

Unbekannte Menschen im Fokus der Öffentlichkeit und im Fokus von Gestaltern

Eine Untersuchung über Figuren-
und Porträtbildung durch Bild und Text

Malaïka Schürch
Bachelorthesis VisKom
HKB 2017

Unbekannte Menschen im Fokus der
Öffentlichkeit und im Fokus von Gestaltern

Eine Untersuchung über Figuren-
und Porträtbildung durch Bild und Text

—

Malaïka Schürch
Bachelorthesis in visueller Kommunikation
Hochschule der Künste Bern 2017

—

Mentorat: Konrad Tobler, www.konradtobler.ch
Lektorat: Kerstin Heine, www.kerstin-heine.com

—

Ich erkläre hiermit ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig
angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen
Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch
noch nicht veröffentlicht.

Bern, 24.03.17

Malaïka Schürch

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
1.1. Hintergrund der Arbeit	5
1.2 Kurzsteckbriefe dreier Stadtoriginale	6
1.2.1 Emil Manser	6
1.2.2 Schwäbi	6
1.2.3 Hubert Audriaz	7
1.3 Zur Sagenverbreitung	8
2. Ziel der Arbeit und Fragestellungen	11
2.1 Zielsetzung	11
2.2 Fragestellung I	11
2.3 Fragestellung II	12
3. Begriffe	13
3.1 Der Mensch als Ganzes	13
3.2 Körperlicher Ausdruck	14
3.3 Selbst- und/oder Fremddarstellung	16
3.4 Übertragung	18
3.5 Resultate/Output	19
3.6 Moderne Sage	21
4. Fragestellung I: Mythen des Alltags	24
4.1 Einführung	24
4.2 Die Unbekannte aus der Seine	26
4.2.1 Eckdaten Steckbrief	26
4.2.2 Entstehung des Objektes – Fiktion oder Wirklichkeit?	26
4.2.3 Faktoren	27
4.2.4 Was bleibt übrig? – Heutiger Status der Unbekannten in der Legendenlandschaft	35
4.3 Lomic, der weltberühmte Artischocken-Pflücker aus der Bretagne 36	
4.3.1 Eckdaten Steckbrief	36
4.3.2 Entstehung des Bildes	36
4.3.3 Faktoren	37
4.3.4 Was bleibt übrig?	43
4.4 Ridiculously Fotogenic Guy	44
4.4.1 Eckdaten Steckbrief	44
4.4.2 Entstehung des Bildes	44
4.4.3 Faktoren	44
4.4.4 Was bleibt übrig?	50

4.5 Auswertung I	53
4.5.1 Ergebnisse	53
4.5.2 Ableitung für die Praxis	55
5. Fragestellung II: Bild und Text	57
5.1 Einführung	57
5.2 Suzanne et Louise von Hervé Guibert	60
5.2.1 Form – Der Autor als Teil der Fiktion	60
5.2.2 Bild	61
5.2.3 Text zu Bild	62
5.3 Bedeutende Objekte ... von Leanne Shapton	69
5.3.1 Form	69
5.3.2 Bilder	69
5.3.3 Text.	70
5.3.4 Kontextualisierung – Wieviel Innovation steckt in dieser Arbeit?.	73
5.4. Auswertung II	75
6. Fazit – Ausblick Praxis	77
7. Quellenverzeichnis	79
7.1 Literatur	79
7.2 Digitale Quellen	81
8. Abbildungsverzeichnis	87

1. Einleitung

1.1. Hintergrund der Arbeit

«Der menschliche Geist hat ein vitales Bedürfnis nach der Begegnung mit Mysteriösem. Und umso mehr in einer Zeit, die der Rationalität eine erstickend grosse Wichtigkeit beimisst. Die modernen Sagen des Kinofilms haben genau dieselbe Wirkung wie alle anderen Legenden: die Fantasie und die Neugier anzuregen, manchmal sogar auf Kosten des gesunden Menschenverstandes. Sie vermitteln das irgendwie tröstliche Gefühl, dass das Leben doch etwas mehr ist, als was es scheint.»¹

Die westliche Kultur scheint bereits im 20. und 21. Jahrhundert von einer omnipräsenten Rationalisierung geprägt zu sein. Gleichzeitig erfreuen sich Serien, Videospiele und Virtual Reality momentan grosser Beliebtheit. Dazu tragen sicher die technischen Möglichkeiten der Informatik und des Internets bei. Dominiert werden diese Medien von Genres wie Fantasy, Science-Fiction und Superhelden-Geschichten.

Auf den ersten Blick steht diese auffallend grosse Popularität von Fiction, modernen Märchen und Helden im Gegensatz zum allgemeinen Rationalisierungstrend. Auf den zweiten Blick ist die vermeintlich faktenbasierte Gesellschaft mit zunehmender Globalisierung immer unübersichtlicher geworden. So könnte die weit verbreitete Vorliebe für Fiktionen im Bedürfnis nach Sinn und Bedeutung ihren Ursprung finden:

«Die Sage ist eine spezifische, anthropologische Form von Realitätserfahrung und -erfassung auf der Ebene eines prärationalen Bewusstseins. Sie versucht Vorgänge, die dem einzelnen Individuum unerklärbar scheinen, durch mythisierende und symbolisierende Darstellung zu deuten.»²

Selbst Menschen, die sich nicht für die oben erwähnten Medien und Genres interessieren, lassen sich von Geschichten mit mystischen Elementen verführen. Dies zeigt sich z. B. im verbreiteten Interesse an Stadtoriginalen. Diese für viele faszinierenden Menschen fallen z. B. durch ungewöhnliches Verhalten oder unkonventionelles Aussehen auf. Jeder kennt eine Geschichte über sie. Diese Fremden, die jeder kennt, sind eine Art in der Wirklichkeit verankerte Fabelwesen. Salopp gesagt, eine Sehenswürdigkeit der Stadt. Was hinter dem

1 Vgl. Theurel F./Baud P. (2014)

2 Vierbacher F. (2007)

Mysterium steckt, ist einfach ein Mensch, der seine ganz persönliche Eigenart auslebt und sich den Konventionen der Gesellschaft entzieht. Die Kuriosität solcher besonders auffälligen Menschen fasziniert auch mich: Im praktischen Teil meiner Bachelorarbeit werde ich deshalb einige Stadtoriginale porträtieren.

1.2 Kurzsteckbriefe dreier Stadtoriginale

Im Folgenden stelle ich drei Herren aus drei Städten steckbriefartig vor, die konsequent ihren Interessen nachgehen:

1.2.1 Emil Manser (Abb. 1 und 2)

Der «Luzerner Diogenes» verstarb 2004 als bekannte Figur des Luzerner Stadtbildes. Mit seinem Militärkaput, Charlie Chaplin-Schminke und Adventskranz (mit brennenden Kerzen!) auf dem Kopf war er unverkennbar. Einige hielten ihn für einen «Spinner, Aussenseiter und Störefried»³. Doch mit seinen Plakaten zog er auch eine grosse Bewunderung der Leute auf sich: Er malte «philosophische, sprichwörtliche, hintsinnige und manchmal auch ironisierende Worte»⁴ auf grosse Kartonbögen, die er auf der Strasse aufstellte. Das prägende grafische Bildmaterial, das der Strassenphilosoph hinterliess, wurde zusammen mit Anekdoten von Menschen, die ihm begegnet sind, in einem der schönsten Schweizer Bücher des Jahres 2006⁵ als Hommage verarbeitet.

1.2.2 Schwäbi (Abb. 3 und 4)

Der knapp 60-jährige Berner wird auch «Traumtänzer», «Nachtwandler»⁶, «Gespenst» oder «Flügelimaa»⁷ genannt. Der Mann mit den XXXXL-T-Shirts ist regelmässig an Konzerten anzutreffen, egal ob Jazz, Metal oder Electro. Dabei tanzt er unbeirrt in seinem charakteristischen Zeitlupentempo, egal wie stark die Bässe wummern.

3 Bühlmann B. (2006), S. 8

4 Studer U. (2006), S. 4

5 Ist mir grosse Ehre von gleicher Sorte zu sein: Hommage an den Luzerner Strassenphilosophen Emil Manser (Hrsg.: Anderhub G., Brechbühl E., Bucher A., Sieber M.), 5. erweiterte Auflage, Horw/Luzern

6 Schleifenbaum E.-M. (2016)

7 Der Bund (2009)

Schwäbi inspirierte ein paar Zeitungsartikel, eine Facebook-Gruppe, die zu seinen Ehren kreiert wurde, und die Leute sprechen gerne mit ihm, wenn sie ihm im Ausgang begegnen. Seinen Tanzstil hat er Tan-Zen genannt, inspiriert vom Zen-Buddhismus.

Schwäbi mag als ein Kauz erscheinen, er hat sich aber auch Respekt verschafft. Sein Erscheinen an einem Anlass zeugt von dessen Qualität. Denn der Mann scheint sich in der Musikszene gut auszukennen und besucht nur ausgesuchte Konzerte. Seine Anwesenheit ist zu einer Art Gütesiegel geworden.

«Lieber Schwäbi! Wir trauten unseren Augen nicht, aber es warst wirklich du... du kamst und du hast getanzt - an unserem Konzert. Wer sich ein wenig auskennt, weiss, dass du nicht überall tanzen gehst, kurz, es ist ein sehr gutes Omen! Du bist per sofort Ehrengast an all unseren Konzerten und darfst das nächste Mal auch gerne reinkommen.»⁸

1.2.3 Hubert Audriaz (Abb. 5 und 6)

Der 76-jährige Freiburger Künstler ist wohl die zugänglichste der drei beschriebenen Persönlichkeiten. Le magicien oder l'enchanteur de la Basse «wurde zum Symbol und Wortführer der Freiburger Unterstadt, einer Geisteshaltung und einer Kultur»⁹. Seine träumerische und altruistische Lebensphilosophie motiviert ihn, regelmässig den «Parcours des Magiciens», eine temporäre Freizeitpark-ähnliche Installation für Kinder und Jugendliche, zu organisieren. Seine gestalterische Welt ist geprägt von Hexen, Drachen und anderen märchenhaften Kreaturen. Auch sonst engagiert er sich in der Durchführung von spielerischen und didaktischen Aktivitäten für Kinder. Als Hockeyfan und Künstler trainiert er das Kinderteam des Freiburger HC Gottéron und zeichnete dessen Drachenemblem. Ein Emblem, dessen Ursprung die Legende des Drachens ist, der im Gottéron-Tal wohnt.

Ausserdem ist Audriaz wohl der einzige Freiburger, der ohne Helm Töffli fahren darf.

«Je ne crois pas que tout le monde m'aime, car je reste le gars qui fait comme il veut. Quand la commune me dit non, j'y retourne dix fois. Après, ils abandonnent et j'ai ce que je voulais.»¹⁰

8 PlayLIVE#Bern (2014)

9 Freiburg Tourismus (2017)

10 Bertschy P. (2015)

1.3 Zur Sagenverbreitung

Das menschliche Bedürfnis nach Mysterium und allgemeiner nach Geschichten findet in allen Medien seine Ausdrucksform. Sie sind das Resultat der schöpferischen Fähigkeit des menschlichen Geistes. Wie die Volkskunde-Forscher beobachteten, schwinden traditionelle Märchen nicht mit dem Fortschritt der Technologie. Die Industrialisierung und der stetige Fortschritt mindern das Bedürfnis nach Erzählungen nicht, wie von den Forschern prophezeit und befürchtet. Märchen, Mythen, Legenden bleiben der Output eines Prozesses, der grundlegende Ideen des menschlichen Daseins bearbeitet. Wenn auch die Übermittlungsformen sich den technischen Entwicklungen angepasst haben, so haben sich doch die Inhalte nicht substanziell verändert. Nur ihre Ausdrucksformen vervielfältigten sich so stark, wie sich die Subkulturen vervielfältigten.¹¹ Die neuen technologischen Kommunikationsmittel ermöglichten sogar eine schnellere und weitere Verbreitung der Geschichten. Wobei sich die Handlungsstränge und Motive für die neuen Publikumsgruppen immer wieder umformulierten und erweiterten.

Diese Vielfältigkeit von Ausdrucksformen schliesst auch Alltägliches nicht aus. «Mythen des Alltags» verrät schon durch seinen Titel, was Barthes in seinem wegweisenden Werk beschrieb: «Jeder Gegenstand der Welt kann von einer geschlossenen, stummen Existenz zu einem besprochenen für die Aneignung durch die Gesellschaft offenen Zustand übergehen, denn kein – natürliches oder nichtnatürliches – Gesetz verbietet, von den Dingen zu sprechen.»¹²

11 Vgl. Dégh L. (1991), S. 13

12 Barthes R. (1989), S. 85 f.



Abb. 1 Zürcher M. (2008)



Abb. 2 Anderhub G.



Abb. 3 Salach H. (2016)



Abb. 4



Abb. 5 Matthey Y. (2015b)



Abb. 6 Matthey Y. (2015c)

2. Ziel der Arbeit und Fragestellungen

2.1 Zielsetzung

Die Erkenntnisse meiner Untersuchungen sollen mir richtungsweisende Werkzeuge für meine praktische Arbeit sein. Dazu habe ich mich auf zwei Fragestellungen konzentriert und dafür passende Untersuchungsobjekte ausgewählt. Es sind Objekte, die mich ansprachen und mir im Zusammenhang mit meinem praktischen Vorhaben relevant erschienen. Dabei ist mir die Unvollständigkeit und die Subjektivität meiner Auswahl bewusst.

«Ob nun etwas tatsächlich passiert ist oder ob es sich die Betroffenen nur einbilden, ist nebensächlich. Es wirkt jedenfalls, und wenn es nicht wahr ist, ist es doch wirklich.»¹³

2.2 Fragestellung I

Welche medialen, visuellen und kulturellen Faktoren spielen eine prägende Rolle, wenn ein ursprünglich anonymer Mensch in den Fokus öffentlichen Interesses gerät?

Auswahl der Studienobjekte

Anhand einer empirischen Untersuchung analysiere ich Personen, die inhaltlich, formal oder in ihrer medialen Verbreitung Gemeinsamkeiten mit Stadtoriginalen haben. Bei den drei ausgewählten Studienobjekten handelt es sich um ursprünglich unbekannte Menschen, um deren visuelle Erscheinung sich ein beachtliches Interesse formte. Diese öffentliche Aufmerksamkeit entwickelte in der Folge eine Eigendynamik, die als Ergebnis ein Produkt erzeugte, das sich z. T. sehr weit vom Original entfernte.

13 Hohler F. (1983), S.51

2.3 Fragestellung II

Welche Aufgaben und Bedeutungsanteile haben die beiden Elemente Bild und Text in einem künstlerischen Porträt?

Auswahl der Studienobjekte

Da ich in meiner praktischen Arbeit Stadtoriginale porträtieren werde, habe ich für meine Untersuchung ebenfalls Porträts ausgewählt. Die beiden Studienobjekte sind Künstlerbücher, die eine Art Porträt von anonymen Menschen zeichnen. Beide haben meines Erachtens einen untersuchenswerten Umgang mit dem Verhältnis der Rolle des Bildes zu der des Textes. Beide Werke inszenieren das Abwesende bzw. Vergangene in der Fotografie. Dieser Aspekt könnte auch bei meiner praktischen Arbeit ein zentraler Punkt werden, da manche Stadtoriginale nicht (mehr) physisch erreichbar sind (weil sie tot sind oder weil sie von der öffentlichen Bildfläche verschwinden, ohne dass man ihren vollständigen Namen kennt).

3. Begriffe

Im Folgenden sollen einige wichtige theoretische Begriffe für diese Arbeit geklärt werden. Sie veranschaulichen die Ambivalenz der menschlichen Darstellung. Da sie verschiedene Interpretationsmöglichkeiten beinhalten, verunmöglichen sie eine universelle, «wahre» Deutung.

3.1 Der Mensch als Ganzes

Person

- «1. a) Mensch als Individuum, in seiner spezifischen Eigenart als Träger eines einheitlichen, bewussten Ichs
b) (seltener) Persönlichkeit
2. Mensch hinsichtlich seiner äußeren, körperlichen Eigenschaften»¹⁴

Das Wort findet seine Wurzeln im lateinischen *Persona*, was Maske bedeutet, und im mittelhochdeutschen *persōn(e)* mit der Bedeutung «die durch diese Maske dargestellte Rolle; Charakter; Mensch»¹⁵. Die sprachlichen Wurzeln lassen darauf schließen, dass die Erscheinung einer Person/eines Menschen von Schein und Trug nicht zu trennen ist. Das «einheitliche, bewusste Ich» bleibt ein Ideal.

Persönlichkeit

- «1. Gesamtheit der persönlichen (charakteristischen, individuellen) Eigenschaften eines Menschen
2. Mensch mit ausgeprägter individueller Eigenart»¹⁶

14 Duden (2017i)

15 Duden (2017i)

16 Duden (2017j)

Identität

«Identität läßt sich als die Antwort auf die Frage verstehen, wer man selbst oder wer jemand anderer sei. (...) Identität ist ein Akt sozialer Konstruktion: Die eigene Person oder eine andere Person wird in einem Bedeutungsnetz erfaßt.»¹⁷

Bedeutungsnetz kann auch Raster, Code, Klischierung bedeuten.

«Die Frage nach der Identität hat eine universelle und eine kulturell-spezifische Dimensionierung. Es geht immer um die Herstellung einer Passung zwischen dem subjektiven "Innen" und dem gesellschaftlichen "Außen", also um die Produktion einer individuellen sozialen Verortung. (...) Die Notwendigkeit zur individuellen Identitätskonstruktion verweist auf das menschliche Grundbedürfnis nach Anerkennung und Zugehörigkeit.»¹⁸

Die Identität wird sich deshalb immer wieder verändern, da sie vom sich ständig wandelnden kulturellen und sozialen Umfeld abhängig ist.

