

### III. Virtuelle Kontexte

Das System des virtuellen Kontextes, wie es im Folgenden vorgestellt wird, ist eine Methode, um zusammenhängende Sinnstiftungen unterschiedlicher medialer Erscheinungen und Erscheinungsgruppen strukturiert zu erfassen. Diese Methode gilt sowohl für kleinere mediale Erscheinungen wie Bilder, aber auch Filme oder größere zusammenhängende Konstrukte.

Medien wie Spielfilme oder statische Bilder verfügen in der Regel über eine Rahmung. Sie haben einen Anfang und ein Ende und damit einen vermeintlich klar definierten Kontext. Aber sie sind dennoch eingebunden in ein übergreifendes System, das den Sinn der Erscheinungen erzeugt. Ein Horrorfilm z. B. ist nach einer bestimmten Wirkung hin gestaltet und wenn das Monster zum ersten Mal zu sehen ist, werden die meisten Rezipienten ähnlich reagieren. Die Zuordnung zu dieser Erscheinung – der Sinn zu der Figur – ergibt sich zwar einerseits aus dem Film, wenn dieser über eine entsprechende Komplexität der Erscheinungen auf der Leinwand verfügt, aber sie speist sich auch aus dem kulturellen und erlernten Wissen, über das Schöpfer und Rezipient idealerweise gleichermaßen verfügen. Als definierender Kontext kann dieses Wissen rahmenlos sein oder sich konzentriert im Film offenbaren. Trotzdem verbleibt er in der gegenstandslosen Relation des Virtuellen.

Es hilft, sich dabei klar zu machen, dass z. B. ein Film physikalisch betrachtet nur Licht und Ton im Wechsel ist. Figuren und Räume, die der Betrachter zu sehen glaubt, existieren nur in den errechneten Abbildern in seinem Verstand. Aber sie existieren als Vorstellung auch im Verstand der Schöpfer, wodurch das, was diesen Sinn transportiert, über eine eigenständige Existenz verfügen muss. Unabhängig des Inhaltes ist das Grundgerüst dieser Existenz die Virtualität, auf der sich die virtuellen Kontexte als eigenständiges System kommunikativen Austausches bilden. Die philosophischen Dimensionen, die sich dabei auftun, werden vorerst ausgeblendet. Stattdessen wird der virtuelle Kontext als eine sinnstiftende Relation beschrieben, die mediale Erscheinungen sinnstiftend strukturiert. Obwohl Virtualität und vor allem Medien ein zeitgenössischer Schwerpunkt im Diskurs sind, tut sich dadurch eine neue übergreifende Perspektive auf.

Die Grundproblematik in der zeitgenössischen Betrachtung von Medien liegt in der häufigen Objektivierung von Erscheinungen. Das heißt, dass in der Beschreibung von medialen Phänomenen der Ansatz vorherrscht, abstrakte Kategorien zu bilden, wodurch Zustände hinter den Erscheinungen vermeintlich isoliert zu erfassen sind. Dies zeigt sich schon in den Begriffen wie *das Image*, *die Narration*, *das Zeichen* usw.

Eine solche Herangehensweise an Medienphänomene resultiert auch aus dem technischen Ansatz und dem dualen System der Computertechnologie. In diesem existiert zwischen Sender und Empfänger ein eigenständiges Objekt, das eine Transmitterfunktion zwischen beiden einnimmt. Ein solch vermeintlich objektivierendes Denkmodell ignoriert allerdings, dass mediale Erscheinungen per se keine isolierten Objekte sind, wie es in ihrer technischen Verkörperung mitunter gegeben ist, sondern immer Konglomerate aus mehreren Aspekten und Erscheinungen, die in der menschlichen Wahrnehmung zusammenfließen. Dem hier vorgestellten Modell der virtuellen Kontexte liegt stattdessen die Annahme zu Grunde, dass Erscheinungen der Medien nicht isoliert existieren, sondern erst in der Wechselwirkung mit weiteren Elementen als eine mentale Konstruktion der individuellen Weltbeziehung lesbar werden.

Beispielsweise kann ein Spielfilm sicherlich in seiner narrativen Struktur oder seinen symbolischen Verweisen annäherungsweise beschrieben werden, aber die Wirkung auf den Medienkonsumenten liegt in dem Zusammenwirken dieser Teile, in dem sich alle Aspekte gegenseitig bedingen und durchdringen und im Zusammenspiel mehr sind als die reine Summe ihrer Bestandteile. Diese Teile sind dabei nicht nur auf ein Medienobjekt, z. B. einen Film, beschränkt, sondern können auch von mehreren geteilt werden. Beispielsweise ist für viele Filme eines bestimmten Genres die gleiche Erzählstruktur grundlegend, die lediglich durch die Variation von anderen Elementen interpretiert wird. In der Rezeption des Konsumenten sind sie durch ihre Spezifika als zusammengehörig zu einem Genre zu erkennen. Trotz ihrer Varianzen bilden sie eine grundlegende Struktur aus, die als ein spezifischer virtueller Kontext existiert. Beispielsweise kann eine bestimmte Narration wie »das Gute siegt immer«, in zahlreichen sehr unterschiedlichen Medien auftauchen. Aber trotzdem ist sie Bestandteil eines spezifischen virtuellen Kontextes, der medienübergreifend wirksam wird. Die Beschreibung eines virtuellen Kontextes steht a priori vor dem Problem, dass hier Sachverhalte beschrieben werden, die als abstrakte Relationen des menschlichen Geistes nicht direkt zu beobachten sind. Was zum Beispiel *die* Narrationen ist, kann eigentlich nicht beschrieben werden, da sie komplett gegenstandslos ist und kein isoliertes Objekt der Anschauung ausbildet. Sicherlich erscheint sie auf den Monitoren und den Seiten eines Buches, aber sie erscheint immer nur in anderen Formen, in Druckertinte und in elektrischen Signalen. Demnach ist der virtuelle Kontext genau das, was sein Name ausdrückt: ein grundsätzliches Relationssystem, das Erscheinungen zwar bedingt, aber selbst immateriell, unanschaulbar, ephemere, abstrakt – kurz: virtuell ist.

Die hier vorgenommene Beschreibung des virtuellen Kontextes ist folglich als Annäherung im Modell zur verstehen und nicht zu verwechseln mit einer objektiven Beschreibung eines »Ist«-Zustandes. Das

hierbei gewählte Beschreibungsmodell des virtuellen Kontextes ist dabei ein Sphärenmodell, in dem die unterschiedlichen Aspekte des Medialen anhand eines zentrischen Relationssystems strukturiert sind. Das Modell partizipiert dabei zum einen an den Mechanismen der Bildimmersion und der Markengestaltung und zum anderen an der Grundbeobachtung der Komplexreduktion in der Wahrnehmung und menschlichen Weltberechnung.

Die Erscheinungen der Welt und vor allem die der Medien sind komplex; schon ein Bild besteht aus unzähligen Sinneseindrücken, die auf den Verstand einwirken. Dennoch entspricht es alltäglicher Beobachtung, dass menschliche Interaktion mit Medien von Vereinfachung und Komplexreduktion geprägt ist. Ganze Filmuniversen können zu einem Schlagwort zusammengefasst werden, das ikonisch stellvertretend für eine hohe Komplexität steht und diese Universen als Kontext vereint. Das heißt vereinfacht, dass der Mensch ein System ist, das zahlreiche Erscheinungen zu einem »Etwas« vereinfacht, um sich mit ihnen in Beziehung setzen zu können. Da das Schema Komplexität und Ikone vor allem in der Schaffung von Medien durchgängig anzutreffen ist, bildet es die Basis für das Sphärenmodell des virtuellen Kontextes; ergänzt um etablierte Methoden der Mediengestaltung und Ansätze zur mentalen Konstruktion des virtuellen Bildes der Welt.

## Das Sphärenmodell

Die äußere Ebene der Sphäre wird gebildet durch die »Sphäre der Erscheinung«, deren generelle Existenz als primäre menschliche Wahrnehmung eine objektive Gegenständlichkeit bildet und deren Inhalte als einzige direkt zu beobachten sind. Die zweite Ebene bildet die »Sphäre der Emotion«, die den instinktiven Bezug eines Individuums zu Erscheinungen umfasst. Da es sich hierbei nicht um einen präzise zu bestimmenden und abzugrenzenden Bereich handelt, ist diese Sphäre eher als ein Transit zu begreifen. Die dritte Ebene bildet die »Sphäre des Image«, in der mehrere Erscheinungen durch ein »emotionales Sich-Beziehen auf diese« als zusammengehörig strukturiert sind. Bis zum Image können die Inhalte der Sphären noch vergleichsweise geschlossen benannt werden, während die inneren Sphären von zunehmender Abstraktion geprägt sind. Die vierte Ebene bezeichnet die »Sphäre des Zeichens« und strukturiert regulativ die vorrangegangenen Sphären anhand einer Bedeutungsweisung. Die fünfte Ebene bezeichnet die »Sphäre der Narration«, in der ein sinnstiftender Bedeutungsbezug von mehreren Zeichen untereinander erfolgt. Die sechste Ebene umfasst die »Sphäre des Mythos«, die ähnlich der »Sphäre der Emotion« nicht präzise zu bestimmen und abzugrenzen ist. Im Zentrum der Strukturlogik befindet sich die »Sphäre

des Icons«<sup>1</sup>, die als Kern des Sphärenmodells dient und damit den virtuellen Kontext gruppiert.

Die Elemente der Sphären sind hierbei, obwohl sie strukturell benennbar sind, nicht isoliert zu definieren, sondern erhalten ihre jeweiligen Inhalte über die Relation zu anderen Elementen der jeweils benachbarten Sphären. Der Modus ist dabei die Komplexreduktion, in der sich zwei oder mehrere Elemente der äußeren Sphäre auf ein Element der inneren Sphäre beziehen lassen. Alle Sphären bedingen sich gegenseitig und können strenggenommen nicht isoliert voneinander benannt werden. Ein Mythos existiert nicht isoliert, sondern ist untrennbar mit den Erscheinungen ebenso wie mit der Perspektive des Icons verbunden. Erst durch den Kontext wird er gebildet und gleichzeitig existiert der Kontext nicht ohne ihn. Abgeleitet aus den Erscheinungen ist die Nachvollziehbarkeit des Kontextes dabei notwendig gebunden an eine genaue Deduktion. Sinnstiftung im virtuellen System erwächst nicht durch das *Was*, sondern durch das *Wie*; also durch die Frage, in welchen Relationen die einzelnen Sphären des Kontextes zueinanderstehen.

Im Folgenden werden nun trotzdem die Sphären isoliert vorgestellt, um einer klaren Begrifflichkeit Vorschub zu leisten. Hinter den Namen der Sphären verbergen sich ganze Fachbereiche und umfangreiche Diskurse, die zugunsten der Bedeutung der Relation hier in ihrer inhaltlichen Komplexität stark reduziert sind.

## Die Sphäre der Erscheinung

Die Sphäre der Erscheinungen ist von allen Sphären sicherlich die unmittelbarste. Als Kategorie für all das, was wahrnehmbar ist, umfasst sie alle Elemente des menschlichen Wahrnehmungsapparates, etwa optische, akustische und haptische Reize. Medienerzeugnisse und physische Umstände sind hierbei im Sinne einer faktischen Gegebenheit erst einmal gleichwertig. Ein Fernsehbild von einer Person ist genauso real wie die entsprechende Person – es ist im Vergleich nur sehr reduziert in der Komplexität und fundamental eingeschränkt in den Interaktionsmöglichkeiten. Im Gegensatz zu der »Realität« sind Medien aber immer konstruiert und kein Teil in ihnen ist dem Zufall überlassen oder »einfach so da«, sondern immer Ergebnis einer direkten oder indirekten schöpferischen Leistung der medialen und künstlerischen Gestaltungspraxis. Diese Praxis ist so umfassend mit der menschlichen

- 1 Der Begriff des Icons wird hier in Abgrenzung zum Begriff der Ikone verwendet. Eine Ikone als Bild ist strenggenommen ein virtueller Kontext, der Erscheinungen und Perspektiven auf diese umfasst. Der Begriff Icon bezeichnet im Folgenden dahingehend einen Teil dieser Perspektive.

Lebenswelt verknüpft und dadurch so mannigfaltig, dass eine umfassende Beschreibung vermutlich aussichtslos ist. Allerdings eint alle Arten der Gestaltung die Verknüpfung mit dem menschlichen Wahrnehmungsapparat, der absolut determinierend für Schöpfung und Erkennen und damit das Modell der virtuellen Kontexte ist. Die Fülle an Informationen und Eindrücken, die den Menschen umgeben, sind nicht das, was er wahrnimmt und woraus sich sein Verhältnis zur Umwelt speist. Der Wahrnehmungsapparat fungiert wie ein Filter, in dem immer nur einzelne Aspekte der Umgebung erfasst, interpretiert und zusammengefügt werden und die zu einer »mentalen Landkarte« der realen Umgebung zusammenfließen. Diese »mentale Landkarte« ist dabei das grundlegende Element, das sich hinter dem Aspekt der Virtualität verbirgt.

Die Basis zu dieser Feststellung sind die biologischen Wissenschaften, in denen zwischen innen- und außerkörperlicher Wahrnehmung unterschieden wird und nach deren Erkenntnisstand ein mentales Abbild der Umgebung aufgrund der gedanklichen Interpretation von Rezeptoreninformationen, z.B. visuell oder auditiv, erfolgt.<sup>2</sup> Die Verarbeitungsgeschwindigkeit der unterschiedlichen Rezeptoreindrücke in den Wahrnehmungsorganen erfolgt hiernach nicht gleichzeitig, sondern ist gewichtet nach der Intensität der jeweiligen Eindrücke und der Ausprägung des jeweiligen Sinnesorgans, wodurch z.B. die visuelle Wahrnehmung eine deutlich stärkere Bedeutung erhalten kann als andere Eindrücke. Aufgrund der hohen Verarbeitungsgeschwindigkeit des Gehirns, in dem zahlreiche Prozesse parallel laufen, erfolgt die Interpretation von Reizen mitunter schneller, als es dem Individuum selbst bewusst ist.<sup>3</sup> Die einzelnen Reize durchlaufen dabei mehrere Informationsspeicher des Gedächtnisses und werden als Rohbestandteile der Wahrnehmung an Zuordnungseinheiten gekoppelt – die Gesamtinformation der bewussten Wahrnehmung wird erst in diesem Augenblick gebildet.<sup>4</sup> Diese unbewussten Wahrnehmungen bilden also zusammen mit der sogenannten bewussten Wahrnehmung, als eine Interpretationsleistung durch Erfahrung und Erinnerung, eine Art Gesamtwahrnehmung, die einem Individuum mitunter als das subjektive Erleben einer durchgängigen Einheit

2 Vgl.: Schmidt, Bernd B.: *Die Macht der Bilder*, S. 9; für eine Zusammenfassung zur Wahrnehmung, vgl.: Roth, Gerhard: »Wahrnehmung – Abbild oder Konstruktion«, in: Schnell, Ralf: *Wahrnehmung – Kognition – Ästhetik*, S. 15–35.

3 Vgl.: Fahle, Manfred: »Ästhetik als Teilaspekt bei der Synthese menschlicher Wahrnehmung«, in: *Ibid.*, S. 70; vgl. Frey, Siegfried: *Das Bild vom Anderen*, in: *Ibid.*, S. 122.

4 Für eine Übersichtsgrafik über die einzelnen Informationsspeicher anhand der visuellen Wahrnehmung, vgl.: Roth, Gerhard/Strüber, Nicole: *Wie das Gehirn die Seele macht*, S. 226.

erscheint.<sup>5</sup> Das Gehirn ist dabei durch die Vorselektion der Eindrücke nicht eine reine Verarbeitungsmaschine, sondern verfügt über eine gestaltende Kraft.<sup>6</sup>

Diese durchgängige Einheit der Wahrnehmung ist biologisch betrachtet das, was auch als ein virtuelles Abbild der Welt im Innenraum des Verstandes bezeichnet werden kann. Das virtuelle Modell stellt sozusagen den mentalen Kontext dar, der aus allen Sinnesreizen gebildet wird und durch den sich der Kern des Bewusstseins positionieren kann. Innerhalb der Science of Mind ist die Untersuchung des menschlichen Wahrnehmungsapparates in Verbindung mit mentalen Prozessen bei weitem nicht umfassend verstanden, sodass hier von einer genaueren Darlegung abgesehen wird. Allerdings ist die Einbeziehung der gestalterischen Praxis zum besseren Verstehen der Wahrnehmung, deren Teil sie ja immer auch ist, hilfreich. Gestaltung, vor allem von Medien, funktioniert in der Regel immer durch die Aufteilung eines Objektes in mehrere Einzelelemente, die isoliert voneinander erschaffen werden können, aber im Verbund wirken. Die unterschiedlichsten Gegebenheiten werden so im Akt der Zuwendung zu ihnen zu Erscheinungen, die sich gegenseitig bedingen, aber isoliert betrachtete werden können.

Beispielsweise konzentriert sich ein Bildhauer beim Modellieren einer menschlichen Figur nacheinander auf die unterschiedlichsten Details. Durch die Aufteilung z. B. in Nase, Ellenbogen oder Kinn fasst er Elemente zu einer abstrakten Gruppe zusammen, die einzeln ausgearbeitet werden können, ohne sich im »großen Ganzen« der gesamten Skulptur zu verlieren. Trotz allem wirken diese Teile zusammen als ein Element und die genaue Abgrenzung der Einzelteile zueinander ist strenggenommen kaum möglich. Eher ist es so, dass diese Abgrenzung sie nur in der Perspektive liegt, in der der Gestalter sich dem zu bearbeitenden Material zuwendet.

Diese praxisbezogenen Mechanismen decken sich mit der grundlegenden Wahrnehmungskategorie des Schemas. Die unter anderem vom Psychologen Max Wertheim in den 1920ern dazu entwickelte Gestalttheorie z. B. stellt eine Art frühen und grundlegenden Ansatz dar, in der durch den Wahrnehmungsvorgang Sinnesreize zu einem möglichst einfachen, einheitlichen und geschlossenen Gebilde komprimiert werden.

5 Vgl.: Schmidt, Bernd B.: Die Macht der Bilder, S. 12 ff.

6 Vgl.: Emrich, M. Hinderk: »Illusion, die Wirklichkeit und das Kino«, in: Koch, Gertrud/Voss, Christine: »...kraft der Illusionen«, S. 41. Der Neurobiologe Gerhard Roth fasst diese Ansicht wie folgt zusammen: »Was für einen Beobachter wie die Wahrnehmung externer Geschehnisse aussieht, ist in Wirklichkeit ein Prozess der internen Hypothesenbildung über die mögliche Bedeutung der intern erfahrenen Veränderungen.« Zitat in: Roth, Gerhard: »Wahrnehmung – Abbild oder Konstruktion«, in: Schnell, Ralf: *Wahrnehmung – Kognition – Ästhetik*, S. 30.

Fehlende Teile werden dann zum Erreichen des geschlossenen Gebildes vom Gehirn durch Extrapolation ergänzt. In einer Erweiterung dieses Ansatzes stößt man auf den Aspekt der sogenannten geometrischen Invarianz, der besagt, dass ein visuell wahrgenommener Gegenstand, obwohl er sich durch perspektivische Veränderungen für den Rezipienten in seiner äußeren Erscheinung wandelt, trotzdem als Objekt im Sinne einer Art »Denkschablone« konstant bleibt.<sup>7</sup> Obwohl sich also Reize und Eindrücke ändern, bleiben sie trotzdem als ein Objekt der Zuwendung konstant. Ein Auto bleibt *das* Auto; egal ob es von oben, von der Seite oder von unten betrachtet wird. Diese Denkschablone, die Erscheinungen zusammenfügt, auch Schema genannt, kann demnach als wichtigstes Element der Wahrnehmung bezeichnet werden, da ein ständiger Abgleich mit den Eindrücken der Sinne stattfindet und sich durchaus ein neues Schema aus der Kombination zwischen Eindruck und Erinnerung ergeben kann.

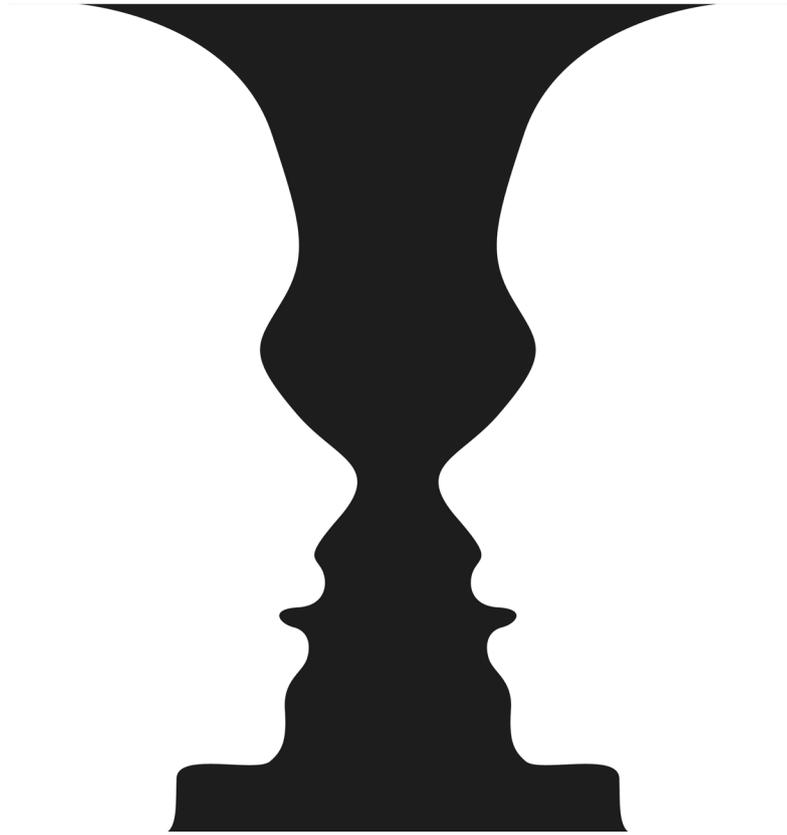
Vereinfacht gesagt ist das Element, das uns als eine Denkschablone gegenübertritt, eine virtuelle Abstraktion. Es ist eine Prägung, die der Verstand, basierend auf Gedächtnismustern, auf Erscheinungen vornimmt. Das in den Medien relevante Zusammenspiel zwischen Imagination und Simulation findet hier seinen Wiederhall – Simulation als Berechnung der Umgebung kombiniert mit der Imagination als induktiver Leistung. Das Ergebnis ist ein Bild, in welcher Ausprägung auch immer. Bei der Verdeutlichung hilft die Betrachtung des Bildes eines weißen Dreiecks (siehe Seite 53): Es ist faktisch nicht da, der Verstand errechnet es aufgrund der Erinnerung als Ergänzung des Wahrgenommenen, und gerade durch seine errechnete Existenz ist es doch da. Nur nicht real, sondern virtuell als Schema im Bewusstsein. Die physische Erscheinungsform der schwarzen Kreise vereint sich mit der mentalen Erscheinungsform aus dem Gedächtnis und ergibt das Schema des weißen Dreiecks. Das Gesamtbild ist dann da – auf der Ebene des Virtuellen als Ergebnis von Simulation und Imagination.

