, fallen unter diese Kategorie.



Quelle: pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Nicht sichtbar / Kein Bildhintergrund“

Natur / Landschaft / Meer

Diese Kategorie umfasst Aufnahmen, die Naturlandschaften, Felder, Steppen, Berge, Meer etc. im Hintergrund abbilden. Neben der unbebauten Fläche sind auch menschlich geformte Parks oder Strände mit Anlegebrücken mögliche Bildmotive dieser Kategorie.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Natur / Landschaft / Meer“

Stadtlandschaft

Fotoaufnahmen dieser Ausprägung stellen eine typische Stadtlandschaft mit dicht bebauten Gebieten, Wasserkanälen, Kirchen, Marktplätzen, Straßen etc. im Hintergrund dar.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Stadtlandschaft“

Hafen / Schiff(e) / Boot(e)

Wie die Kategorie bereits für sich spricht, fallen darunter Fotografien, die einen Hafen oder ein Schiff bzw. Boot im Hintergrund abbilden.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Hafen / Schiff(e)“

Dorflandschaft

Zur Kategorie „Dorflandschaft“ gehören Bilder, die durch eine dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern im Hintergrund gekennzeichnet sind.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Dorflandschaft“

Innerhalb eines Gebäudes bzw. eines Raumes

Auf den Bildern dieser Kategorie werden Personen dargestellt, die sich in einem Raum, Gebäude oder einem geschlossenen Bereich befinden. Die Innenausstattung im Hintergrund ist dementsprechend gut erkennbar.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Innerhalb eines Gebäudes bzw. eines Raumes“

Vor einem Objekt

Wie die Ausprägung bereits für sich spricht, weist der Hintergrund der Fotoaufnahmen, die unter diese Kategorie fallen, eine formatfüllende Darstellung von Gebäude, Wand oder einem beliebigen Objekt auf, sodass ein genauer Aufenthalt der Personen nicht festgestellt werden kann und/oder ein (weiter) Blick in die Umgebung nicht gegeben ist.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Vor einem Objekt“

Unter freiem Himmel

Bilder dieser Kategorie haben einen Himmel formatfüllend im Hintergrund, sodass der Standort der Personen nicht bestimmt werden kann. Genauso wie bei den Fotos der Kategorie „Vor einem Objekt“ ist auch hier ein (weiter) Blick in die Umgebung nicht gegeben.

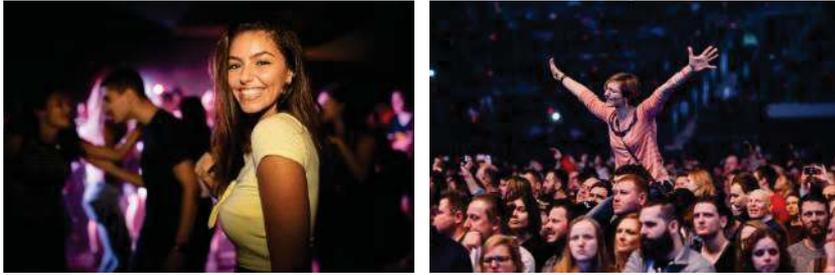


Quellen: snapwiresnaps.tumblr.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Unter freiem Himmel“

Menschenmenge

Die Kategorie „*Menschenmenge*“ inkludiert Fotografien, die eine Gruppe von Menschen bzw. eine Menschenmasse im Hintergrund haben, z. B. auf dem Strand, beim Konzert oder in der Einkaufsstraße.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Menschenmenge“

Sonstiges / Nicht klassifizierbar

Unter diese Kategorie fallen Fotos, deren Hintergrund zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet bzw. nicht klassifiziert werden kann.

3.2. Sachaufnahmen

3.2.1. Thematische Gliederung

Die thematische Gliederung des Bildmaterials soll zu dessen Einordnung in Gruppen und der entsprechenden Bildtypenbildung beitragen. Impliziert ein Bild mehrere Aspekte, muss sein thematischer Schwerpunkt festgelegt und codiert werden.