3.2 Körperlicher Ausdruck

Gesicht

«1. a. besonders durch Augen, Nase und Mund geprägte Vorderseite des menschlichen Kopfes vom Kinn bis zum Haaransatz (...)

Wendungen, Redensarten, Sprichwörter:

- sein wahres Gesicht zeigen (seine eigentliche Gesinnung, seinen wirklichen Charakter offen durch etwas zutage treten lassen, sich nicht mehr verstellen)
- jemandem wie aus dem Gesicht geschnitten sein (jemandem sehr ähnlich sehen) (...)

2. Miene, Gesichtsausdruck

Beispiele:

- ein trauriges, beleidigtes Gesicht machen
- jemandem etwas vom Gesicht ablesen

17 Keupp, H. (2000)

18 Keupp, H. (2000)

Wendungen, Redensarten, Sprichwörter:

- das Gesicht verlieren (durch sein [enttäuschendes] Verhalten sein Ansehen verlieren, etwas von seiner Geltung einbüßen; (...))
- das Gesicht wahren/retten (nichts von seiner Geltung, seinem Ansehen einbüßen; so tun, als ob alles in Ordnung sei; (...))
- ein anderes Gesicht aufsetzen/machen (freundlicher, fröhlicher schauen; meist als Aufforderung) (...)
- jemandem im/ins Gesicht geschrieben stehen (in jemandes Gesichtszügen deutlich erkennbar sein)»¹⁹

Wie diese Redewendungen zeigen, kann der Begriff Gesicht für die aktive, offensive Kommunikation stehen oder – als lesbarer / interpretierbarer Träger von Form und Ausdruck – für die passive Kommunikation. Er kann ebenfalls Synonym eines Gesamtbildes der Person sein: dem Image, dem Ruf.

«3. [charakteristisches] Aussehen, äußeres Erscheinungsbild

Beispiele:

- das Gesicht der Stadt hat sich verändert
- dieses Land hat viele Gesichter (kann sehr verschiedenartig erscheinen)»²⁰

Die grosse Anzahl an Redewendungen²¹, die den Begriff Gesicht beinhalten, um einen abstrakten Zustand zu beschreiben, verweist auf seine zentrale Rolle in der Definition einer Person.

Bei Definition 3 steht *Gesicht* sogar als metonymisches Stilmittel für die ganze Identität bzw. Aussehen.

Wie Itzhak Goldberg in seinem Essay zur Differenzierung der beiden Begriffe hervorgehoben hat, ist *Gesicht* aber kein Synonym für *Porträt*, auch wenn es ein essenzieller Aspekt davon ist.²²

19 Duden (2017b)

20 Duden (2017b)

21 Auch in der Französischen Sprache finden sich zahlreiche Ausdrücke. Vgl. Goldberg I. (2010), S. 14

22 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 13

Gestik

«Gesamtheit der Gesten [als Ausdruck einer charakteristischen inneren Haltung]

Beispiele: (...)

- jemanden an seiner Gestik erkennen»²³

Mimik

«Mienenspiel, Wechsel im Ausdruck des Gesichts und in den Gebärden als Nachahmung fremden oder als Ausdruck eigenen Erlebens»²⁴

Haltung

«1. Art und Weise, besonders beim Stehen, Gehen oder Sitzen, den Körper, besonders das Rückgrat, zu halten; Körperhaltung»²⁵

3.3 Selbst- und/oder Fremdinszenierung

Inszenierung

Als ästhetische Kategorie (eher Fremdinszenierung): «alle Kulturtechniken und Praktiken, mit denen etwas zur Erscheinung gebracht wird. Das Resultat ist eine ästhetische oder ästhetisierte Wirklichkeit. Im Zuge der Rezeption kann die Inszenierung (mit) wahrgenommen werden oder nicht.»²⁶

Als anthropologische Kategorie (eher Selbstinszenierung): das menschliche Verhalten, um sich mitzuteilen, «Inszenierung ist notwendig, um sich und anderen im doppelten Wortsinn eine Vorstellung von sich zu geben.»²⁷

23 Duden (2017c)

24 Duden (2017h)

25 Duden (2017d)

26 Weiss M. (2010), S. 40

27 Weiss M. (2010), S. 41

Pose

«(auf eine bestimmte Wirkung abzielende) Körperhaltung, Stellung [die den Eindruck des Gewollten macht]». ²⁸

Das schauspielerische Talent – die imitierende Fähigkeit – ist nicht jedem gegeben. Wie bei einer verbalen Lüge sind auch körpersprachliche Lügen mehr oder weniger glaubwürdig und haben eine prägende Wirkung auf den Gesamteindruck einer Person.

Eine schlechte Pose kann vielleicht sogar mehr erzählen als eine gute. Das echte Wesen schimmert hinter der Täuschung hervor.

Figur

«Ein durch einen fiktionalen Text dargestelltes Wesen, dem die Rezipienten bestimmte mentale Fähigkeiten zuschreiben (sollen). Figuren sind (...) eine Entität, deren Verhalten sich durch die Zuschreibung mentaler Zustände wie Glauben, Wünschen, Wahrnehmen erklären lässt.» ²⁹

Charakter

«individuelles Gepräge eines Menschen durch ererbte und erworbene Eigenschaften, wie es in seinem Wollen und Handeln zum Ausdruck kommt» ³⁰

Rolle

«Die (...) Anleitung zur Darstellung einer Figur durch eine Schauspielerin oder einen Schauspieler: die Beschreibung eines in Grenzen variationsfähigen Grundmusters des Aussehens, Handelns, Sich-Verhaltens, Ausdrucks.» ³¹

28 Duden (2017k)

29 Eder J. (2014)

30 Duden (2017a)

31 Eder J. (2012)

Typisierung

«bestimmte Charakterzüge, moralische Qualitäten, soziale Stellungen und physische Erscheinungsweisen von Gruppen durch einen einzelnen Schauspieler darstellen lassen. Dieses Prinzip nannte [Sergei Eisenstein] Typage und verstand darunter die Repräsentation der verschiedenen Typen der ‚Masse‘ durch möglichst charakteristische (Laien-)Darsteller; (...).»³²

Ein gutes Beispiel ist der Tramp von Charlie Chaplin, sein Habitus, seine Haltung, sein Gang und seine Mimik bilden die Typisierung.

3.4 Übertragung

Mediatisierung

«Mediatisieren: (bildungssprachlich) in die Medien bringen, durch die Medien bekannt machen; den Gesetzen der Medien unterwerfen»³³

Jens Schröters Handbuch der Medienwissenschaft beschreibt Mediatisierung folgendermassen:

«In quantitativer Hinsicht fasst Mediatisierung die zunehmende zeitliche, räumliche und soziale Verbreitung von medienvermittelter Kommunikation. In qualitativer Hinsicht (...) beziehen andere Wissenschaftler/innen den Mediatisierungsbegriff auf die Wandlungszusammenhänge seit der Etablierung der sogenannten klassischen Massenmedien (Printmedien, Kino, Radio, Fernsehen).»³⁴

Die Mediatisierung beschreibt ein wissenschaftliches Konzept und unterscheidet sich von Mediation (Vermittlung), die «ein generelles Moment von Kommunikation ist und somit auf einer sehr grundlegenden Ebene symbolischer Interaktion zu sehen ist».³⁵ Unter dieser Definition läuft auch die Darstellung in gestalterischen Medien, die einer Transponierung des realen Gegenstandes in die Ausdrucksmittel des jeweiligen Mediums bedingen.

32 Wulff H. J. (2011)

33 Duden (2017g)

34 Schröter J. (2014), S.190

35 Schröter J. (2014), S.190

3.5 Resultate/Output

Die Verarbeitung einer Person in den Grenzen eines Mediums bedingt eine Auswahl und damit eine Interpretation. Das Resultat dieser Übersetzungsarbeit kann u.a. folgende Formen annehmen:

Porträt

- «1. bildliche Darstellung, Bild (besonders Brustbild) eines Menschen; Bildnis
2. literarische oder filmische Darstellung, Beschreibung eines Menschen»³⁶

Um zum Porträt zu werden, durchläuft die porträtierte Person die Transponierung von ihrer physischen Präsenz in ein Medium – die unter 3.4 Übertragung beschriebene *Vermittlung*. Für diese Übersetzungsarbeit ist der Gestalter zuständig. Seine Aufgabe ist es, die Person – ihre Inszenierung im anthropologischen Sinne – in seinem Medium – Malerei, Fotografie, Film, Text – zu interpretieren.

Um seiner Wahrnehmung Ausdruck zu verleihen, stehen dem Porträtierten Codes zur Verfügung: eine zusammengefasste, vereinfachte Sprache, die sie so für alle verständlich macht. Durch die Verwendung passender Codes entsteht nebst dem physischen Gesicht auch ein soziales oder institutionelles Gesicht.³⁷

Diese Codes können sich in der Umgebung des Porträtierten befinden, denn wie Goldberg bemerkt, beschränkt sich das Porträt nicht auf das Gesicht. Dieses kann ein «metonymisches Fragment»³⁸ sein, also nur ein Teil stehend fürs Ganze. Jedoch ist eine Person selten ohne Umgebung dargestellt. Kleidung, Accessoires, Dekor und Kulisse erschaffen eine Inszenierung im ästhetischen Sinn – eine «Theatralität der Identität»³⁹, die ein wichtigerer Informationsträger sein kann als die Person selbst.

36 Duden (2017I)

37 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 15

38 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 18

39 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 19

Die Diversifizierung der Gesichtskonventionen

Das Porträt war lange geprägt von seinen Genre-definierenden Konventionen sowie von der moralischen Verantwortung des Malers, sein Sujet (meist sein Auftraggeber) gemäss dessen narzisstischen Vorstellungen darzustellen.⁴⁰ Deswegen wurde an seinen Darstellungsformen und -möglichkeiten nur wenig innoviert. Erst im 20. Jahrhundert konnte sich das Gesicht von seinem Alter Ego *Porträt* lösen und durch die «Vernachlässigung des Bildgegenstandes zugunsten des Formalen»⁴¹ als rein gestalterisches Objekt fungieren.

Das Gesicht verlor auch durch den Bildjournalismus an Wichtigkeit als spezifischer Informationsträger. Gisèle Freund erklärt anhand ihres eigenen Erlebens, wie die einzelne Person zur Illustration von auswechselbaren Inhalten wurde. Sie fotografierte an der Pariser Börse einen ausdrucksstarken Effektenmakler. Als sie einige Zeit später ihre Bilder in zwei verschiedenen Zeitungen sah, musste sie feststellen, dass die Zeitungen demselben Bild eine gegensätzliche Schlagzeile gegeben hatten⁴². Sie zieht daraus die Schlussfolgerung, dass die Objektivität des Bildes eine Illusion ist. Damit ist auch die Ein-Deutigkeit des Gesichtes, als Teil eines Bildes, eine Illusion.

Heutzutage wird die Mehrdeutigkeit bewusst genutzt. Die omnipräsenten Werbegesichter können durch ihre uniformisierte Form die verschiedensten Botschaften vermitteln.⁴³ Die Vervielfachung der Medien vermehrte auch die möglichen Arten, mit dem Gesicht und dem Porträt umzugehen – und bricht damit Konventionen auf. Dadurch muss die Genre-Bezeichnung erweitert werden. Das Gesicht kann seine Bedeutung als Identitätsträger verlieren, das Porträt kann ohne Gesicht sein, Gesichter ohne Gesichtszüge und Köpfe, Masken können zum Porträt werden.⁴⁴

40 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 14

41 Flam J. (1996), S. 236

42 Vgl. Freund G. (1983), S. 172 f.

43 Vgl. Ullrich W. (2008) S. 3

44 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 21

Ikone

«1. (...) Kultbild der orthodoxen Kirche mit der Darstellung heiliger Personen oder ihrer Geschichte)

2. (...) Person oder Sache als Verkörperung bestimmter Werte, Vorstellungen, eines bestimmten Lebensgefühls o. Ä.»⁴⁵

«Seit Erfindung der Fotografie ist die Welt gewohnt, dass ein historisches Ereignis sich seine Ikone schafft, ein Bild-Symbol, das die Größe des Moments zu erfassen vermag.»⁴⁶

Image

«Vorstellung, Bild, das ein Einzelner oder eine Gruppe von einer anderen Einzelperson, Gruppe oder Sache hat; [idealisiertes] Bild von jemandem, etwas in der öffentlichen Meinung»⁴⁷

Klischiert, öffentlich konstruiert kommt das Image der Rolle nah, also einem «Grundmusters des Aussehens, Handelns, Sich-Verhaltens, Ausdrucks»⁴⁸, das sich jedoch klar aus dem Bereich der darstellenden Künste herausbewegt.

3.6 Moderne Sage

auch Moderner Mythos, Grossstadtlegende

Allgemein

«Die Sage als geglaubte, für wahr gehaltene Erlebnis- und Ereignisgeschichte spielt auch in der heutigen Welt eine bedeutende Rolle im alltäglichen Erzählen. (...)

Die ‚Modernen Sagen‘ können gelegentlich einen realen Hintergrund haben, manche sind alte Themen seit dem Mittelalter, manche wandern, lokal adaptiert, rund um die Welt.»⁴⁹

45 Duden (2017e)

46 Kleine-Brockhoff T. (2003)

47 Duden (2017f)

48 Eder J. (2012)

49 sagen.at (2017)

Psychologisches, Menschliches, Soziales

Leander Petzoldt fasste Kurt Schiers «umfassende Beschreibung der Funktionen der Volkserzählung»⁵⁰ sehr reduziert und klar zusammen:

- « 1. Das Bedürfnis, die Welt zu erklären.
2. Die Welt zu mythisieren und zu dämonisieren.
3. Allgemeine Geschehen im einzelnen zu erhöhen.
4. Ein Heldenbild zu prägen, das zur Heldenverehrung führen kann.
5. Das Bedürfnis nach einer höheren Ordnung (...)

«Sagenhafte Geschichten sind gleichzeitig Symptome, (...) Anzeiger (...) kultureller Gesetzmässigkeiten.»⁵¹

«Sagen speisen sich aus dem gesellschaftlich verfügbaren Repertoire an kollektiven Symbolen und Mythen.»⁵²

«Die Handlungsverläufe der Geschichten sind tief in den alltäglichen Erfahrungen des modernen Lebens verwurzelt, drücken gerne Ängste des Alltags aus».⁵³

«Böckel betont die beiden sagenbildenden Faktoren Wahrnehmung und Erklärung; verweist also auf den realen Kern einer Sage, nämlich die konkrete Wahrnehmung, die von dem Wahrnehmenden im Rahmen seines Weltbildes und seiner Glaubensvorstellung interpretiert wird.»⁵⁴

Ein mir hier wichtig erscheinender Aspekt ist der Wissenstand, im Sinne von: «Was ich verstehe, erscheint mir nicht kryptisch.» Der Begriff ist indirekt in Wahrnehmung und Weltbild enthalten.

50 Petzoldt L. (2002), S. 198

51 Vierbacher F (2007), S.13

52 Vierbacher F. (2007), S. 13

53 sagen.at (2017)

54 Vierbacher F. (2007), S. 10

Mediales

«I view the legend as process and not as product.»⁵⁵

«Supported by media technology, the social interaction which serves as a generator of folklore displays a more expedient mode of repetition and variation in the modern world than ever before».⁵⁶

Hier wird das schöpferische Potenzial des Kollektivs gut sichtbar, das in einer iterativen Interaktion die Bedeutung eines Objekts prägt.

«eine Erzählung mit Unterhaltungsform. (...) Die Märchen sind auch für Erwachsene in immer neue Bereiche eingedrungen und bilden heute die Grundlage einer gigantischen Unterhaltungsindustrie.»⁵⁷

55 Déggh L. (1991), S. 19

56 Déggh L. (1991), S. 13

57 sagen.at (2017)

4. Fragestellung I: Mythen des Alltags

4.1 Einführung

«Der Mythos ist eine Aussage.»⁵⁸

«Jeder Gegenstand der Welt kann von einer geschlossenen, stummen Existenz zu einem besprochenen für die Aneignung durch die Gesellschaft offenen Zustand übergehen, denn kein – natürliches oder nichtnatürliches – Gesetz verbietet, von den Dingen zu sprechen.»⁵⁹

«Manche Objekte werden Beute des mystischen Wortes nur für einen Augenblick, dann verschwinden sie wieder, andere treten an ihre Stelle und gelangen zum Mythos.»⁶⁰

Zwangsläufig suggestive Objekte gibt es nicht, «jede beliebige Materie kann willkürlich mit Bedeutung ausgestattet werden»⁶¹. Die Aussagekraft des Objekts hängt beispielsweise von geschichtlichen, kulturellen und psychosozialen Faktoren ab. «Nur die menschliche Geschichte lässt die Wirklichkeit in den Stand der Aussage übergehen».⁶²

Objekte, wie sie Barthes hier beschreibt, werden Gegenstand meiner ersten Untersuchung sein. Ich werde untersuchen, woraus diese menschliche Geschichte besteht, die die jeweiligen Reaktionen auf die Untersuchungsobjekte auslöste.

Ich habe drei Untersuchungsobjekte ausgewählt, die unterschiedlich starkes und langes Aufsehen erregten und verschiedenen Epochen angehören. Das heterogene Forschungsfeld soll besser sichtbar machen, ob es Gemeinsamkeiten bzw. universelle Faktoren und Mechanismen gibt, die Menschen dazu bewegen, ein bestimmtes Objekt zum Mythos zu machen.