Besonders hervorzuheben ist hierbei die Annahme, dass diese nicht nur visuell evozierten Gedächtnisbilder nicht in sich geschlossen sind, sondern auf weitere Schemen verweisen.<sup>8</sup> So umfasst nach dem Konsumforscher Werner Kroeber Riel das Schema zu »duftig« sowohl abstrakte, nur sprachlich-relativ beschreibbare Assoziationen wie Frühling oder einen speziellen Geruch als auch visuelle Attribute wie »Blumen«. Die einzelnen Assoziationen und Attribute verweisen nun wiederum auf andere Schemen; das Schema Blume z. B. auf Blüte oder Rose, das Schema Frühling z. B. auf Sonne, Baden usw.<sup>9</sup> Diese so gebildeten

7 Vgl.: Schmidt, Bernd B.: *Die Macht der Bilder*, S. 111.

8 Vgl.: Leifert, Stefan: *Bildethik*, S. 40.

9 Vgl.: Kroeber-Riel, Werner: *Bildkommunikation*, S. 54.



*Abb. 2: Die Wahrnehmung ist geprägt von einer Fragmentierung der Sinneseindrücke. Was der Mensch als Einheit wahrnimmt, ist eine Verbindung zwischen der akuten Wahrnehmung und einer Erinnerung, die erst in ihrer Relation zueinander wirksam werden. Je nach Aufmerksamkeitsschwerpunkt sieht man in diesem Kippbild entweder die Gruppe »Vase« oder »zwei Gesichter«, jedoch nie beides gleichzeitig. Trotzdem entsteht daraus eine zusammenhängende Gruppe als Einheit.*

Assoziationsketten von Schemen sind aktiv verbunden mit der augenblicklichen Wahrnehmung des Menschen und können so als die eigentliche Instanz zur Bewertung und Interpretation der Wahrnehmung bezeichnet werden.<sup>10</sup>

Für die Systematik des virtuellen Kontextes ist nach dieser Darlegung vor allem wichtig, dass die Wahrnehmung des Menschen nicht »umfassend« ist, sondern aus dem Pool der Erscheinungen einzelne Elemente zu Gruppen zusammengefasst werden, die im Verbund mit mentalen

10 Vgl.: Schmidt, Bernd B.: *Die Macht der Bilder*, S. 18 ff.

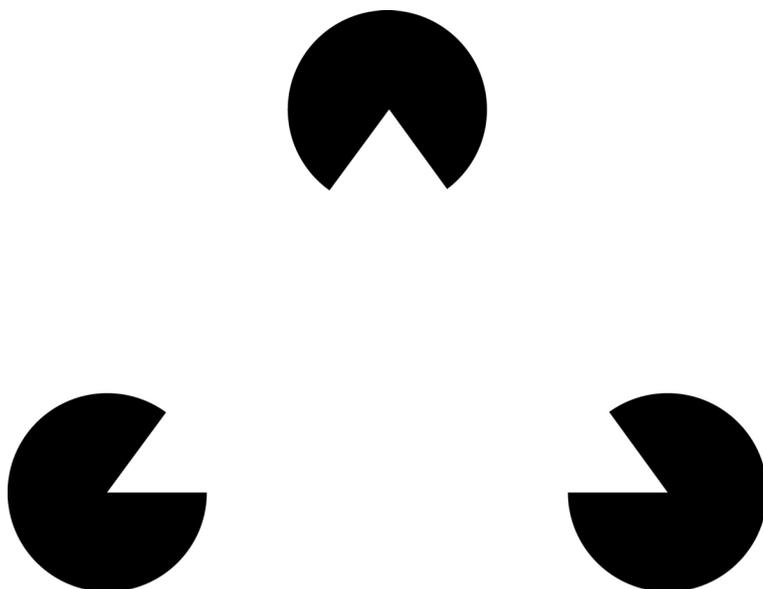
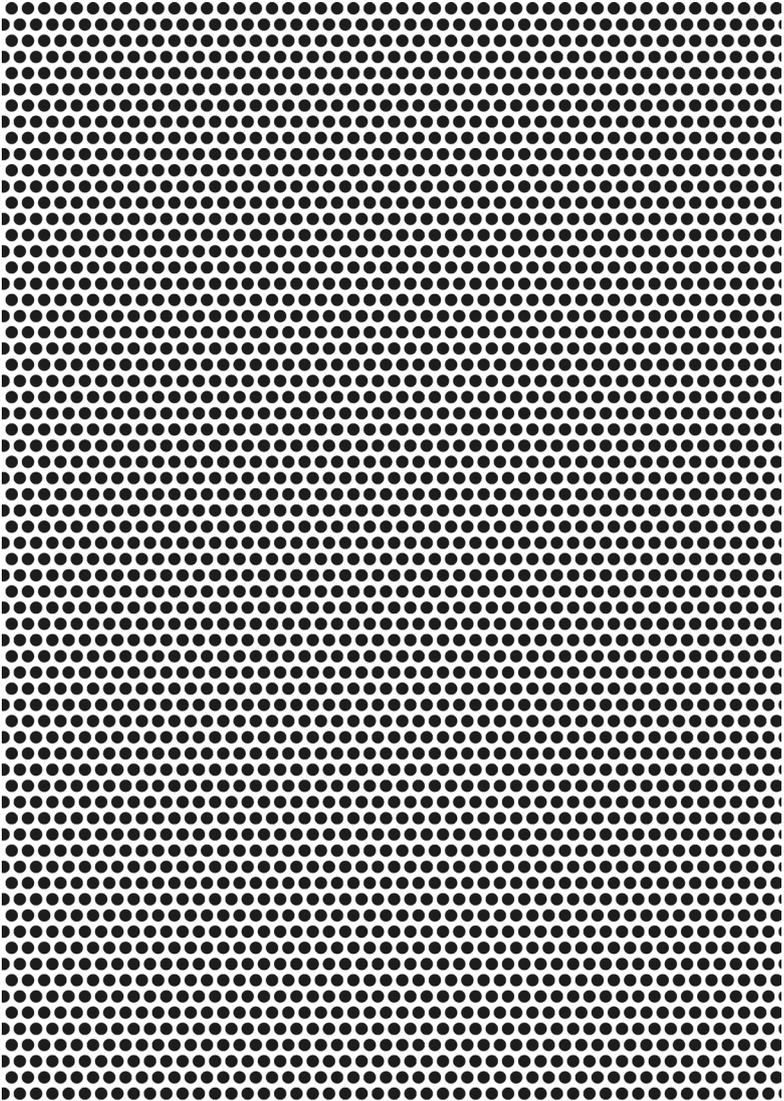


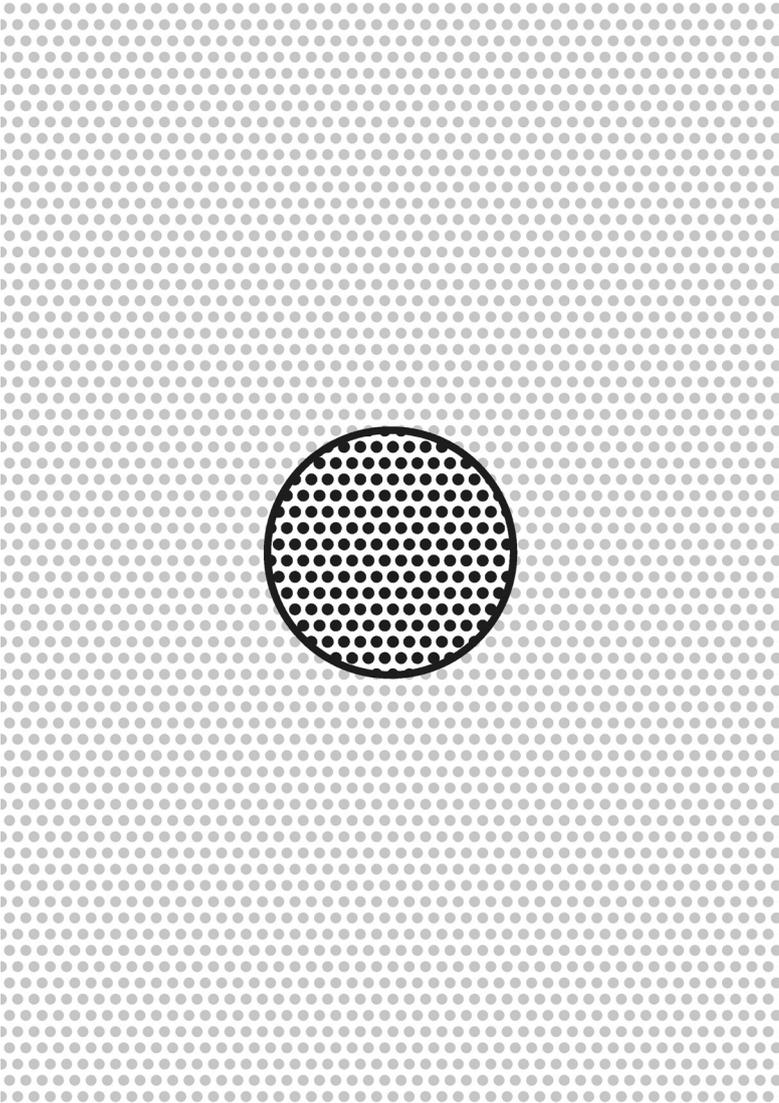
Abb. 3: Das weiße Dreieck, das hier zu sehen ist, ist als Erscheinung kein Gegenstand einer objektiven Realität. Der Verstand simuliert es anhand der Schlüsselerrscheinungen der schwarzen Kreise und vorhandener Muster im Gedächtnis. Beides zusammen ergibt das hier illustrierte Schema.

Prozessen Schemen, also wiederum Gruppen bilden. Die Wahrnehmung der Umgebung besteht demnach aus Objektgruppen, die die Komplexität der natürlichen Welt gliedern und zueinander in Relation stehen. Diese sind nicht zwangsläufig nach Sinnen strukturiert, sondern können auch gemischte Gruppen umfassen – z. B. können durchaus spezifische akustische und visuelle Reize eine Einheit bilden.<sup>11</sup> Die Sphäre der Erscheinungen umfasst demnach die Bausteine der menschlichen Wahrnehmung, die nach der Verarbeitung durch den Wahrnehmungsapparat im Bewusstsein erscheinen oder im Falle der Medienschaffung in einem virtuellen Kontext als die wahrnehmbaren Erscheinungen arrangiert werden. Medien funktionieren also immer durch eine Ähnlichkeit der Erscheinungen zu grundlegenden Gegebenheiten, wobei der Grad der Detaillierung mitunter gar nicht entscheidend ist. Auch eine abstrakt gezeichnete Blume wird als Blume erkannt, genauso wie eine realistisch simulierte oder eine echte, physische. Der Unterschied liegt einzig in der

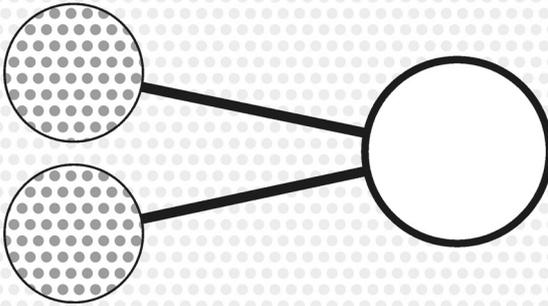
11 Vgl.: Schmidt, Steffen A.: »Zwischen Visualisierung und Verkörperung von Musik«, in: Helbig, Jörg/Russeger, Arno/Winter, Rainer: *Visualität, Kultur und Gesellschaft*, S. 162–173. Vgl.: Heiligendorff, Simone: »Visuelle Komponenten der aktuellen Musikforschung«, in: *Ibid.*, S. 132–161.



*Abb. 4: Medien, aber auch natürliche Phänomene bestehen aus einer Vielzahl von unterschiedlichen Elementen in mitunter hoher Komplexität. Ein digitales Bild z.B. besteht aus einer bestimmten Anzahl von Pixeln an bestimmten Koordinaten, die über unterschiedlichste Eigenschaften verfügen. Trotzdem wird diese Komplexität als ein Bild wahrgenommen.*



*Abb. 5: Die Wahrnehmung des Menschen ist gerichtet und erfolgt unter unbewusster Ausblendung nicht relevanter Aspekte anhand abgegrenzter Kategorien. Diese Gruppen bündeln damit mehrere Erscheinungen zu einem Modus der Zuwendung.*



*Abb. 6: Mehrere Gruppen vereinigen sich zu Schemen. Das Schema ist dabei ebenfalls eine Gruppe, wenn auch als übergeordnete Kategorie, wobei die Übergänge fließend sind. Z.B. kann in dem Kippbildbeispiel sowohl das Kippbild selbst als auch nur eine Erscheinung, wie die Vase, ein Schema sein.*

Art der Verknüpfungen, die sich aus der Zuwendungsmodalität ergeben – also dem Kontext, in dem einem Betrachter ein Schema erscheint.

## Die Sphäre der Emotion

Die Sphäre der Emotion folgt auf die Schemenbildung in der Sphäre der Erscheinungen und setzt deren Elemente in Relation zueinander. Die einzelnen Wahrnehmungsgruppen können als neutrale Informationseinheiten gesehen werden, die ein reduziertes und konzentriertes Abbild der äußeren Einflüsse umfassen. Der Rezipient verhält sich dem gegenüber allerdings nicht neutral, sondern verknüpft bestimmte Gruppen mit Assoziationen und Präferenzen, die als eine emotionale Beziehung zu diesen umschrieben werden können. Diese emotionale Einordnung von Schemen erfolgt dabei größtenteils unbewusst oder reflexhaft.

Vor allem in der medialen Praxis der Filmgestaltung finden sich hierzu zahlreiche Gestaltungswerkzeuge, die eng mit der Wahrnehmungspsychologie verknüpft sind. Beispielsweise lösen spezifische Töne, wie lautes Schreien oder Ähnliches, eine reflexartige Reaktion aus und bestimmte Farben wirken alarmierend oder beruhigend auf den emotionalen Zustand eines Betrachters. Dies zeigt sich vor allem in der Wahrnehmung von menschlichen Gesichtszügen, bei denen eine schnelle und unbewusste Mustererkennung stattfindet.

Auch in der Werbegestaltung findet diese unbewusste Verknüpfung von Erscheinungen mit Emotionen zahlreiche Verwendung wie z.B. im sogenannten »Kindchen-Schema«. <sup>12</sup> Dieses Schemen-Konglomerat basiert wesentlich auf der visuellen Primärgruppe der großen Augen, die als eine Art archetypisches Element in der Wahrnehmung eines jeden Menschen bezeichnet werden können. Als ein Archetyp der Wahrnehmung liegt zu diesem Schema in der Regel bei allen Menschen die gleiche unmittelbare emotionale Reaktion vor. Emotion und Erscheinungsschemen sind dabei eng verbunden als ein kollektives Deutungsmuster, das primär unbewusst wirkt und geteilt wird, wie schon vom Psychologen Carl Gustav Jung zu Anfang des 20. Jahrhunderts beschrieben. <sup>13</sup> Diese Muster sind dabei zahlreich und bilden mehrere, durchaus komplexe Zeichen aus, z.B. den »jungen Helden« oder den »alten Weisen«. Auch die Wahrnehmung mehrerer Schemengruppen vermengt sich mit grundsätzlichen unbewussten Reaktionen. Ein Beispiel bildet hier das Arrangieren von Schauspielern auf der Bildfläche eines Films. Stehen

12 Vgl.: Kroeber-Riel, Werner: *Bildkommunikation*, S. 153. Vgl.: *Ibid.*, S. 167–168.

13 Vgl.: Jung, C.G.: »Über die Archetypen des kollektiven Unbewussten«, in: Jung, C.G.: *Archetypen*, S. 7, sowie *Ibid.*, S. 45–46.

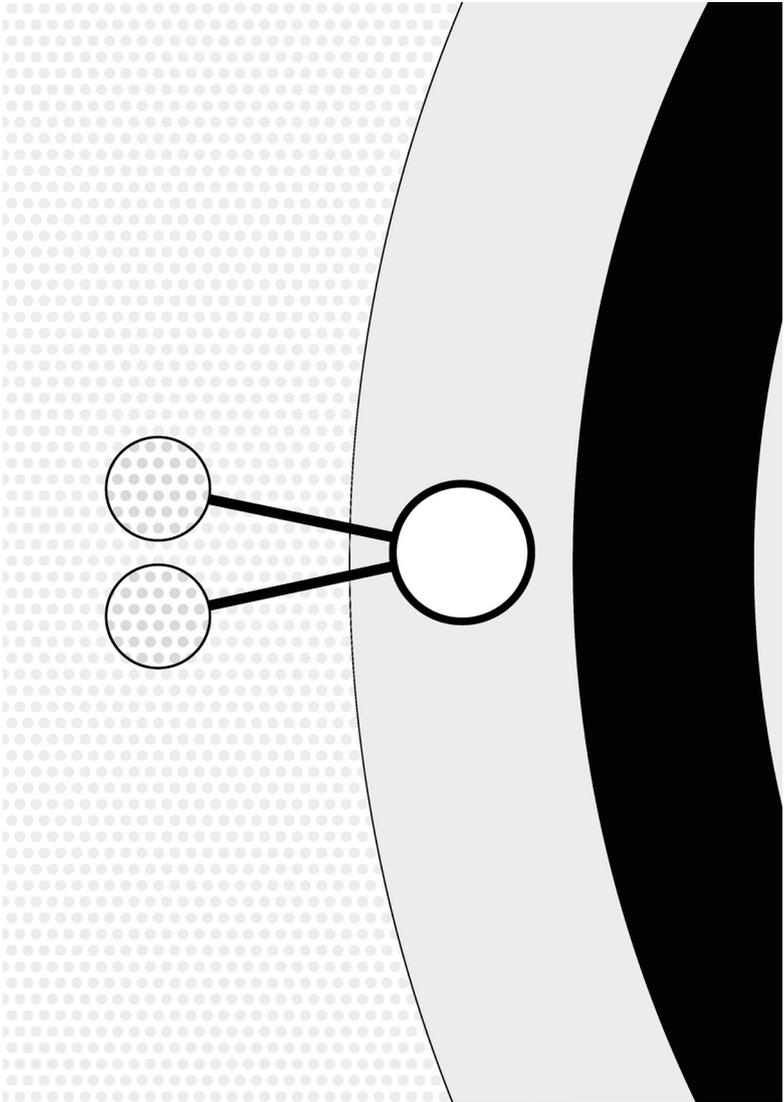


Abb. 7: Die Sphäre der Emotion verbindet Erscheinungen mit fundamentalen körperlichen Reaktionen. Z.B. können die bildlichen Erscheinungen »rund« und »gelb« vereint im Schema »Sonne« mit »angenehm warm« verknüpft sein.

diese dicht beieinander im Verhältnis zum Bildausschnitt wird ein diffuser Anreiz beim Betrachter ausgelöst, sich diesen zu nähern. Bei einem hohen Abstand erfolgt ein entgegengesetzter Anreiz. Das Subjekt kontextualisiert sich primär unbewusst mit den Erscheinungen. Ein weiteres Beispiel liegt in der Farbgestaltung. Hohe Dunkelflächen im Bild z.B. führen zu einem diffusen Bedrohungsgefühl, dass durch die Kombination mit andern Sinneseindrücken, z.B. durch disharmonische und diffuse Töne, verstärkt wird, während eine übersichtliche und helle Szene kombiniert mit harmonischer und ruhiger Musik beruhigend wirkt. Vor allem im zeitgenössischen Horrorfilm lassen sich dazu zahlreiche Methoden beobachten, die meist mit unbewussten Emotionen und spezifischen Schemen arbeiten.

Die medialen Techniken spiegeln dabei das instinktive Verhältnis des Menschen zu dem ihn umgebenden Raum wider, das deutlich dominiert ist von einem Selbsterhaltungstrieb, der permanent und unbewusst arbeitet. Die Sphäre der Emotion ist allerdings nicht nur als unbewusste Raumorientierung zu verstehen, sondern auch als fokussierte Haltung gegenüber einer als Objekt definierten Schemengruppe. Z.B. wird ein Glas Wasser deutlicher wahrgenommen, wenn das körperliche Grundbedürfnis »Durst« als emotionaler Zustand vorliegt. Der Akt der Wahrnehmung eines Schemas erfolgt dadurch nicht nur unbewusst, sondern konzentriert sich auf bestimmte Ganzgebilde im Wahrnehmungsraum, bei denen, wie es der Wahrnehmungspsychologe Rainer Guski ausdrückt, »[...] wir ihre handlungsleitende Bedeutung erst dann bekommen, wenn wir bereit sind, oder das Bedürfnis haben, eine bestimmte Handlung mit ihnen auszuführen.«<sup>14</sup>

Die Sphäre der Emotion reguliert also zusammengefasst das grundsätzliche Verhältnis, das der Mensch zu einer bestimmten Gruppe in seinem Wahrnehmungsumfeld einnimmt, sowie die Handlungsimpulse und Interaktionsmöglichkeiten, die an diese Gruppen geknüpft werden können. Da es sich bei dieser emotionalen Beziehung zur Umwelt nicht um eine präzise zu bestimmende Kategorie, sondern um ein meist diffuses Gefühl zu Raum und Objekten handelt, ist diese Sphäre im virtuellen Kontext daher als ein Transitfeld zu anderen Erscheinungen zu begreifen. Auch Erscheinungen, die erst einmal gar nicht zusammenhängen, können durch die Sphäre der Emotion verbunden sein. Z.B. können der mediale Eindruck eines Hauses, eine Erinnerung und die Wahrnehmung einer Landschaft durch die Emotion verbunden sein, obwohl sie als Erscheinungen nicht augenscheinlich zusammenhängen. Diese Zusammenwirkung wird vor allem bedeutend, wenn es um die menschliche Interaktion mit virtuellen Kontexten geht.