Variable	Ausprägung	Code
V17	Natur	10
	Tiere / Vögel	11
	Berge / Felsen / Hügel	12
	Strandlandschaft	13
	Blumen / Blumenwiese / Blumenbeet	14
	Wald / Graswiese / Steppe / Sumpf	15
	Naturlandschaft / Naturpanorama	16
	Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke	20
	Schlösser und Burgen	21
	Kirchen, Dome, Rathäuser	22
	Denkmäler und Skulpturen	23
	Häfen / Strandarchitektur	24
	Stadtarchitektur / Städtisches Leben	25
	Einzelne Architekture Objekte und Bauwerke	26
	Dorflandschaft	30
	Dorf / Ländliches Leben	31
	Einzelne Häuser und Bauwerke	32
	Sanatorien, Hotels / Baukomplexe und Ensembles	33
	Innenraumansicht	40
	Museum, Ausstellung	41

	Haus-/Hotelräume	42
	Lokal, Restaurant, Café	43
	Geschäfte	44
	Schwimmhalle / Sauna	45
	Sonstige Innenraumansichten	46
	Einzelgegenstände	50
	Kunst- und Handwerke	51
	Speisen/Lebensmittel	52
	Fahrzeug(e)	53
	Sonstige Einzelgegenstände	54
	Sonstiges / Nicht zuordenbar	99

Die Ausprägung „Natur“ umfasst Fotoaufnahmen, die Tiere, Berge, Strände, Wälder, Steppen, Wiesen und sonstige Naturobjekte darstellen. Darunter fallen auch Bilder, die eine Naturlandschaft bzw. ein Naturpanorama abbilden, das öfters aus der Vogelperspektive dargestellt wird und/oder die Einstellungsgröße „Weit“ hat.



Quellen: pixabay.com, pexels.com, splitshire.com

Beispiele für die Kategorie „Natur“

Unter die Kategorie „*Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke*“ fallen Fotoaufnahmen, die sowohl historische architektonische Bauwerke wie Schlösser, Burgen, Dome, Kirchen, Rathäuser, Denkmäler und Häfen samt Schiffen und Strandarchitektur als auch die gewöhnliche Stadtarchitektur inklusive Stadtleben oder auch einzelne Architekturobjekte und Bauwerke abbilden.



Quellen: pexels.com, pixabay.com



Quellen: pixabay.com, burst.shopify.com

Beispiele für die Kategorie „Stadtlandschaft und architektonische Bauwerke“

Die Kategorie „*Dorflandschaft*“ inkludiert Fotoaufnahmen, die durch eine dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern und anderen Bauwerken gekennzeichnet sind und/oder dörfliches Leben darstellen. Auch Fotografien, die einzelne Häuser und Bauwerke – z. B. ein Einzelgehöft – großformatig abbilden oder Sanatorien, Baukomplexe bzw. Bauwerkensembles mitten in der Natur darstellen, fallen unter diese Kategorie.



Quelle: pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Dorflandschaft“

Unter der Kategorie „*Innenraumansicht*“ werden Bilder codiert, die Innenräume und deren Einrichtung bzw. Ausstattung abbilden. Das sind Räumlichkeiten von Museen, Geschäften, Schwimmhallen, Restaurants, Häusern, Hotels etc. und sonstige Innenraumansichten.



Quellen: skitterphoto.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Innenraumansicht“

Die thematische Ausprägung „*Einzelgegenstände*“ inkludiert Fotoaufnahmen, die unterschiedliche Kunst- und Handwerke wie Statuen, Gemälde, selbstgemachte Sachen aus Ton, Holz, Metall etc., verschiedene Speisen und Lebensmittel sowie auch motorisierte und nicht motorisierte Fahrzeuge aller Art darstellen. Auch sonstige Einzelgegenstände, die zu keiner der in der Ausprägung genannten Unterkategorien zugeordnet werden können, sind darunter zu erfassen.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Einzelgegenstände“

Unter der Kategorie „*Sonstiges/Nicht zuordenbar*“ werden Bilder codiert, die thematisch zu keiner der festgelegten Ausprägungen zugeordnet werden können.

3.2.2. Abgebildete Gegenstände

Variable	Ausprägung	Code
V18	Natur / Landschaft / Meer (unbebaute Fläche, aber auch menschlich geformte Parks usw.)	1
	Stadtlandschaft (dichte Bebauung, Wasserkanäle, Straßen etc.)	2
	Dorflandschaft (dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern)	3
	Hafen / Schiff(e) / Boot(e)	4
	Einzelne Gebäude und Bauten	5
	Sonstige Bauwerke / Denkmäler	6
	Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes	7
	Tier(e)	8
	Fahrzeug(e), evtl. mit Straße	9
	Speisen / Lebensmittel	10
	Einzelgegenstand (zusätzlich offene Eingabe)	98
	Sonstiges / Nicht klassifizierbar	99

Hier werden Gegenstände bzw. Objekte erfasst, die sich im Fokus der Kamera befinden. Im Zweifelsfall dürfen Bildunterschriften bzw. Artikelüberschriften zwecks Codierentscheidung zurate gezogen werden. Der Bildinhalt hat jedoch Vorrang und soll primär behandelt werden.