Die von Barthes beschriebenen alltäglichen Objekte wurden hier auf das Feld der unbekanntesten Gesichter eingeschränkt: Abbildungen von anonymen Personen, die auf den ersten Blick relativ unspektakulär scheinen, die aber aus

58 Barthes R. (1976), S. 85

59 Barthes R. (1976), S. 85 f.

60 Barthes R. (1976), S. 86

61 Barthes R. (1976), S. 87

62 Barthes R. (1976), S. 86

scheinbar unerklärlichen (und hier eben zu klärenden) Gründen zeitbegrenzt das Interesse der Öffentlichkeit auf sich zogen und zu mehr oder weniger ikonhaften Symbolen wurden. Ich beschreibe für jedes Objekt verschiedene Faktoren, die Bedeutung für seine Verbreitung und Bekanntheit hatten.

4.2 Die Unbekannte aus der Seine

4.2.1 Eckdaten | Steckbrief (Abb. 7)

Der Ursprung der Entstehung dieses Objekts und die Identität des Modells sind so verschwommen, dass man nur noch von einer modernen Sage sprechen kann. Um 1900 (Datum nicht gesichert) soll ein Bestatter das mysteriös lächelnde Gesicht einer Selbstmörderin verbunden mit ihrer Anonymität so faszinierend gefunden haben, dass er eine Totenmaske von ihr anfertigte. Seitdem dient das Gesicht der jungen, in der Seine ertrunkenen Frau als Inspirationsquelle für zahlreiche literarische Werke und als Verkaufsargument für Replikate und Fotoabzüge.⁶³

Eine kurze Beschreibung, welche die romantische Aura und literarische Faszination gut widerspiegelt, liefert folgender Text aus das «Das Ewige Antlitz - Eine Sammlung von Totenmasken» von Ernst Benkard:

«In geheimnisvolles, aber auch gnädiges Dunkel scheint alles gehüllt, was die Geschichte dieses holden, aber offenbar nicht glücklichen jungen Weibes anlangt. Vor den Augen dieser Welt und vor den Maßstäben ihres selbstgerechten Urteils eine Selbstmörderin, die den Tod in den Fluten der Seine erwählt, da die Bürde, mit der ihre schwachen Schultern beladen, ihr wohl zu schwer geschienen. Uns jedoch ein zarter Schmetterling, der, sorglos beschwingt, an der Leuchte des Lebens seine feinen Flügel vor der Zeit verflattert und versengt hat.

Die Totenmaske ist in der Morgue zu Paris genommen worden. Der Aufbewahrungsort des Originals ist mir unbekannt.»⁶⁴

4.2.2 Entstehung des Objektes – Fiktion oder Wirklichkeit?

Wie bei vielen Legenden sind auch die Begebenheiten, die am Ursprung dieser Geschichte stehen, viel weniger spektakulär als die Geschichte selbst, und in diesem Fall zudem auch sehr zweifelhaft. Denn tatsächlich wäre es unmöglich gewesen, von einer Wasserleiche (oder auch einer anderen Leiche) einen solchen unversehrten Gesichtsabdruck herzustellen: einerseits aufgrund des Zustands des Modells, der bereits von Spuren des Zerfalls gezeichnet wäre, andererseits hätte ein

63 Vgl. Tillier B. (2011), S. 9 ff.

64 Benkard E. (1927), S. 51

totes Gesicht dem Gewicht vom Gips während der Abdruckabnahme nicht standhalten können⁶⁵. Dazu kommt, dass die Maske der Unbekannten einen Hinterkopf hat, was bei Totenmasken normalerweise nicht der Fall ist⁶⁶. Die wahren Umstände der Entstehung des Objektes sind nach wie vor unbekannt, ebenso wie der genaue Zeitpunkt.

4.2.3 Faktoren

a. Die Gegensätzlichkeit löst den Wunsch nach Klärung aus

Wieso fasziniert ausgerechnet diese Maske die Betrachtenden so stark? Die Unbekannte bot aufgrund der spärlichen Anhaltspunkte zu ihrer Identität eine ideale Projektionsfläche für zahlreiche Kreativschaffende, vor allem Schriftsteller in Frankreich und Deutschland zwischen Ende des 19. und Mitte des 20. Jahrhunderts⁶⁷. Wie Bertrand Tillier hervorhob, liegt die unwiderstehliche Anziehungskraft, das Faszinationspotenzial der Maske einerseits in den vielen sich widersprechenden Elementen, die sie in sich vereint:

«la noyée anonyme, le fait-divers sans date ni lieu, le cadavre au visage épargné, les traits calmes de la suicidée, le sourire de la morte, la conscience aux yeux fermés, la présence d'une absence, le mutisme d'un objet reproductible...»⁶⁸

Diese Widersprüchlichkeit ist das Resultat der mangelnden Übereinstimmung zwischen dem Objekt und dem, was ihm zugeschrieben wird. Die Maske warf Fragen auf und wurde mit Interpretationen versehen, die mit der Wirklichkeit wenig bis nichts zu tun hatten.

65 Vgl. Tillier B. (2011), S. 30 f.

66 Vgl. Benkard E. (1927)

67 Vgl. Tillier B. (2011), S. 9 ff.

68 Tillier B. (2011), S. 14 f.

Louis Aragon, Schriftsteller und selber von der Unbekannten fasziniert, beschrieb das Fantasieanregende an Irrtümern folgendermassen:

«À toute erreur des sens correspondent d'étranges fleurs de la raison. Admirables jardins des croyances absurdes, des pressentiments, des obsessions et des délires. Là prennent figure des dieux inconnus et changeants. (...) Des mythes nouveaux naissent sous chacun de nos pas»⁶⁹.

Was die Literatur noch alles aus der Unbekannten machte, wird hier nicht weiter verfolgt, da dies über die Fragestellung hinausgeht. Bekannte Namen, die sich mit der Unbekannten beschäftigten, waren in Frankreich Louis-Ferdinand Céline, der mit einer Abbildung der Unbekannten auf dem Frontispiz seines Stückes *L'Église* 1933 grosse Wellen schlug, Louis Aragon in seinem Roman *Aurélien*, in Deutschland, Reinhold Conrad Muschler, dessen Roman *Die Unbekannte* auch als Film adaptiert wurde.

b. Der Kontext

Der epochale Kontext, in dem die Maske auftauchte, trug zu ihrer Popularisierung bei. Tillier vermutet einen Zusammenhang zwischen der Verbreitung der Maske und den zur selben Zeit stattfindenden wissenschaftlichen Recherchen zu Gesicht und Mimik. Dabei nennt er zum Beispiel die elektrophysiologischen Experimente von Duchenne de Boulogne, die «Têtes d'expression», die an den Kunstschulen als wichtige Übung galten, oder die Begeisterung für Totenmasken berühmter Menschen, z. B. in Büchern wie «Das Ewige Antlitz». Die gesellschaftliche Tendenz, die auch das Interesse an der Unbekannten aus der Seine beeinflusste, beschreibt Tillier als:

«le besoin de fixer la vérité des anatomies et de saisir l'expression des visages»⁷⁰

Neben den inhaltlichen Gründen, weshalb die Unbekannte so viel Aufmerksamkeit erregte, können auch die technischen Möglichkeiten der Epoche eine Rolle gespielt haben: die Reproduzierbarkeit des Bildes, in Form von Abguss und vor allem Fotografie⁷¹. Formgiesser, Graveure, Fotografen und Postkartenverleger vertrieben zahlreiche Abbildungen der Unbekannten.

69 Aragon L. (1972), S.15

70 Tillier B. (2011), S. 22

71 Vgl. Tillier B. (2011), S. 71

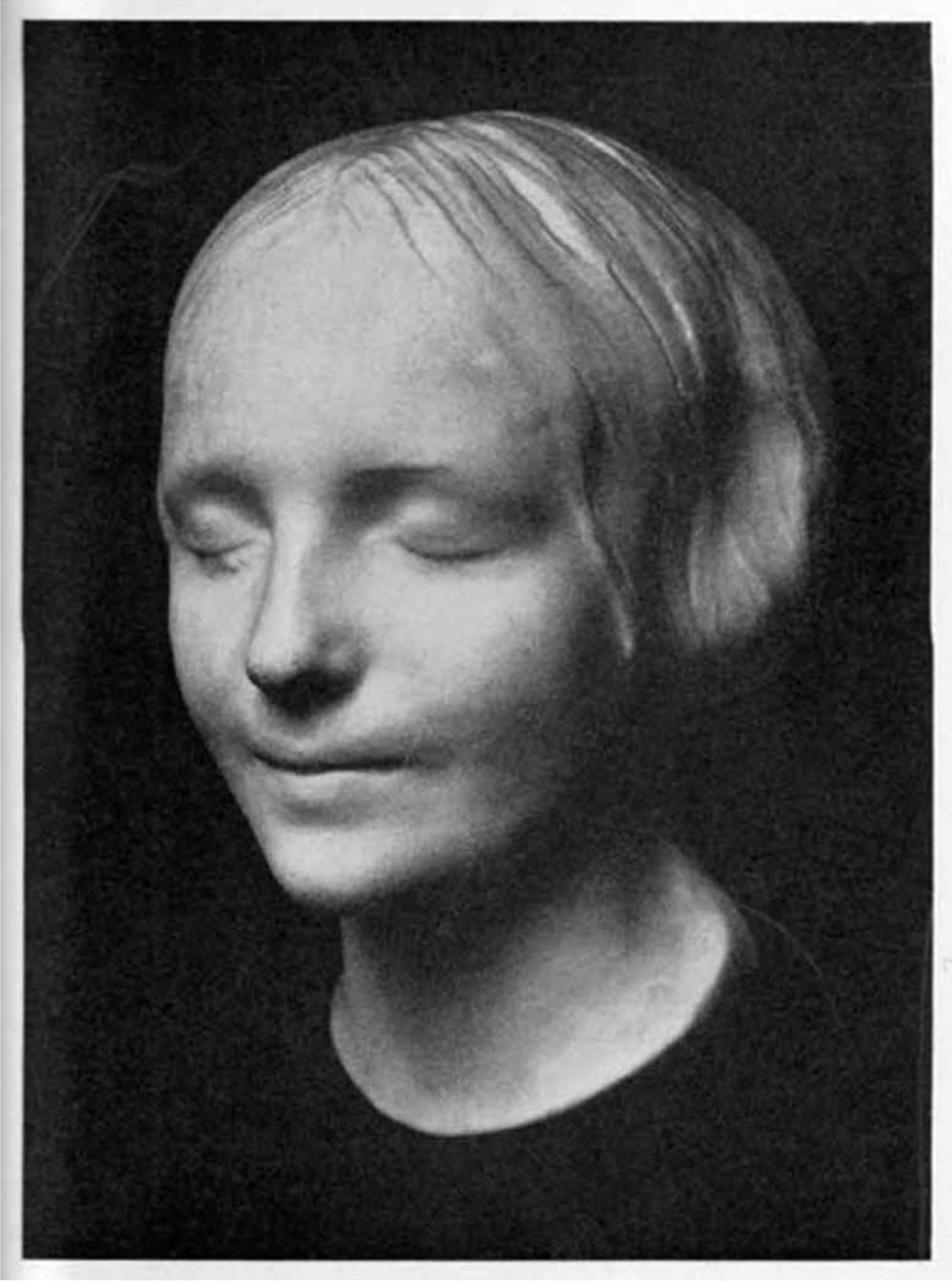


Abb. 7 Benkard E. (1927)



Abb. 8 Millais J. E. (1851)

c. Die Mediatisierung

Die fotografische Reproduktion trug grossenteils zu ihrer Verbreitung in Europa bei. Sie wurde in verschiedenen Büchern über Totenmasken abgebildet, wie in «Das Ewige Antlitz» von Ernst Benkard, das in 19-facher Auflage erschien⁷².

«Par la multiplication de ses épreuves, par l'étendue infinie de son tirage, par le succès de sa diffusion, confinant à l'obsession dans l'Europe artistique et littéraire du début du XXe siècle, ce visage de plâtre est un objet sur lequel se projettent des aspirations collectives – les fantasmes et les rêves d'une communauté.»⁷³

d. Widerspiegelung etablierter Figuren

Die Maske bot eine Projektionsfläche, um die zeitgenössisch gängigen Vorstellungen auszudrücken.

«Le masque de l'Inconnue de la Seine a cristallisé un imaginaire romanesque de la femme fugueuse, secrète et mortifère, comme autant de visages de l'amour impossible – des stéréotypes relevant d'une conception masculine de la féminité enracinée dans les sensibilités du XIXe siècle. (...) ce visage de plâtre est un objet sur lequel se projettent des aspirations collectives – les fantasmes et les rêves d'une communauté.»⁷⁴

Die Unbekannte aus der Seine erinnert an mythische Figuren wie Undine, Melusine und vor allem die Ophelia aus Shakespeares Hamlet⁷⁵. Sie spiegelt somit einen Figuren-Archetyp wieder. Ophelia war ab der Französischen Revolution ein beliebtes Motiv, im Theater, aber auch in den Bildenden Künsten wie bei Delacroix, Füssli oder Millais⁷⁶ (Abb. 8). Als die Unbekannte auftauchte, konnte das identitätslose Gesicht einer Figur der anerkannten «kulturellen Tradition»⁷⁷ zugeschrieben werden.

72 Vgl. Tillier B. (2011), S. 10

73 Tillier B. (2011), S. 71

74 Tillier B. (2011), S. 71

75 Vgl. Tillier B. (2011), S. 72

76 Vgl. Preschel, N. / von Aretin, F. (2005)

77 Vgl. Des Cars L. (2004), S.36

e. (Un)Zuverlässigkeit der Wahrnehmung

Im Kapitel zur Entstehung des Objektes wurden bereits deutliche Indizien dafür beschrieben, dass die Maske nicht von einer Toten stammen kann. Ein weiteres spannendes Detail ist mir beim Durchblättern von «Das Ewige Antlitz» aufgefallen. Das Buch ist in zwei Kapitel gegliedert: echte Totenmasken sowie ein Anhang bestehend aus «unechten Stücken, Masken nach dem Leben, Büsten und andere zum Thema gehörende Kuriosa»⁷⁸. Die Unbekannte aus der Seine ist, wie das Zitat im Kapitel 4.2.1 vermuten lässt, unter den echten Masken klassiert. Sie unterscheidet sich jedoch von den anderen echten Masken, da sie nicht chronologisch eingeordnet ist: Sie ist als letzte abgebildet. Dieses zweifelaufwerfende Indiz verbirgt sich ausgerechnet in einem der Bücher, die am stärksten zur Popularisierung der Legende beigetragen haben.

Solche Details können einem Leser oder Betrachter, der nicht danach sucht, entgehen. Bei der Betrachtung der Maske fallen morphologisch-technische Spezifikationen wie das ungewöhnliche Nicht-Einfallen dieses toten Gesichts u. U. nicht auf. Oder es fehlt die fachliche Kenntnis über die Herstellung von Totenmasken als Abdruck der Vorderseite des Kopfes, weshalb der ergänzte Hinterkopf keinen Zweifel weckt.

Wer sich also nicht für den konkreten Hintergrund interessiert, kann problemlos im Glauben bleiben, dass die Legende stimmt, und wird diese auch so weitergeben.

f. Zitate: Werke, die die Unbekannte inspirierte

Die Unbekannte fand nicht nur im literarischen Bereich Anklang. Als Wandschmuck fand sie in vielen Ateliers und Wohnungen Platz. Eine ihrer berühmtesten Weiterentwicklungen als plastisches Objekt ist Resusci Anne oder CPR Anne: die meistgebrauchte Herz-Lungen-Wiederbelebungs-Puppe erhielt ihre Gesichtszüge von der Unbekannten⁷⁹. Der norwegische Hersteller Laerdal übernahm die Maske für sein Trainingsmodell, mit dem Gedanken, dass die Wiederbelebungs-Studenten motivierter an das Lernen gehen würden, wenn die Puppe lebensgroß und lebensecht aussehen würde. Laerdal betitelte die Entstehungsgeschichte der Resusci Anne poetisch-geschmückt mit «Von der Maske einer Tragödie zum Kuss des Lebens»⁸⁰. (Abb. 9 und 10)

78 Benkard E. (1927) S. 51

79 Vgl. Laerdal Medical AS (2017)

80 Laerdal Medical AS (2017)



Abb. 9 Laerdal Medical AS



Abb. 10 Laerdal Medical AS (2017)

4.2.4 Was bleibt übrig? – Heutiger Status der Unbekannten in der Legendenlandschaft

Die Erhaltung der Legende liegt im Interesse von Geschichtenerzählern, denen mit der Aufklärung der Wahrheit das Material und die Grundlage für ihre Kreationen entzogen würde.

Zudem ist die legendäre Erzählung häufig spannender als die historische Wahrheit und stillt das Bedürfnis nach morbider und spektakulärer Unterhaltung.

Noch heute bleibt «l'inconnue» in der Kollektivvorstellung eine ertrunkene Selbstmörderin. Das Teilen seiner persönlichen morbiden Faszinationen findet momentan im Internet grossen Anklang, man denke nur an die zahlreichen Internet-Plattformen, die sogenannte Creepypastas, also kurze, meist übers Internet verbreitete Schauergeschichten repertorieren: Durch solche Foren wird die Geschichte der Unbekannten erhalten und sogar erweitert.

blumhouse.com⁸¹, 2015 lanciert, ist eine dieser Plattformen, die wahre und fiktive Geschichten aus allen Medien, Neuerscheinungen in Film, Fernsehen, Büchern und Videospielen aus dem Horror- und Thriller-Bereich zusammenträgt. Die Plattform bietet einen recht grossen Fundus an Ideen. Die Website dokumentiert auch die Unbekannte aus der Seine und zeigt beispielhaft, wie das Kollektiv die Geschichte weiter wachsen liess.

blumhouse.com repertorierte zum Beispiel die Resusci Anne und ebenfalls die modernen Mythen, die um sie bereits entstanden sind. Der Geist der Unbekannten soll einige oder alle Kopien ihrer Abbildungen (inklusive alle Trainingspuppen) besetzen. Ein Kurzfilm erzählt auf dokumentarische Weise, wie eine der Puppen in einer verlassenen Nervenheilanstalt in New Jersey spukt.⁸²

81 www.blumhouse.com wurde durch die Low-Budget Filmproduktionsfirma Blumhouse Productions die u.a. für die Produktion von Paranormal Activity oder Whiplash verantwortlich war, ins Leben gerufen. Vgl. Blumhouse.com (2017a)

82 Vgl. Burkart G. (2016b)

4.3 Lomic, der weltberühmte Artischocken-Pflücker aus der Bretagne

4.3.1 Eckdaten | Steckbrief (Abb. 11)

Dieses Bild entstand 1973 durch die Hand des Magnum-Fotografen Guy Le Querrec. Er ist vor allem für seine Porträts von Jazz-Musikern bekannt⁸³. Durch dieses Bild eines Artischocken-Pflückers erhielten der Fotograf und sein Modell – ein lokaler Landarbeiter namens Lomic – in Le Querrecs Heimat der Bretagne jedoch eine spezielle Aufmerksamkeit. Bei diesem Bild ist für mich das Drumherum spannender als das Bild selbst.