14 Zitat in: Schmidt, Bernd B.: *Die Macht der Bilder*, S. 9.

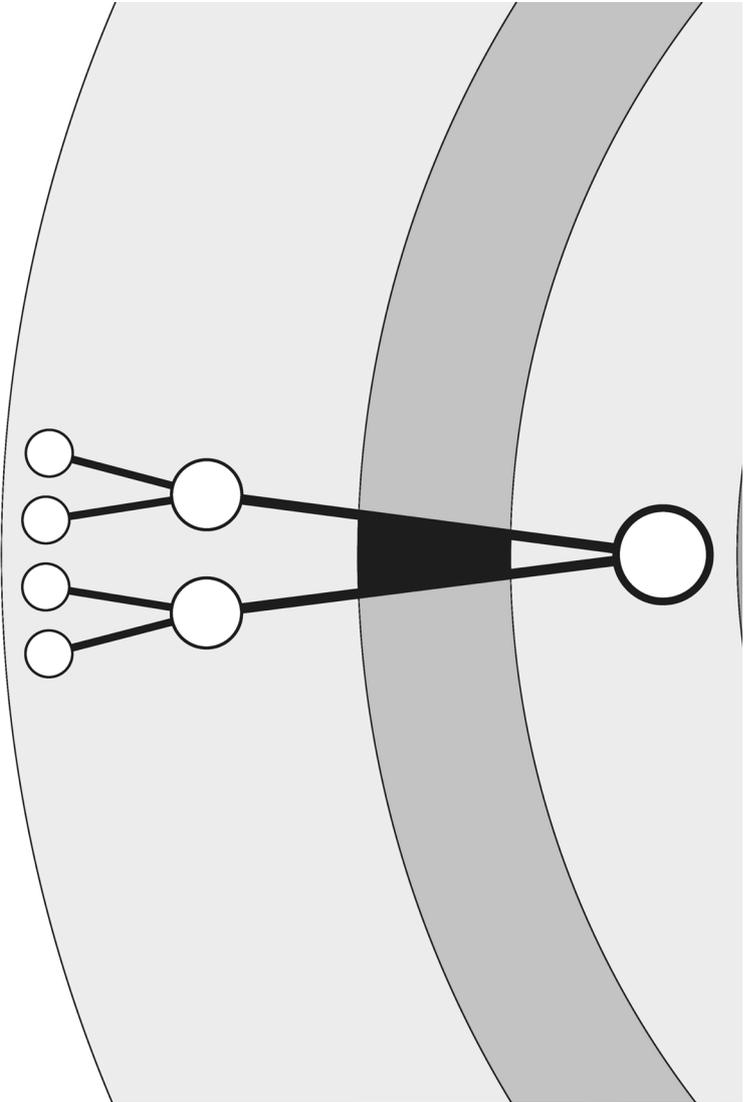


Abb. 8: Die Sphäre des Images bündelt Erscheinung und Emotion. Z.B. wird aus »Sonne« plus »angenehm warm« ein positives Image, während aus derselben Erscheinung in der Koppelung mit »zu heiß« ein negatives Image wird – je nach emotionaler Reaktion.

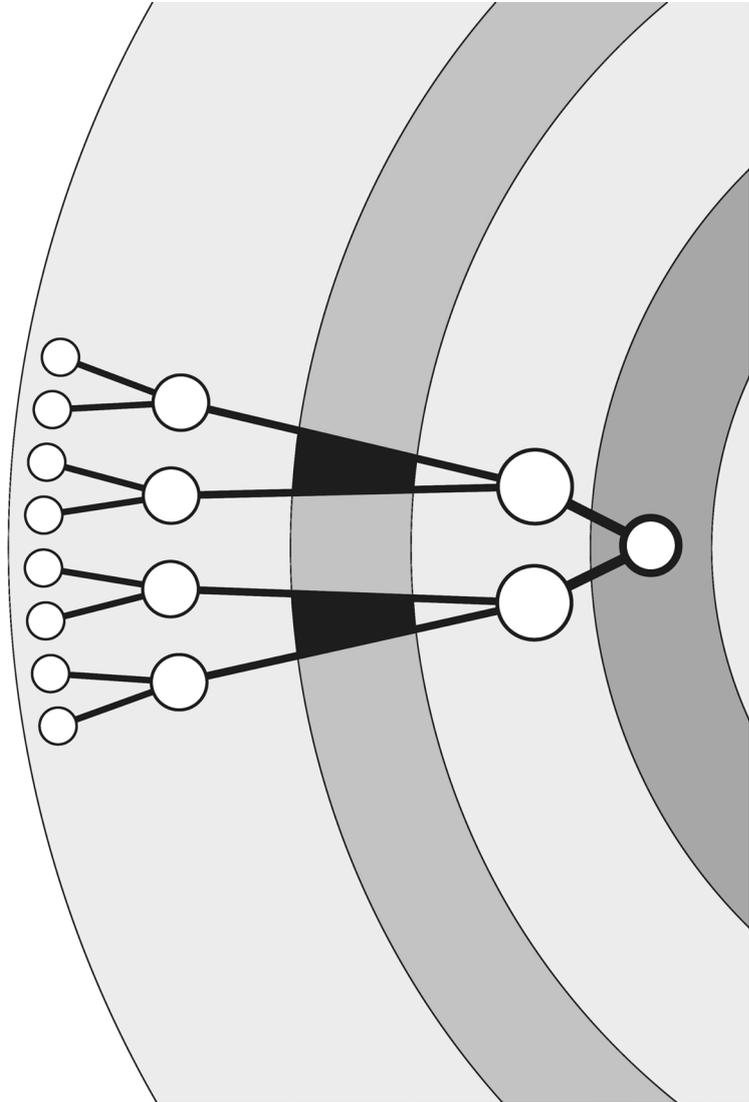
## Die Sphäre des Images

Die Sphäre des Images stellt die erste übergeordnete präzise Sphäre dar, in der eine strukturierende Verknüpfung mehrerer Wahrnehmungsschemen und Gruppen zusammen mit emotionalen Zuständen erfolgt. Als rein mentaler Prozess ist in dieser Sphäre nicht mehr nur die akute Wahrnehmung entscheidend, sondern überwiegend Erinnerungen an bereits erfolgte Eindrücke, die im Gedächtnis vorliegen. Diese Agglomerationen von Raumsituation und Objekten können als innergeistige Bilder bezeichnet werden, die menschlichem Handeln und Interagieren mit der Welt vorausgehen, aber gleichzeitig auch ihren Ausdruck in künstlerischen oder malerischen »echten« Bildern finden. Diese innergeistigen Bilder, d. h. das mentale Bild der Wahrnehmung sowie das innere Bild, das in einem Rezipienten durch die Wahrnehmung eines gegenständlichen Bildes erzeugt wird, werden zurückgehend auf den Kunsthistoriker W.J. Thomas Mitchell als »Image« bezeichnet.<sup>15</sup>

Innerhalb der Wechselwirkungen des virtuellen Kontextes handelt es sich bis zu dieser Sphäre um Ausprägungen eines mitunter rein affektiven Umganges mit Erscheinungen – vor allem im Feld der Medien. Images können noch sehr einfach einer unbewussten Wahrnehmung entspringen, während die abstrakteren Verortungen in den folgenden Sphären erfolgen. Was in der Wissenschaftstheorie komplex und als weites Diskursfeld erscheint, ist dabei in der gestalterischen Praxis ein etablierter Modus. Vor allem im Tourismus ist ein solcher affektierender Ansatz immer wieder zahlreich in den Werbekampagnen für Urlaubsorte und Hotels zu beobachten. Z.B. bestehen die Werbebilder für tropische Hotels fast immer aus den gleichen Erscheinungen, in denen Objekte der Wahrnehmung wie grüne Palmen, weißer Strand, blauer Himmel, eine strahlende Sonne und vielleicht ein erfrischender Cocktail gruppiert sind. Zusammen mit der harmonischen und beruhigenden Gestaltung, dem Einsatz bestimmter Schemen wie vielleicht einer als »einladend« assoziierten Person sowie mit der Erfahrung des Betrachters, dass in dieser Bildwelt ein bestimmter emotionaler Zustand herrscht, entsteht das gewünschte Image eines Tropenparadieses. Das Image bündelt hierbei die durchaus komplexen unterschiedlichen Eindrücke und Darstellungen zu einem einheitlichen Bild als Element der Zuwendung.

Vor allem in Filmen werden Images verwendet, um auf unmittelbare Art über Orte oder Figuren Auskunft zur geben und die subjektive

15 Zum Image, vgl.: Mitchel, W.J.T.: *Bildtheorie*, S. 285, vgl.: Schulz, Martin: *Ordnung der Bilder*, S. 91 ff. und vgl.: Schuck-Wersig, Petra: *Expedition zum Bild*, S. 33. Für eine vertiefte Übersicht vgl.: Dikovitskaya, Margaret: *Visual Culture*, passim; sowie: Frank, Gustav/Lange, Babara: *Einführung in die Bildwissenschaften*, passim.



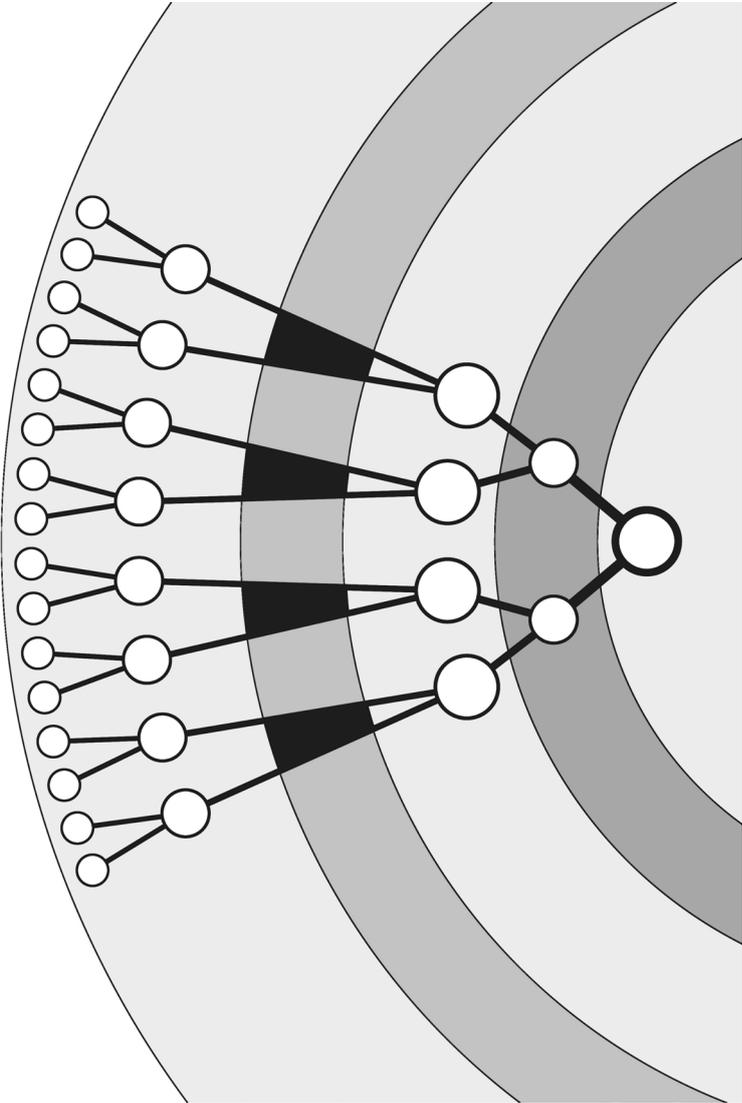
*Abb. 9: In der Sphäre des Zeichens werden unterschiedliche Images zu einem Element vereint. Das positive Image der Sonne in Verbindung mit dem Image eines Strandes könnte so zum Zeichen für Urlaub werden.*

Verknüpfung des Geschehens mit dem Zuschauer zu beeinflussen. Nicht selten verfügen die Bösewichter über ein eher abstoßendes Image, das durch die emotional evozierende Zusammenwirkung ihrer Erscheinungen entsteht, während die Helden über das gegenteilige Image verfügen. Gleiches gilt für den Raum, der ihnen im Film zugerechnet wird. Dadurch ist das Image in der medialen Verwendung zunächst eine archetypische Richtung der Zuwendung, die unbewusst wirkt. Auch die Wahrnehmung von Objekten und Personen unterliegt diesem Mechanismus, solange sie als Teil eines Images, also der Kombination mehrerer Eindrücke, ihrer Relation zueinander und der emotionalen Beziehung des Rezipienten zu dieser Gesamtheit, partizipieren. Zusammengefasst bildet die Sphäre des Images ein Abbild von Wahrnehmungseindrücken, die durch ein emotionales Verhältnis untereinander strukturiert sind und als mentales Abbild gefasst werden.

## Die Sphäre des Zeichens

Die Sphäre des Zeichens ist im Vergleich zu den vorangegangenen Sphären abstrakter und stellt eine Bündelung eines oder mehrerer Images unter einer mentalen Kategorie dar. Der Inhalt besteht aus meist simplen Wahrnehmungsgruppen, die auf die untergeordneten komplexen Verbindungen aus Schemen, mentalen Bildern und den emotionalen oder handlungstechnischen Beziehung zu ihnen verweisen. Marken- und Städtenamen sind hier ein prägnantes Beispiel. So kann der grafische Schriftzug oder das Logo einer Marke komplexe Assoziationsgruppen bei einem Betrachter evozieren, die nur auf der Erinnerung beruhen und in der direkten Wahrnehmung zu der Zeit nicht vorhanden sind. Auch Handlungsanweisungen können durch Zeichen erteilt werden, etwa bei einer roten Ampel, deren Zeichenhaftigkeit auf eine an sich komplexe Situation aus Handlung, Wahrnehmung und Beziehung zur Umwelt verweist. Auch die mathematische Codierung von Zuständen gehört zur Ebene des Zeichens, wodurch z.B. sehr komplexe Sachverhalte anhand einfacher Abstraktionen erfasst und abgebildet werden können. Die Sphäre des Zeichens zeigt demnach im virtuellen Kontext die Wichtigkeit und Bedeutung von untergeordneten Gruppen innerhalb des Gesamtgefüges an. Beispielsweise ist Kapital, also die Agglomeration von abstrakten Zahlenwerten, nichts anderes als eine zeichenhafte Bedeutungssteigerung, die mit bestimmten Images oder Gruppen assoziiert wird. Bei Städten oder Personen, die mit den Attributen »reich« assoziiert werden bzw. die über Objekte mit dem jeweiligen zeichenhaft geprägten Image verfügen, lässt sich diese Steigerung illustrieren.

Das Zeichen ist dabei dem Icon ähnlich. Im Unterschied zum Icon, das eine bewusste Zuwendung, ein Gegenüber, eine Modulation für ein



*Abb. 10: Die Narration stellt den Bezug, die Relation und das zeitliche Verhältnis mehrerer Zeichen untereinander dar. Das Zeichen für Urlaub könnte so mit einem Zeichen für Alltag in einer sich gegensätzlich bedingenden Relation stehen.*

einzigartiges Bestimmtes ist, ist das Zeichen allerdings allgemeiner. Es umfasst eine Gruppe, die sich wiederholen kann, zeichenhaft wirkt, aber nicht über ein allgemeines Alleinstellungsmerkmal der Zuwendung verfügt. Beispielsweise können in einem Spielfilm zahlreiche Zeichen auf den »Bösen« hinweisen, z. B. durch Gesten, Musik oder ähnliches. Die Figur des Bösen in seiner Gesamtheit ist zwar ein Zeichen für das Böse; allerdings ikonisch, da durch es die anderen Zeichen zu einem ikonischen Zeichen mit Alleinstellungsmerkmal vereint werden. Obwohl Zeichen ihren Sinngehalt aus der Relation beziehen, beginnt mit dieser Sphäre die konkrete Sinnstiftung im Gesamtkontext. Damit wird ebenso deutlich, dass im virtuellen Kontext die Sphären sich gegenseitig bedingen. Ein Zeichen wird erst durch die Relationen zu den anderen Sphären zu einem Zeichen für etwas; durch die Art, wie es kontextualisiert ist. Vor allem die nächste Sphäre der Narration ist dabei von herausragender Bedeutung.

## Die Sphäre der Narration

Narration ist in der zeitgenössischen Diskussion ein Modethema. Der Begriff ist in allen Arten von Medien-, Gesellschafts- und Politikdiskussionen immer wieder zu vernehmen. Das erstaunt nicht, da der Narration im Mediensystem und auch im Modell der virtuellen Kontexte eine spezifische Bedeutung zukommt. Waren die ersten Sphären noch von einer instinktiveren Wirkung bestimmt, findet in der Narration auf einer abstrakteren Ebene eine Sinnstiftung statt. Die Sphäre der Narration ist geprägt von einem »In-Beziehung-Setzen« mehrerer untergeordneter Zeichen und ihrer zugehörigen Gruppen. Wenn man sich zum Verständnis die Inhalte der Zeichen als Wörter oder Zahlen vorstellt, erfolgt hier das Zusammenfassen unter einer Grammatik oder einer formelhafte Relationsbeziehung. Die Narration ist dabei nicht nur als sprachliche »Geschichte« zu begreifen, sondern ein synergetisches Zusammenwirken mehrerer Zeichen in einer spezifischen Relationskonfiguration.

Auch gegenständliche Bilder verfügen über ein Narrativ, das durch die Definition der Erscheinungen auf der Bildfläche in einem Handlungsrahmen verkörpert ist. Das bildliche Narrativ leitet sich als Begriff von der sprachlichen Narration ab, also von der strukturierenden Erzählung, durch die kommunikative Zeichen erst eine sinnstiftende Aussage erhalten. So unterschiedlich die Ausprägungen der bildlichen Welten durch die Epochen und in ihrer zeitgenössischen Verwendung auch erscheinen mögen, eint sie doch, dass sie alle ein Narrativ illustrieren. Ob das Narrativ sich vor allem in der Art des Stils, der Bedeutung der bildlichen Relationen zueinander oder den symbolischen Gehalten offenbart, ist strukturell betrachtet fast nebensächlich, da alle Ausprägungen letztlich als

kommunikative Medien durch das sinnhafte Arrangieren von Zeichen ähnlich sind. Zwar ist beispielsweise das Image einer lachenden Person von (fast) jedem erkennbar, aber die Frage, warum die Person lacht und worüber, verweist schon auf die mitunter hochkomplexen Verweisketten, die sich in der bildlichen Narration verstecken (von den hochkomplexen narrativen Ketten einiger Maler ganz zu schweigen). Das Image der lachenden Person wird dabei erst dann zum Zeichen, wenn es in eine Narration eingebunden ist – wenn es also in Relation zu anderen Zeichen durch die Narration sowohl allgemeinen als auch spezifischen Sinn generiert.

Die Sphäre der Narration umfasst damit auch die ganze Bandbreite der Gestaltung von Erzählungen anhand einer Struktur. So zahlreich diese auch sein mögen, eint sie doch die abstrakte Betrachtungsebene, die sich in der Narration als Vereinfachung ausdrückt. In der menschlichen Wahrnehmung liegt scheinbar ein Grundbedürfnis nach der abstrakten Verknüpfung der Narration vor. Beispielsweise kann eine Geschichte als pure Abfolge der Erscheinungen und Emotionen erzählt werden. Es ist das häufig in spontaner Erzählung anzutreffende »Er so..., ich so..., und dann er so...«-Schema, das als unstrukturierte Wiedergabe wahrscheinlich für jeden Zuhörer umso ermüdender wirkt, je länger die Geschichte dauert. Anders dagegen erscheint eine Erzählung, wenn sie narrativ strukturiert wird. Also nicht als reine additive Abfolge, sondern als Vorstellung einer Struktur, an die sich dann Inhalte sinnvoll anfügen; z.B. nach einem »er ist... weil... dass...«-Schema.

Des Weiteren scheint in der menschlichen Rezeption – ob erlernt oder angeboren – ein Gespür und ein Bedürfnis nach abgeschlossenen Narrativen vorzuherrschen. Menschen merken instinktiv, ob eine Geschichte abgeschlossen ist, und zwar dadurch, dass die Schemen, die vorher bezeichnet werden, sinnhaft zueinander in Relation gesetzt sind. Vor allem in der Internetwerbung wird dieser Effekt häufig verwendet, indem in der Schlagzeile eine Narration angerissen wird, die erst nach dem Aufrufen des Artikels aufgelöst wird, z.B.: »... und was dann passierte, konnte keiner ahnen...«. Ebenso findet sich dieser Mechanismus des offenen Endes auch bei Cliffhngern in Serien und Filmen.

Nicht nur in seiner deutlichsten Ausprägung als Geschichte enthält die Sphäre des Narratives alle Verbindungen von Zeichen, unabhängig von deren Gehalt und Inhalt. Demnach fallen unter Narration z.B. auch die Formeln der Mathematik, die Grammatik von Sprache und Programmierung oder die Komposition von Noten. Dabei sind in der Musik die Töne als Wahrnehmungsgruppen zusammen mit ihrer emotionalen Wirkung und den Images, die sie erzeugen, abstrahiert durch die zeichenhafte Vorgabe der Noten, die anhand der Komposition narrativ strukturiert sind. Die Narration ist damit auch immer das System der Zeitlichkeit als Grundkonstante der Wahrnehmung. Narrative verkörpern demnach

die zeitliche Abfolge von Ereignissen und Erscheinungen im Modell des virtuellen Kontexts.