Natur / Landschaft / Meer

Diese Kategorie umfasst Fotoaufnahmen, die Naturlandschaften, Felder, Steppen, Berge, Meer etc. abbilden. Neben der unbebauten Fläche sind darunter menschlich geformte Parks oder Strände mit Anlegebrücken zu erfassen.



Quelle: pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Natur / Landschaft / Meer“

Stadtlandschaft

Bilder dieser Kategorie stellen eine typische Stadtlandschaft mit dicht bebauten Gebieten, Wasserkanälen, Kirchen, Marktplätzen, Straßen etc. dar.



Quellen: pexels.com, burst.shopify.com

Beispiele für die Kategorie „Stadtlandschaft“

Hafen / Schiff(e) / Boot(e)

Wie diese Kategorie bereits für sich spricht, fallen darunter Bilder, die einen Hafen oder ein Schiff bzw. Boot abbilden. Durch Wasserkanäle fahrende Schiffe und Boote, die zusammen mit der Stadtarchitektur eine Gesamtheit darstellen, werden unter der Kategorie „Stadtlandschaft“ codiert.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Hafen/Schiff(e)/Boot(e)“

Dorflandschaft

Zur Kategorie „Dorflandschaft“ gehören Fotoaufnahmen, die durch eine dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern gekennzeichnet sind. Auch einzelne Objekte, die sich

im Grünen bzw. in der Natur befinden und keine Hinweise auf eine städtische Gegend haben, zählen zu dieser Kategorie.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Dorflandschaft“

Einzelne Gebäude und Bauten

Auf den Bildern dieser Kategorie sind Häuser bzw. ein oder mehrere Gebäude abgebildet, die großformatig dargestellt werden und/oder sich im Fokus der Kamera befinden. Auch große Windmühlen, die meist zusammen mit einem Haus abgebildet werden, fallen unter diese Kategorie. Stellt das Bild eine Mischung aus architektonischen Bauten und Stadt- bzw. Dorfleben dar, die im Bild als eine Gesamtheit erscheinen, sind solche Fotoaufnahmen unter der Kategorie Stadt- bzw. Dorflandschaft zu erfassen.



Quelle: pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“

Sonstige Bauwerke / Denkmäler

Die Kategorie „*Sonstige Bauwerke / Denkmäler*“ umfasst Fotoaufnahmen, auf denen unterschiedliche Bauwerke wie Brücken, Brunnen, Leuchttürme etc. sowie auch Monumente, Skulpturen und Denkmäler abgebildet sind.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Sonstige Bauwerke / Denkmäler“

Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes

Wie der Name schon sagt, werden unter dieser Ausprägung Bilder erfasst, die die Innenausstattung eines Raumes, Gebäudes oder sonstigen geschlossenen Bereichs darstellen.



Quellen: skitterphoto.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes“

Tier(e)

Hier werden ein oder mehrere Tiere abgebildet.



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Tier(e)“

Fahrzeug(e), evtl. mit Straße

Unter diese Kategorie fallen Fotografien, die Fahrzeuge großformatig, auch mit dem Straßenverlauf abbilden. Dazu gehören auch solche nicht motorisierten Fahrzeuge wie z. B. Fahrräder und Kutschen.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Fahrzeug(e), evtl. mit Straße“

Essen / Lebensmittel

Diese Ausprägung inkludiert Fotografien, auf denen sowohl Speisen auf einem gedeckten Tisch als auch verschiedene Gerichte großformatig abgebildet sind. Ferner fallen darunter Fotoaufnahmen, die unterschiedliche Lebensmittel darstellen.