4.3.2 Entstehung des Bildes

Das Bild war als Auftrag für einen französischen Verlag entstanden, wurde jedoch nicht in die vorgesehenen Bildbände aufgenommen. Es erschien trotzdem: 1977 auf dem ersten Bildband von Le Querrec und 1986 als Postkarte im Verlag Nouvelles Images, der Filialen in Paris, Kehl, London und New York betrieb.

Das Bild gelangte mehrere Male zurück an seinen Entstehungsort und zu seinem Modell. Es gibt folgende Geschichten dazu:

- Die Postkarte wurde von einem Gast ans Café de La Madeleine geschickt, wo man Lomic gut kennt, und wo sie seither als Vergrößerung hängt.⁸⁴
- Lomic brachte ab und zu seine eigene Vergrößerung mit ins Bistrot, vielleicht um zu zeigen, dass er wichtig war.⁸⁵
- «der Bürgermeister von Saint-Pol-de-Léon habe aus Washington ein Exemplar der Artischocken-Postkarte erhalten und stolzgeschwellt einen Empfang im Rathaus für den bis in die USA bekannt gewordenen hiesigen Landarbeiter organisiert.»⁸⁶

83 Vgl. Misselbeck R. (2002), S. 150

84 Vgl. Le Querrec G. (2011), S. 210.

85 Vgl. Tissot L. (2016)

86 Le Querrec G. (2011), S. 210.

Aus den vorhandenen Quellen ist nicht ersichtlich, ob sich die Geschichten decken. Auf jeden Fall löste die Aktion des Bürgermeisters 1989 ein weitgestreutes Aufleben des Interesses für das Bild und seine Geschichte aus, da darauf ein Artikel in der Regionalzeitung Ouesst-France erschien⁸⁷. Ein paar Monate später (laut Le Querrec) oder in 1992 (laut Tissot) machte der Radiosender France Culture eine 5-teilige Sendung über die Bretagne und Guy Le Querrec, wobei auch über das Bild vom Artischocken-Pfückler – gemeinsam mit Le Querrec und Lomic – gesprochen wurde.

4.3.3 Faktoren

a. Rezeptionsverfahren: das Punctum

Barthes entwickelte den Begriff *Punctum* in seiner Bemerkung zur Fotografie «Die Helle Kammer». *Punctum* meint ein Detail im Bild, das die Aufmerksamkeit auf sich zieht, den Betrachter besonders anspricht, besticht. Dabei handelt es sich um eine spontane Wahrnehmung und individuelle, auch emotionale Empfindung. Das *Studium* eines Bildes ist dagegen ein gezielter intellektueller Vorgang, der zum Gefallen oder Missfallen ohne emotionale Betroffenheit führt. «Das Studium anzuerkennen heisst unausweichlich den Intentionen des Fotografen begegnen, in Harmonie mit ihnen eintreten, sie billigen oder missbilligen, doch stets sie verstehen, mich mit ihnen beschäftigen.»⁸⁸ Barthes beschreibt auch ein falsches *Punctum*: Details, welche die «Bestechung»⁸⁹ des Betrachters nicht erzielen, da der Fotograf diese Details absichtlich inszeniert hat.

Ist die fliegende Artischocke ein *Punctum*? Die Artischocke konnte als Teilobjekt gar nicht vom Gesamtobjekt getrennt werden, was eine Charakteristik eines echten *Punctums* ist: «es befindet sich im Umfeld des fotografierten Gegenstandes als zugleich unvermeidliche und reizvolle Zutat»⁹⁰. Laut Le Querrecs Aussage aus Magnum Contact Sheets war er fasziniert vom ganzen Ablauf des schnellen und geschickten Kappens und zielsicheren In-den-Korb-Werfens der Artischocken. Le Querrec wollte die fliegende Artischocke bewusst einfangen. Bereits beim Fotografieren konzentrierte er sich auf dieses Element. Und durch

87 Vgl. Le Querrec G. (2011), S. 210

88 Barthes R. (1989), S.36 f.

89 Vgl. Barthes R. (1989), S. 36

90 Barthes R. (1989), S.57

die Bildauswahl auf dem Kontaktabzug⁹¹ konnte er die Aufnahme auswählen, auf der er den richtigen Moment eingefangen hatte (Abb. 12). Da die Intention des Fotografen entscheidend für die Echtheit des *Punctum* ist, ist laut Barthes die fliegende Artischocke ein falsches *Punctum*.

In meiner persönlichen Wahrnehmung wirkt sie allerdings wie ein echtes. Die sich normalerweise schnell bewegende Artischocke wurde auf dem Bild im entscheidenden Moment zeitlich eingefroren: als Standbild einer Bewegung bleibt es eine ungewohnte Ansicht. Die Künstlichkeit ihrer fast zu perfekten, freigestellten Position im Bild «bestach» mich.

Die fast übertriebene Inszenierung und somit das Gegenargument des *Punctums* verwandelte sich in meiner Wahrnehmung in das bestechendste Element und eben ein *Punctum*.

b. Autoritätsargumente erlauben Mediatisierung

Für den Bürgermeister war die abgebildete Person vermutlich ein *Punctum* im übertragenen Sinne. Das Detail bestand aus einem bekannten Gesicht, das ausserhalb seines normalen Kontextes zu sehen war: nicht im Städtchen wie gewohnt, sondern auf einer Postkarte aus New York. Die «Berühmtheit» eines seiner Mitbürger löste beim ihm einen solch grossen Stolz aus, dass er zu seinen Ehren einen Empfang organisierte. Das öffentliche Echo hievte den «gewöhnlichen Arbeiter» auf ein Podest und verschaffte gleichzeitig dem assoziierten Bild und dessen ebenfalls aus der Bretagne stammenden Fotografen Sichtbarkeit. Die aktuelle Popularität bot den Medien eine gute Gelegenheit, weitere Inhalte zu produzieren. Gleichzeitig war ihnen durch den Berühmtheitsgrad des Fotografen ein gewisses Interesse gesichert.

Der Fotograf, dessen Talent international anerkannt ist⁹², ist durch die internationale Meinung ein Garant für die Hochwertigkeit und Exklusivität seiner Bilder. Diese Vorstellung hat vielleicht Lomic – und auch dem Bürgermeister – dem Bild so viel Wert beimessen lassen.

91 Vgl. Le Querrec G. (2011), S. 211

92 Magnum Photos (2017a)



Abb. 11 Le Querrec G. (1973)



Abb. 12 Le Querrec G. (2011)



Abb. 13 Sander A. (2002)

c. Gestalterische Verarbeitung

Durch die Komposition des Bildes ikonisiert Le Querrec den Artischocken-Pflücker ein Stück weit. Er leistete hier eine Reduktions- und Transponierungsarbeit des Menschen Lomic in die Fotografie. Seine Arbeit als Fotograf bestand darin, das eindimensionale Bild zu machen, das die Mehrdimensionalität des Sujets am besten repräsentiert.

Aus dem Kontaktabzug der 36 Bilder (Abb. 12), die er zu diesem Sujet machte, wählte er das Bild aus, das sich durch bestimmte Gestaltungselemente von den anderen unterscheidet.

Ich werde hier vor allem auf die menschlichen Komponenten eingehen. Die Körperhaltung mit viel Spannung wirkt trotzdem locker. Zusammen mit dem konzentrierten Blick evoziert sie einen Arbeiter, der seine Arbeit mit Präzision und Routine ausführt. Auch die Haltung der Hand enthält diese Elemente. Ihre Gestik verweist auf eine lange Tradition von Gebärden in den darstellenden Künsten.⁹³ Die verschiedenen Handhaltungen besitzen eine repertorierte Bedeutung insbesondere im Bereich der religiösen Bilder. Durch diese Referenz wird eine gewisse Aura der abgebildeten Person suggeriert.

Da der Auftrag, innerhalb dessen dieses Bildes entstand, kein Porträt-Auftrag war, musste Le Querrec keinen moralischen Verpflichtungen gegenüber seinem Modell nachkommen. Er konnte dem Auftrag, «das Landleben»⁹⁴ festzuhalten, frei nachgehen. Durch die Darstellung einer (Berufs-)Gruppe anhand einer Person entstand eine ähnliche Typisierung, wie sie August Sander machte (Abb. 13), wobei Le Querrec den Fokus weniger auf das Aussehen, die typische Arbeitskleidung und die Pose legt, sondern viel mehr auf den typischen Bewegungsablauf des Berufes eingeht.

Lomic scheint sich in den gestalterischen Entscheidungen von Le Querrec jedenfalls wiederzuerkennen, wie sein sorgfältiger Umgang mit seinem Bild vermuten lässt (siehe Entstehung des Bildes, S. 36). Die soziale Verortung, die Le Querrec durch seine Gestaltung suggeriert, schien Lomic's gewünschter oder realer Identität zu entsprechen (siehe Definition von Identität, S. 14).

Ob dem Bild der Status *Porträt* zugesprochen werden kann, müsste anhand einer universellen Definition des Begriffes geklärt werden. Wie unter dem Kapitel 3. Begriffe erwähnt, sind hierzu keine einheitlichen Konventionen vorhanden.

93 Vgl. Rehm U. (2002), S. 11 und S.93 ff.

94 Le Querrec G. (2011), S.210

d. Das Statussymbol Porträt

Wenn die Frage nach der Definition des Bildes als Porträt nicht beantwortet werden kann, so wirken dessen geschichtlichen Bedeutungen beim Anblick einer Menschendarstellung trotzdem mit.

Was Goldberg bei der Malerei und Skulptur hervorhob, ist auch auf die Fotografie anwendbar: das Recht auf Darstellung muss man verdienen. Personenabbildungen waren den «grossen Männern der Nation» vorbehalten.

«Ces «face caractérisées» appartenait le plus souvent aux «grand hommes de la nation». Les portraits étaient essentiellement des images publiques, peintes pour immortaliser leurs modèles avec toute la dignité due à leur rang.»⁹⁵

Und auch mit dem Aufkommen der Fotografie blieb «sich porträtieren zu lassen (...) ein symbolischer Akt, durch den sich das Einrücken in die Reihe derer, die sozialen Respekt für sich forderten, auch nach aussen sichtbar machen liess.»⁹⁶

Die Vermarktung von kleinen und für Amateure einfach bedienbaren Kameras bewirkte anfangs der 1960er Jahre in Amerika und zehn Jahre später in Europa einen Fotoboom, der eine erneute Welle der Trivialisierung und Demokratisierung der Fotografie mit sich brachte.⁹⁷ Ich stelle die These auf, dass trotz der Trivialisierung der Technik, die traditionsreiche Bedeutung des Porträts (siehe auch Diversifizierung der Gesichtskonventionen, S. 20) und damit des fotografischen Porträts sich nicht so schnell veränderte, wie die Kameras den Markt überschwemmten. Das liegt an einer in den Köpfen tief verankerten Tradition: selbst heute hat die fotografische Arbeit eines professionellen Fotografen immer noch mehr Wert als die eines «Laienknipsers».

Innerhalb dieser Tradition befindet sich der Bürgermeister, wenn er für den Landarbeiter einen Empfang organisiert. Die Entscheidung des Fotografen, diese Person zu fotografieren, erhebt ihn zu einem «wichtigen Mann der Nation». Dass sein Abbild existiert, zeugt von seiner Würde und Wichtigkeit. Auch Le Querrecs Vermutung zu Lomics Grund, einen Abzug mit ins Bistrot zu nehmen, deutet in diese Richtung.

95 Goldberg I. (2010), S. 15

96 Freund G. (1983), S. 13

97 Vgl. Freund G. (1983), S. 223

«Il a raconté alors que certaines fois, il amenait son tirage au bistrot. Peut-être pour montrer qu'il était important. Par contre, il n'oubliait jamais de reprendre la photo avant de quitter le bar. On lui a demandé pourquoi il ne la laissait pas ? Il ne voulait pas que les mouches chient dessus... C'est génial.»⁹⁸

4.3.4 Was bleibt übrig?

Nebst dem hier beschriebenen Ereignis von 1989 gelang es dem Bild nicht, grössere Wellen zu schlagen. Einen Ikonen-Status hat es nur für einzelne Personen erlangt. Für die Öffentlichkeit ist das Bild Teil des Gesamtwerkes von Le Querrec, ohne dass es als einzelne Arbeit besonders hervorsticht.⁹⁹ Le Querrec behält seinen Status als wichtiger Fotograf des 20. Jahrhunderts, einen Status, den er schon vor 1989 hatte. Kürzlich ging eine grosse Ausstellung in der Bretagne zu Ende, die ihn und seine Bilder der Bretagne zeigte¹⁰⁰, die von seiner konstanten Wichtigkeit zeugt. Die Mediatisierung um dieses bestimmte Ereignis behielt einen relativ beschränkten Einfluss.

98 Tissot, L. (2016)

99 Zu dieser Schlussfolgerung, komme ich durch die Beobachtung meiner Quellen zum Thema. Das Bild erhält nicht mehr Beachtung als andere Abbildungen der Bretagne.

100 L'oeil de la photographie (2016)

4.4 Ridiculously Fotogenic Guy

4.4.1 Eckdaten | Steckbrief (Abb. 14)

Der «Lächerlich gut aussehende Typ» ist ein Meme¹⁰¹, das im April 2012 im Internet popularisiert wurde. Die Fotografie zeigt Läufer des Cooper River Bridge Run. Unter den vor Anstrengung verschwitzten Läufern strahlt ein junger Mann entspannt lächelnd direkt in die Kamera. Der im Kontext unerwartet fröhliche Ausdruck des Mannes führt zahlreiche Internetnutzer dazu, Witze über sein aussergewöhnlich – fast übernatürlich – gutes Aussehen zu machen.

Der Fotograf Will King postete das Bild, nachdem es ein Freund auf Facebook ausschlaggebend kommentiert hatte, am 3. April 2012 auf dem Forum Reddit mit dem Titel «My friend calls him 'Mr Ridiculously Fotogenic Guy'»¹⁰². Das Bild landete dank der Upvotes der Nutzer schnell auf der Frontseite von Reddit und wurde auf diversen anderen Plattformen veröffentlicht. Schneeballartig wurden vor allem mit Text angereicherte Varianten des Bildes publiziert.¹⁰³

4.4.2 Entstehung des Bildes

Das Foto ist ein Zufallstreffer. Will King fotografierte das Rennen vom Wegrand aus. Der 25-jährige Teilnehmer Zeddie Little grüsste im Vorbeilaufen gerade einen Freund unter den Schaulustigen, und als er sich von ihm wieder abwendete, schaute er direkt in Kings Objektiv, der sofort auf den Auslöser drückte.

4.4.3 Faktoren

a. Das Punctum

Ein Facebook-Freund vom Fotografen hatte ein *Punctum*-Erlebnis, das dem Bild den Namen gab. Erst durch seine Entdeckung fiel auch allen anderen Littles Lächeln auf und sie reagierten ebenfalls auf das *Punctum*. Die Freude an diesem Detail verbreitete sich explosionsartig.

101 «Mem[e] nt (ein Bild, Textausschnitt, Video etc., das im Internet kettenreaktionsartige Verbreitung erfährt und so einer breiten Masse bekannt ist)», Pons Online-Wörterbuch (2017)

102 Vgl. reddit.com (2012)

103 Vgl. knowyourmeme.com (2016)

Woraus genau besteht das *Punctum*? Erstens erfüllt es die Bedingung des zufälligen Daseins. Zweitens erfüllt es die Bedingung der Auffälligkeit. Der Sportanlass ist eher von angestrengt konzentrierten Gesichter geprägt. Das entspannte Lächeln hebt sich vom Rest ab und fällt deshalb auf. Weitere Gründe, weshalb dieses Detail auffiel, liegen in den Referenzen, auf welche es sich bezieht, und in seiner Widersprüchlichkeit. Diese beiden Aspekte werden in den folgenden Abschnitten erläutert.

b. Bezug zu Bekanntem

In den Top-Kommentaren vom Reddit-Post¹⁰⁴ brachte ein User den relevanten Vergleich von Little mit einem Stock-Foto¹⁰⁵. Tatsächlich erinnern die Haltung und das Lächeln an die Bilder, die z. B. iStock von Getty Images beim Suchbegriff «running group» vorschlägt (Abb. 15).

Wolfgang Ullrich führte u. a. folgende Merkmale der Stock-Fotografie auf:

«Generell zielt «Stock Photography» vornehmlich auf (...) ein positives sensorisches Ereignis (...) Es wird viel gelacht, alle sind gesund, die wenigen Senioren sind mindestens so agil wie Jugendliche, und massiert werden nur schöne, makellose Körper (...). Zudem ist alles sauber, hell und bunt, oft geradezu frisch und clean»¹⁰⁶

Dieselben freundlichen und schönen Körperhaltungs- und Mimikmerkmale weist auch der «Ridiculously Photogenic Guy» auf. Der Gesamteindruck erweckt ein einladendes Gefühl. Dies rührt zwar nicht von einer absichtsvollen Pose für ein Shooting, sondern von der spontanen Freude einer Person, einen Freund am Strassenrand zu sehen. Das Resultat in der Wirkung des Bildes ist jedoch dasselbe.