Zum Verständnis dessen, was die Sphäre der Narration im virtuellen Kontext umfasst, bietet sich vor allem die filmische Narration an. Sie ist ein strukturierendes übergeordnetes System, das in der Filmführung nur indirekt durch Erscheinungen auf der Leinwand zu Tage tritt, aber als Ordnung die einzelnen Eindrücke gliedert und in eine zeitliche Abfolge bringt.<sup>16</sup> Bei den Elementen, die vom Narrativ strukturiert werden, handelt es sich ausnahmslos um Zeichen. Das gilt vor allem für die beiden Grundelemente des filmischen Narratives, die Figur und den Ort, die durch die Handlung verbunden werden. Die filmische Figur ist dabei meist zeichenhaft auf bestimmte Images definiert und verweist so auf zahlreiche Aspekte, die sie in ihrer z. B. kulturellen Zugehörigkeit, ihrem Charakter oder ihrer Identität definieren. Auch der filmische Ort, als Handlungsspielraum und Kontext, ist ein Zeichensystem, das auf bestimmte Images und Eindrücke verweist.<sup>17</sup> Die Handlung wiederum umfasst die Interaktion der Figuren mit anderen Figuren oder mit dem Ort. Vor allem die Hauptfigur hat hierbei meist ein Bedürfnis, analog zur Sphäre der Emotion, an dessen Erfüllung sie gehindert wird und zu dessen Erreichen sie Hindernisse überwinden muss. Der Kern einer filmischen Figur liegt immer in der Aktion, der des Ortes in der Transformation und der der Handlung in der Strukturierung, wodurch im Zusammenspiel dieser Zeichen ein filmisches Narrativ entsteht.

Wie schon erwähnt, ist durch die zeitliche Komponente eines jeden Narratives seine Struktur nicht unmittelbar, sondern ein mentales Muster, das sich durch bestimmte Zeichengruppen definiert. Diese häufig in der Filmwirtschaft auch als Genre bezeichnete Intertextualität bestimmt dabei konventionalisierte Narrative, die meist in einem direkten Bezug zu sozialen Relationen stehen.<sup>18</sup> Das Verstehen eines Narratives, das an sich ja nicht direkt erkennbar ist, überschreitet demnach wesentlich die individuelle Kenntnis bestimmter kultureller und gesellschaftlicher Konventionen.<sup>19</sup> Diese Verknüpfung des Narratives mit der realen menschlichen Lebenswelt geht dabei über Filme weit hinaus, da Narrative – wenn

16 Vgl.: Frahm, Laura: *Jenseits des Raumes*, S. 110.

17 Vgl.: Mikos, Lothar: *Film- und Fernsehanalyse*, S. 231.

18 Vgl.: *Ibid.*, S. 268. Das ein filmisches Narrativ hierbei eng mit der allgemeinen menschlichen Wahrnehmung verknüpft ist, ist naheliegend, wie auch der Architekt und Filmemacher Richard Koeck feststellt: »Accordingly, narrative is seen not simply as a sequence of events, but renders such sequences, and, through it, ›narrative‹ itself, as an integral part of human experience.« Zitat in: Koeck, Richard: *Cine-scapes*, S. 19.

19 Zur narrative Funktion der Lichtgestaltung vgl.: Mikos, Lothar: *Film- und Fernsehanalyse*, S. 211.

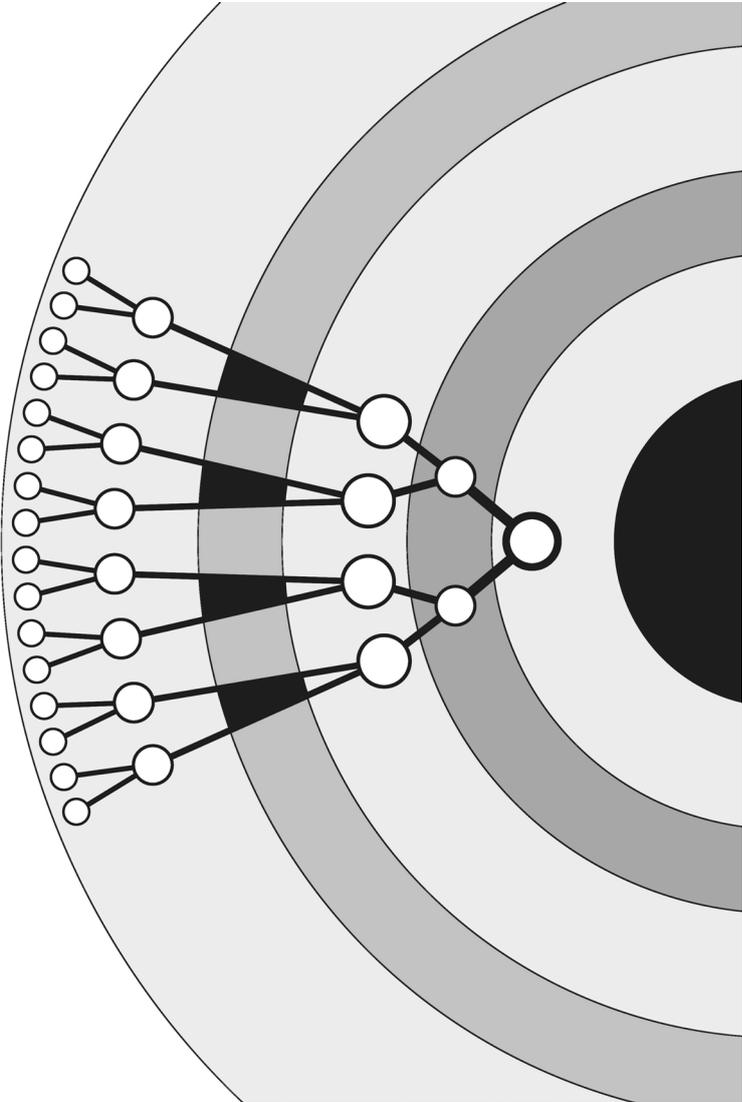


Abb. 11: Der Mythos ist als Sphäre der Narration ähnlich, vereint aber mehrere Einzelnarrationen in einem umfassenden und abschließenden Bedeutungsrahmen.

auch in unterschiedlichen Ausprägungen – in fast allen kulturellen Erzeugnissen zu finden sind.<sup>20</sup>

Da diese tendenziell medienübergreifend auftreten, können durch das Narrativ auch unterschiedlichste Wahrnehmungsgruppen vereint werden. Beispielsweise, wenn im Film Bild, Ton und Musik auf mehreren Ebenen eine Geschichte erzählen. Als strukturierende Komponente der zeitlichen Abfolge nimmt die Sphäre der Narration daher innerhalb des virtuellen Kontextes eine Schlüsselfunktion ein.

## Die Sphäre des Mythos

Auf die Sphäre der Narration folgt die Sphäre des Mythos. In dieser werden zahlreiche Narrationen in einem übergreifenden Sinnzusammenhang strukturiert. Im Kern handelt es sich beim Mythos selbst um eine Narration, die aber abschließend eine Gesamterzählung umfasst. Der Mythos beantwortet sozusagen die Frage nach dem »Warum?« in den untergeordneten Narrationen. Dadurch bietet er eine umfassende Struktur, in die sich die allgemeinen Sinnteile einfügen und damit eine mythische Gesamtnarration ausbilden. Die Sphäre des Mythos ist ähnlich der Sphäre der Emotion im Modell des virtuellen Kontextes als ein Transit zu begreifen. Am Mythos können Verbindungen zu anderen virtuellen Kontexten geschaffen werden, so dass unter dieser Sphäre durchaus zahlreiche Narrationen und mehrere Icons verbunden sind. Ihre Offenheit für die Integration von Erscheinungen definiert die Sphäre des Mythos des Weiteren als die wesentliche Sphäre der individuellen Weltbildkonstruktion.

In der deutschen Umgangssprache seit dem 16. Jahrhundert steht der Begriff des Mythos als Synonym für eine fiktive Geschichte.<sup>21</sup> In einer präziseren Definition bezeichnet der Begriff des Mythos, zurückgehend auf Aristoteles, allerdings eine »organisierte Handlungsstruktur« mit sinnstiftender Funktion.<sup>22</sup> Die Sinnstiftung ist dabei der zentrale Aspekt, da durch sie die natürlichen Erscheinungen und die Handlungen des Menschen in einem zusammenhängenden Konstrukt verortet werden, das z. B. Ernst Cassirer als »mythisch-magischen Kreis des Wirkens« umschreibt.<sup>23</sup> Der Mythos ist demnach eine Sichtweise auf die Welt, die

20 Vgl.: Koeck, Richard: *Cine-scapes*, S. 20.

21 Vgl.: Zimmermann, Christiane: *Der Antigone-Mythos in der antiken Literatur und Kunst*, S. 22.

22 Zitat in: *Ibid.*, S. 19.

23 Ernst Cassirer, Zitat in: Vietta, Silvio: »Mythos in der Moderne – Möglichkeiten und Grenzen«, in: Vietta, Silvio/Uerlings, Herbert: *Moderne und Mythos*, S. 11; vgl.: *Ibid.*: S. 16; hierzu der Theologe Markus Buntfuß: »Im

(fast) alles im Wahrnehmungsraum *einem* Sinnzusammenhang unterwirft, der umso fundierter ist, je mehr Bestandteile, vor allem historische, dieser abdeckt.<sup>24</sup> Der eigentliche Mythos bleibt dabei stetig der direkten Anschauung entzogen und stellt ein rein mentales Konstrukt dar, wie auch die Philologin Christiane Zimmermann beschreibt: »Mythen leben aus dem Geflecht mündlicher, schriftlicher und bildlicher Tradition. Eine Originalversion, bzw. ein Originaltext, existiert nicht und kann nicht existieren, da ein Mythos erst durch sein wiederholtes Auftreten in Literatur und Kunst entsteht.«<sup>25</sup> Der Mythos ist damit als Struktur der zeitlichen Abfolge der Narration nicht unähnlich, stellt aber als in sich abgeschlossenes System die Verbindung mehrerer Narrationen in einem Kreislauf dar.<sup>26</sup> Die somit strukturelle Ähnlichkeit zur Religion spiegelt die Tendenz des Mythos als umfassende Welterklärung und bestimmt die Ausprägungen von Narrationen, Zeichen und Images, die sich aus dem jeweiligen Mythos speisen.<sup>27</sup>

Aber auch in handlungstechnisch umfangreichen Filmen, Büchern oder Computerspielen finden einzelne Mythen häufig Verwendung, um in fiktiven Universen alle Erscheinungen in einen Sinnzusammenhang zu bringen. Ein gutes Beispiel bildet hier die christliche Dichotomie zwischen Hell und Dunkel/Gut und Böse, die auch für die filmische Mythenwelt eines »Herr der Ringe« oder »Star Wars« grundlegend ist. Auch Strukturen wie »Grenzenloses Wachstum«, »Fortschritt«, aber auch

Medium des Mythos wird die Welt bewohnbar.« Zitat in: Buntfuß, Markus: »Mythos und Metapher bei Vico, Cassirer und Blumenberg«, in: Vietta, Silvio/Uerlings, Herbert: *Moderne und Mythos*, S. 76.

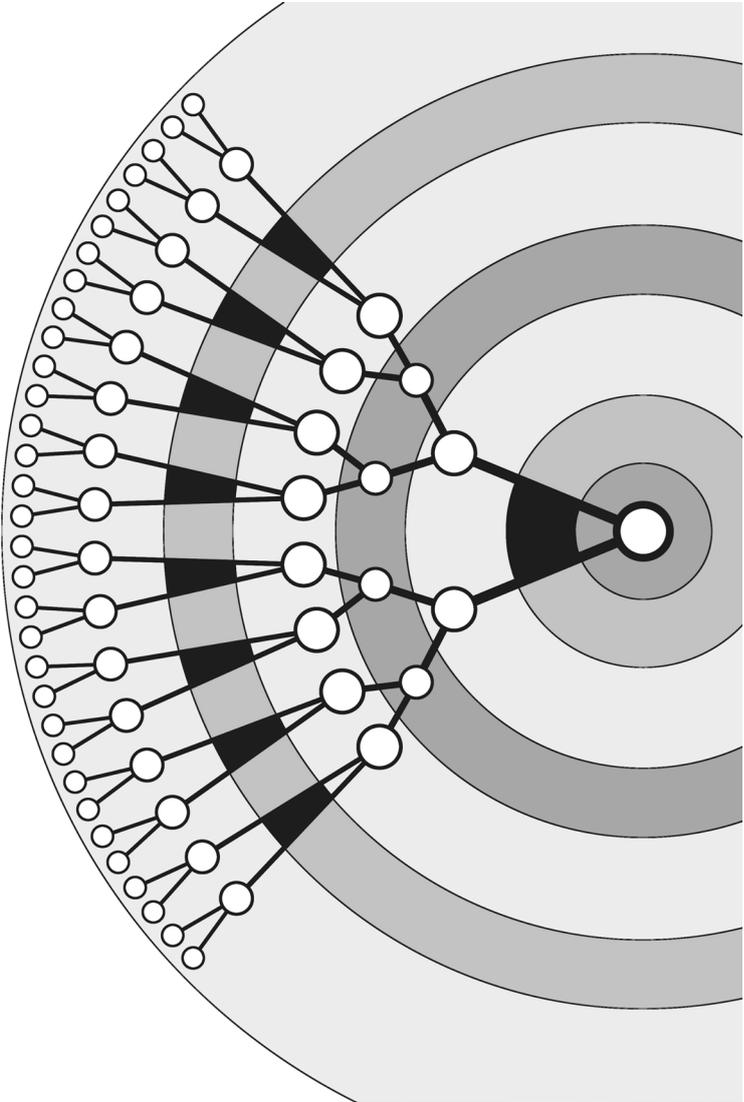
- 24 Vgl. hierzu den Begriff des »fundierten Mythos« nach dem Ägyptologen Jan Assmann, in dem etwas Gegenwärtiges mit der Vergangenheit verknüpft wird: Conter, Claude D.: »Der Mythos als Instrument der Politikvermittlung: Mythisierung und Typologisierung von Europa im 19. Jh.«, in: *Ibid.*, S. 98.
- 25 Zitat in: Zimmermann, Christiane: *Der Antigone-Mythos in der antiken Literatur und Kunst*, S. 35.
- 26 Vgl. zu dieser Ebene des Mythos die philosophischen Ansätze, die Gerhard Roth wie folgt zusammenfasst: »So argumentierte [David] Hume, dass wir niemals Kausalbeziehungen erkennen können, sondern nur eine mit strenger Regelmäßigkeit ablaufende zeitlich-räumliche Ereignisfolge. [...] Kausalität – so sagt später der von Hume stark beeinflusste Immanuel Kant – ist ein Konstrukt unseres Geistes, keine objektive Gegebenheit.« Zitat in: Roth, Gerhard/Strüber, Nicole: *Wie das Gehirn die Seele macht*, S. 205–206.
- 27 Vgl. hierzu eine Einschätzung der Philosophen Max Horkheimer und Theodor W. Adorno: »Mythen wie magische Riten meinen die sich wiederholende Natur. Sie ist der Kern des Symbolischen: ein Sein oder ein Vorgang, der als ewig vorgestellt wird, weil er im Vollzug des Symbols stets wieder Ereignis werden soll.« Zitat in: Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: *Dialektik der Aufklärung*, S. 23.

»Leben in Einklang mit der Natur« stehen für – individuell vielleicht gar nicht als fiktional erkannte – sinnstiftende Konstruktionen, die das Individuum und die wahrgenommenen Muster in einen mythischen Zusammenhang bringen. Der Mythos muss dabei strenggenommen nicht über eine universelle Gültigkeit verfügen; es reicht, wenn er innerhalb eines bestimmten Kontextes für die darin enthaltenen Erscheinungen wirksam ist. Dadurch können auch kleinere Konstrukte wie Computerspiele, Geschichten oder auch Bilder über einen Mythos verfügen, der aber eigentlich nur in dem jeweiligen Kontext wirksam ist. Eine Übertragung auf andere Kontexte ist dabei möglich und erfolgt durch die Transitoffenheit der Sphäre des Mythos zu anderen Kontexten. Vor allem in politischen Ideologien gewinnt der Mythos durch diese Offenheit an Bedeutung, ebenso wie in den Werbewelten. Als eine universale menschliche Konstante scheint so der Mythos als ein Vermittler und Sinnstifter zwischen dem Ich und der Umgebung stetig prägend zu sein – in welcher Form auch immer. Im virtuellen Kontext ist er daher die abstrakte Ebene, durch die die Perspektive des Icons auf die Erscheinungen unmittelbar wirkt.

## Die Sphäre des Icons

Die Sphäre des Icons ist das Zentrum des virtuellen Kontextes und nimmt innerhalb des Sphärenmodells eine definierende Position für alle anderen Sphären ein. Gewissermaßen ist die Sphäre des Icons kein Gegenstand der Wahrnehmung oder der mentalen Prozesse, sondern eine Ordnungssystematik, die den Schlüssel zum virtuellen Kontext bildet – sozusagen virtuell in zweiter Potenz ist. Das Icon ist das *eine* Gegenüber des Rezipienten; es ist der Schlüssel zu der virtuellen Welt und der Fixpunkt anhand dessen die Perspektive des Rezipienten auf den gesamten Kontext bestimmt wird. Erst in der Übernahme der Perspektive verbinden sich alle die Sphären eines virtuellen Kontextes zu ihrer Gesamtwirkung. Der Betrachter übernimmt die Position des Icons.

Im zeitgenössischen Sprachgebrauch der Architektur taucht der Begriff des Icons vor allem in Verbindung mit Bauwerken auf, die aufgrund ihrer einfachen Form und Abstraktion schnell als Sinnbilder für eine Stadt oder einen Sachverhalt erkannt werden können. Beispielsweise war die bewusst expressiv modern anmutende Gestaltung der Oper von Sydney nicht nur auf das Bauwerk beschränkt. Durch die ikonische Ausbildung prägte sie auch die Perspektive, aus der Australien als Kontinent im globalen Medienbewusstsein gesehen wurde bzw. gesehen werden wollte. Es ist ein formaler Ansatz, durch den potenziell jedes Gebäude unabhängig von seiner Nutzung und Gestaltung einen ikonischen Charakter bekommen kann, da seine Bedeutung aus



*Abb. 12: Die Sphäre des Icons ist innerhalb des virtuellen Kontextes eine Ordnungssystematik. Als Verkörperung der Perspektive des Rezipienten ist sie virtuell in zweiter Potenz.*

den Zuschreibungen von Personen und Personengruppen resultiert, die mit ihm symbolisch verknüpft sind.<sup>28</sup> Die Übertragung auf den virtuellen Kontext verdeutlicht die vereinfachende Bedeutung des Icons. Anhand eines bestimmten Bildes eines Bauwerks sieht man mehr als das Bauwerk. Die gegenstandslosen Relationen, die vielleicht alles im Rahmen des jeweiligen Kontexts umfassen, fügen sich an ein bestimmtes Schlüsselbild, dessen Fokus das Icon ist. Ohne das Icon würde der Kontext, der dahintersteht, nicht sichtbar sein.<sup>29</sup> Und somit können auch gegenständliche und bildliche Ikonen erst zu Ikonen werden, wenn die Sinnstiftung auf die spezifischen Erscheinungen der Ikone anhand des Icons perspektiviert ist.

Das ist den Mechanismen der Werbung, in denen von einer Symbolfunktion einer Ikone für Atmosphären und Markenlandschaften ausgegangen wird, ähnlich. Auch Personen oder Gegenstände werden – analog zur Ikonenmalerei – mitunter als Ikonen für einen Sachverhalt oder Zustand bezeichnet. Dies zeigte sich historisch am prägnantesten in der Geistesströmung der Romantik und ihren Werken, durch die der Mensch durch seinen aktiv gewählten, gestaltenden und sinnstiftenden Blickwinkel auf die Welt zum »Maler der Geschichte« wurde.<sup>30</sup> Die Sphäre des Icons und damit das Icon selbst, ist die Verkörperung einer Perspektive und damit sozusagen der Blickwinkel, unter dem die Erscheinungen betrachtet werden.

Das, was das Icon bezeichnet, ist demnach die Ich-Projektion des Rezipienten, der sich immersiv in virtuelle Kontexte einfühlt oder diese gestaltet – sozusagen der eigene Platz in der virtuellen Welt.<sup>31</sup> Im naheliegenden

- 28 Vgl. zum Aspekt des architektonischen Icons: Mateo, Joseph Luis: »Iconoclastia«, in: Sauter, Florian/Mateo, José Luis: *Iconoclastia*, S. 4–5.
- 29 Dieses ähnelt damit dem Prinzip des Autors in der Diskurstheorie, die der französische Philosoph Michel Foucault so konkretisiert: »Es handelt sich um den Autor. Und zwar nicht um den Autor als sprechendes Individuum, das einen Text gesprochen oder geschrieben hat, sondern um den Autor als Prinzip der Gruppierung von Diskursen, als Einheit und Ursprung ihrer Bedeutung, als Mittelpunkt ihres Zusammenhaltes.« Zitat in: Foucault, Michel: *Die Ordnung des Diskurses*, S. 19.
- 30 Vgl.: Siegmund, Andrea: *Die romantische Ruine im Landschaftsgarten*, S. 44–45. Ibid., S. 20–27.
- 31 Der Architekturtheoretiker Charles Jencks verweist indirekt auf diese Annahme des ikonischen Selbstbildes, wenn er schreibt: »[...] icons do not have to be true, but they are best if they appeal to faith, ideals, our better self, what we want to see in the mirror.« Zitat in: Jencks, Charles: *The Iconic Building*, S. 53. Zu der Projektion durch die Ebene des Mythos vgl. eine Einschätzung von Horkheimer und Adorno: »Als Grund des Mythos hat sie seit je den Anthropomorphismus, die Projektion von Subjektivem auf die Natur aufgefaßt. [...] Die vielen mythischen Gestalten lassen sich der Aufklärung

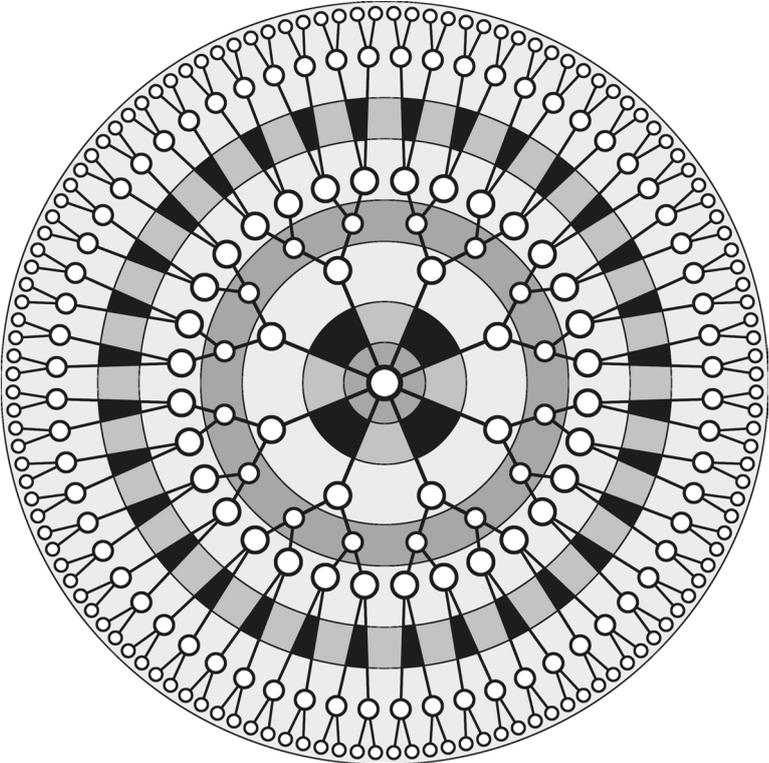


Abb. 13: Das Standard-Sphärenmodell des virtuellen Kontexts. Hierbei sind vier einzelne Kontexte anhand eines umfassenden Mythos und eines gemeinsamen Icons vereint.