Quellen: burst.shopify.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Speisen / Lebensmittel“

Einzelgegenstand

Diese Ausprägung wird zusätzlich als offene Eingabe für unterschiedliche Gegenstände gehalten und beinhaltet Fotografien, die einzelne Objekte und Gegenstände abbilden.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Einzelgegenstand“

Sonstiges / Nicht klassifizierbar

Unter diese Kategorie fallen Bilder, die Gegenstände oder Objekte abbilden, die zu keiner der genannten Ausprägungen zugeordnet bzw. nicht klassifiziert werden können.

3.2.3. *Gegenstandsdarstellung*

Variable	Ausprägung	Code
V19	Detail/Groß	1
	Nah/Halbnah	2
	Halbtotale/Total	3
	Weit	4
	Diverse Darstellungen	5

Als Richtschnur für die Erfassung der Gegenstandsdarstellung bei Sachaufnahmen dient Abb. 91: Einstellungsgrößen, die in Kapitel 2.4 dargestellt wurde. Diese Ausprägung zählt zwar zu den formalen Kategorien, wird aber aufgrund der Begründung in Kapitel 2.4 des Codebuchs an dieser Stelle behandelt.

Detail / Groß

Die Kategorie „*Detail/Groß*“ umfasst Fotoaufnahmen, auf denen die dargestellten Gegenstände entweder formatfüllend sind oder ein Detail davon abgebildet wird, z. B. die Spitze eines Bleistiftes.



Quellen: skitterphoto.com, pixabay.com

Beispiele für die Einstellungsgröße „Detail / Groß“

Nah / Halbna

Bei der Einstellungsgröße „*Nah/Halbna*“ wird das abgebildete Objekt etwa bis zur Hälfte dargestellt.



Quellen: pexels.com, pixabay.com

Beispiele für die Einstellungsgröße „Nah / Halbna“

Halbtota / Total

Bei der Einstellungsgröße „*Halbtota/Total*“ werden Gegenstände ganz bzw. komplett dargestellt.



Quellen: pixabay.com, lifeofpix.com

Beispiele für die Einstellungsgröße „Halbtota / Total“

Weit

Bei der Einstellungsgröße „*Weit*“ werden Gegenstände ebenso komplett dargestellt. Der Unterschied besteht jedoch darin, dass im Gegensatz zur Einstellungsgröße „*Halbtota/Total*“, die neben der Darstellung verschiedener Objekte auch einen Einblick in die Umgebung gewährt, bei der Einstellungsgröße „*Weit*“ Raum die Einstellung dominiert. Die abgebildeten Gegenstände bzw. Objekte werden dabei nicht im Vordergrund, sondern aus der größeren Entfernung oder aus der Vogelperspektive dargestellt.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Einstellungsgröße „Weit“

Diverse Darstellungen

Die Kategorie „*Diverse Darstellungen*“ wird im Fall erfasst, wenn auf dem Bild mehrere Objekte bzw. Gegenstände mit unterschiedlichen Einstellungsgrößen abgebildet sind.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Diverse Darstellungen“

3.2.4. *Bildhintergrund, Bildvorder- und -mittelgrund*

Variable	Ausprägung	Code
V20.1	Kein Bildvordergrund/-mittelgrund/-hintergrund	0
	Natur/Landschaft/Meer (unbebaute Fläche, aber auch menschlich geformte Parks etc.)	1
	Stadtlandschaft (dichte Bebauung, Wasserkanäle, Straßen etc.)	2
	Dorflandschaft (dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern)	3
	Hafen/Schiff(e)/Boot(e)	4
	Einzelne Gebäude und Bauten	5
	Sonstige Bauwerke/Denkmäler	6
	Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes	7
	Tier(e)	8
	Fahrzeug(e), evtl. mit Straße	9
	Speisen/Lebensmittel	10
	Einzelgegenstand (zusätzlich offene Eingabe)	98
	Sonstiges/Nicht klassifizierbar	99

Variable	Ausprägung	Code
V20.2	Kein Bildvordergrund/-mittelgrund/-hintergrund	0
	Natur/Landschaft/Meer (unbebaute Fläche, aber auch menschlich geformte Parks etc.)	1
	Stadtlandschaft (dichte Bebauung, Wasserkanäle, Straßen etc.)	2
	Dorflandschaft (dünn besiedelte, ländliche Gegend mit Einzelhäusern)	3
	Hafen/Schiff(e)/Boot(e)	4
	Einzelne Gebäude und Bauten	5
	Sonstige Bauwerke/Denkmäler	6
	Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes	7
	Tier(e)	8
	Fahrzeug(e), evtl. mit Straße	9
	Speisen/Lebensmittel	10
	Einzelgegenstand (zusätzlich offene Eingabe)	98
	Sonstiges/Nicht klassifizierbar	99