104 Vgl. reddit.com (2012)

105 Stock-Foto Definition: «Bildagenturen stellen dabei Fotos auf Vorrat und Verdacht her: Sie überlegen im Voraus, was Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften oder Werbeagenturen an Abbildungen benötigen könnten, um bereits etwas Fertiges anzubieten, wenn eine Anfrage kommt.» Diese Bilder werden fast ausschliesslich über online Datenbanken vertrieben. Vgl. Ullrich W. (2008), S.1 f.

106 Ullrich W. (2008), S. 9

Der Vergleich des Bildes mit Stock-Fotografie entspringt der Omnipräsenz der Werbung – auf der Strasse, am Bildschirm etc. – die unsere Bildlandschaft prägt. Die Werbung des 21. Jahrhunderts kommuniziert hauptsächlich über Gesichter.¹⁰⁷

«Grosse Augen, lächelnde Münder: Gesichter auf Plakatwänden sollen Gefühle erzeugen, Vertrauen, Intimität – alles Leitbegriffe der Werbung im 21. Jahrhundert.»¹⁰⁸

Die Figur erreichte grosse Popularität, weil sie durch ihre gestalterischen Kriterien dieselbe Botschaft vermittelt, wie sie auch die Werbung einsetzt. Sie zielt auf den allgemeinen Wunsch nach «kraftvoller Identität»¹⁰⁹, und produziert «Bilder, in denen die Betrachter sich selbst wiedererkennen sollen, (...) Sie bemühen sich, so persönlich wie möglich zu werden. Sie wollen Grenzübergang sein: eine Einladung, in einen persönlichen Bezug zu dem gezeigten Gesicht zu treten».¹¹⁰

c. Paradoxon löst ein Erklärungsbedürfnis aus

Die menschliche Neugier bewirkt, dass für ein ausserkontextuales Element ein Sinn, eine Begründung seiner Existenz gesucht werden muss (weil Zufall kein befriedigendes Argument ist). Die Anwesenheit eines Werbe Gesichtes an einem echten Rennen scheint ungewöhnlich. Die Erklärung fand sich im Titel «Ridiculously Photogenic Guy» wieder. Die aussergewöhnliche Fotogenität bzw. das Talent in jeder Situation locker und gut auszusehen, inspirierte zahlreiche Internetnutzer, die Vorteile dieses Talents in diversen Situationen auszuformulieren.

d. Mediatisierung – Verhalten der Internetcommunity

Durch das Abstimmungs-System vom Reddit-Forum erhielt dieses Bild als einer der beliebtesten Beiträge immer mehr Sichtbarkeit. Dieses propagierte es auf anderen Seiten, wo es wiederum weitergeteilt wurde. Die Schnelligkeit und die Globalität, die das Internet ermöglicht, trug zu seiner Einprägung als wichtiges Bild bei und ermöglichte erst seine Popularität.

107 Groebner V. (2015), S. 11

108 Groebner V. (2015), Klappentext

109 Groebner V. (2015), S. 19

110 Groebner V. (2015), S. 12 f.



Abb. 14 King W. (2012)



Abb. 15 istockphoto.com



Abb. 16 abc News (2012)

d bis. Voyeurismus/Popstar-Effekt

Parallel zur Popularisierung des Bildes entwickelte sich auch ein Medien-Interesse an der Person selbst.

Sobald das Meme popularisiert wurde, kam die Neugier auf die wahre Identität hinter dem berühmten Gesicht. Die Lokalzeitung *Charleston City Paper* publizierte zwei Artikel über «ihren» berühmt gewordenen Zeddie Little und sein Leben, das er grossenteils in Charleston verbracht hatte¹¹¹. Es wurden diverse (fake) Socialmedia-Accounts herumgereicht.

Das Interesse gipfelte bereits eine gute Woche später in der Frühstück-Fernsehshow «*Good Morning America*» vom 11. April 2012, als Little und der Fotograf King eingeladen wurden, über das Phänomen zu sprechen.¹¹² (Abb. 16)

Das Interview glich einem beliebigen People-Interview. Der Rummel um die Person verstärkte die mediale Präsenz des Bildes zusätzlich. Das Interesse galt dabei nicht wirklich der Person, sondern dem Phänomen, das sie auslöste. Das Interesse hielt nur solange an, wie sein Bild berühmt war.

e. Kollektiv-Ikonisierung durch Wiederholung

Das Bild bekam durch seine Integrierung in eine spezifische Kommunikationsform seine Bedeutung. Eine *Gattung* von Memes ist das Aufgreifen eines Bildes, zu dem ein bestimmter Text geschrieben wird. In diesem Fall löste der Titel «Lächerlich gut aussehender Typ» das Interesse aus und prägte die Eigendynamik, die sich entwickelte. Die Internetnutzer steuerten zahlreiche Versionen von Bild-Text-Kombinationen bei, die immer demselben Raster folgten: «Die Schönheit ist eine übernatürliche Kraft, die diese Person in allen denkbaren Situationen zum Gewinner macht». Das Bild, das zur Illustration diente, wurde so zum Symbol für «Schönheit in jeder Situation» (Abb. 17). Die Faszination für diese Figur liegt in seiner Übermenschlichkeit: Viele Menschen lassen sich nicht besonders gerne fotografieren, weil der Standard der Werbegesichter ihnen den Eindruck vermittelt, sie seien nicht attraktiv genug. Die Fotogenität des «*Ridiculously Photogenic Guy*» macht ihn zum Übermenschen. Durch die Mystik der Figur entsteht beim Internetnutzer die Lust, deren Abenteuer zu schildern: Diese Fotogenität erlaubt ihm, alle gesellschaftlichen, sowie physikalischen Gesetze zu überwinden und in allen Situationen als Gewinner hervorzugehen. Diese Wirkung wird in der Sagenforschung Heldenprägung und -Verehrung genannt. (siehe *Moderne Sage*, S. 22)

111 Vgl. Bower P. (2012a) und Bower P. (2012b)

112 Vgl. abc News (2012)

4.4.4 Was bleibt übrig?

Der «Ridiculously Photogenic Guy» wurde erst durch die Verarbeitung des Bildes in einem Medium, durch eine Inszenierung, kreiert. Der Mensch auf dem Bild diene nur als Träger, stellt nur seine äussere Kontur für die Gestaltung zur Verfügung¹¹³. Ab diesem Zeitpunkt gibt es zwei Figuren: Zeddie Little als amerikanischer Bürger und Mensch und sein *Alter Ego*: die Kunstfigur «Ridiculously Photogenic Guy», die seine Gesichtszüge übernimmt.

Während Zeddie Little als Person in der Zwischenzeit wieder in die Anonymität abgetaucht ist, hat sein Alter Ego überlebt. Das Bild ist für die Internet-Community, die mit Memes kommuniziert, die Ikone des guten Aussehens geworden. Das charakteristische Element des «In-jeder-Situation-gut-aussehen-Könnens» hat sogar diverse Ableitungen inspiriert. Zwei erwähnenswerte Beispiele: Ridiculously Photogenic Metal Head (Abb. 18), Ridiculously Photogenic Jiu-Jitsu Guy (Abb. 19), u.v.m. Das Zeddie Little-Bild war so prägend für die Kunstfigur, dass diese auch ohne textliche Ergänzung erkennbar ist. Hier ist die von Barthes beschriebene Bedeutungserhaltung durch Gesagtes gut sichtbar: Das Objekt ist «mit einem gesellschaftlichen Gebrauch [versehen], der zu der reinen Materie hinzutritt.»¹¹⁴

113 Vgl. Goldberg I. (2010), S. 17

114 Barthes R. (1976), S. 86



Abb. 17



Abb. 18 Flueras M. (2012)



Abb. 19

4.5 Auswertung I

4.5.1 Ergebnisse

Die Untersuchung der drei vorgestellten Beispiele hat mir wichtige Erkenntnisse darüber vermittelt, welche wesentlichen Einflussfaktoren unbekannte Menschen in die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit rücken können. Im Folgenden fasse ich meine Ergebnisse bezogen auf die drei Faktoren zusammen, auf die ich mich in meiner Fragestellung konzentriert habe.

a. Kontextuelle/kulturelle Faktoren

Jedes der untersuchten Bilder ist durch seine thematische Passung zu den allgemeinen zeitgenössischen Werten und Interessen sichtbar geworden. Je stärker offenbar Bilder den aktuellen Themen und Bedürfnissen einer Gesellschaft entsprechen, desto leichter erreichen sie eine hohe Aufmerksamkeit. Die hohe Reproduzierbarkeit durch die Massenmedien ermöglichte eine breite Streuung und konnte so sehr grossflächiges Interesse auslösen (s.u.).

b. Visuelle Faktoren

Die wichtigsten visuellen Elemente im Zusammenhang mit der Entwicklung aller drei Untersuchungsobjekte sind:

- Das Punktum: ein Detail im Bild, das die Neugier, die Aufmerksamkeit einer betrachtenden Person erregt
- Die Dualität, vor allem im Sinne von Widersprüchlichkeit: Sie löst beim Betrachter den Wunsch nach Erklärung aus. Dieser Aspekt ist ein wichtiger Grund, weshalb das Punktum auffiel.
- Identifikationsmöglichkeiten, sich angesprochen fühlen: «simulierte Ähnlichkeiten, (...) Identifikationsfiktionen – Bilder, in denen die Betrachter sich selbst wiedererkennen sollen».¹¹⁵
- Symbolische Referenzen, der Wiedererkennungseffekt: Diese gehören zum sagenbildenden Faktor der Wahrnehmung. Das Weltbild und der Wissenstand des Betrachters entscheiden über die Art der Rezeption des Bildes.

115 Groebner V. (2015), S. 12

c. Mediale Faktoren

Die Massenmedien erlaubten eine gezielte und weitstreuende Verbreitung der untersuchten Objekte. Auch die hohe Reproduzierbarkeit durch diese Medien hatte einen massgeblichen Einfluss: Obwohl die drei Studienobjekte unterschiedlichen medialen Epochen angehören – analog/Abguss, Foto/Print, digital/Internet – teilen sich diese Medien die Spezifik der Reproduzierbarkeit.

Ein weiterer Punkt ist der so genannte Schneeballeffekt: Durch ein Gruppenverhalten, das u.a. auf dem Bedürfnis nach Zugehörigkeit basiert, kann es zu einem sich exponentiell verbreitenden Imitieren von Verhaltensweisen kommen. So kann das bereits bei anderen erregte Aufsehen ein grösseres Interesse bewirken, als das Objekt der Aufmerksamkeit selbst.

Dieses Phänomen kann noch durch das Autoritätsargument verstärkt werden: Ein Objekt erlangt erstes Aufsehen durch eine einzelne Person. Diese Person wird z. B. durch ihre berufliche Position, ihre anerkannte fachliche Kompetenz oder ihren Bekanntheitsgrad grundsätzlich mediatisiert. Dadurch kann diese Person das öffentliche Interesse – bewusst oder unbewusst – auf bestimmte Objekte lenken.

«The folklore process thus not only accelerates the production of new forms but also multiplies and inflates traditional forms by the simultaneous formation of variants by diverse but interconnected agents to satisfy the information-hungry mass public.»¹¹⁶

116 Dégh L. (1991), S. 13

4.5.2 Ableitung für die Praxis

Die beschriebenen Ergebnisse haben mich drei wesentliche Punkte erkennen lassen, die für meine praktische Arbeit eine Rolle spielen werden:

a. Bedürfnis nach Verstehen/Erklärungswunsch – der grundlegendste sagenbildende Faktor

Die angeborene Neugier des Menschen zusammen mit seinem Bedürfnis, die Welt und sein Gegenüber zu verstehen, bringt ihn dazu, Erklärungen und Hintergründe für jedes mysteriöse Element zu suchen. Wenn diese unklar sind, erfindet er aus diesem Bedürfnis heraus eigene Geschichten als Erklärung für ein Aussehen, eine Identität etc. Er sucht die Ähnlichkeit zu etablierten Figuren, die er bereits kennt. Eine solche Verbindung zu bereits Bekanntem lässt ihn Zugang zu dem Neuen, Ungreifbaren finden. Einer der in diesem Zusammenhang für den Menschen offenbar reizvollsten Faktoren ist die Widersprüchlichkeit eines Objektes, wenn also zwei scheinbar gegensätzliche Elemente in einem Objekt vereint sind.

«En réalité, l'impossibilité ontologique de vérifier la ressemblance n'empêche pas le désir, qu'on sait irrationnel, de pouvoir «reconnaître» l'être représenté (...). C'est cette visée, hypothétique et intuitive, de révélation de l'altérité, qui se produit, même en dehors de tout pouvoir de juger une ressemblance.»¹¹⁷

b. Einfluss von Bezug, Betroffenheit – universale Kollektivinspirationen

Bestimmte Objekte oder Figuren üben auf sehr viele Menschen eine Faszination aus und inspirieren sie dazu, eigene Geschichten oder Interpretationen zu erfinden. Dieses Phänomen ist vom jeweiligen Kontext geprägt: Reiht sich das Objekt in die aktuellen Interessen bzw. Aufmerksamkeitsfokus ein oder baut es auf einer Tradition auf, erhält es grössere Sichtbarkeit. Dabei spielt der (Wieder-)Erkennungseffekt eine wichtige Rolle. Die Bilder müssen einen Bezug – nicht unbedingt persönlich, aber kulturell – zum Betrachter haben. Das Wiederkehrende, Vertraute spielt eine wichtige Rolle.

117 Goldberg I. (2010), S. 17

c. Erfolgsfaktor Sichtbarkeit – Mediatisierung

Durch die Reproduzierbarkeit, die die verwendeten Medien besaßen, konnte das jeweilige Objekt erst verbreitet werden und von einer grossen Masse als interessantes Objekt erkannt werden. Der Radius, die Intensität der medialen Verbreitung ist ein Anzeiger für das Faszinationspotential und die Relevanz im kollektiven Vorstellungsvermögen des jeweiligen Objekts.

5. Fragestellung II: Bild und Text

5.1 Einführung

Mit den drei bisher beschriebenen Objekten habe ich Phänomene untersucht, die ihren Ursprung in einem Bild hatten. Deren wachsende Bekanntheit wurde erst durch das Darüber-Sprechen – in mündlicher oder schriftlicher Form – ausgelöst. Durch diesen Prozess der mündlichen und schriftlichen Auseinandersetzung mit den Objekten entstanden fantasierte Figuren und ein mehr oder weniger lang anhaltender Mythos des Alltags.

Barthes' Definition des Mythos weist auf die Wichtigkeit der besonderen Kraft der Sprache - und damit auch des Textes - hin, Bedeutung zu erschaffen. «Das Bild wird (...), da es bedeutungsvoll wird, zu einer Schrift: es hat wie die Schrift, den Charakter eines Diktums.»¹¹⁸

Das Prinzip der Mythos-Erschaffung kann auch ganz gezielt konstruiert werden, z. B. in einem künstlerischen Werk, das Bild und Text als seine Ausdrucksmittel verwendet. Daher habe ich für meine zweite Fragestellung zwei Werke des Genres *Porträt* ausgewählt, die einen aus meiner Sicht auffallenden Umgang mit Text und Bild haben.

Die aussagenerzeugende Wechselwirkung zwischen Bild und Wort wurde bereits untersucht. In diesem zweiten Schritt geht es darum zu beobachten, wie diese beiden Mittel eingesetzt werden, um die angestrebte Aussage zum Ausdruck zu bringen.

Die Gewichtung von Bild und Text

Die Bedeutung von Text und Bild für die Informationsvermittlung hat sich im Laufe der kulturhistorischen Entwicklung wiederholt gewandelt. Wie sich die Schwerpunkte im letzten Jahrhundert verlagerten, welches Medium wann für aussagekräftiger gehalten wurde, wird hier mit Fokus auf die pressefotografische Entwicklung erläutert.

118 Barthes R. (1976), S. 87

In den Anfängen der Pressefotografie war das geschriebene Wort noch das bestimmende Element. «für [Jacob A. Riis und Lewis W. Hine¹¹⁹] war das Foto nur ein Mittel, ihren Artikeln mehr Überzeugungskraft zu geben»¹²⁰.

«Die Aufgabe der ersten Fotoreporter bestand darin, einzelne Aufnahmen zu machen, um eine Geschichte zu illustrieren. Erst von dem Augenblick an, wo das Bild selbst zur Geschichte wird, die in einer Folge von Fotos über ein Ereignis berichtet, während der daneben stehende Text oft nur aus Bildunterschrift besteht, beginnt der Fotojournalismus.»¹²¹

«heutzutage müssen die Augen die Reize verarbeiten. Ein Bild ist leichter zu verstehen als das abstrakte Wort und daher für jedermann zugänglich; seine Besonderheit liegt darin, dass es an das Gefühl appelliert; es lässt keine Zeit zum Nachdenken, wie es vergleichsweise bei der Unterhaltung oder der Lektüre eines Buches möglich ist.»¹²²

In den 1960ern kam es zu einem gesellschaftlichen Wandel, der einen massgeblichen Einfluss auf die Art der Berichterstattung der illustrierten Presse hatte. Der «Wandel der Lebensbedingungen des modernen Menschen (...) [und die] Tendenz zu einer immer stärkeren Standardisierung»¹²³ sind prägend. «Das Individuum als solches verliert an Bedeutung, doch sein moralisches Bedürfnis, sich als Individuum zu bestätigen, nimmt zu.»¹²⁴

Diese Faktoren führen laut Gisèle Freund dazu, dass z. B. nicht mehr vom Leben der GI's im Vietnamkrieg berichtet wird, sondern davon was «Bob Smith aus Brownsville in Texas»¹²⁵ zugestossen ist.