Fall filmischer Wirklichkeit wäre dieser Platz z.B. die Hauptfigur, die als Stellvertreter des Rezipienten fungiert und anhand derer der Film als personalisierte Erfahrung nachzuvollziehen ist. Bei Computerspielen ist die Sphäre des Icons die simulierte Spielerfigur, die durch den User gesteuert wird, und bei Gegenständen und Objekten das mögliche Verhältnis, wie sich eine Person zu diesen verhalten kann. In der Musik ist dieser Platz der Dirigent, der im Meer des Orchesters Ordnungsstruktur und Zentrum der Musik ist und die Richtung der Spieler vorgibt; in der Architektur wiederum dient sie als Fixpunkt der Perspektive des Betrachters auf das virtuelle Umfeld, das sie umgibt. Zusammengefasst ist die

zufolge alle auf den gleichen Nenner bringen, sie reduzieren sich auf das Subjekt.« Zitat in: Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: *Dialektik der Aufklärung*, S. 12.

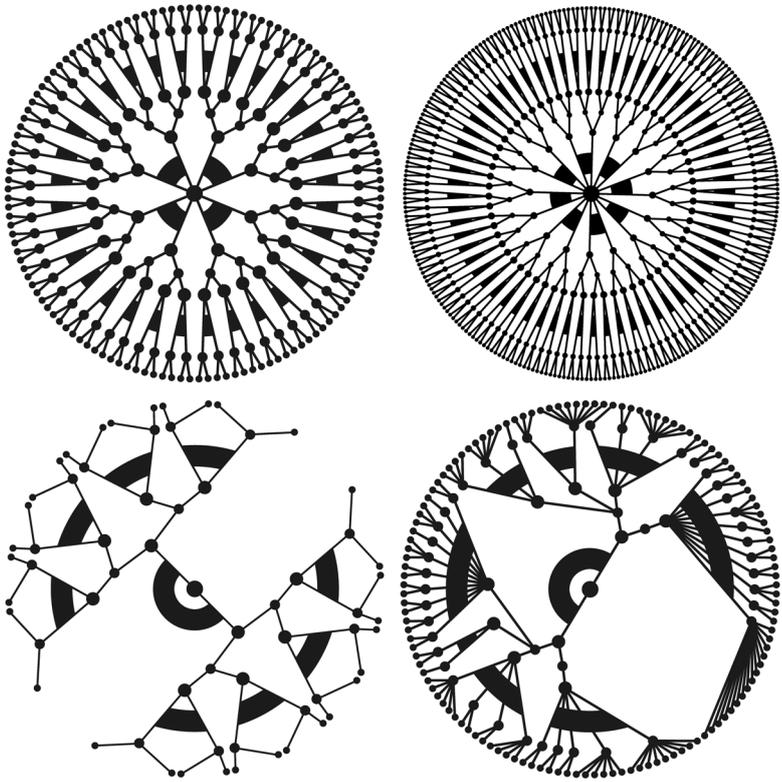
Sphäre des Icons als Zuwendungsperspektive die zentrale Instanz im virtuellen Kontext, durch die die Inhalte aller anderen Sphären als zentriert auf den Rezipienten strukturiert werden.

## Der virtuelle Kontext als Gesamtwirkung

Der virtuelle Kontext in der Darstellungssystematik des Sphärenmodells ist ein System, das zwischen den Erscheinungen einer medialen Umwelt und dem Rezipienten sinnstiftend wirksam ist. Der virtuelle Kontext ist demnach eine Zuwendungsmodularität auf Medienerscheinungen, deren ursprüngliche Komplexität durch stetige Abstraktion auf ein Element vereinfacht wird, anhand dessen sich ein Rezipient zu diesen sinnstiftend kontextualisieren kann. Der virtuelle Kontext ist im Kern ein System der Vereinfachung. Obwohl es sich dabei um eine rein individuelle mentale Leistung handelt, sind virtuelle Kontexte auch erschaffene Kontexte, die durch erlernte Sichtweise lesbar werden und über eine eigenständige Existenz verfügen. Durch das Element des Icons wird dabei sowohl die Rahmung der Erscheinungen, als auch die Perspektive auf sie definiert.<sup>32</sup> Als virtuelle Systeme verfügen Kontexte strenggenommen über keine eigene Gegenständlichkeit, sondern sind als eine ausformulierte Zeichentheorie Teil der Kommunikation. Das hier vorgestellte Modell muss demnach genau als das verstanden werden, was es ist: ein Modell, das nicht Details erläutert, sondern grobe Beziehungsrelationen des Virtuellen aufzeigt.

Des Weiteren sind virtuelle Kontexte vor allem geprägt durch eine der Vereinfachung zugrundeliegende Komplexität. Genauer: Die Komplexität der Erscheinungen, die durch ihre Relationen kontextualisiert werden und die den Umfang des virtuellen Kontextes bestimmen. Ab einem gewissen Komplexitätsgrad ist jedes mediale Erzeugnis Teil eines virtuellen Kontextes. Wie umfassend dieser ist, hängt primär von der Perspektive ab, die anhand der Sphäre des Icons dem Betrachter angeboten wird. Die Frage nach unterschiedlicher Produktions- und Rezeptionslogik ist hierbei erst einmal unerheblich, da in diesem Modell von EINEM übergeordneten Sinngehalt ausgegangen werden kann, der beides vereint.

- 32 Dieses spiegelt wiederum die Einschätzung vom Michael Foucault, anhand dessen Figur des Autors ebenfalls die Frage auftaucht, wie Erscheinungen als zusammengehörig begriffen werden: »Das Wort ›Werk‹ und die Einheit, die es bezeichnet, sind wahrscheinlich ebenso problematisch wie die Individualität des Autors [...]. Was ist ein Werk? Worin besteht diese merkwürdige Einheit, die man als Werk bezeichnet? [...] Wie lässt sich aus den Millionen Spuren, die jemand nach seinem Tod hinterlässt, ein Werk definieren?« Zitat in: Foucault, Michel: »Was ist ein Autor? (Vortrag) (1969)«, in: *Ibid.: Schriften zur Literatur*, S. 240–241.



Ein virtueller Kontext kann in seiner Komplexität reduziert sein wie bei einem Gemälde oder einer Grafik; er kann komplexer sein wie bei einem Computerspiel oder einem Film; oder er kann zahlreiche unterschiedliche mediale Erscheinungen als ein weitreichendes umfassendes System vereinen. In seiner potentiell größten Umfassung entspricht er einem umfassenden Weltbild, in dem durch eine Teilausprägung als »perfektes Bild« die Künstlichkeit der medialen Elemente nicht mehr erkannt wird. Virtuelle Kontexte sind immer bestimmt durch die Perspektive in der Sphäre des Icons und damit fixiert – aber sie können zusammenhängende Cluster und umfassendere Kontexte bilden. Die Sphären der Emotionen und des Mythos bilden hierbei den Transit. Z.B. können unterschiedliche Perspektiven und Icons aus unterschiedlichen Kontexten in einem größeren Kontext dadurch vereint sein, dass im Mythos eben diese unterschiedlichen Perspektiven sinnstiftend verbunden sind.

Obwohl die einzelnen Abschnitte des Sphärenmodells im vorangegangenen Text isoliert beschrieben wurden, gilt es zu beachten, dass der virtuelle Kontext nur in seiner Gesamtheit existiert und wirkt. Es gibt

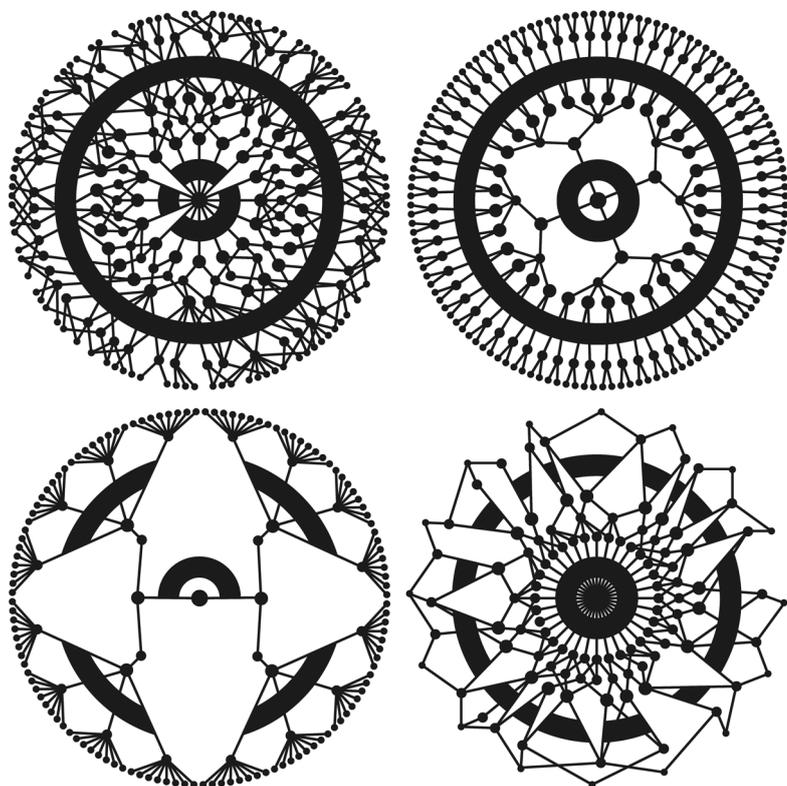


Abb. 14: Beispiele für die Morphologie der virtuellen Kontexte. Virtuelle Kontexte können in unterschiedlichen Ausprägungen und Komplexitäten auftreten. Die Wechselwirkungen, die zwischen den Elementen der unterschiedlichen Sphären gebildet werden können, bestimmen dabei ihre Form. Es sind aber immer Elemente in allen Sphären vorhanden und ein »Fehlen« bestimmter Sphären ist nicht möglich.

nicht die einzelne Sphäre – es gibt nur den Zusammenhang. Die einzelnen Sphären stehen in diesem Modell in einer Wechselwirkung und eine isolierte Betrachtung einzelner Sphäreninhalte ist strenggenommen gar nicht möglich, da sich die Sphären gegenseitig bedingen und keine für sich allein über eine Zuwendungsmöglichkeit verfügt. Um präziser zu werden: Es gibt z.B. die Sphäre des Mythos, aber es gibt nicht *den* Mythos. Er ist kein Objekt der Betrachtung, das ohne die Einbeziehung der anderen Sphären, aus denen er sich ergibt, beschrieben werden kann. Nur anhand der Wechselbeziehungen – der Relationen der Sphäreninhalte untereinander – kann er erfasst werden. Natürlich kann man ein Buch schreiben und sagen: »Was hier drinsteht, ist ein Mythos«. Aber das Buch ist das Medium eines virtuellen Kontextes, der alle Sphären abdeckt und

auf die physische Struktur eben dieses Buches geprägt wurde bzw. für die Existenz des Buches überhaupt erst ursächlich ist. Von den Erscheinungen der Tinte auf dem Papier bis zur Leseperspektive, die es vorgibt – was als Mythos bezeichnet wird, ist dabei nur ein Teil von ihm. Ebenso verhält es sich auch z. B. mit der Sphäre des Zeichens. Dies bedeutet, dass es »das« Zeichen als Gegenstand der Anschauung nicht gibt – obwohl es im allgemeinen Wortgebrauch und einigen Medientheorien so vorkommt. Ein Zeichen als kommunikative Aufforderung oder als Symbol für etwas anderes gibt es nicht als eigenständiges, isoliertes Element.

Mediale Erscheinungen sind immer in einen virtuellen Kontext eingebettet, der ihren Sinn definiert. Ein gutes Beispiel dazu sind Großstrukturen, die nach einem menschlichen Maßstab nicht als Gegenstand zu erfahren sind, aber trotzdem als *Etwas* den massenmedialen Raum strukturieren. Anhand von Ländern und Nationen wird diese vermeintliche Objektivierung vor allem deutlich, da sie ja virtuell vorhanden ist, sich aber aus physischen Erscheinungen kaum isoliert bilden lässt. Das berührt nicht nur die Begriffsbildung als Kategorie, sondern auch ihre scheinbaren Repräsentanten. Z. B. ist die Flagge von China kein Symbol für *das* China. Die Flagge von China ist als wahrnehmbares Element der Sphäre der Erscheinung Teil eines spezifischen virtuellen Kontextes, der dann wirksam wird, wenn die Flagge medial als Erscheinung wahrgenommen wird. China als Luftbild dahingegen ist wiederum Teil eines eigenständigen Kontextes, der erst einmal nicht mit dem anderen zusammenhängt. Beide sind kein Zeichen für *ein* China, sondern Teilelemente einer bestimmten Kontextualisierung von Erscheinungen. Ihnen liegt jeweils eine ganz spezifische Betrachtung der Welt zugrunde (z. B. abstrakte Geopolitik und Weltraumtechnik), ohne deren Sinnzusammenhänge sie nicht lesbar wären. Der Kontext, und damit die Perspektive, in der sich eine grafische Flagge bewegt, ist ein anderer als ein Luftbild. Und damit ist auch Kontext Bezug und letztlich das, was als »Inhalt« oder »Sinn« verstanden werden kann, ein anderer. Aber beide virtuellen Kontexte können anhand der Emotion oder des Mythos natürlich in einem umfassenderen Kontext zusammengefasst werden und so eine umfassende Zuwendungsmodularität zu den unterschiedlichsten Erscheinungen ausbilden. Die medialen Kontexte von z. B. Luftbildern und Farben können sich so zu einem zusammenhängenden Kontext vereinen. Auch ist ein Zusammenschluss zu einem perfekten Bild denkbar, das unabhängig von den physischen Erscheinungen existieren kann. Anhand des zufällig gewählten China-Beispiels wird deutlich, wie sehr ebendiese Bildung eines Zusammenhanges – hier *das* China – anhand medialer Erscheinungen und ihrer Kontexte erfolgt. Der physische Kontext ist dabei bestenfalls Referenzgeber und eigentlich eher Projektionsfläche für die Sinnstiftung des Virtuellen.

Virtuelle Kontexte verfügen des Weiteren über drei wesentliche Eigenschaften:

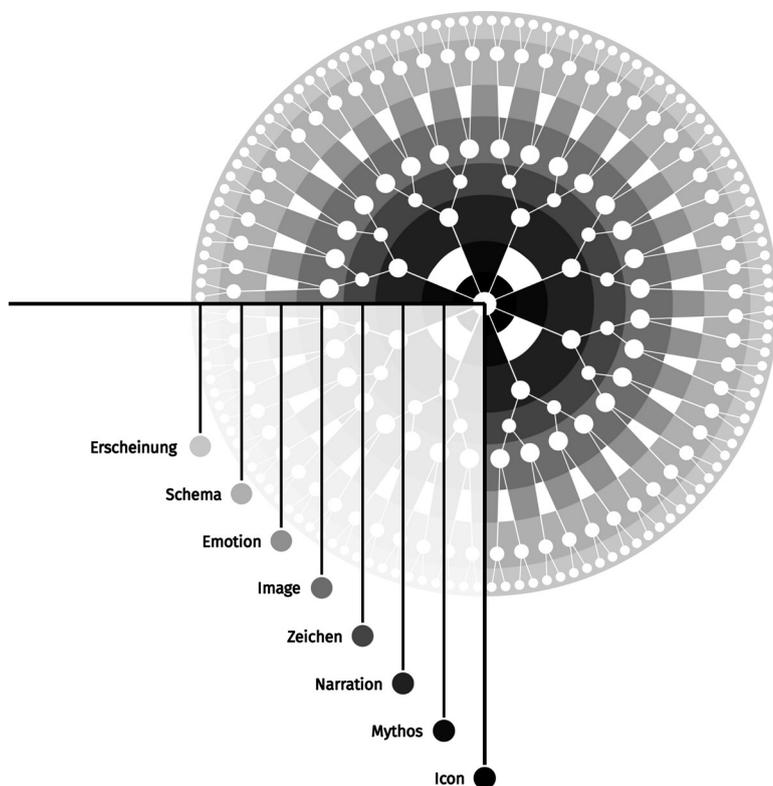


Abb. 15: Die Systematik des virtuellen Kontexts anhand des Sphärenmodells.

Zum Ersten sind sie in ihrer Komplexität variabel, d.h., sie können nur einzelne Erscheinungen umfassen und sinnstiftend als Fragmente arrangieren oder aber als »Weltbild« alle Erscheinungen sinnstiftend umfassen. Ob die Erscheinung ein Ton, ein Lächeln, ein Kleidungsstück, eine Handlung oder die Zusammenstellung von Farbe auf der Leinwand ist, macht dabei primär keinen Unterschied. Was die Erscheinungen »sind«, ist erst einmal nicht relevant, wird aber hier zur genaueren Definition auf Erscheinungen medialen Ursprungs beschränkt. Entscheidend für den virtuellen Kontext sind die Anzahl der Wechselwirkungen, die sich in den Sphären daraus ergeben, und damit seine Komplexität. Zum Zweiten sind virtuelle Kontexte zwar statisch, aber als Element der Kommunikation »im Fluss«. Gerade bei komplexeren Kontexten kann es zu unterschiedlichen Rezeptionen kommen, aber diese betrifft die »Verwendung« eines Kontextes, während seine ursprünglichen Relationen fixiert bleiben. Drittens sind sie untereinander variabel und können sich überschneiden. Ihre Ausprägung ist eine Frage der

Fokussierung und der Distanz. Das heißt, die Betrachtung eines einzelnen Objektes kann genauso gut einen virtuellen Kontext umfassen wie die Betrachtung eines »umfassenden« Objektes und der virtuelle Kontext kann dennoch für beide derselbe sein, da sich die Ursprungskontexte überschneiden. Außerdem kann ein reduzierter virtueller Kontext durchaus Teil eines umfassenderen virtuellen Kontextes sein und sich nahtlos in ihn einfügen.

In einer Definition zusammengefasst sind virtuelle Kontexte Sinnstrukturen, die in einer massenmedialen Welt neben physischen Kontexten existieren. Das heißt, sie definieren z.B. das spezifische mediale Bild einer Stadt, das parallel zur baulichen Realität existiert. Virtuelle Kontexte vereinen dabei potentiell mehrere Erscheinungen aus unterschiedlichen Medien oder sind auf gerahmte Erscheinungen begrenzt. Die Komplexität der Erscheinungen bestimmt dabei die Größe des Kontextes, die durchaus anwachsen kann, je mehr Erscheinungen sich darin logisch verknüpfen lassen. Im virtuellen Kontext sind immer alle Sphären gleichzeitig wirksam und können nicht ausgelassen oder übersprungen werden. Die Basis des Modells des virtuellen Kontextes bildet die Annahme der virtuellen Errechnung der Umgebung anhand von Hypothesenkettens im Bewusstsein und die Beobachtung ähnlicher Strukturen in der medialen Praxis. Zum besseren Verständnis folgen nun ein paar Beispiele für die Wirkung von virtuellen Kontexten, die – von klein nach groß – wahllos aus dem reichhaltigen Repertoire der medialen Phänomene gegriffen sind.

## Beispiele

### *Im Film*

Ein Spielfilm, vor allem ein Blockbuster-Film für den Massenmarkt, bildet den besten Einstieg zur Erläuterung von virtuellen Kontexten, da er als mediale Ausdrucksform per se einer gut zu beschreibenden Struktur folgt.