Genauso wie bei Personenaufnahmen soll auch bei Sachaufnahmen neben sich im Fokus der Kamera befindenden Gegenständen auch der Bildhintergrund, -vordergrund und/oder -mittelgrund codiert werden. Aus diesem Grund ist die Variable zweifach in V20.1 und V20.2 abgedruckt, um alle Bildebenen erfassen zu können. Wenn sich die in Kapitel 3.2.2 erfassten Gegenstände im Vordergrund des Bildes befinden, werden weitere Gegenstände bzw. Objekte – falls vorhanden – im Bildmittelgrund und -hintergrund erfasst. Nach dem gleichen Prinzip erfolgt die Erfassung der Bildebenen, wenn sich die in Kapitel 3.2.2 erfassten Gegenstände im Bildmittelgrund oder -hintergrund befinden. Hier werden jeweils der Bildvordergrund und -hintergrund bzw. Bildvordergrund und -mittelgrund erfasst.

Kein Bildvordergrund/-mittelgrund/-hintergrund

Unter diese Kategorie fallen Aufnahmen, bei denen ein bereits erfasster Gegenstand das gesamte Bild füllt oder sich mit der Thematik des Bildvorder- bzw. -hintergrundes deckt. Das sind vor allem Naturbilder, die Naturpanoramen darstellen, oder Stadtaufnahmen, die in der Einstellungsgröße „Weit“ bzw. aus der Vogelperspektive abgebildet sind.



Quellen: stokpic.com, pexels.com, skitterphoto.com

Beispiele für die Kategorie „Kein Bildvordergrund/-mittelgrund/-hintergrund“

Da die Beschreibung der einzelnen Kategorien bereits in Kapitel 3.2.2 ausführlich behandelt wurde, werden an dieser Stelle ausschließlich Beispiele vorgestellt.



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Natur/Landschaft/Meer“



Quellen: flickr.com, pixabay.com

Beispiele für die Kategorie „Stadtlandschaft“



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Dorflandschaft“



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Hafen / Schiff(e) / Boot(e)“



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Einzelne Gebäude und Bauten“



Quellen: pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Sonstige Bauwerke/Denkmäler“



Quellen: skitterphoto.com, pixabay.com, pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Innenansicht eines Gebäudes bzw. Raumes“



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Fahrzeug(e), evtl. mit Straße“