Diese Form von Journalismus findet grossen Anklang, denn die Leser können sich mit den einzelnen Schicksalen identifizieren. «[Der Journalist versucht,] dem Individuum eine künstliche Persönlichkeit zu verleihen.»¹²⁶

119 Jacob A. Riis, Journalist und Lewis W. Hine, Soziologe prägten beide die Verwendung von Fotografie als Beweismittel zwischen Ende des 19. und Beginn des 20. Jahrhunderts. Vgl. Freund G. (1983), S. 119

120 Freund G. (1983), S. 119

121 Freund G. (1983), S. 122

122 Freund G. (1983), S. 228

123 Freund G. (1983), S. 157

124 Freund G. (1983), S. 157

125 Freund G. (1983), S. 157

126 Freund G. (1983), S. 157

In diesem Fall ist die Klärung der Identität Aufgabe der textlichen Ebene. Die Fotografie kann immer nur *diesen*¹²⁷ einen spezifischen Menschen abbilden. Seine Identität kann jedoch anonym bleiben. Die Textebene ist vom Bild jedoch fast nicht zu trennen. Auch wenn das Bild für sich alleine stehen soll, besitzt es meist einen Titel oder eine Bildunterschrift, die unvermeidlich Einfluss auf die Wahrnehmung des Bildes nehmen. Der Text kann die abgebildete Person also gezielt anonymisieren oder identifizieren.

Dies bemerkt auch Itzhak Goldberg bei der Betrachtung von Porträt-Galerien. Ein Porträt kann dem Vergleich mit dem Modell nicht entgehen. Der direkte Vergleich mit dem Original ist jedoch meist nicht möglich. Es gibt nur den Titel, also den Namen der abgebildeten Person, der deren Identität bestätigen kann. Die Ähnlichkeit mit dem Modell verschiebt sich vom «registre iconique à celui de l'écriture»¹²⁸. Dies wird auch bei der (bereits erwähnten) Stock-Fotografie deutlich: Die standardisierten Gesichter können austauschbare textliche Botschaften übermitteln.

Gisèle Freund machte bereits 1976 die Feststellung, dass Bilder für den Menschen leichter aufzunehmen sind als Texte¹²⁹. Auch in der heutigen schnellen, digitalen Informationsflut sind Bilder eine Möglichkeit, die unübersichtliche Information schneller und leichter zu verstehen als in textlicher Form. Davon zeugen die aktuellen Tendenzen des Webdesigns, bildhaft- bzw. bild Erzählerisch zu arbeiten, oder auch die zusammenfassenden Visualisierungen von Big Data. Diese Beispiele unterstreichen das aktuelle Bestreben, sich die Welt über Bilder leichter zu erschliessen – und damit die Wichtigkeit der Kernaufgabe der visuellen Kommunikation.

127 Vgl. Schröter J. (2010), S. 146

128 Goldberg I (2010), S. 16

129 Vgl. Freund G. (1983), S. 228

5.2 Suzanne et Louise von Hervé Guibert

«Suzanne et Louise» trägt den Untertitel «Roman-Foto», wurde erstmals 1980 publiziert und erzählt die Geschichte der zwei Grosstanten (74 und 84 Jahre alt) von Fotograf und Schriftsteller Hervé Guibert. Ihr gegenwärtiges Leben wird anhand von Bildern gezeigt, der Text übernimmt Anekdoten aus der Vergangenheit und Gegenwart und dokumentiert den Prozess der Entstehung des Buches. Als Fotograf und Schriftsteller kann Guibert beide Medien in ein ausgeglichenes Zusammenspiel bringen.

5.2.1 Form – Der Autor als Teil der Fiktion

Das Buch benutzt keine auffälligen gestalterischen Kunstgriffe, es wechseln sich Text-, Bild- oder Leerseiten ab. Die Rhythmisierung dieser Bestandteile ist jedoch durchdacht: Längere Bild- oder Textfolgen, Bild-Text-Doppelseiten etc. haben eine inhaltliche Begründung und dienen ihrem Zweck in bestmöglicher Art.

Ein anderer formgebender Aspekt scheint mir noch prägender: Durch die Integrierung des Autors als dritter Protagonist wird die Geschichte zu einer homodiegetischen Erzählung¹³⁰. Guibert dokumentiert die Entstehung des Porträts seiner Tanten in einer tagebuchartigen Form. Der authentische Eindruck wird noch dadurch verstärkt, dass der Text in Guiberts Handschrift abgedruckt und nicht nachträglich sauber gesetzt wurde.

Durch die Integration des Autors entsteht eine andere Form von Porträt, denn er zeichnet die spontanen Reaktionen der Frauen auf, die ohne seine Anwesenheit in der Erzählung keinen Platz in der Erzählung gehabt hätten. Während die Tanten in Bild und Text erscheinen, bleibt Guibert hinter der Kamera nur als Beobachter wahrnehmbar und ist fast ausschliesslich durch den Text präsent.

Die Reaktionen der Tanten auf die ungewohnte Situation, Fragen gestellt zu bekommen und fotografiert zu werden, machen den Reiz des Porträts aus. Denn ihr Verhalten während des Projekts unterscheidet sich gänzlich von ihrem Verhalten in den Anekdoten aus der Vergangenheit. Der Spannungsbogen zwischen der Vergangenheit und der Gegenwart macht das Porträt facettenreich und mehrdimensional.

130 «Erzählung eines Erzählers, der als Figur in seiner eigenen Geschichte vorkommt». Wulff H. J. (2012)

Guibert beschreibt im Prolog zusammenfassend die Veränderung der Tanten durch die neue Situation:

«Elles ne se parlent pas, sauf quand il vient les voir, chaque dimanche. Elles ne lui posent pas de questions sur sa vie ou son travail, mais font passer leur parole à travers lui. Elles se jouent, pour lui, la comédie de leur rapports. Elles le séduisent, elles sont jalouses. Il se tait et les écoute. Elles sont étonnées de l'intérêt qu'il leur porte, flattées, amoureuses.»¹³¹

Die Bezeichnung des Buches als Roman muss noch differenziert werden. Das Schauspiel, das die Tanten ihrem Neffen unterbreiten, gehört zu den romantisierten Teilen, wie auch die Bilder, die ihre Inszeniertheit preisgeben. Die offene Dokumentation des Entstehungsprozesses dieser Fiktion in Tagebuchform liegt jedoch im Reportage-Bereich. «Mit einer Veröffentlichung des Privaten beginnt aber wie bei Autobiografien bereits auch der Moment der Fiktionalisierung.»¹³² Hier spielt bereits die Auswahl und die Gestaltung der Bilder eine fiktionalisierende Rolle. Inwiefern wird im nächsten Kapitel noch erläutert.

Dieses fast 40-jährige Werk reiht sich in eine mittlerweile wieder aktuelle literarische Tendenz ein. Diese Durchmischung von realen Begebenheiten mit fiktiven Erzählungen erfreut sich seit ca. 3-4 Jahren unter dem Namen Exofiktion grosser Beliebtheit in der frankofonen Literatur.¹³³

5.2.2 Bild

Das Leben der Frauen ist ziemlich ereignislos. Ihre Tage verbringen sie mit banalen und routinierten Tätigkeiten wie einem Einkauf oder einem Spaziergang. Sie ernähren sich von ihren Erinnerungen und die Anwesenheit ihres Neffen wird zu einem Highlight. Im Prolog des Buches wird beschrieben, wie sie sich geehrt fühlen, so viel Aufmerksamkeit zu bekommen, und sich deshalb stark engagieren, wenn Guibert sie fotografiert. Ihr Schauspiel wirkt jedoch natürlich, vielleicht, weil sie «nur» sich selbst sein müssen. Guibert stellt die Realität der Frauen durch eine dokumentarische «Bild(re)konstruktion»¹³⁴ dar.

131 Guibert H. (2005), Prologue

132 Scorzin P. (2010), S. 133

133 Vgl. Guillot, A. (2015) und de Chalonge, M. (2016)

134 Streitberger A. (2010), S. 76

Inszenierung – Alltägliches wird edel inszeniert

«Hier wählt offensichtlich nicht nur der intuitive wie geschulte Blick (...), sondern gleichsam auch ein universales Bildgedächtnis mit aus, das durch die eigene Kunst- und Kulturgeschichte (...) visuell hegemoniert ist.»¹³⁵

Guibert benutzt viel Symbolik in den Bildern, in denen er die Vergangenheit dokumentiert. Die Symbolik wird aber anhand von alltäglichen Gegenständen inszeniert und die Frauen werden nicht künstlich verkleidet. Es finden sich zahlreiche christlich-symbolisch aufgeladene Gegenstände (Abb. 20), Spiegel, die zur Reflexion einladen (Abb. 21), die Strenge früherer Familienporträts (Abb. 22), Stillleben (bis hin zur Evozierung eines Memento Mori¹³⁶ mit einem angekauften Hundeknochen (Abb. 23)), künstliche, skulpturale Körperhaltungen (Abb. 24), die an Modefotografie erinnern.¹³⁷ Alles gemeinsam erzeugt eine beinahe theatralisch-barocke Atmosphäre.

Mit der Wahl dieser kodifizierten Darstellungsformen gelingt es Guibert über die Ebene des physischen Daseins der Frauen hinaus zu erzählen, ohne dabei auf den Text auszuweichen. Die traditionsreichen Referenzen geben den Bildern einen noblen, respektvollen Ausdruck. Durch die Alltäglichkeit des Gezeigten und das Laienschauspiel behalten die Bilder eine Authentizität.

5.2.3 Text zu Bild

Das Besondere in diesem Werk ist, dass Guibert Text und Bild als eigenständige Elemente einsetzt, wobei die einzelnen Textpassagen jeweils durch Bilder quasi ihren Abschluss finden.

Der Text ist die prägende, strukturierende Ebene der Narration. Er setzt sich zusammen aus Transkriptionen der Erzählungen der Tanten und der Dokumentation der Ereignisse durch Guibert. Das Ganze ist in Episoden gegliedert, die meist in Bildern münden. Diese sind eine zeitgenössische Auflösung, eine Weiterentwicklung der textlichen Auseinandersetzung mit der Vergangenheit und Gegenwart. (Den Schreibstil lasse ich unberücksichtigt, da es sich hier um ein französischsprachiges Werk handelt und eine Literatur-Analyse für diese Arbeit nicht relevant ist.) Zwei Kapitel illustrieren den beschriebenen Übergang vom Text zum Bild meines Erachtens exemplarisch:

135 Scorzin P. (2010), S. 133

136 Vgl. Ising T. / Ritter M. (2013), S 202 f. und S. 282

137 Vgl. Lehnert G. (1996), S. 68 und S. 86

Haare

Als Louise als junge Frau ins Kloster eintrat, wurde sie kahl geschoren. Seit ihrem Austritt 8 Jahre später, hat sie ihre Haare in über 30 Jahren nie abgeschnitten. Für Louise – ohnehin von zurückhaltender Natur – sind ihre Haare das Intimste an ihr. Trotz einer körperverneinenden Kultur, die sie aus dem Kloster mitgenommen hat, akzeptiert sie, dass ihr Neffe sie fotografiert. Auf diese hier zusammengefassten Textpassagen folgt eine längere Sequenz von Fotografien, die Louise beim Öffnen, Pflegen und Präsentieren ihrer Haare zeigen. Die Bilder zeugen von der Offenheit, die Louise dem Fotografen entgegenbrachte und von einem guten Verhältnis zueinander. Die mit viel Sorgfalt gepflegten Haare der alten Frau bestätigen visuell deren Wichtigkeit.

Diese Episode kann in Akte gegliedert werden, die durch den Zustand der Haare definiert sind. Der Text übernimmt die ersten zwei Akte der Vergangenheit:

1. Akt: die Kahlgeschorenheit im Kloster
2. Akt: das Wachsenlassen und stets Hochgebunden-Tragen nach dem Kloster bis «heute»

Der 3. und letzte Akt zeigt fotografisch den gegenwärtigen Zustand: das Öffnen und Präsentieren der eindrücklich langen Haare (Abb. 25-28)

Hund

Suzanne und Louise besaßen immer einen Hund. Ein alternder Hund wurde jeweils frühzeitig durch einen Welpen ersetzt, bevor er schlussendlich seinem natürlichen Tod zuvorkommend eingeschläfert wurde. Der alte Hund fühlte sich verraten und betrogen, denn seine Herrin, die ihn immer verhätschelte, liebte nun einen anderen Hund. Diese Art Fluch schien den letzten Hund von Louise und Suzanne in den Wahnsinn zu treiben. Er wurde aggressiv, Louise wurde bei ihren vielfachen erfolglosen Versuchen, ihn unter Kontrolle zu bringen, verletzt, und der Hund musste schlussendlich eingeschläfert werden.

Die Geschichte ist durchtränkt vom Motiv des Todesfluches und des Liebesverrats. Als Guibert seine Tanten fotografiert, besitzen sie keinen Hund mehr. Er möchte der Geschichte jedoch einen Abschluss in einer Fotografie geben.

Louise posiert mit dem Maulkorb, der bei der Einschläferung der Kontrolle der Hunde diente (Abb. 29 und 30). Sobald Guibert fotografiert, schlüpft sie völlig in die Rolle des Hundes: «elle se concentre extraordinairement, tout son corps change d'attitude, et elle se met à chantonner, à peine entre ses dents: «je suis le pauvre chien, je suis le pauvre chien...»¹³⁸

Auch hier gestaltet der Text eine Erzählung, deren letzter Akt in Bildern erzählt wird. Der letzte Akt ist aber mehr ein Epilog oder Rückblick auf das Geschehene als die Auflösung der Handlung. Gleichzeitig kompensiert der Bildteil durch die symbolische Präsenz des Hundes die Abwesenheit von Illustrationen im Rest der Erzählung.

Ein einziges Bild unterbricht die textliche Narration: das bereits erwähnte Memento Mori (Abb. 23). Diese Bedeutung erhält das Bild erst dadurch, dass es von Text umgeben ist, der vom Tod spricht. Hier wird gut sichtbar, dass das Bild nicht verdeutlichen muss, was der Text erzählt. Der Leser «ignoriert» den medialen Wechsel und stellt automatisch eine Verbindung her.

138 Guibert H. (2005)



Abb. 20 Guibert H. (2005)



Abb. 21 Guibert H. (2005)



Abb. 22 Guibert H. (2005)



Abb. 23 Guibert H. (2005)



Abb. 24 Guibert H. (2005)



Abb. 25 Guibert H. (2005)



Abb. 26 Guibert H. (2005)



Abb. 27 Guibert H. (2005)



Abb. 28 Guibert H. (2005)



Abb. 29 Guibert H. (2005)



Abb. 30 Guibert H. (2005)

5.3 Bedeutende Objekte ... von Leanne Shapton

«Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck» ist eine Art Foto-Roman, der die Form eines Auktionskatalogs annimmt. Anhand von Erinnerungsstücken erzählt er die fiktive Liebesgeschichte von Leonore Doolan und Harold Morris, von ihren Anfängen bis zur Trennung der beiden New Yorker.

5.3.1 Form

Das Buch erscheint in einer aussergewöhnlichen Erzählform. Die Formwahl eines Auktionskatalogs gibt ihm einen speziellen Rahmen: die produkt- bzw. inventar fotografische Art, die Gegenstände zu zeigen, und der nüchterne, objektbeschreibende Text, immer mit einer Produktnummer und einem Preis versehen. «Und noch bevor wir etwas über die speziellen zwei Menschen wissen, deren Besitz hier versteigert werden soll, deutet bereits die Erzählform an, dass sich hier irgendetwas aufgelöst hat»¹³⁹.

5.3.2 Bilder

Die Bilder sind in schwarz-weiss gehalten. Fotografien, auf denen die Protagonisten selbst zu sehen sind, sind freigestellt. Die zur Auktion freigegebenen Gegenstände sind vor einem neutralen Hintergrund fotografiert, damit man sich für die Objekte und nicht für die Inszenierung interessiert. «Die Fotografie übernimmt hier keine andere Funktion, als die Szene an die Augen eines temporal entfernten Beobachters zu übertragen»¹⁴⁰. Denn die Auswahl der Objekte ist für den dramaturgischen Ablauf von höchster Wichtigkeit. Anhand von ihnen wird die Geschichte erzählt.

Einzelne Objektgruppen haben die Aufgabe, die verstreichende Zeit darzustellen: neben Geburtstags- und Weihnachtsgeschenken und -Karten werden immer wieder die Einladungskarten zu einer alljährlichen Halloweenparty gezeigt, die stets die Jahreszahl trägt. Diese Halloweenkarte ist auch immer mit einem Foto der Protagonisten verbunden, auf dem sie verkleidet an der Party zu sehen sind. Anhand ihrer Haltung und ihrem Gesichtsausdruck auf diesen

139 Faller, H. (2010)

140 Schröter J. (2010), S. 147

Fotos kann man jedes Jahr erneut ablesen, wie sich ihre Beziehung entwickelt hat (Abb. 31 und 32). Der Wiederholungs- und Vergleichseffekt ist auch in anderen Gegenständen sichtbar, wie z. B. an den Büchern: von «Kinds of Love» und italienischen Reiseführern für die verklärt romantische Phase¹⁴¹ bis zu «Blaue Flecken auf der Seele» und «Pragmatism» für die Trennung und den Liebeskummer¹⁴². Allgemein entwickeln sich andere Objekte mit der Zeit tendenziell Richtung Haushaltsgegenstände, um den einkehrenden Alltag und den Bezug eines gemeinsamen Heims darzustellen.