Alles was unsere Sinne von einem Film wahrnehmen, ist eine wilde Agglomeration von Tönen, Farben, Helligkeiten, die sich in der Sphäre der Erscheinung zu Gruppen wie z.B. einem Haus oder einer Person verbinden. Durch die Schemen-Bildung erkennen wir hier schon vertraute Strukturen wie z.B. ein altes Haus oder Archetypen wie den jungen Helden und andere Figuren. Durch die Gestaltung des Filmes und damit durch die Erscheinungen auf der Leinwand entsteht in der Sphäre der Emotion ein Verhältnis zu den Schemen. Das alte Haus wirkt vielleicht durch dunkle Ausleuchtung bedrohlich und der Held dynamisch und

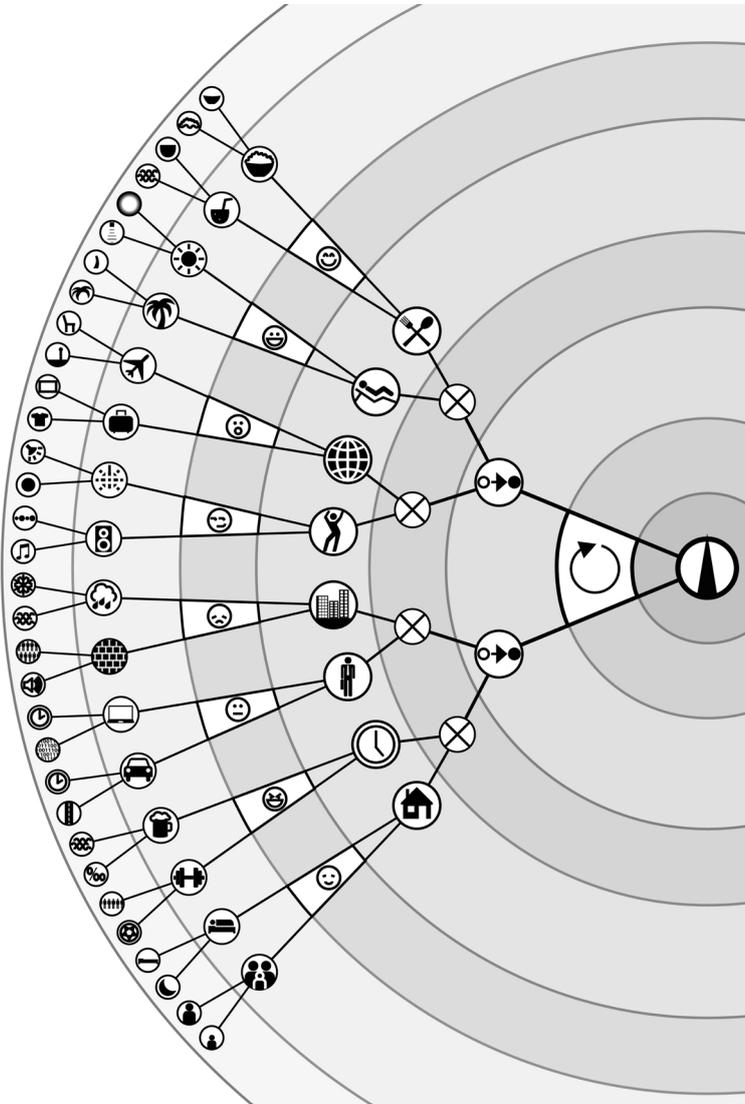


Abb. 16: Die Struktur und Wirkung von virtuellen Kontexten ist eng mit der Weltkonstruktion menschlicher Individuen verknüpft. Abstrakte Zusammenhänge spiegeln sich in subjektiven Weltbildern der Sinnstiftung. Das obige Beispiel zeigt einen idealisierten Lebensentwurf, dessen übergreifender Mythos eine Dichotomie zwischen Arbeiten und Urlaub ist.

sympathisch. Durch diese Verknüpfung formt sich in der nächsten Sphäre das Image zu den Figuren und Orten. Dieses bleibt als ein Vorwissen über die Laufzeit des Films konstant. In der Sphäre des Zeichens findet nun eine abstrahierte Bündelung dieser prägenden Eindrücke statt. Z.B. existiert ein Bösewicht im Film, der in einzelnen Abschnitten als grausam und unheimlich charakterisiert wird. Bestimmte Eindrücke, die in diesen Abschnitten vorkommen – z.B. ein bestimmtes Musikthema –, können nun damit assoziiert werden und zum Zeichen für bestimmte Erscheinungen auf der Leinwand werden. In der Sphäre der Narration werden nun diese Zeichen arrangiert und definiert und die eigentliche Handlung entsteht durch eine zeitliche Abfolge und Rhythmisierung. Beispielsweise betritt der Held das dunkle Haus und wird mit dem Antagonisten im Kampf konfrontiert. In der Sphäre des Mythos erfolgt dabei die Einordnung des Geschehens in eine übergeordnete Struktur. Vielleicht spiegelt die Geschichte den religiösen Hintergrund im ewigen Kampf Gut gegen Böse wider oder eine Lebensgeschichte, in der die Überwindung von Widerständen Merkmal des Heranwachsens ist, wodurch die Abenteuer des Helden in ein Grundscheema menschlicher Welterfahrung einbettet werden. Der virtuelle Kontext eines solchen Films kann sich durch das Thema der Heldenreise via Mythos und Emotion mit anderen subjektiven oder virtuellen Kontexten verbinden. Definiert wird dies durch die Sphäre des Icons, das als die Sichtweise des Filmbetrachters gelten kann. Vielleicht identifiziert sich dieser mit dem Helden als Verkörperung seines Selbst, wodurch der Held zu Ikone wird und sich der Mythos des Filmes und das sinnstiftende Weltgefühl unseres Betrachters überschneiden – und sich letztlich vermischen.

### *Im Computerspiel*

Dieselben Mechanismen zu virtuellen Kontexten finden wir auch bei Computerspielen. Sie sind sicherlich sehr verschieden in ihren Ausprägungen und reichen von einfachen Programmen bis hin zu komplexen filmischen Erfahrungen und imaginativen Welten, aber dennoch teilen sich alle die Systematik der virtuellen Kontexte. Auch hier finden wir Erscheinungen, die, gruppiert mit Emotionen, zu Images werden und damit z.B. zeichenhaft bestimmte Spielfiguren oder Schauplätze verkörpern. Anhand der Sphäre der Zeichen gibt uns das Spiel vor, wie sich der Nutzer zu den einzelnen Erscheinungen verhalten soll. Soll er sie bekämpfen, umgehen oder verbirgt sich dahinter etwas Nützliches – vielleicht Heiltränke, um das »In der Welt sein« der Spielfigur zu verbessern? Die Sphäre der Narration verbindet in diesem Beispiel die Interaktivität des Spiels und seine Programmstruktur. Nur bestimmte Verbindungen von Zeichen sind möglich – z.B. müssen bestimmte Gegner besiegt werden,

sonst gehen die Handlung und damit das Spiel nicht weiter. Die Sphäre des Mythos bestimmt nun das übergeordnete Verhältnis im Spiel: es könnte z. B. das Ende des Spiels als Auflösungen aller offenen Narrationen sein, d. h., alle Handlungen führen zu einem abschließenden und auflösenden guten Ende, wenn sich die Einzelnarrationen nach einem bestimmten System auflösen. Auch hier ist der Anschluss an andere Kontexte durch Emotion und Mythos möglich. Vielleicht in dem die Lebenswirklichkeit eines Spielers durch stetigen Vergleich in Wettbewerben als Zeugnis der Selbstwirksamkeit geprägt ist, was sich im virtuellen Kontext des Spiels anhand der Erfassung von Highscores und Bestenlisten wiederfindet. Mehrere virtuelle Kontexte und Spiele würden so einen gemeinsamen Kontext ausbilden, wenn sie diesen Wettkampfaspekt im Mythos und die Belohnung in der Emotion teilen. Jedenfalls ist die Sphäre des Icons auch hier die objektive Verkörperung in der Spielwelt. Sei es als Simulation des Ichs wie in virtuellen Welten oder als Spielfigur, deren Perspektive nacherlebt wird.

### *Ein Popstar*

Die Systematik der virtuellen Kontexte zeigt sich auch in der medialen Darstellung von Personen, die z. B. als Ikonen oder »Stars« in Erscheinung treten. Medienpersönlichkeiten sind nicht als deckungsgleich zu begreifen mit einem »echten« Menschen, sondern sind per se virtuelle Kontexte, die eine eigenständige Existenz führen. Nehmen wir als Beispiel für einen komplexreduzierten virtuellen Kontext einen Musikstar. Die Sphäre der Erscheinungen wird hier vor allem gebildet durch Töne und Songs, die zwar als Musik gefasst einen eigenständigen Werkscharakter bilden, aber als Teil des virtuellen Kontexts »Popstar« diesem zugehörig sind. Die Erscheinungen und ihre Gruppen verbinden sich zu audiovisuellen Schemen, die mit grundsätzlichen Aspekten in der Sphäre der Emotion verbunden sind. Diese können zum Beispiel in der Inszenierung der Musik, der Kleidung oder auch im Habitus des Popstars angelegt sein und Aspekte wie »hart«, »freundlich«, »süß«, »deprimiert«, »sexy« usw. umfassen. Als Bündelung aller Eindrücke entstehen daraus ein oder mehrere Images des Stars, welche in der Regel durch Komplexreduktion einen hohen Wiedererkennungswert schaffen. Dies sind idealerweise mehrere einfache Images, z. B. »die Nachdenkliche Seite«, »engagiert«, »emanzipiert«, »progressiv«, »exzessiv« usw. In der Sphäre des Zeichens findet sich nun die Bedeutungsdefinition des Stars, die sich anhand von Zuschreibung wie »talentiert« oder »erfolgreich« manifestiert. Die Sphäre der Narration zeigt hierzu den Deutungsrahmen auf, indem dieses Zeichen zu anderen in eine zeitliche Beziehung gesetzt wird. Z. B. könnte dies eine dramatische Geschichte sein, in der aus einer

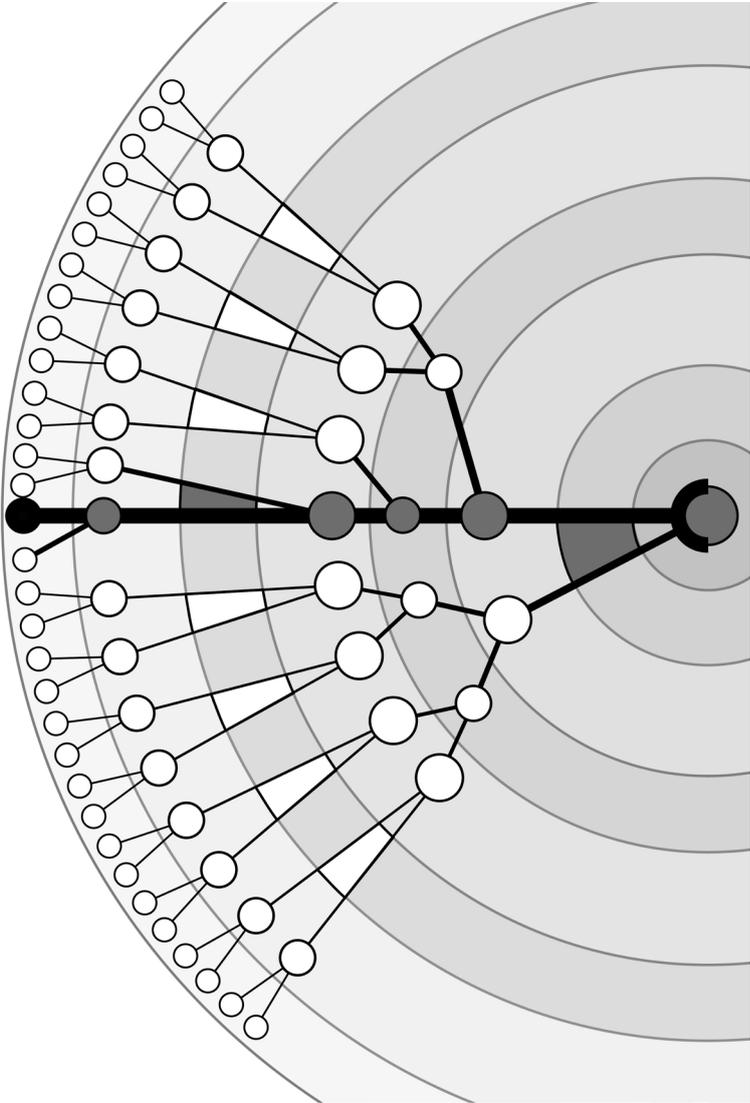


Abb. 17: Was dem Menschen in medialen Systemen als Erscheinung entgegentritt, erscheint nur als ein isoliertes Objekt. Das Abbild z.B. eines Popstars wird erst zu dem definierten Gegenüber, wenn die Erscheinung von Form und Material in ein definierendes Netz des virtuellen Kontextes eingebettet ist. Anhand der Zugangsform der Ikone als Perspektive wirkt dieser – bewusst oder unbewusst – immer mit.

armen und entbehrungsreichen Kindheit durch die Beschäftigung mit der Musik Erfolg und Anerkennung entstanden. Oder man wird einem bestimmten Image gerecht, indem immer neue Geschichten von Eskapaden und Verwicklung präsentiert werden. Die Sphäre des Mythos bildet hierzu den Überbau. Vielleicht in Form einer »Jeder kann erfolgreich sein, wenn er nur hart genug arbeitet«-Mythologie, die das Narrativ des Popstars in den Status einer allgemeinen Gültigkeit erhebt. In der Sphäre des Icons zeigt sich die Agglomeration des virtuellen Kontextes nun in der Ikonisierung der Person, die wie ein menschliches Gegenüber und damit als eine Projektions- und vermeintliche Interaktionsfläche für den Rezipienten erscheint. Ein Star ist geboren – oder eher virtuell evoziert.

Anhand des Beispiels zeigt sich, wie die einzelnen Sphären des virtuellen Kontextes sich gegenseitig in Wechselwirkung bedingen und definieren. Die Geschichte des Stars, die sich in seinen Images und damit auch in seinem Erscheinen und seiner Musik wiederfindet, hängt wesentlich von der Sphäre des Mythos ab. Ohne deren übergeordnete Rahmung in Form eines konkreten, in diesem Fall eines »Jeder kann...«-Prinzips wären die restlichen Sphären so in ihrer Konstellation nicht denkbar. Umgekehrt ist allerdings dieser Mythos nur deswegen denkbar, weil die anderen Sphären existieren. Ebenso zeigt sich die Notwendigkeit der immer weiter verästelten Komplexität, die für Kontexte nötig ist. Ein Star als immersive Ikone muss ein komplexerer virtueller Kontext sein, der über mehrere Images verfügt. Erst weil es eine grundlegende Komplexität gibt, kann durch die Komplexreduktion überhaupt eine Ikone entstehen. Ein Star, der z.B. nur ein Image hätte, würde demnach keine Ikone ausbilden, sondern könnte als ein Zeichen für *etwas* nur in einem anderen übergeordneten Kontext Wirkung erlangen; vielleicht als Darstellung eines zeichenhaften Klischees in Fernsehsendungen. Anhand des Star-Beispiels werden auch die Verschränkungsmöglichkeiten mit anderen virtuellen Kontexten sichtbar, die sich denselben Mythos teilen. Der hier gezeichnete Musik-Star könnte als Kontext ein Cluster mit andern Stars, mit anderen Inhalten ausbilden, z.B. mit Schriftstellern, Fußballern, Künstlern, Wissenschaftlern usw., die über eine verbindende Ebene des Mythos oder der Emotion verfügen.

### *Ein Stadtbild*

Diese Möglichkeiten der Verschränkung mehrerer virtueller Kontexte werden vor allem in komplexeren Strukturen deutlich. Hervorzuheben ist hier die Stadt im Allgemeinen wie im Spezifischen; eingesetzt und inszeniert als eigenständiges Konstrukt im medialen Raum. Die Simulationen der realen, physischen Stadt vereinen sich dabei mit imaginativen Strukturen zu einem Stadtbild als virtuellem Kontext. Auch hier werden

aus den unterschiedlichen Eindrücken der Stadt Gruppen und Schemen gebildet, die meist um das kreisen, was wir generell als Architektur verstehen; also z.B. bestimmte Situationen wie Gehwege, Highways, Straßenschluchten usw.

Die Sphäre der Emotion ist hier wesentlich bestimmt von den Erscheinungen, die durch die medialen Strukturen der Stadt evoziert werden, und umfasst z. B. Enge, Beschleunigung, Gemütlichkeit oder andere Empfindungen, die sich in der Sphäre des Images verdichten lassen. Diese Images sind meist das, was in den Massenmedien oder der Werbung am häufigsten wiedergegeben wird – und in der Regel das, was wir unter dem »Flair« der Stadt verstehen. Trotzdem kann das Image nur wirken, wenn es in einen umfassenderen virtuellen Kontext eingebunden ist, der es sinnstiftend strukturiert. Dazu sind weitere Images nötig, die sich aber zum Kontext der Stadt hinzufinden. Ein Stadtbild besteht nicht nur aus einem Image, das es definiert, sondern zwangsläufig aus mehreren – und sei es nur, dass zu dem dominierenden Image »Dichte« der Platz mit dem Image »Weite« hinzukommt, von dem aus diese Dichte betrachtet werden kann. Hierzu werden in der Sphäre der Zeichen Kategorien und Zeichen gebildet, die sich im Stadtraum wiederfinden lassen. Beispielsweise kann eine Hochhauskyline für die Gruppen »Wirtschaft«, »Erfolg« und »Macht« mit allen Erscheinungen, die damit zusammenhängen, stehen, während das Pendant der Vorortvilla »Häuslichkeit« oder »Gemütlichkeit« symbolisiert. In der Sphäre der Narrationen entfalten sich hierzu die Rollenmodelle des urbanen Lebens als erwartbare Interaktionsmöglichkeiten mit Zeit und Raum. Die Sphäre des Mythos bildet hierzu den Überbau, durch den diese Rollenmodelle verallgemeinert und perspektiviert werden. Z. B. kann dieser inhaltlich derselbe sein wie beim Beispiel des Popstars. Der »Jeder kann...«-Mythos fände dann seine Entsprechung in den urbanen Räumen und Rollenmodellen, die sich in der Narration als »Aus dem Ghetto in die Villa«-Struktur wiederfinden. Die Sphäre des Icons bildet zu diesem Kontext und seinen Verschränkungen nun wieder den Ansatzpunkt für den Rezipienten. Dieser kann anhand der Imagination sich selbst in den Kontext der medialen Stadt eindenken und anhand einer spezifischen Perspektive, z. B. ein herausragendes Gebäude im Kontrast zur Umgebung, eine Ikonisierung zum Stellvertreter seiner selbst in den virtuellen Kontext vornehmen. Natürlich ist dabei nicht das Gebäude *das* Ikon, wie es ja immer gerne im Stadtmarketing behauptet wird, sondern nur eine Erscheinung, zu der anhand des Icons eine bestimmte Perspektive in Relation steht. Es lohnt sich, auf diese Verwechslung des Ikonischen als Verdeutlichung etwas genauer einzugehen.

Beispielsweise wird im Allgemeinen der Eiffelturm als eine Ikone für die Stadt Paris gesehen. Also für den virtuellen Kontext des Stadtbildes Paris, an das sich bestimmte Emotionen, Images und Situationen anschließen,

die vor allem in den Massenmedien in Erscheinung treten oder für diese geschaffen wurden. Der Versuch der Übertragung des virtuellen Kontextes anhand der Silhouette des Eiffelturms ist häufig zu beobachten, z. B. als Wanddekoration eines Cafés, beruht aber auf einem Missverständnis der Wirkung des zeichenhaft Ikonischen. Eine reine Form wie die Silhouette eines Monumentes verweist erst einmal auf nichts, sondern ist ein reines Schema der Erscheinungen. Natürlich kann ein Schema mit bestimmten Gedächtnismustern gekoppelt sein, aber mehr als ein Wiedererkennen der Form verbirgt sich dahinter nicht.<sup>33</sup> Stattdessen reiht sich die Form als Erscheinung in den Kontext ein, der durch Perspektive gebildet wird. Ein Café in einem Film, an dessen Wand der Eiffelturm gezeichnet ist, übernimmt keine Elemente aus dem virtuellen Kontext von Paris; stattdessen ist es nur ein Café in einem Film, an dessen Wand der Eiffelturm gezeichnet ist.

Ikonen sind dabei »leere Monumente«, wie es der Medienwissenschaftler Peter Mörtenböck in Bezug auf Roland Barthes beschreibt, da sie kaum eingeschriebene Bedeutung haben bzw. diese von der Bedeutung ihrer Umgebung überlagert wird.<sup>34</sup> Die Bedeutung des Eiffelturms bei einem Rezipienten erfolgt nicht nach grafischen Aussagen am Turm, sondern aus den Eindrücken und Erscheinungen, die mit dem Turm kontextualisiert sind und zu denen er die Perspektive definiert. Für eine Übertragung des virtuellen Kontextes auf das Café-Beispiel müssten also die Erscheinungen auf dem Bildschirm strukturell dem virtuellen Kontextes Paris entsprechen – vielleicht inhaltlich leicht abgewandelt, aber gerade in ihrer Komplexität noch deutlich ähnlich – oder er müsste als eigener Kontext über die Sphären der Emotion und des Mythos in diesem übergeordneten Kontext aufgehen können. Die Intermedialität des Stadtbildes, das sich durchaus zwischen verschiedenen Medien ausdrücken kann, ist demnach eine Verbindung in den Relationen eines übergreifenden Clusters; also der Zusammengehörigkeit bestimmter virtueller Kontexte zueinander, die sich in Emotion und Mythos vollzieht. Eine magische Sinnübertragung durch reduzierte grafische Zeichen existiert dahingegen nicht.

33 Der Form, als äußerer Umriss auch Silhouette, wird häufig eine ikonische Wirkung zugeschrieben, vgl.: Aureli, Pier Vittorio: »Secular Monumentality in the architecture of Palladio and Mies«, in: Sauter, Florian/Mateo, José Luis: *Iconoclastia*, S. 31. Das gilt durchaus auch für Zeichnungen von Gebäude. Der Architekt des bekannten Burj Al Arab in Dubai, Tom Wright, beschreibt dieses dahingehend: »[...] a building is symbolic is if you can draw it in five seconds and everyone recognize it.« Zitat in: Krane, Jim: *City of Gold*, S. 112.