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Tier(e)“



Quelle: pexels.com

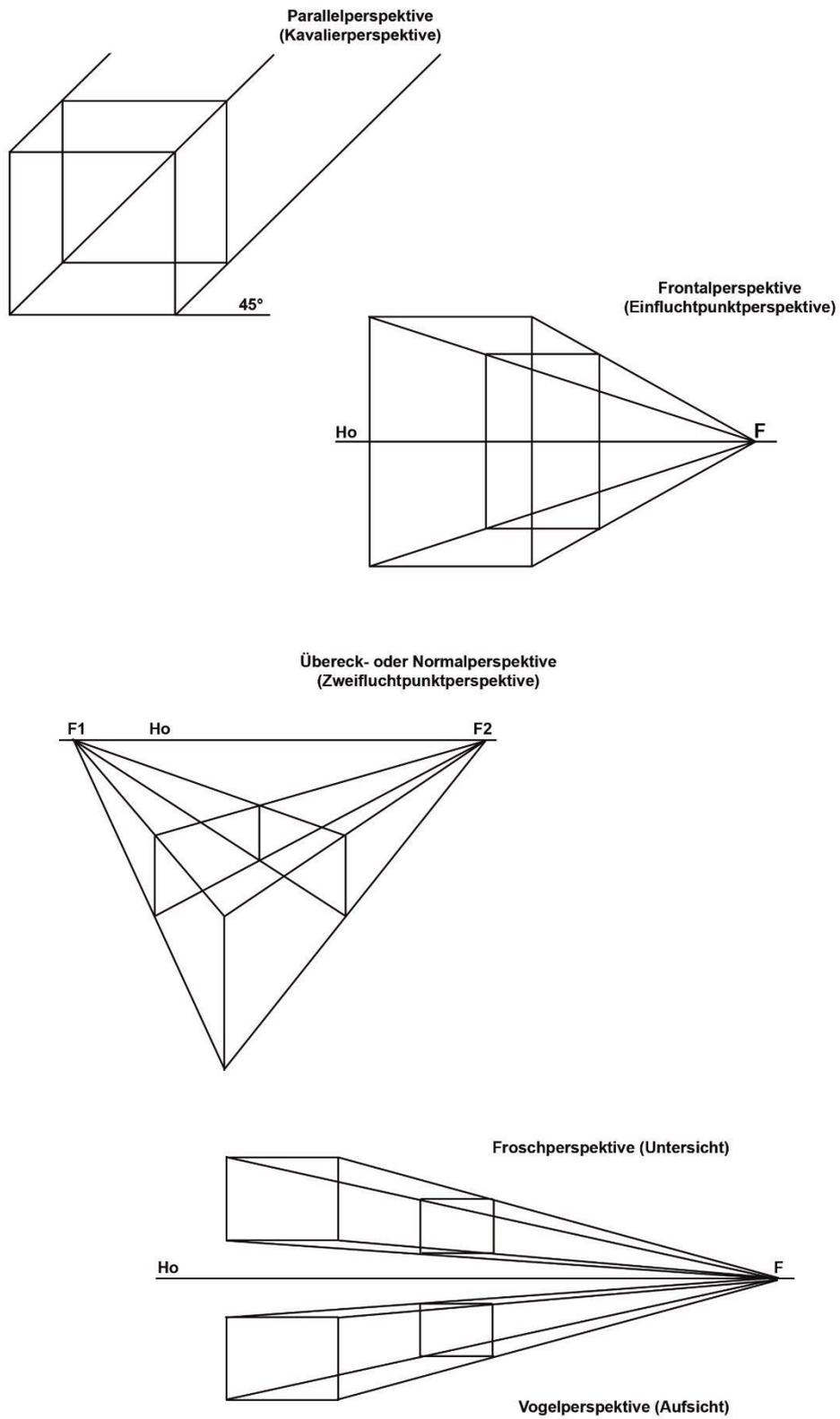
Beispiele für die Kategorie „Speisen/Lebensmittel“



Quelle: pexels.com

Beispiele für die Kategorie „Einzelgegenstand“

Anlage 2: Perspektiven¹



¹ Vgl. Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus GmbH o. J.

Anlage 3: Gewichtung der Bilder von Deutschland

Personenaufnahmen	Germany.travel				Berlin.de									
	Bild 2	%	Bild 6	%	Bild 8	%	Bild 11	%	Bild 12	%	Bild 13	%	Bild 15	%
Thematische Gliederung	30	85,3	30	85,3	30	85,3	30	85,3	30	85,3	30	85,3	30	85,3
Unterkategorie (davon)	36	9,7	35	17,2	37	6,5	32	43	32	43	32	43	38	8,6
Bildformat	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8
Bildgröße	2	60	2	60	2	60	2	60	2	60	2	60	2	60
Kameraperspektive	1	66,7	3	15,9	3	15,9	1	66,7	3	15,9	1	66,7	1	66,7
Gestalterische Effekte	0	64,6	0	64,6	0	64,6	1	5,1	0	64,6	0	64,6	0	64,6
Bildquelle	5	13,8	4	22,6	5	13,8	4	22,6	5	13,8	2	17,9	1	17,9
Personenaufnahmen	1	5,1	3	32,8	2	17,9	4	32,8	3	32,8	2	17,9	1	17,9
Abgebildete Personen	9	2,8	5	9,2	6	39,4	6	39,4	1	13,8	6	39,4	6	39,4
Kamerablick	2	72,5	2	72,5	2	72,5	2	72,5	2	72,5	2	72,5	3	22
Körperdarstellung	5	45,9	3	21,1	5	45,9	5	45,9	5	45,9	5	45,9	5	45,9
Gestik	5	59,6	5	59,6	4+5	73,4	3+5	85,3	5	59,6	3	25,7	5	59,6
Mimik	0	60,6	0	60,6	2	24,8	1	1,8	0	60,6	0	60,6	0	60,6
Handlung der Personen	2	28,4	3	48,6	3	48,6	3	48,6	4	12,8	3+4	61,4	4	12,8
Bildhintergrund	7	4,6	1	29,4	7	4,6	1	29,4	2	24,8	2+4	31,2	1	29,4
Summe	671,4		691,2		665		730,2		697,2		761,4		697,4	
Durchschnitt	44,8		46,1		44,3		48,7		46,5		50,8		46,5	