5.3.3 Text

Der Text kann in zwei unterschiedliche Erzählformen aufgeteilt werden. Einerseits die neutrale Objektbeschreibung mit Gegenstandsname, Grösse, Farbe, Beschaffenheit oder einer kurzen Beschreibung der früheren Benützung z. B. «Eine Pudding-Form, die Doolan Morris zur Aufbewahrung seiner belichteten Filme schenkte»¹⁴³ (Abb. 33).

Andererseits eine emotionalere Textebene, welche die Transkription des handschriftlichen Austauschs übernimmt, der in einem z. B. geschlossen abgebildeten Buch oder in schwer leserlicher Handschrift erfolgt (Abb. 34). Diese Ebene bietet Platz, die Gefühle und Gedanken der Protagonisten textlich darzustellen. Shapton speist diese Ebene stark mit Inhalten wie Fresszetteln, Postkarten, Faxen und E-Mails der Protagonisten. Dieser Vorgang ist nicht nur ein Kunstgriff der Autorin, um die Trockenheit der gewählten Form eines Artikelkatalogs zu vermeiden, sondern verrät gleichzeitig auch etwas über die bevorzugte Kommunikationsart der Protagonisten (der Mann ist viel unterwegs und das Paar kommuniziert deshalb oft schriftlich). Die Form findet inhaltlich ihr Echo und ist deshalb sehr stimmig gewählt. Durch den Inhalt wird dem Text auch eine wichtigere und vor allem selbständige Rolle eingeräumt als das reine Beschreiben und Paraphrasieren der Bilder.

141 Vgl. Shapton L. (2010), S. 32 ff.

142 Vgl. Shapton L. (2010), S. 124 ff.

143 Shapton L. (2010), S. 60

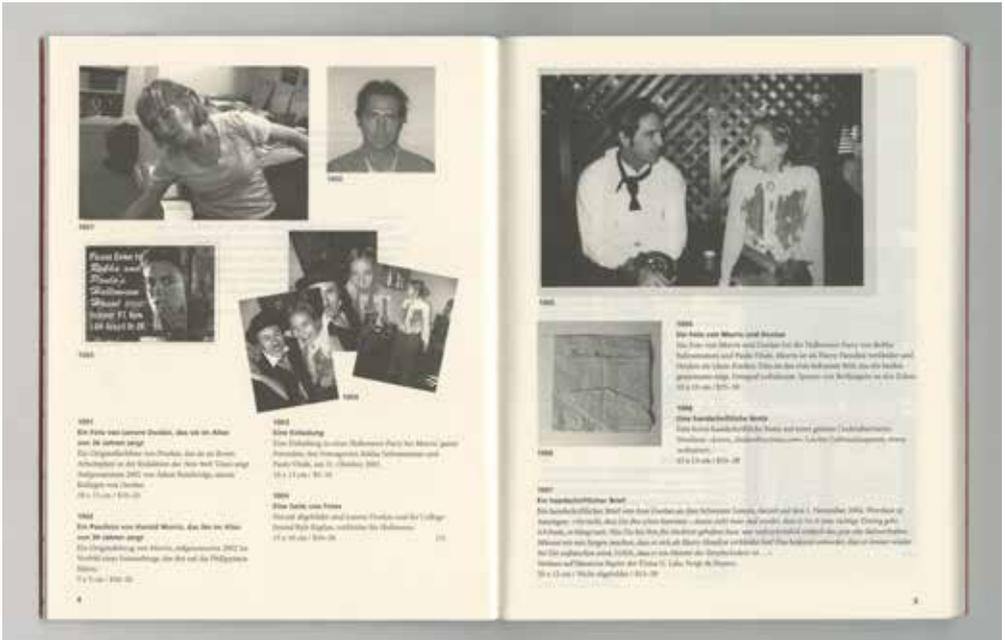


Abb. 31 Shapton L. (2010), S. 4 f.



Abb. 32 Shapton L. (2010), S. 40 f.



Abb. 33 Shapton L. (2010), S. 60 f.

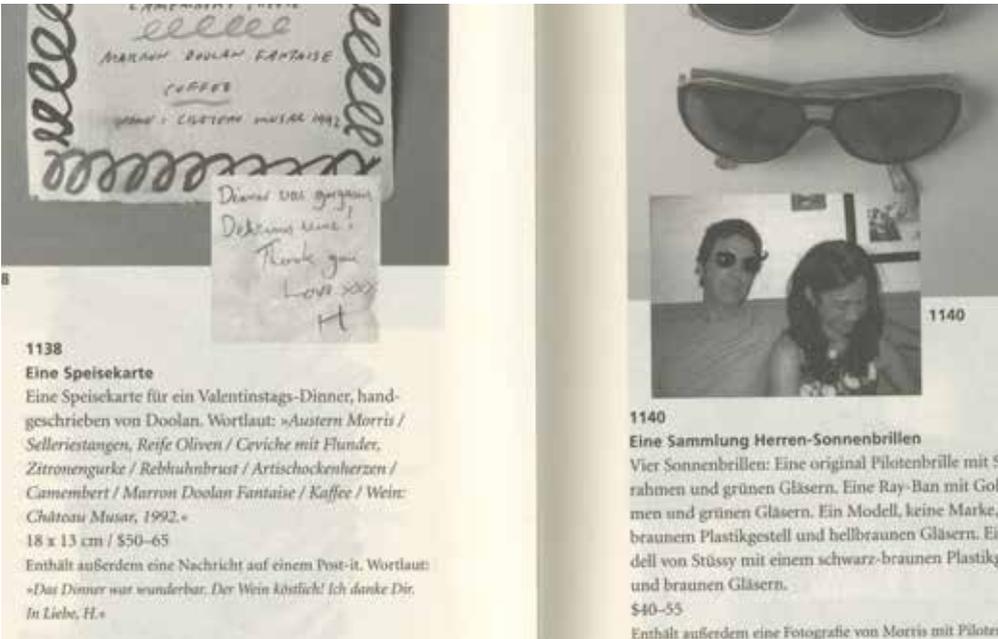


Abb. 34 Shapton L. (2010), S. 52 f.

5.3.4 Kontextualisierung – Wieviel Innovation steckt in dieser Arbeit?

Die Verfasserin der Buchkritik auf Zeitonline spricht von der «Erfindung einer neuen literarischen Form»¹⁴⁴. Diese Aussage will ich überprüfen.

Shapton hatte die zündende Idee zu ihrem besonderen Roman, als sie im Auktionskatalog der persönlichen Gegenstände vom verstorbenen Truman Capote blätterte. Für sie war es, wie anhand der Gegenstände eine Art Autobiographie zu lesen¹⁴⁵.

So kam sie auf den Gedanken, «dass man auch einfach die Dinge allein erzählen lassen könnte. (...) Wer die Bedeutenden Objekte und persönlichen Besitzstücke betrachtet, muss sich die Geschichte also ein bisschen selbst zusammensetzen, was einen natürlich umso stärker involviert. Und so gehen einem die Figuren [so] nahe».¹⁴⁶

Mit dem technischen Fortschritt musste sich der Roman seinen Platz als Erzähl- und Gesellschaftsdokumentationsform mit den neuen Medien teilen. Ob er dabei an Relevanz verlor, wie Jonathan Franzen in seinem berühmten Essay «Why Bother?»¹⁴⁷ behauptete, sei dahingestellt. Auf jeden Fall liess sich der Roman immer wieder von den anderen Medien inspirieren, um in einem mehr oder weniger experimentellen Vorgehen seine Grenzen zu erforschen.

Shapton lässt sich für ihren Foto-Roman in mehrfacher Weise von den heutigen Unterhaltungsgewohnheiten beeinflussen. Sie übernimmt eine Art der nicht-linearen Erzählung aus den Fernsehserien. Damit ist mehr das Konsumenten- bzw. Leserverhalten gemeint. Dem Betrachter ist freigestellt, die Geschichte in irgendeiner Reihenfolge zu lesen. Er kann beliebig vor- oder rückwärts vorgehen, unterbrechen oder überspringen. Die Geschichte ist wie bei vielen Sitcoms episodisch aufgebaut, kleine Fragmente können ohne Vorwissen gelesen werden und die Intrige ist am Ende des Fragments bereits gelöst. Gleichzeitig fehlt der gesamten Geschichte kein essenzieller Handlungspunkt, wenn einzelne Elemente übersprungen werden.

144 Faller H. (2010)

145 Vgl. Kennedy R. (2009)

146 Faller H. (2010)

147 Vgl. Franzen J. (2002), S. 63 ff.

Diese Form von episodischem Erzählen hat jedoch auch ältere Wurzeln: Im Zusammenhang mit der Entwicklung der Künstlerbücher um 1970 wurde folgende Feststellung gemacht: «Das Buch ist kein linear und kontinuierlich erschliessbarer Informationsträger, sondern »eine folge von räumen«, »ein Environment«, das sich aus heterogenen Bild-Text-Elementen zusammensetzt und diese in einem Ganzen aufgehen lässt.»¹⁴⁸ Auch die bildliche Auflistung von Objekten hat Vorgänger, sogar ziemlich bekannte wie beispielsweise «L'hôtel»¹⁴⁹ von Sophie Calle.

Ausserdem folgt Shapton der seit dem 20. Jahrhundert ständig expandierenden Kultur der Bild-Erzählungen im Journalismus (die erste Nummer von *Life*, eine der geschichtlich wichtigsten Illustrierten kam 1936 heraus¹⁵⁰). Als ehemalige Art-Directorin für die Meinungsseite der *New York Times* scheint ihre Wahl dieses Formats offensichtlich. Dies bestätigte sie selbst: «Womit ich mich am besten auskenne, ist, wie man eine Geschichte in Worten und Bildern gleichzeitig erzählt.»¹⁵¹

Shaptons Form verweist also bereits auf eine längere Tradition von Erzählung. Gleichzeitig ist darin aber auch die Integrierung neuerer Formen der Erzählung erkennbar.

Das Buch verlangt eine starke Involvierung des Lesers, der sich die Geschichte selber zusammensetzen muss, und unterscheidet sich damit deutlich vom in unserer ablenkungssüchtigen Kultur verbreiteten schnell konsumierbaren Unterhaltungsroman. Diese Aussage Fallers stimmt: Dadurch trägt Shapton tatsächlich ein Werk bei, das sich gegen die allgemeine Tendenz richtet. Mit der Behauptung, das Buch sei ein neuer literarischer Stil, werden jedoch die vorausgehenden vergleichbaren Buchformen mit Bild und Text ignoriert.

148 Streitberger A. (2010), S. 75

149 Calle S. (1991), *L'hôtel*

150 Vgl. Freund G. (1983), S. 149

151 Faller H. (2010)

5.4. Auswertung II

Folgende Erkenntnisse konnte ich aus der Untersuchung der beiden Buch-Projekte ziehen, die sich voraussichtlich für meine praktische Arbeit als nützlich erweisen werden:

- In beiden Projekten werden Bild und Text als gleichwertige Medien angesehen. Jedes Medium hat eine autonome Ausdrucksform. Man vertraut der Kommunikationsfähigkeit und Eigenständigkeit beider Medien, so dass sich beide inhaltlich nicht überschneiden müssen. Jedes Medium kann durch seine Spezifikationen eine bestimmte Aussage machen, übernimmt also eine eigene Rolle.
- Das Bild als unmittelbares Medium appelliert eher an das Gefühl. Das Gefühl ist aber ein diffuses Phänomen. Durch das individuell Erlebte jedes Betrachters ist seine Wahrnehmung und Interpretation nicht sicher vorhersehbar. In beiden Werken wirken die Bilder über Suggestionen und appellieren an das kollektive Bildgedächtnis.
- Der Text übernimmt eher die erklärende Rolle und lädt zum Nachdenken ein. Er kann durch seine Spezifika auch problemlos Vergangenheit darstellen, was die Fotografie nur bedingt authentisch umsetzen kann.
- «Die formalen Eigenschaften des Buches tragen (...) zur Sinnstiftung des Werkes entscheidend mit [bei]»¹⁵². Durch die formale Gestaltung des Mediums kann also die inhaltliche Aussage unterstützt werden. Sie kann sogar eine selbstständige Aussage haben, besonders, wenn sie noch an ihren ursprünglichen Zweck erinnert (Auktionskatalog bei Shapton, Handschrift bei Guibert). Das Gefäß muss also sorgfältig gewählt werden, um die gewünschte Aussage möglichst klar und eindeutig zu kommunizieren.
- Dem Betrachter wird Spielraum für eigene Interpretation gelassen, in dem nicht alles erklärt wird. Die vom einen Medium offen gelassenen Fragen können durch Indizien-Suche im anderen Medium beantwortet werden. Der Betrachter schafft somit eine dritte Ebene, er kreiert ein Echo zwischen den beiden Medien, das in seiner Vorstellung stattfindet. Das Buch ist ein hybrides Objekt, «das sich aus heterogenen Bild-Text-Elementen zusammensetzt und diese in einem Ganzen aufgehen lässt.»¹⁵³

152 Streitberger A. (2010), S. 76

153 Streitberger A. (2010), S. 75

→ «Fesselnde Fiktion lebt vom Spezifischen»¹⁵⁴ hebt Heike Faller hervor. Deshalb wird von Shapton «die materielle Kultur der transatlantischen Szene eines gewissen Alters vor dem Betrachter ausgebreitet»¹⁵⁵. Diese Objekte deuten auf die Wichtigkeit der Referenzen. Der Wiedererkennungseffekt findet sich auch in den handgeschriebenen persönlichen Botschaften wieder. Auch Guibert lenkt die Aufmerksamkeit auf Details, z. B. durch die präzisen Anekdoten und den Fokus der Kamera auf Objekte wie das Haar. Und er spielt auch in seiner textlichen wie bildlichen Inszenierung auf kulturelle Referenzen an.

154 Faller H. (2010)

155 Faller H. (2010)

6. Fazit – Ausblick Praxis

Meine erste Untersuchung ermöglichte mir, sagenbildende Faktoren aus dem Volkskundebereich in der visuellen Sprache wiederzufinden und so eine Liste der ausschlaggebendsten Faktoren zu erstellen. Diese helfen mir zu verstehen, welche Faktoren auch bei der «Entstehung» von Stadtoriginalen mitwirken und wie ich diese gezielt in meinem BA-Praxis-Projekt einsetzen könnte.

Die zwei für mich interessantesten Hauptaspekte, der Erklärungswunsch und die Kollektivinspiration, prägen die Wahrnehmung jedes Bildes oder Objektes. Sie lassen sich drei Kategorien zuordnen:

- Kontext: Ist die Thematik erkennbar und von allgemeinem Interesse?
- Visuelle Ingredienzen: Wecken sie das Interesse und die Aufmerksamkeit und werfen Fragen auf?
- Mediale Faktoren: Sie ermöglichen erst eine grossflächige Verbreitung und damit das Interesse eines grossen Publikums.

Die massenmedialen Faktoren werde ich bei meinem praktischen Projekt «in Klammern setzen», da ich kein interaktives Kommunikationsprojekt gewählt habe, das erst durch den Dialog mit der Öffentlichkeit Sinn macht. Mein Fokus soll auf der visuellen Gestaltung liegen.

Aus diesem Grund habe ich in meiner zweiten Untersuchung zwei Buch-Projekte bearbeitet, die ihre Inhalte ebenfalls unabhängig von einer massenmedialen Reaktion produzierten. Ich weiss noch nicht, ob mein Projekt eine Buchform annimmt oder eher aus gesprochenem Text und bewegtem Bild bestehen wird. Die Wahl des Mediums ist ja bereits eine Aussage und kann einen gewünschten Eindruck gezielt verstärken. Aber auch in ein anderes gestalterisches Produkt können die oben erwähnten Faktoren einfließen, wobei bei den untersuchten Büchern vor allem die visuellen Faktoren massgeblich waren.

Was ich aus der zweiten Untersuchung vor allem mitnehmen kann, ist, dass Bild-Sprache und Text-Sprache eine eigenständige Rolle spielen und so idealerweise in ihrem Zusammenspiel einen Mehrwert erzeugen sollen.

Wie werde ich meinem Thema begegnen?

Ich werde mit meinem Projekt nicht versuchen, einen potenziellen Hype auszulösen. Das würde sich zu sehr von meinem Kerngebiet der Visuellen Gestaltung entfernen. Inhaltlich werde ich Erkenntnisse aus der ersten Untersuchung integrieren. Inwiefern ich Elemente tatsächlich übernehmen kann, wird sich noch herausstellen. Doch das Endprodukt wird eine Arbeit sein, die in ihrer Aussage in sich geschlossen und unabhängig ist. Es soll ein in sich abgeschlossenes Produkt sein. Ich möchte mich visuell mit den Stadtoriginalen auseinandersetzen und mit der Frage, welche visuellen Aspekte sie prägen. Eine respektvolle Karikatur vielleicht, denn diese Menschen unterscheiden sich von der Masse dadurch, dass die wirklich machen, was sie wollen und wie sie wollen, und sich nicht um die öffentliche Meinung kümmern.

Welche Form, welches Medium ich dafür wähle, ist wie gesagt noch offen. Auch das Verhältnis zwischen fiktiven und realen Inhalten ist noch unklar, je nachdem, welche Aussage am Schluss stehen soll: ein Porträt oder eine fantasierte Geschichte basierend auf realen Begebenheiten.