34 Vgl.: Mörtenböck, Peter: *Die virtuelle Dimension*, S. 179.

*Das perfekte Bild der Emirate*

Virtuelle Kontexte können auch eine übergreifende Funktion einnehmen. Vor allem in den Massenmedien der globalisierten Welt sind Orte überwiegend nicht als reale Kontexte erfahrbar. Stattdessen entsteht das Bild eines Ortes mitunter aus zahlreichen unterschiedlichen Fragmenten, die sich zu einem Gesamtgefühl vereinen. Der virtuelle Kontext umfasst darin scheinbar unterschiedlichste Filme, Bilder oder Berichte, die sich zu einer spezifischen Sinnstiftung verdichten. Ein Paradebeispiel für diesen umfassenden Kontext stellen die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) zur Zeit ihres Baubooms von 2001 bis 2008 dar, als in einem gigantischen Umfang globale Finanzgelder zur Schaffung des virtuellen Kontextes eines »Übermorgenlandes« investiert wurden. Durch das Übermorgenland, das zuerst rein medial existierte, wollten die Emirate am System der Weltstädte und damit an der Globalisierung partizipieren.<sup>35</sup>

Die virtuellen Emirate entstanden als System aus den Kampagnen zur Investition in Immobilienprojekte und erschienen vor allem in Visualisierungen. Bauprojekte, die nur auf dem Papier existierten, wurden in fotorealistischen Bildern simuliert und in Filmen und anderen Marketingmaßnahmen mit imaginierten Inhalten und Erzählungen angereichert. Die historisch einzigartige Anzahl dieser Projekte an einem Ort und unter anderem die Massenverbreitung über das Internet sorgten für einen globalen Immobilienboom, der zu seinem Höhepunkt Projektvolumen von ca. 1.000 Mrd. US-Dollar aus überwiegend westlichen Geldern wie Rentenfonds und Privatanlegern umfasste. Besonders bemerkenswert war, dass bis zum Ende des Booms kaum reale Strukturen vorhanden waren, sondern sich die zahlreichen Bilder und Inhalte quasi gegenseitig in ihrer Echtheit bestätigten. Die Inhalte wie Images und Narrative aus denen sich die virtuelle VAE speisten, waren dabei überwiegend als Werbemaßnahmen konstruiert und für einen westlichen Markt geschaffen. Da zu der Zeit des Baubooms die Kreativen und Entwickelnden kaum auf gegebene Strukturen zurückgreifen konnten, benutzten z.B. internationale Architekten die medialen Relationen als Kontexte für ihre Entwürfe, die dann wiederum zu Medien wurden und die virtuellen VAE weiter festigten. Zu der Zeit des Hypes waren die virtuellen VAE damit ein perfektes Bild, dessen Konstruiertheit aus imaginierten und simulierten Inhalten überwiegend als real perzipiert wurde; zumindest bis zum Verlust der Sinnstiftung und damit eines Vertrauensverlustes im Zuge der Finanzkrise 2008.

Die einzige Sphäre der virtuellen VAE, die als direktes Objekt der Anschauung fungieren kann, ist die Sphäre der Erscheinungen; konkret

35 Die Erforschung dieses Übermorgenlandes bildet die wissenschaftliche Grundlage des vorliegenden Werkes zur Kontextualisierung und sei zur Vertiefung empfohlen. Vgl. Burs, Gerhard Martin: *Mediale Präsentation in der Gegenwartsarchitektur*, passim.

die Architektur-Visualisierungen und die Medieninszenierungen. Die Erscheinungen sind enorm zahlreich und verfügen über ein breites Spektrum, allerdings lassen sich durch spezifische Bildanalysen zahlreiche wiederkehrende Erscheinungen finden, aus denen sich die virtuellen VAE bilden. Zum Beispiel wiederholt sich in der überwiegenden Anzahl von Architekturvisualisierungen ein farblicher Code, bestehend aus den Farben blau, weiß und grün – bis hin zu den Personendarstellungen in den Visualisierungen. Ebenso werden die Bilder fast ausschließlich von hellhäutigen westlichen und arabischen Personen bevölkert. Zusammen mit weiteren Erscheinungen und spezifischen Schemata entsteht der emotionale Gesamteindruck eines stereotypen, ruhigen und befriedeten Luxus-Jet-Sets, in dem durch klare Grenzziehungen und geschlossene Raumstrukturen Sicherheit und Vereinheitlichung dominieren. Die Images der virtuellen VAE, die daraus entstehen, sind zahlreich und reichen von Hightech-Anmutungen bis hin zum Segelambiente, jedoch sind zwei Images besonders prägnant. An diesen ist bemerkenswert, dass sie keine neuen Images sind, wie es zur Zeit des Baubooms unter den Begriffen Vision und Utopie häufig kommuniziert wurde. Stattdessen handelt es sich um etablierte Images eines westlichen Kontexts seit dem 18. Jahrhundert, die über eine lange Tradition als Projektionsflächen für eskapistische Fantasien und Sehnsüchte fungieren. Zum einen ist es das urbane Ur-Image von Manhattan, das vor allem durch die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts als visueller Code für die Hoffnung auf ein modernes und angenehmes liberal-städtisches Leben fungiert, und zum anderen das Image der exotischen Pracht eines idealisierten Orients, das im 19. Jahrhundert – vor allem geprägt durch die sogenannten Orientmaler – mit einer historischen Realität schon damals in keiner Verbindung stand. Diese Images werden dann in den virtuellen VAE an bestimmte Orte gebunden, die durch ihre mediale Darstellung als Zeichen wirken. Gute Beispiele für die Sphäre des Zeichens liefern die Dubai Marina, in der sehr direkt die Hochhauskyline von New York nachgebildet wird, und das Old Town in Dubai Downtown, das einer orientalischen Palast-Märchenlandschaft, die fast ausschließlich medialen Ursprungs ist, nachempfunden ist. Vereint werden diese und weitere Zeichen durch die Sphäre der Narration. Diese verfügt logischerweise aufgrund des Umfangs der virtuellen VAE über zahlreiche einzelne Aspekte, die mit den unterschiedlichen Orten verknüpft sind. Zum Beispiel werden Erlebnisse narrativ in Aussicht gestellt, aber auch traditionelle Strukturen bemüht, etwa eine Trennung zwischen der auf Aktion basierenden Arbeitswelt des Mannes und der harmonisch-ausgleichenden häuslichen Welt der Frau. All die unterschiedlichen Narrationen beziehen sich dabei als Alleinstellungsmerkmal auf die Sphäre des Mythos, der hier so bedeutend ist, dass von einem eigenständigen »Mythos VAE« gesprochen werden kann, der eine genauere Beschreibung verdient.

Vor allem in den Reden und Schriften Sheikhs Mohammed, dem Herrscher von Dubai, wird dieser Mythos deutlich. In diesen wird definiert, dass in den Emiraten durch eine zu etablierende Kultur des »Herausragenden« die abstrakt gefasste sogenannte Moderne des Westens aufgegriffen und zur »Vollendung« gebracht werden soll. Dadurch soll nicht nur eine mentale Veränderung der Bürger der VAE einsetzen, sondern auch eine »Renaissance« der gesamten islamischen Welt eingeleitet werden, damit sie ihre – dergestalt behauptete – herausragende Stellung im Weltgefüge einnehmen kann. Unabhängig von ähnlichen zeitgenössischen Bestrebungen im arabischen Raum handelt es sich bemerkenswerterweise hierbei ebenfalls um eine Denkrichtung, die mit dem historischen Kontext verknüpft ist, aus dem auch die Images der virtuellen VAE stammen. Sehr vereinfacht gesagt, handelt es sich hierbei um das Primat der menschlichen Schöpfungskraft, das, interpretiert als die Idee eines stetigen Wachstums und Strebens, gegenstandslos ist, aber mit Erscheinungen kontextualisiert werden kann.

In Falle der VAE erfolgt das z. B. durch die zahlreichen vermeintlichen architektonischen Hochhausikonen, die durch die Wirkung des virtuellen Kontextes als Verweise auf den abstrakten Wachstumsmythos wirken. Die Hochhausikonen der Emirate z. B. sind dabei gedankengeschichtlich eng verwandt mit der gotischen Idee der endlosen Kathedrale als Verkörperung des Strebens nach einer nie zu vollendenden Göttlichkeit auf Erden. Die zeitgenössische Interpretation des etablierten Themas unterscheidet sich eigentlich nur im geänderten Mythos, der hier nicht in einen göttlichen Bezug gebracht wird, sondern als Symbol der Erhebung eines Selbst, also eines Individuums und einer klar definierten und abgegrenzten Gemeinschaft interpretiert wird. Die architektonischen Ikonen sind im Falle der virtuellen VAE der Anker. Sie erscheinen für einen Rezipienten als Verkörperung seines Selbst und geben anhand der medialen Darstellungsform die Perspektive auf die Erscheinungen vor. Diese Ikonen sind dabei mitunter zahlreich und unterschiedlich, aber sie sind durch den Mythos zusammengehörig. Durch die scheinbar strukturell gleichen Perspektivvorgaben wirkt der Kontext der virtuellen VAE als ein zusammenhängender Sinnzusammenhang und bestimmte Erscheinungen werden dadurch zu Ikonen.

Drei Aspekte sind dabei für ein allgemeines Verständnis besonders bemerkenswert.

Zum einen die stetige Verwendung von im Westen etablierten Schemen und Erscheinungen, durch die der virtuelle Kontext sofort über ein Grundgefühl der Vertrautheit verfügt. Dieses Gefühl fällt unbewusst umso überzeugender aus, je mehr die Inhalte des virtuellen Kontextes einem für das Individuum Etabliertem und Standardisiertem entsprechen. Das ganze System der virtuellen VAE zeigt sich somit als die Bindung etablierter Images, Zeichen und Narrationen, die aus einem historisch westlichen Kontext stammen, als Singularität entzeitlicht gefasst und im virtuellen Kontext

als mentales sinnstiftendes Objekt der Zuwendung geprägt werden. Zum anderen existiert dieser virtuelle Kontext der VAE dabei als eigenständiges Konstrukt, auch wenn reale Erscheinungen ihm widersprechen. Besonders deutlich wird das am Beispiel der Palm Jumeirah, die als ein eigenständiges, rein mediales Schema im Sinne eines globalen Marken-Brandings Sinnbild für die eskapistischen Komponenten Verwendung findet, während der reale Kontext einer profanen Reihenhausssiedlung parallel dazu existiert und völlig von den medialen Sinnbezügen abgekoppelt ist.

Drittens war die Entwicklung der VAE ein stetiges System des permanenten Wettbewerbs zwischen zahlreichen Architekten, Designern und Gestaltern, die alle ihren Teil zum »Übermorgenland« beitragen wollten. Aber nur die wenigsten Entwürfe und Konzepte kamen über ein Vorstadium hinaus oder wurden realisiert. Es zeigt sich im Rückblick, nicht nur für die Architektur, dass gerade die Entwürfe erfolgreich waren, die sich als virtuelle Kontexte passgenau in den übergeordneten Kontext der »virtuellen VAE« einfügten.

Im Zuge der Finanzkrise 2008 wandelte sich der übergeordnete Wachstumsmythos in sein genaues Gegenteil – in einen Mythos der Zerstörung und des Verfalls. Die Projekte und Entwürfe, die vorher passgenau in den alten virtuellen Kontext VAE integriert waren, verloren in ihren Sphären den sinnstiftenden Überbau. Dadurch waren sie nun nicht mehr Teil eines vollständigen virtuellen Kontextes mit Wechselwirkungen, sondern nur noch Fragmente, die ohne Möglichkeit der Rezeption im Wüstensand versanken. Im Rückblick ging der virtuelle Kontext als »Work in Progress« der physischen Realität vorweg. Sicherlich gibt es auch andere Gründe für die Entwicklung, z. B. Steuerflucht und Geldwäsche, aber die Bedeutung, die mediale Darstellungen in diesem Fall auch für ganz reale Entwicklungen im Lebensumfeld von Menschen spielten, ist gravierend. Der virtuelle Kontext der VAE ist zwar historisch abgeschlossen und existiert parallel zu den realen VAE, mit denen er sich vor allem durch den Pauschaltourismus verschränkt, aber er ist nur ein Beispiel für die Mechanismen des Virtuellen im globalisierten Zeitalter.

## Abstrakte virtuelle Kontexte

Die virtuellen Kontexte der Mediengesellschaft sind nicht nur die Sinnstiftungen über Orte, Personen und Zustände in Filmen oder Bildern. Auch sehr abstrakte Sachverhalte oder Ansichten, die sich in der realen Welt kaum wirklich verorten lassen, bilden virtuelle Kontexte aus bzw. werden als solche konstruiert. Vor allem Konzepte mit einer umfassenden Mythologie, die auf Erscheinungen geprägt werden soll, fallen darunter. Ideologien oder Religionen und ihnen artverwandte soziale Gruppen wie Nationen oder Terrororganisationen sind ihrem medialen

Wesen nach virtuelle Kontexte; natürlich nicht für den, dessen unmittelbare Realität davon geprägt ist, aber für Mediennutzer, für die zahlreiche Erscheinungen sich unter bestimmten Perspektiven sinnstiftend vereinen.

Gerade abstrakte Kontexte im Wechselspiel der Medien folgen dieser Logik. Als Beispiel kann die Terrororganisation des Islamischen Staates (IS) genannt werden, die sich im westlichen Bereich vor allem durch eine Art grausame »Öffentlichkeitsarbeit« als Medienphänomen in Erscheinung setzte.

Jeder abstrakte Ansatz hat das »Problem«, das er nicht in einer wahrnehmbaren Sphäre a priori existent ist. Als mentales Konzept ist er per se virtuell. Umfassendere Konzepte wie Religionen oder Ideologien, aus denen Staaten und Gebilde hervorgehen, verfügen zu Beginn über das strukturelle Problem mangelnder Zuwendungsmöglichkeiten und Perspektiven auf ihre Inhalte. In der Konstruktion von abstrakten Kontexten erscheinen dahingegen die Sphären der Emotion und des Mythos als die entscheidendsten, da durch sie eine primäre Anschlussfähigkeit hergestellt werden kann. In ihnen wird ein »mythisch-magischer Kreis des Wirkens« definiert, der alles umfasst und schon per Definition der Schwerpunkt umfassender Systeme wie der Religion und der Ideologie ist. Durch die Sphäre des Mythos können dabei die Ikonen ausgebildet werden, da sie einen persönlichen Zugang zur Sinnstiftung anbieten. Diese Icons können Begriffe oder Schlagworte sein, aber meist sind es mediale Personen, die für eine bestimmte Perspektive stehen und sozusagen den Star als vermeintliches Gegenüber verkörpern.

Die Sphäre der Narration umfasst nun die Einordnung von Ereignissen oder Riten, die sich direkt aus dem Mythos ergeben, aber auch Handlungen, die auf die Verwirklichung einer Utopie hinwirken sollen, falls diese im Mythos angelegt ist. Auch die Zeichen speisen sich hieraus und können Verkörperung sein, z. B. Kleidung, oder auch Handlungen, z. B. terroristische Attentate, die in der narrativen Sphäre als zielführend zur Sinnstiftung definiert wurden. Die Sphären der Images und der Emotionen speisen sich ebenso aus dieser Sinnstiftung und verfügen im Wesentlichen über die Funktion, in der Sphäre der Erscheinungen Schemen zu konkretisieren, die als die Verkörperung des virtuellen Kontextes fungieren. Diese wiederum erlangen durch möglichste Einfachheit und Wiederholung eine scheinbare gegenseitige Bestätigung und Verankerung im Bewusstsein regelmäßiger Medienkonsumenten. Im Falle des IS wären diese Erscheinungen z. B. die Schemen der Schwarzen Fahnen, die Vermummung oder auch die sich wiederholende Ikonografie der Hinrichtungen. Wie auch immer die Sphäre der Erscheinungen gestaltet sein mag, erst durch eine vollständige »Brücke« und damit durch die Wechselwirkung zwischen allen Sphären wird das, was der virtuelle Kontext bezeichnet, überhaupt als virtueller Kontext sinnstiftend wirksam.

Das Beispiel des IS verdeutlicht dabei die Anschlussfähigkeiten und die Wandelbarkeit von virtuellen Kontexten anhand der Perspektive. Gerade der IS verfügte über Zulauf von Personen, die ihn, als in Europa Aufgewachsene, nur als mediale Erscheinung kannten. Ein vermutlich erster Kontakt über Internetauftritte oder Ähnliches ist zunächst nur ein kleiner virtueller Kontext – ein Fragment –, der sich aber durch immer weitere anschlussfähige Kontexte zu einem perfekten Bild, wenn nicht sogar einem Weltbild erweitert, bis hin zur Suche nach dem vermeintlich realen Kontext durch aktive Teilnahme in der Kriegsregion. Für jemanden, der den virtuellen Kontext des IS und die weiteren Cluster, die an ihn anschließen, als Weltbild annimmt, strukturiert der Kontext tendenziell alle Erscheinungen in seiner Wahrnehmung, indem er sie in ein sinnstiftendes Ganze einordnet.<sup>36</sup> Es ist nur selbstverständlich, dass die Schöpfer solcher Ideologien bestrebt sind, diese virtuellen Kontexte als perfekte Bilder auszubilden, so dass ein Anhänger sie als Konstrukte gar nicht mehr erkennt. Aus der Perspektive eines westlichen atheistischen und desinteressierten Medienkonsumenten ist der gleiche virtuelle Kontext dahingegen vielleicht gar kein umfassender, sondern nur ein relatives kleines Fragment innerhalb eines anderen umfassenden Kontextes. Vielleicht wird es zum Zeichen innerhalb eines virtuellen Kontextes der »bedrohlichen Lage der Welt« in einer Nachrichtensendung und damit zu einem untergeordneten Fragment in einem anders gestalteten Weltbild.

Durch das Beispiel des IS als Medienerscheinung soll illustriert werden, wie sehr der sinnstiftende Wirkungsgrad von virtuellen Kontexten von der Art der Zuwendung eines Betrachters und der Kombination mit anderen »passenden« Kontexten abhängt. In der Rezeption des Medienkonsumenten sind virtuelle Kontexte damit nicht starr, sondern wandelbar und variabel; eben genau wie das, was sie ihrem Wesen nach sind: Kommunikation.

## Reduzierte Kontexte

Diese Wandelbarkeit von virtuellen Kontexten durch die Perspektive ist allen Medienphänomenen zu eigen, zu denen – in einer erweiterten Definition – auch physische Objekte wie Kleidung oder Möbel gehören. Was in der einen Kontextualisierung wie ein umfassendes Weltbild erscheint, ist in einer anderen Kontextualisierung vielleicht nur ein überschaubares Objekt. Der Schlüssel hierzu liegt aber nicht im Gegensatz der Objekte, sondern in den Erscheinungen und daraus resultierenden Komplexitäten, die sich aus ihrer medialen Darstellung ergeben.

36 Damit ist auch die Weltbild-Theorie von Michael Kearney (1984) für die virtuellen Kontexte von Relevanz, nicht zuletzt deshalb, weil der Dualismus zwischen Ich und dem Anderen hier prägend ist. Allerdings beruht diese

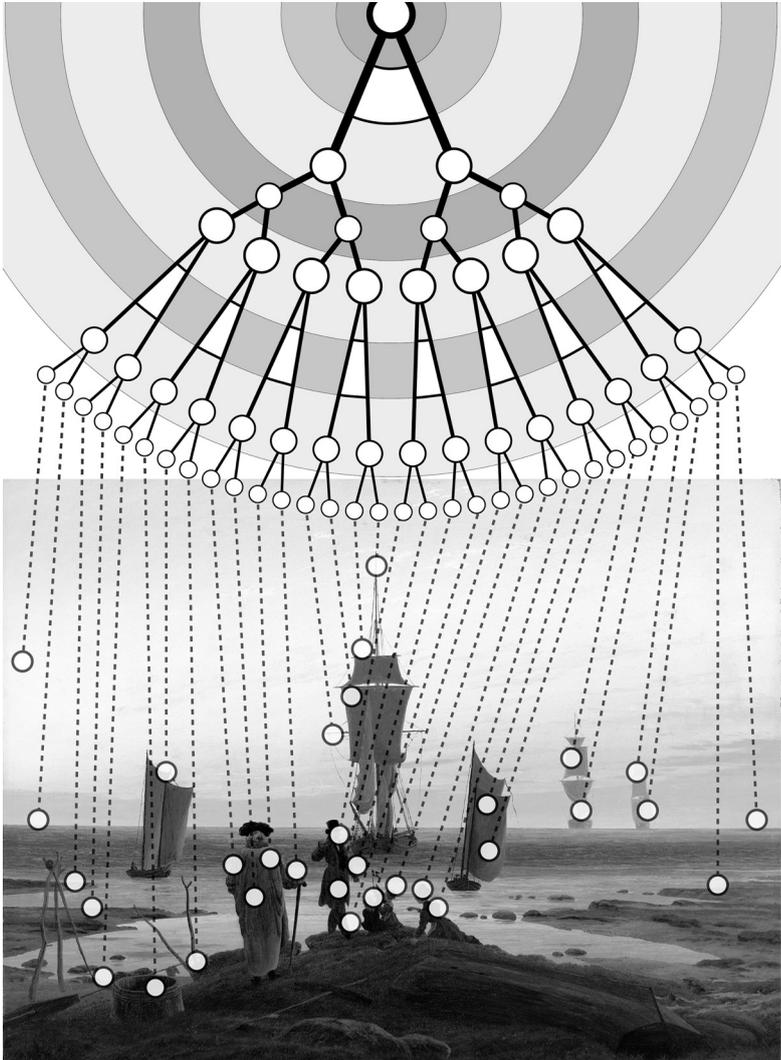


Abb. 18: Konkrete Zusammenhänge im Bild. Da virtuelle Kontexte in ihrer Größe skalierbar sind, lassen sie sich auch auf bereits gerahmte Zusammenhänge, z.B. in Bildern, anwenden. In »Die Lebensstufen« (1835) von Caspar David Friedrich sind unterschiedliche Lebensphasen dargestellt. Dieser Zusammenhang bildet sich aus den Gruppen der gemalten Schemen, die durch die Art der Gestaltung eine bestimmte Stimmung evozieren. Die jeweiligen einzelnen Narrationen, die sich aus den Zeichen (der Greis, das Kind usw.) ergeben, sind durch dargestellte narrative Handlungen in den sinnstiftenden Mythos einer Lebensallegorie eingebunden, der sich erst aus der Perspektive – hier bereits durch den Rahmen des Bildes vorgegeben – in der Sphäre des Icons ergibt.