Sachaufnahmen	Germany.travel				Berlin.de					
	Bild 5	%	Bild 13	%	Bild 3	%	Bild 6	%	Bild 8	%
Thematische Gliederung	20	52,3	50	18,6	20	52,3	50	18,6	20	52,3
Unterkategorie (davon)	26	34,8	54	56,3	26	34,8	53	31,3	25	35,6
Bildformat	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8	2	91,8
Bildgröße	2	60	2	60	3	22,6	2	60	2	60
Kameraperspektive	1	66,7	1	66,7	1	66,7	1	66,7	1	66,7
Gestalterische Effekte	0	64,6	3	5,1	0	64,6	2	18,5	0	64,6
Bildquelle	4	22,6	4	22,6	4	22,6	1	17,9	1	17,9
Sachaufnahmen	4	13,3	5	30,8	5	30,8	5	30,8	4	13,3
Abgebildete Gegenstände	5	20,9	98	12,8	5	20,9	9	2,3	2	18,6
Gegenstandsdarstellung	3	58,1	2	14	2	14	2	14	3	58,1
Bildhintergrund	6	2,3	1	12,8	0	69,8	6	2,3	0	69,8
Summe	487,4		391,5		490,9		354,2		548,7	
Durchschnitt	44,3		35,6		44,6		32,2		49,9	

Anlage 4: Gewichtung der Bilder von Österreich

Personenaufnahmen	Austria.info		Wien.info		Austria.info		Wien.info	
	Bild 7	%	Bild 9	%	Bild 11	%	Bild 2	%
Thematische Gliederung	20	14,1	30	76,6	30	76,6	30	76,6
Unterkategorie (davon)	21	100	35	13,3	31	3,1	37	6,1
Bildformat	2	16,1	3	8,5	2	16,1	1	48,3
Bildgröße	2	47,5	1	13,6	2	47,5	3	39
Kameraperspektive	1	62,3	2	25,8	1	62,3	3	11,9
Gestalterische Effekte	0	60,2	0	60,2	0	60,2	0	60,2
Bildquelle	3	38,6	3	38,6	3	38,6	3	38,6
Personenaufnahmen	3	31,4	3	31,4	3	31,4	2	19,1
Abgebildete Personen	1	21,1	7	3,1	6	25	3	9,4
Kamerablick	2	81,3	2	81,3	2	81,3	2	81,3
Körperdarstellung	5	43,8	5	43,8	3	17,2	6	11,7
Gestik	5	47,7	2+5	50	5	47,7	5	17,2
Milchik	0	68,8	0	68,8	0	68,8	0	68,8
Handlung der Personen	1	18,8	3	28,1	2+3	62,5	3	28,1
Bildhintergrund	1	35,9	1	35,9	1+4	36,7	7	1,6
Summe		687,6		579		675		548,4
Durchschnitt		45,8		38,6		45,0		36,6

Sachaufnahmen	Austria.info		Wien.info		Austria.info		Wien.info	
	Bild 2	%	Bild 5	%	Bild 11	%	Bild 17	%
Thematische Gliederung	20	29,6	50	17,6	20	29,6	40	24,1
Unterkategorie (davon)	26	31,3	54	26,3	25	50	46	23,1
Bildformat	2	16,1	3	8,5	1	48,3	1	48,3
Bildgröße	2	47,5	1	13,6	2	47,5	2	47,5
Kameraperspektive	1	62,3	1	62,3	1	62,3	2	25,8
Gestalterische Effekte	0	60,2	0	60,2	4	4,7	0	60,2
Bildquelle	3	38,6	3	38,6	3	38,6	3	38,6
Sachaufnahmen	5	38,1	5	38,1	4	7,8	5	38,1
Abgebildete Gegenstände	5	16,7	98	4,6	2	14,8	7	24,1
Gegenstandsdarstellung	3	57,4	1	14,8	3	57,4	3	57,4
Bildhintergrund	0	73,1	0	73,1	0	73,1	0	73,1
Summe		470,9		357,7		434,1		460,3
Durchschnitt		42,8		32,5		39,5		41,8