7. Quellenverzeichnis

7.1 Literatur

- Aragon, Louis (1972): Le Paysan de Paris, (Hrsg.: Gallimard/Folio), Paris.
- Barthes, Roland (1976): Mythen des Alltags, 4. Auflage, Frankfurt am Main.
- Barthes, Roland (1989): Die Helle Kammer, Bemerkung zur Photographie, Frankfurt am Main.
- Benkard, Ernst (1927): Das Ewige Antlitz, eine Sammlung von Totenmasken, Berlin.
- Bühlmann, Benno (2008): Einleitung, in: Ist mir grosse Ehre von gleicher Sorte zu sein: Hommage an den Luzerner Strassenphilosophen Emil Manser (Hrsg.: Anderhub G., Brechbühl E., Bucher A., Sieber M.), 5. erweiterte Auflage, Horw/Luzern, S. 7-9.
- Calle Sophie (1991): L'hôtel, in: à suivre..., (Hrsg. Société des Amis du Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris), Paris.
- Des Cars, Laurence (2004): The Pre-Raphaelites, Romance and Realism, 2. Auflage, London.
- Flam, Jack D. (1996): Matisse und die Fauvisten, in: Primitivismus in der Kunst des zwanzigsten Jahrhunderts, 3. Auflage, (Hrsg.: Rubin W.), München, S. 219-248.
- Franzen, Jonathan (2002): Why Bother?, in: How to be alone, essays, New York, S. 55-97.
- Freund, Gisèle (1983): Photographie und Gesellschaft, Reinbek bei Hamburg.
- Goldberg, Itzhak (2010): Portrait et visage, visage ou portrait, in: Visage et portrait, visage ou portrait (Hrsg.: Presses universitaires paris ouest), Paris, S. 13-21.
- Groebner, Valentin (2015): Ich-Plakate, Eine Geschichte des Gesichts als Aufmerksamkeitsmaschine, Frankfurt am Main.

- Guibert, Hervé (2005): Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Hohler, Franz (1983): Die Rückeroberung, Erzählungen, 6. Auflage, Darmstadt und Neuwied.
- Ising, Tom / Ritter, Marc (2013): Das Allerletzte, (Hrsg.: Riemann Verlag), München.
- Lehnert, Gertrud (1996) Mode. Models. Superstars., Köln.
- Le Querrec, Guy (2011): Magnum Contact Sheets, Kontaktbögen, (Hrsg.: Lubben K.),München.
- Misselbeck, Reinhold (2002): Le Querrec, Guy, in: Prestel-Lexikon der Photographen, (Hrsg.: Misselbeck, R.), München.
- Petzoldt Leander (2002): Einführung in die Sagenforschung, 3. Auflage, Konstanz.
- Rehm, Ulrich (2002): Stumme Sprache der Bilder, Gestik als Mittel neuzeitlicher Bilderzählung, München/Berlin.
- Schröter, Jens (2010): Fotografie und Fiktionalität, in: Die Fotografische Wirklichkeit, (Hrsg.: Blunck, L.), Bielefeld, S. 143-158.
- Schröter, Jens (2014): Handbuch Medienwissenschaft, (Hrsg.: Schröter J.), Stuttgart.
- Scorzin, Pamela C. (2010) In Oszillation zwischen Authentizität und Fiktion. Zur Fotokunst von Nan Goldin, in: Die Fotografische Wirklichkeit, (Hrsg.: Blunck, L.), Bielefeld, S. 129-142.
- Shapton, Leanne (2010): Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck, Berlin.
- Streitberger, Alexander (2010): Im Spannungsfeld von Dokumentation und Inszenierung, in: Die Fotografische Wirklichkeit, (Hrsg.: Blunck, L.), Bielefeld, S. 71-86.

- Studer, Urs W. (2008): Vorwort, in: Ist mir grosse Ehre von gleicher Sorte zu sein: Hommage an den Luzerner Strassenphilosophen Emil Manser (Hrsg.: Anderhub G., Brechbühl E., Bucher A., Sieber M.), 5. erweiterte Auflage, Horw/Luzern, S. 4-5.
- Tillier, Bertrand (2011): La belle noyée, Enquête sur le masque de l'Inconnue de la Seine, Paris.
- Vierbacher, Fabian (2007): Die «moderne» Sage im Internet, Norderstedt.
- Weiss, Matthias (2010): Was ist »inszenierte Fotografie«?, in: Die Fotografische Wirklichkeit, (Hrsg.: Blunck, L.), Bielefeld, S. 37-52.

7.2 Digitale Quellen

- abc News (2012): Ridiculously Photogenic Guy, the man everyone loves, in: Good morning America vom 11.04.12, <https://www.youtube.com/watch?v=xjs2PZEH-ZQ>, Abgerufen am 21.02.17.
- Bertschy, Pascal (2015): «Avec les enfants, je reste un guerrier!», in: Hubert Audriaz fête ses 75 ans!, La Liberté vom 30.09.15, http://www.laliberte.ch/news/regions/grand-fribourg-sarine/hubert-audriaz-fete-ses-75-ans-179662#.WMqYZBiX_MU, Abgerufen am 28.02.17.
- Blumhouse.com (2017a): About Blumhouse.com, <http://www.blumhouse.com/about/>, Abgerufen am 02.03.17.
- Bowers Paul (2012a): Got questions for the ridiculously photogenic bridge runner?, in: Charleston City Papier vom 04.04.2012, <http://www.charlestoncitypaper.com/charleston/got-questions-for-the-ridiculously-photogenic-bridge-runner/Content?oid=4049186>, aufgerufen am 21.02.17.

- Bowers, Paul (2012b): Ridiculously Photogenic Guy is a local boy, in: Charleston City Papier vom 05.04.2012, <http://www.charlestoncitypaper.com/charleston/ridiculously-photogenic-guy-is-a-local-boy/Content?oid=4050179>, Abgerufen am 21.02.17.
- Burkart, Gregory (2016b): The Macabre History of “Resusci Anne,” the CPR Dummy, <http://www.blumhouse.com/>, Abgerufen am 15.03.17.
- De Chalonge, Mathilde (2016): De la fiction à la biographie, l'exofiction, un genre qui brouille les pistes, <https://www.actualitte.com/article/monde-edition/de-la-fiction-a-la-biographie-l-exofiction-un-genre-qui-brouille-les-pistes/66392>, Abgerufen am 15.03.17.
- Dégh, Linda (1991): What is the Legend after all?, In: Contemporary Legend: The Journal of the International Society for Contemporary Legend Research, Heft Nr.1, S.11-38, <http://collections.mun.ca/cdm/compoundobject/collection/clegend/id/4042/rec/1>, Abgerufen am 15.03.17.
- Der Bund (2009): Eine tanzende Schildkröte, in Der Bund vom 14.02.2009, http://www.derbund.ch/zeitungen/stadt_region_bern/--Eine-tanzende-Schildkroete/story/17559077, Abgerufen am 17.03.17.
- Duden (2017a): Charakter, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Charakter>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017b): Gesicht, in: Duden Online-Wörterbuch, http://www.duden.de/rechtschreibung/Gesicht_Aussehen_Miene_Sinn, Abgerufen am 20.02.17.
- Duden (2017c): Gestik, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Gestik>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017d): Haltung, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Haltung>, Abgerufen am 02.03.17.

- Duden (2017e): Ikone: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Ikone>, Abgerufen am 07.03.17.
- Duden (2017f): Image, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Image>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017g): Mediatisieren, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/mediatisieren>, Abgerufen am 28.02.17.
- Duden (2017h): Mimik, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Mimik>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017i): Person, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Person>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017j): Persönlichkeit, in: Duden Online-Wörterbuch, <http://www.duden.de/rechtschreibung/Persoenlichkeit>, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017k): Pose, in: Duden Online-Wörterbuch, http://www.duden.de/rechtschreibung/Pose_Positur_Stellung, Abgerufen am 02.03.17.
- Duden (2017l): Porträt: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Portraet>, Abgerufen am 22.02.17
- Eder, Jens (2012): Lexikon der Filmbegriffe, Rolle, <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=681>, Abgerufen am 13.03.17.
- Eder, Jens (2014): Lexikon der Filmbegriffe, Figur, <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=663>, Abgerufen am 13.03.17.
- Faller, Heike (2010): In Liebesdingen, in: ZEITmagazin Nr. 03, vom 14.01.2010, <http://www.zeit.de/2010/03/Liebe-Shapton/komplettansicht>, Abgerufen am 03.03.17.

- Freiburg Tourismus (2017): Hubert Audriaz, <http://www.fribourgtourisme.ch/de/P10883/hubert-audriaz>, Abgerufen am 28.02.17.
- Guillot, Antoine (2015): Exofiction, késako?, in: Revue de presse culturelle d'Antoine Guillot, 04.09.15, <https://www.franceculture.fr/emissions/revue-de-presse-culturelle-d-antoine-guillot/exofiction-kesako>, Abgerufen am 15.03.17.
- Kennedy, Randy (2009): A Novelist's Catalog of Lives on the Block, in New York Times vom 04.02.2009, <http://www.nytimes.com/2009/02/05/books/05cata.html>, Abgerufen am 03.03.17.
- Keupp, Heiner (2000): Identität, in: Lexikon der Psychologie, Spektrum Akademischer Verlag Heidelberg, <http://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/identitaet/6968>, Abgerufen am 07.03.17.
- Kleine-Brockhoff, Thomas (2003): Dresche für die Cappuccino-Linke, in: Zeit Online, <http://www.zeit.de/2003/17/Kriegsdebatte/komplettansicht>, Abgerufen am 07.03.17.
- knowyourmeme.com (2016): Ridiculously Photogenic Guy / Zeddie Little, <http://knowyourmeme.com/memes/ridiculously-photogenic-guy-zeddie-little>, Abgerufen am 21.02.17.
- Laerdal Medical AS (2017): Firmengeschichte, <http://www.laerdal.com/ch/doc/367/Firmengeschichte>, Abgerufen am 08.03.17.
- L'oeil de la photographie (2016): La Bretagne de Guy Le Querrec, Exposition à Brest, <http://www.loeildelaphotographie.com/fr/2016/10/24/article/159924391/guy-le-querrec-en-bretagne/>, Abgerufen am 06.03.17.
- Magnum Photos (2017a): Guy Le Querrec, <https://www.magnumphotos.com/photographer/guy-le-querrec/>, Abgerufen am 11.03.17.

- Magnum Photos (2017b): Overview, <https://www.magnumphotos.com/about-magnum/overview/>, Abgerufen am 11.03.17.
- Matthey, Yves (2015a): Un bon petit Diable, in: Passe-moi les jumelles vom 20.03.15, Radio Télévision Suisse, <http://pages.rts.ch/emissions/passe-moi-les-jumelles/6512800-le-masque-du-bonheur.html#6631050>, Abgerufen am 21.02.17.
- PlayLIVE#Bern (2014): via Facebook, <https://www.facebook.com/playlivebern/photos/a.168317606653721.1073741826.159609780857837/321964817955665/>, Abgerufen am 17.03.17.
- Pons Online-Wörterbuch (2017): Meme, http://de.pons.com/übersetzung?q=meme&l=deen&in=ac_en&lf=en, Abgerufen am 21.02.17.
- Preschel, Nadine/ von Aretin, Felicitas (2005): Ophelia verfallen, Die Kunsthistorikerin Simone Kindler geht dem Ophelia-Kult durch die Epochen nach, in: Tagesspiegel-Beilagen vom 05.02.2005, http://www.fu-berlin.de/presse/publikationen/tsp/archiv/2005/ts_20050205/ts_20050205_27.html, Abgerufen am 02.03.17.
- reddit.com (2012): My friend calls him „Mr Ridiculously Photogenic Guy“, https://www.reddit.com/r/pics/comments/rrew0/my_friend_calls_him_mr_ridiculously_photogenic_guy/, Abgerufen am 28.02.17.
- sagen.at (2017): Definitionen, http://www.sagen.at/infos_quellen_links/definitionen.htm, abgerufen am 09.03.17.
- Schleifenbaum, Eva-Maria (2016): Stadtoriginale schön schräg, in: Beobachter Nr. 13/2016 vom 24.06.16, http://www.beobachter.ch/gesellschaft/artikel/stadtoriginale_schoenschraeg/#c400051, Abgerufen am 17.03.17.
- Theurel, François / Baud, Patrick (2014): Le Fossoyeur De Films #16 - Top 10 des légendes urbaines du cinéma (feat. Axolot), <https://www.youtube.com/watch?v=zapGuPI1Ft4>, Abgerufen am 02.03.17.

- Tissot Loïc (2016): Dans l'oeil de Guy Le Querrec, les gens jouent juste, in: Ouest-France, <http://www.ouest-france.fr/bretagne/lorient-56100/dans-l-oeil-de-guy-le-querrec-les-gens-jouent-juste-4564665>, aufgerufen am 22.02.2017.
- Ullrich, Wolfgang (2008): Bilder zum Vergessen. Die globalisierte Industrie der „Stock Photography“, in: Global, lokal, digital - Fotojournalismus heute, (Hrsg.: Grittmann, E./ Neverla, I./ Ammann, I.) Köln, S. 51 - 61, http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/ullrich_bilder/ullrich_bilder.pdf, Abgerufen am 11.03.17.
- Wulff, Hans Jürgen (2012): Diegese, in: Lexikon der Filmbegriffe, <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=122>, Abgerufen am 08.03.17.
- Wulff, Hans Jürgen (2011): Typage, in: Lexikon der Filmbegriffe, <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1630>, Abgerufen am 13.03.17.

8. Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1 Zürcher, Marcel(2008): Scan aus: Ist mir grosse Ehre von gleicher Sorte zu sein: Hommage an den Luzerner Strassenphilosophen Emil Manser (Hrsg.: Anderhub G., Brechbühl E., Bucher A., Sieber M.), 5. erweiterte Auflage, Horw/Luzern, S. 6.
- Abb. 2 Anderhub, Georg: <https://www.radiopilatus.ch/artikel/144609/historisches-museum-ausstellung-ueber-emil-manser>, Abgerufen am 17.03.17.
- Abb. 3 Salach, Holger (2016): Stadtoriginale schön schräg, in: Beobachter, Nr. 13/2016, http://www.beobachter.ch/gesellschaft/artikel/stadtoriginale_schoen-schraeg/#c400051, Abgerufen am 17.03.17.
- Abb. 4 <https://www.facebook.com/playlivebern/photos/a.168317606653721.1073741826.159609780857837/321964817955665/> Abgerufen am 17.03.17.
- Abb. 5 Matthey, Yves (2015b): <http://www.rts.ch/galleries/6631640-galerie-hubert-audriaz-.html?image=6631451> Abgerufen am 17.03.17.
- Abb. 6 Matthey, Yves (2015c): <http://www.rts.ch/galleries/6631640-galerie-hubert-audriaz-.html?image=6631474> Abgerufen am 17.03.17.
- Abb. 7 Benkard, Ernst (1927): ‹96› L'inconnue de la Seine, in: Das Ewige Antlitz, eine Sammlung von Totenmasken, <http://ekldata.com/z-atquP0648ticA21M81HLYD2IQ.jpg>, Abgerufen am 21.03.17.
- Abb. 8 Millais, John Everett (1851): Ophelia, Öl auf Leinwand, <http://arthistoryproject.com/artists/john-everett-millais/ophelia/> Abgerufen am 27.02.17.
- Abb. 9 Laerdal Medical AS: Asmund Laerdal with Resusci Anne, http://bh-s2.azureedge.net/bh-uploads/2016/08/Anne_04.jpg, Abgerufen am 02.03.17.
- Abb. 10 Laerdal Medical AS (2017): Bilder, in: Resusci Anne QCPR, <http://www.laerdal.com/ch/ResusciAnne#/Images>, Abgerufen am 02.03.17.

- Abb. 11 Le Querrec, Guy (1973): Finistère Nord department. town of Saint Pol de Léon. Artichoke harvest. Lomic, a farmer who works for the Yves Keramouel farm. Saturday 2nd June, 1973., <http://pro.magnumphotos.com/Asset/-2S5RYDY1HSIU.html>
- Abb. 12 Le Querrec, Guy (2011): Scan aus: Magnum Contact Sheets, Kontaktbögen, (Hrsg.: Lubben K.) München, S. 211.
- Abb. 13 Sander, August (2002): Scan aus: Bauer beim Säen, in: Menschen des 20. Jahrhunderts, Band 1. Der Bauer, (Hrsg.: Die Photographische Sammlung / SK Stiftung Kultur) Köln, S. 169
- Abb. 14 King, Will (2012): Ridiculously Photogenic Guy: <https://www.flickr.com/photos/thekog/6886709962/sizes/l/in/set-72157629710255725/>,
- Abb. 15 Screenshot aus: istockphoto.com: <http://www.istockphoto.com/ch/fotos/running-group?excludenudity=true&page=1&phrase=running%20group&sort=best>, Abgerufen am 11.03.17.
- Abb. 16 abc News (2012): Screenshot aus: Ridiculously Photogenic Guy, the man everyone loves, in: Good morning America vom 11.04.12, <https://www.youtube.com/watch?v=xjs2PZEh-ZQ>, Abgerufen am 21.02.17.
- Abb. 17 <http://thefw.com/ridiculously-photogenic-guy-memes/>
- Abb. 18 Flueras, Miluta (2012), <http://knowyourmeme.com/photos/327421-ridiculously-photogenic-guy-zeddie-little>
- Abb. 19 <http://knowyourmeme.com/photos/519217-ridiculously-photogenic-guy-zeddie-little>
- Abb. 20 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 21 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 22 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 23 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 24 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris

- Abb. 25 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 26 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 27 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 28 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 29 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris
- Abb. 30 Guibert, Hervé (2005): Scan aus: Suzanne et Louise (Roman-Photo), neue Auflage, (Hrsg. Gallimard), Paris,
- Abb. 31 Shapton, Leanne (2010): Scan aus: Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck, Berlin, S. 4-5.
- Abb. 32 Shapton, Leanne (2010): Scan aus: Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck, Berlin, S. 40-41.
- Abb. 33 Shapton, Leanne (2010): Scan aus: Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck, Berlin, S. 60-61.
- Abb. 34 Shapton, Leanne (2010): Bedeutende Objekte und persönliche Besitzstücke aus der Sammlung von Leonore Doolan und Harold Morris, darunter Bücher, Mode und Schmuck, Berlin, S. 52-53.