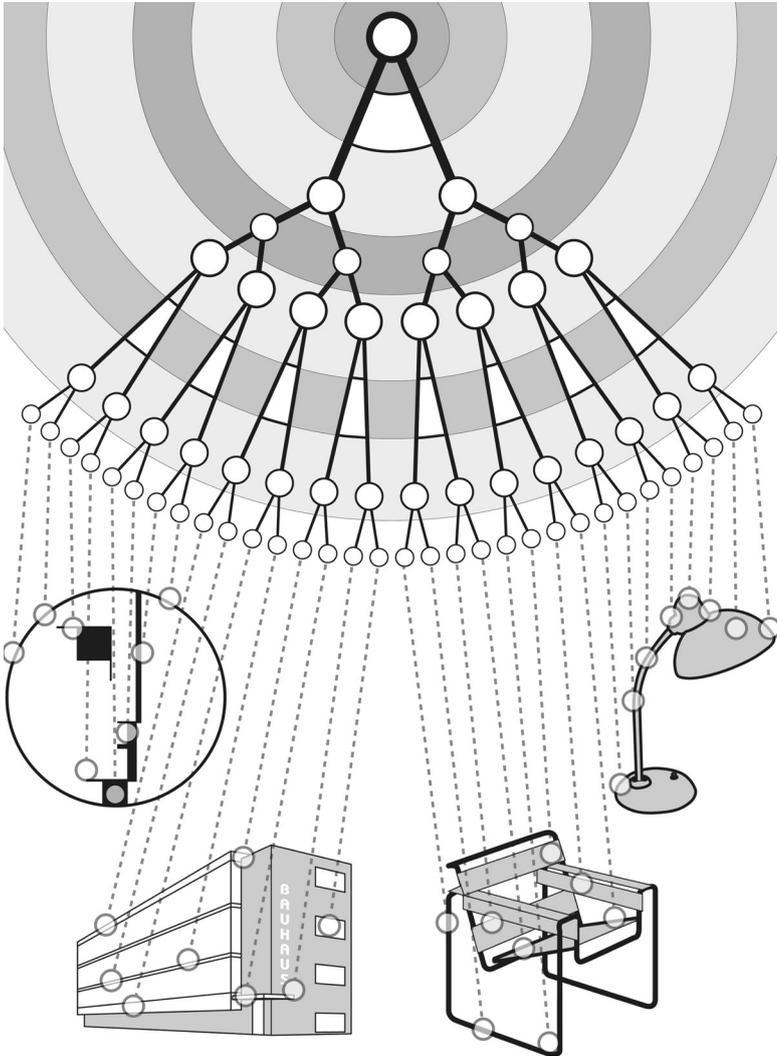


Abb. 19: Konkrete Zusammenhänge als Stil. Anhand des Bauhauses als Gestaltungsschule wird deutlich, dass virtuelle Kontexte auch mehrere Objekte sinnstiftend verbinden können und auf Weltbilder verweisen. In der Gestaltung der unterschiedlichen Objekte wirken bestimmte Elemente nach bestimmten Prinzipien zusammen. Diese sich wiederholenden Relationen bilden Gestaltungsansätze in der Sphäre der Narration, die durch eine übergreifende Haltung oder einen Stil in der Sphäre des Mythos verbunden sind. Die Sphäre des Icons ist hierbei die allgemeine menschliche Perspektive des Gestalters und des kundigen Rezipienten.

Beispielsweise verfügen auch Gebäude oder Möbel über einen Zeichengehalt in einem größeren virtuellen Kontext, etwa in einem Spielfilm. Aber das liegt nur an der Perspektive und der Zusammenstellung der Erscheinungen. Die mediale Abbildung könnte sich auch nur auf das »Gebäude« oder den »Sessel« konzentrieren und so jeweils beide virtuell kontextualisieren. Auch die Darstellung eines vermeintlich rein physischen Objektes kann so zu einem virtuellen Kontext werden, der sinnstiftend auf die Erscheinungen zurückwirkt. In der Sphäre der Erscheinungen bestehen diese natürlich wieder aus einem Konglomerat mehrerer Einzelercheinungen wie der Materialität, die sich in formbildenden Gruppen, wie die der strukturellen Gestaltung, zusammenfinden. Als Schema vereint, kann hierzu in der Sphäre der Emotion ein Zustand existieren, der einen übergreifenden Bezug, z. B. »weich« oder »lieblich«, auf die Form beinhaltet. In der Sphäre des Images läge dann z. B. die Gruppe »gemütlicher Sessel« oder »schönes Haus« vor. Diese wirkt zeichenhafte in die Sphäre der Narration hinein, in der Handlungen an, mit oder aus dem Objekt als Möglichkeiten vorliegen. Das heißt, dass auch ein Gegenstand durchaus Narrativ sein kann – Raumabfolgen stellen z. B. Beziehungen zueinander auf; der schöne helle Raum folgt auf den dunklen Raum oder die Stuhllehne leitet spezifisch auf die Sitzfläche über. Die Sphäre des Mythos bildet nun die Bedeutungssphäre als Handlungs- und Kombinationsmöglichkeit, durch die sich ein Individuum, verkörpert durch die Sphäre des Icons, darauf bezieht.

So einfach und simpel die Wechselwirkung anhand dieser Beispiele auch ist, so sind auch hier Querverbindungen auf andere virtuelle Kontexte und ihre Inhalte denkbar. So können die Erscheinungen auch emotional mit einem anderen Kontext verknüpft sein und dort zu einem Zeichen für »modern« oder »edel« werden. Auch die Einbindung anhand der Sphäre des Mythos, z. B. in ein ganzes Weltbild, kann erfolgen. Die Utopie des »Guten Lebens«, die ja häufig durch den Erwerb einer bestimmten Immobilie, des »schönen Hauses«, eintreten soll, findet sich genau in diesem Beispiel. An den eigentlichen Erscheinungen, vielleicht das Bild eines baufälligen Bauernhauses, ändert sich nichts; es wird nur unter einer neuen Perspektive betrachtet und damit in seinem Kontext verändert. Einfache virtuelle Kontexte können in umfassendere Kontexte integriert oder aus diesen auch gelöst werden. Je höher aber die Komplexität der medialen Erscheinungen ist, desto solitärer verhält sich ein Kontext.<sup>37</sup>

Theorie auf dem Cognitive Mapping, dessen Ansätze durch die Systematik der virtuellen Kontexte grundlegend erweitert werden. Vgl.: Zurawski, Nils: *Raum – Weltbild – Kontrolle*, S. 20–22.

- 37 Es zeigt sich auch, dass Erscheinungen mit einer ausreichenden Komplexität einen virtuellen Kontext auch bei einem Betrachter tendenziell evozieren können. Der Hirnforscher Rainer Bösel berichtet dahingehend von einer

## Qualitäten

Virtuelle Kontexte sind also trotz ihrer starren Struktur immer auch von einer Wandelbarkeit bestimmt. Es ist die Wandelbarkeit des Rezipienten, der auf diese reagiert, mit ihnen interagiert oder sie nur flüchtig wahrnimmt, ohne die Komplexitäten mental nachzuvollziehen. Dennoch sind die virtuellen Kontexte ab einer bestimmten Komplexität des Medienproduktes faktisch vorhanden. Sie ergeben sich logisch aus der Relation der Einzelteile und geben die Perspektive vor. Aus dem Bild eines brennenden Hauses wird kein Bild einer Blumenwiese; egal welche Perspektive der Rezipient dazu einnimmt.<sup>38</sup>

Dennoch gibt es noch einen Fall, der im System der virtuellen Kontexte bisher nicht angesprochen wurde: fehlende Qualität. Es ist ja mitnichten so, dass alle virtuellen Kontexte der Medien perfekt wären, wie es bisher im Sphärenmodell vereinfacht dargestellt wurde. Im Gegenteil: Die meisten Medienerzeugnisse sind geprägt von fehlenden Sinnverbindungen, die eine Kontextualisierung verhindern. Die Frage der Qualität – und zwar im Allgemeinen – ist damit den virtuellen Kontexten wesensimmanent, da sie sich gerade durch die Wechselwirkung der Teile definieren.

Qualität kann hierbei als einer der kritischsten Begriffe in der Gestaltung von Medien bezeichnet werden, obwohl er stetig verwendet wird und eigentlich selbsterklärend zu sein scheint. Qualität als Begriff ist schwammig, aber bezeichnet in der herkömmlichen Definition den Zustand eines Objektes als Summe seiner Eigenschaften in einer Bewertung.<sup>39</sup> Aber genau in der Bewertung liegt die Unschärfe. Welcher »Wert«

Studie, in der Laien Kategorien für Maler anhand von ihnen unbekanntem Bildern bilden sollten, was auch ohne Vorbildung gelang. Demnach können die Laien auch Unterschiede erkennen, ohne über explizite Kriterien zu verfügen. Vgl. Bösel, Rainer: *Wie das Gehirn »Wirklichkeit« konstruiert*, S. 109–110.

- 38 Auf die Darlegung des Philosophen Jürgen Habermas zur Interpretation bezugnehmend, fasst die Anmerkung des Semiotikers und Medienwissenschaftlers Umberto Eco der Soziologe Marcus Baum dahingehend zusammen: »Im Kontext der Debatten zum neuen Realismus argumentiert Eco, dass Interpretationen nicht willkürlich sind. Es gibt, so Eco, die Möglichkeit, begründet zwischen angemessenen und falschen Interpretationen zu unterscheiden [...]. [...] [z.B.] ein Schraubenzieher, der durchaus als Waffe dienen kann, aber sicherlich nicht als Glas, das eine Flüssigkeit aufbewahren kann.« Zitat in: Baum, Markus: *Kritische Gesellschaftstheorie der Kommunikation*, S. 154.
- 39 Hierzu die Definition des Kommunikationswissenschaftlers Thomas A. Bauer: »Qualität ist ein Begriff, der so etwas wie eine operationale Fiktion beschreibt [...], die nur im Kontext der vergleichenden Beobachtung zwischen Idealvorstellung und Realgebrauch, zwischen normativer Erwartung und

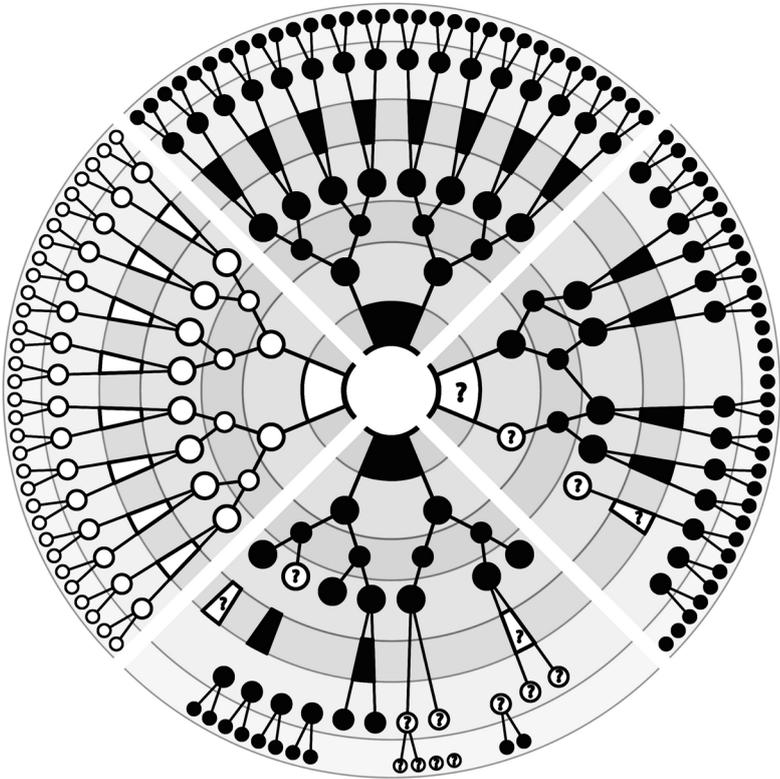


Abb. 20: *Qualität ist eine Eigenschaft, die sich nur aus den Relationen der Eigenschaften eines Objektes in Bezug auf einen Rezipienten ergibt. Die allgemeine Annahme, dass Qualität immer im Blickwinkel des Betrachters liegt, ist dabei falsch, wohl kann aber ein Objekt im Ganzen angenommen oder abgelehnt werden. Nach der Systematik der virtuellen Kontexte bestehen Sinnstiftungen aus Relationen und nicht aus Inhalten. Ob etwas als gut oder schlecht wahrgenommen wird, ist zunächst irrelevant, da virtuelle Kontexte nur durch die Verknüpfungen sinnstiftend verbunden sind. Nimmt man nun das Modell und projiziert es auf Objekte, lässt sich anhand einer Beschreibung eine Abbildung der Qualität erstellen, mit Hilfe derer unterschiedlichste Objekte vergleichbar sind. Die unterschiedlichen Erscheinungen stellen dabei die einzelnen Gruppen, z.B. eines Hauses, wie Türen, Wände, Fenster usw., dar, die über bestimmte Gestaltungselemente als Emotion und eine spezifische interne Narration als Funktion verfügen. All das wird zusammengehalten von einem verbindenden Mythos, durch den sich ein Nutzer zu den einzelnen Elementen verhält. Im Gegensatz zur Systematik der virtuellen Kontexte müssen die Elemente hierbei benannt werden, um sie zu erfassen. Hohe Qualität ist dann erreicht, wenn sich zu allen Erscheinungen Relationen ausbilden lassen; niedrige Qualität wiederum, je mehr Fragmente in der Erfassung existieren, zu denen keine Relationen gebildet werden können.*

einem Objekt zukommt, ist subjektiv und von Nutzer zu Nutzer verschieden. Auch was dem Schöpfer eines Gegenstandes als Qualität erscheint, muss demnach für eine andere Person nicht dieselbe Qualität haben. Dieser potentielle Unterschied des scheinbar Gleichen ist auf den ersten Blick nicht weiter problematisch, ist doch im gesellschaftlichen Raum eigentlich alles Gegenstand eines kommunikativen Aushandelns. Er ist aber dann problematisch, wenn aufgrund der Unschärfe des Begriffes der Qualität alles nach dem Aspekt der Quantität bewertet wird.<sup>40</sup>

Genau dieses scheint allerdings die zeitgenössisch vorherrschende Perspektive in der Betrachtung der Welt zu sein, durch die anhand der vermeintlich objektiven Erscheinung und der damit verbundenen Zuschreibung von Zeichen eine Vereinheitlichung entsteht. Wirtschaftlich macht das vor allem im Freihandel Sinn – eine Tonne Öl ist eine Tonne Öl –, da Gegenstände leichter miteinander verglichen und demnach gehandelt werden können. Eine Frage der Qualität, also des allgemeinen Mehrwertes über eine numerische Zuschreibung hinaus, stellt sich hierbei nicht, und wenn, dann nur durch Kategorien, die aber wiederum das Ergebnis einer numerischen Zuschreibung sind. Als Modus Operandi des zeitgenössischen Lebens durchdringt dabei die quantitative Erfassung alle gesellschaftlichen Bereiche und bildet dabei eine Dualität zu der Qualität aus, die als menschliche Urfahrung zunehmend an Bedeutung verliert.<sup>41</sup>

Für schöpferische Tätigkeiten im Medialen ist dies fatal, da sie sich als Teilnehmer der Wirtschaft, die zunehmend alle Bereiche des Lebens

praktischer Erfüllung Sinn macht. Qualität ist demnach ein durch normative Kriterien gestütztes Diagnosekonzept [...] zusammengesetzt aus Kriterien und Standards, mittels deren ein Befund über die strukturelle und funktionale Tauglichkeit von Projekten, Produkten, Prozessen bzw. von Handlungs- und Beobachtungszusammenhängen – hier von Medien – für den spezifischen Gebrauchszusammenhang, den sie implizit oder explizit adressiert, erstellt werden kann. Dier Erwartungen sind nie absolut, nie objektiv, sondern immer kontextbezogen [...], und graduell wie materiell je nach Erwartungsbewusstsein [...] unterschiedlich nivelliert [...].« Zitat in: Bauer, Thomas A.: *Kommunikation wissenschaftlich denken*, S. 332–333.

40 Einige Philosophen sehen in der Quantifizierung vor allem eine Gefahr für die Wissenskultur, wobei durch standardisierte Parameter eindimensionales Denken gefördert werde. Vgl.: Greis, Christian: *Die Pädagogik der Frankfurter Schule*, S. 86.

41 Der Autor Christian Greis fasst dahingehend die ähnliche Kritik von Adorno und Horkheimer an der sogenannten Kulturindustrie zusammen: »Deswegen drückte sich der Wert eines Kulturgutes nicht mehr dadurch aus, dass es gebraucht, sondern wie oft es verkauft wurde. Die Qualität wurde durch die Quantität ersetzt. Kultur wird zum standardisierten Kulturgut.« Zitat in: Greis, Christian: *Die Pädagogik der Frankfurter Schule*, S. 10.

durchdringt, auch tendenziell einem quantitativen Ansatz unterwerfen müssen. Nirgends wird das so deutlich wie in der Immobilienwirtschaft, in der die Entwicklung von Gebäuden fast ausschließlich auf quantitativen Kategorien, etwa Wohnungsgrößen im Verhältnis zu Mieteinnahmen, beruht. Qualität erscheint hier als ein Zusatz, der nur, wenn er auf die quantitativen Modelle keine Auswirkung hat, aufgrund von Behauptungen, Annahmen oder Vergleichen mit den Konkurrenten angenommen wird. Eine Objektivierung der Qualität, die als Kategorie ernsthaft bedroht ist, erfolgt hierbei mitunter nicht, sondern beruht auf Instanzen, denen das Erkennen von Qualität zugeschrieben wird; was wiederum keine Objektivierung ist, sondern letztlich nur eine in vermeintlich objektiven Zahlen ausgedrückte Behauptung. Und auch hier gehen Bilder, ob als Skizzen oder Visualisierung, in der Vereinigung von Simulation und Imagination den realen Strukturen vorweg.

Von diesem Exkurs ausgehend, zeigen sich die Wechselwirkungen, denen virtuelle Kontexte unterliegen können. Ähnlich wie im Beispiel des Bildes zum Haus verfügen mediale Objekte ab einer bestimmten Komplexität über einen spezifischen virtuellen Kontext, der ihre Sinnhaftigkeit gegenüber einer Perspektive, die in ihnen selbst liegt – das ist ja die Kerndefinition des virtuellen Kontextes –, definiert. Damit hat ein solches Objekt eine ihm innenwohnenden Qualität, die für sich selbst steht und nicht in einen anderen Kontext, beispielsweise eine numerische Perspektive, gefügt werden muss. Diese Übertragung wäre eigentlich nur notwendig, wenn die Eigenqualität sich als Sinnzusammenhang beim Rezipienten nicht einstellt. Und da diese Qualität unabhängig von ihm existiert, kann ein Nicht-Nachvollziehen nur an der Fehlerhaftigkeit des virtuellen Kontextes liegen; was bedeutet, dass sich nicht alle Sphäreninhalte aufeinander beziehen lassen.

Dreht man die Betrachtung des Modells des virtuellen Kontextes um, von einer *Beschreibung* von Medien hin zu einer *Schaffung* von Medien, zeigt sich, dass mit diesem Modell sowohl ein tendenzieller Maßstab als auch eine Anleitung zur Qualität von Medien aufgezeigt wird. Der Grundansatz zur Definition von Qualität erfolgt hierbei anhand des grafischen Sphärenmodells, dessen mittige Sphäre des Icons gedanklich sozusagen »auf« den Kontext der Qualitätserkennung (was die Perspektive des Betrachters oder ein konkreter Rahmen, z. B. ein Bild, ist) und das folgende Benennen der Elemente in den einzelnen Sphären gelegt wird. Die Sphäre des Mythos umfasst hierbei den Anschluss an einen übergeordneten Kontext, der durch das Werk oder das Objekt eingenommen wird – sozusagen das Einfügen in eine bestimmte Sichtweise auf die Welt. Die Narration und die Zeichen fungieren als Ebenen der Eigenschaften in bestimmten Nutzungskonstellationen, während das Image unterschiedliche Formen des Objektes umfasst, zu der sich die Sphäre Emotion als ästhetische Kategorie gruppiert. Die Sphäre der Erscheinungen umfasst

dabei alle Aspekte und Kategorien, die sich aus der Wahrnehmung des Objektes ergeben. Nach der grundlegenden Erkennung der einzelnen Aspekte innerhalb der Sphären erfolgt nun die eigentlich qualitative Erfassung anhand der Wechselwirkungen des virtuellen Kontextes. Hierbei müssen sich durch die Wechselseitigkeit alle Elemente der jeweiligen Sphären logisch deduktiv oder induktiv auf bestimmende Elemente einer benachbarten Sphäre beziehen. Sollte das bei allen benennbaren Elementen der Sphäre des Objektes der Fall sein, kann von einer hohen Qualität gesprochen werden, die anteilig abnimmt, je mehr Elemente, ausgehend von den unterschiedlichen Erscheinungen eines Kontextes, sich nicht durch das durchgängige System der Strukturlogik verketteten lassen. Für diese praktische Anwendung kämen dabei alle Medienerzeugnisse ab einer bestimmten Komplexität in Frage. Das heißt, in qualitativer Sicht könnten durchaus auch ein Bild, ein Roman und ein Popstar miteinander verglichen und dieser Vergleich objektiviert kommuniziert und dargestellt werden.

Ein solches Schema gilt natürlich auch und vor allem für das Erkennen und das Kreieren von virtuellen Kontexten. Die wichtigste Operation ist dabei Genauigkeit; die Genauigkeit des Wahrnehmens. Erst durch die genaue Erfassung der Erscheinungen und die Art und Weise, in der sie sich in welcher Perspektive zueinander verhalten, kann ein Kontext erkannt werden. Es ist dabei wichtig, »leere« Stellen, also z.B. eine fehlende Einbindung in eine Narration durch Veränderungen der Perspektive oder der Erscheinungen, aufzulösen. Kontexte wirken nur durch die sinnhafte Verbindung aller Aspekte. Das gilt vor allem für die Schaffung von Medieninhalten, bei denen in der Praxis mitunter ein hilfloses Hantieren mit den einzelnen Elementen des virtuellen Kontextes, ohne Beachtung der Verkettung und Wechselwirkungen, zu beobachten ist. Vor allem hier gilt, dass sich die Qualität eines Erzeugnisses dadurch auszeichnet, wie und ob es mit den Erscheinungen, mit denen es zusammenwirkt, einen sinnvollen und schlüssigen Kontext ausbildet. Für den Entwurf eines Gebäudes wäre das z.B. der Fall, wenn sich die Erscheinungen des entworfenen Gebäudes mit den Erscheinungen, mit denen es im Kontext steht, schlüssig durch alle Sphären des virtuellen Kontexts verbinden. Die Frage, was genau an Erscheinungen zu diesem Kontext gehört, ist dabei natürlich eine Frage der Perspektive des Erschaffers. Vor allem ist es aber eine Frage, die über Medienerscheinungen, wie sie bis jetzt erörtert wurden, hinausgeht. Da sich Medieninhalte und vermeintlich neutral gegebene Beschaffenheit zunehmend vermischen, entsteht eine weitere Ebene in der Betrachtung von virtuellen Kontexten, die Auswirkungen auf die Frage der Qualität hat.