Anlage 5: Gewichtung der Bilder von den Niederlanden

Personenaufnahmen	Holland.com		Iamsterdam.com	
	Bild 3	%	Bild 6	%
Thematische Gliederung	30	89,8	30	89,8
Unterkategorie (davon)	37	3,4	31	12,5
Bildformat	1	93,8	1	93,8
Bildgröße	3	13,7	3	13,7
Kameraperspektive	1	66,8	1	66,8
Gestalterische Effekte	1	3,9	0	82,4
Bildquelle	-	0	-	0
Personenaufnahmen	3	30,9	3	30,9
Abgebildete Personen	6	58,2	6	58,2
Kamerablick	2	79,6	3	12,2
Körperdarstellung	5	55,1	5	55,1
Gestik	0	37,8	0	37,8
Mimik	0	77,6	0	77,6
Handlung der Personen	2	50	2+4	74,5
Bildhintergrund	1	30,6	1	30,6
Summe	691,2		735,9	
Durchschnitt	49,4		52,6	

Schaufnahmen	Holland.com		Iamsterdam.com															
	Bild 7	%	Bild 10	%	Bild 13	%	Bild 16	%	Bild 2	%	Bild 7	%	Bild 9	%	Bild 13	%	Bild 15	%
Thematische Gliederung	10	10,8	10	10,8	50	15,8	40	5,1	10	10,8	20	40,5	20	40,5	20	40,5	30	23,4
Unterkategorie (davon)	13	12,5	14	12,5	52	32	41	37,5	14	10,9	23+26	10,9	24	12,5	25	45,3	32	28,1
Bildformat	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	93,8	1	6,3
Bildgröße	3	13,7	3	13,7	3	13,7	3	13,7	2	44,9	2	44,9	2	44,9	2	44,9	1	6,3
Kameraperspektive	1	66,8	3	11,7	2	21,5	1	66,8	1	66,8	3	11,7	1	66,8	1	66,8	1	66,8
Gestalterische Effekte	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4	0	82,4
Bildquelle	-	0	-	0	-	0	-	0	0	30,9	2	19,9	0	30,9	0	30,9	2	19,9
Schaufnahmen	5	51,6	5	51,6	5	51,6	5	51,6	5	51,6	5	51,6	5	51,6	4	10,2	5	51,6
Abgebildete Gegenstände	1	7	1	7	10	5,1	7	5,1	1	7	5	27,8	4	5,7	2	18,4	5	27,8
Gegenstandsrepräsentation	3	60,8	2	20,3	1	7	3	60,8	3	60,8	5	3,8	3	60,8	3	60,8	2	20,3
Bildhintergrund	0	69,6	0	69,6	0	69,6	0	69,6	0	69,6	6	5,7	4+2	11,4	6	5,7	5	5,1
Summe	469		392,5		392,5		486,4		553,9		393		501,3		499,7		45,4	
Durchschnitt	33,5		28,3		28,0		34,7		50,4		35,7		45,6		45,4		30,7	

Name, Vorname Mayer, Inna Matrikel-Nr. 415622

Hiermit versichere ich

zur vorliegenden Dissertation (Monographie) mit dem Titel

Staaten und Habitus.

Eine quantitativ-qualitative Analyse der visuellen Selbstdarstellung von Staaten im Internet.

Dargestellt am Beispiel von Deutschland, Österreich und den Niederlanden.

- a) dass ich diese selbstständig verfasst habe, dass ich keine unerlaubte fremde Hilfe in Anspruch genommen habe und dass ich keine anderen als die in der Dissertation aufgeführten Quellen und Hilfsmittel benutzt habe und die Stellen der Dissertation, die anderen Werken – auch elektronischen Medien – dem Wortlaut oder Sinn nach entnommen wurden, auf jeden Fall unter Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht habe;
- b) dass ich mit dem Abgleich der Dissertation mit anderen Texten zwecks Auffindung von Übereinstimmungen sowie mit einer zu diesem Zweck vorzunehmenden Speicherung der Dissertation in einer Datenbank einverstanden bin;
- c) dass ich die eingereichte Arbeit noch in keinem anderen Prüfungsverfahren vorgelegt habe, die Arbeit also noch nicht Gegenstand einer staatlichen oder akademischen Prüfung gewesen ist.

Münster, den 04.11.2018

(Datum)

(Unterschrift)

