

# Landschaft als Text-

## Das Cineplexx Palace als Zeichensystem

---

Christine SCHEUCHER

SE: Textualität/Textualitäten

WS 2000/2001

Ao. Univ.-Prof. Dr. Richard Schrodtt

### Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	S.1
<b>1. Kultur als Text</b> .....	S.3
<b>2. Semiotik – zum Standort einer Methode</b> .....	S.6
<b>2.1 Struktur – Code</b> .....	S.6
<b>2.2 Denotation – Konnotation</b> .....	S.11
<b>2.3 Das Signifikat als kulturelle Einheit</b> .....	S.12
<b>2.4 Methodologischer versus ontologischer Strukturalismus</b> .....	S.16
<b>3. Der Kulturbegriff der Cultural Studies</b> .....	S. 20
<b>4. Rhetorik der Persuasion – Das Cineplexx Palace als Zeichensystem</b> .....	S.24
<b>Schlussbemerkung</b> .....	S.44
<b>Anhang</b> .....	S.45
Glossar.....	S.46
Interviews.....	S.48
<b>Bibliographie</b> .....	S.49

## Vorwort

---

Der Zusammenhang zwischen Sprache und Denken wirft Fragen auf, die nicht nur für die Erkenntnistheorie relevant sind, sondern auch für die Sozial- und Kulturwissenschaften interessante Forschungsperspektiven eröffnet. Seit den 70er Jahren wurde Sprache als wichtiger Baustein innerhalb der Konstitution von Kultur und Gesellschaft im Kontext semiotischer Analysen zum zentralen Punkt in der Auseinandersetzung mit Kultur. Das in aktuellen Diskursen oftmals inflationär beschworene Medienzeitalter rotiert um die Frage, wie Kultur als Kommunikationsphänomen funktioniert. Auch wenn diese Diskussion im populärwissenschaftlichen und alltagskulturellen Bereich häufig verflacht und mit dem Schlagwort „Kultur ist Kommunikation“ zur Plattitüde erstarrt, die Leitartikelschreiber und Trendforscher bei Bedarf lässig aus dem Handgelenk schütteln, scheint es dennoch sinnvoll zu sein zu den Wurzeln einer Methode zurückzukehren, die die Gesetze der Kultur aus den Gesetzen der Kommunikation deduziert. Vorliegende Arbeit stellt den Versuch einer Analyse des Wiener Cineplexx Kino- und Entertainmentcenters dar, die der methodischen Richtschnur der Semiotik folgt. Das Cineplexx wird als kultureller Raum untersucht, der den Besucher mit einer Unmenge von Kommunikationsangeboten – sei es vermittelt architektonischer, visueller oder sprachlicher Botschaften – konfrontiert.

Die Frage, wie Bedeutung übermittelt wird und wie sich Bedeutungsproduktion und -rezeption im Kontext der sozialen Praxis gestalten, macht es unumgänglich, auch die theoretischen Grundlagen des angewendeten operationellen Verfahrens näher zu erläutern. Das erste Kapitel möchte überblicksartig den Forschungshintergrund darstellen, der den Versuch inspiriert hat, ein Phänomen der Massenkultur wie das Wiener Cineplexxkino als Ort konventionalisierter Zeichen und Codes, als Text, zu interpretieren. Nach einer Einleitung, die das theoretische Modell der Semiotik vorstellt, soll der Analyseteil schließlich zeigen, ob sich die Semiotik in der Praxis bewährt. Ich möchte explizit darauf hinweisen, dass es sich hierbei um keine empirische Analyse handelt, sondern vielmehr um den Versuch, eine Methode zu erproben. Das operationelle Verfahren, das ich gewählt habe, ist eklektisch und stellt die Synthese zweier eng miteinander verwobener Forschungsrichtungen dar: Neben semiotischen Modellen bilden die Kulturkonzepte der Cultural Studies eine wichtige Grundlage dieser Arbeit. Aufgrund dessen wird auch der Kulturbegriff der Cultural Studies in einem eigenen Kapitel kurz behandelt.

Bei der Auseinandersetzung mit dem theoretischen Modell der Semiotik folge ich in erster Linie Umberto Ecos Einführung aus dem Jahre 1972, wobei mir vor allem auch Jürgen Trabants Ausführungen in „Elemente der Semiotik“ (1996) den Einstieg in das Forschungsgebiet der Semiotik erleichtert haben.

## 1. Kultur als Text

---

Während die amerikanische Semiotik in der Sprachphilosophie<sup>1</sup> wurzelt, bildet die strukturelle Linguistik Ferdinand de Saussures das Fundament der europäischen Semiotik. Diese Nähe zur Linguistik hat innerhalb der verschiedenen Forschungsrichtungen Diskussionen ausgelöst: Schließlich habe die Struktur der Sprache, wie sie der Strukturalismus beschreibt, so Kritiker, nicht für alle Zeichensysteme Gültigkeit. Umberto Eco versucht in seinem Werk einen Brückenschlag zwischen der amerikanischen und europäischen Schule. In seiner 1972 publizierten „Einführung in die Semiotik“ bezieht sich Eco sowohl auf Peirces triadischen Zeichenbegriff als auch auf die strukturalistische Linguistik der europäischen Tradition. Eco folgt de Saussure, der als erster eine Wissenschaft der Zeichensysteme forderte, wenn er im Gegensatz zu Roland Barthes<sup>2</sup> die Linguistik als Teilgebiet der Semiotik kategorisiert. Zwar stammen die Arbeitsinstrumente der Semiotik häufig aus dem Bereich der Linguistik, jedoch gibt es Zeichensysteme wie etwa die Musik oder die abstrakte Malerei, die den Strukturprinzipien der Sprache nicht entsprechen.

Wodurch ist nun aber die semiotische Methode gekennzeichnet? Alle Aspekte der Kultur, so Ecos zentrale Hypothese, können als Kommunikationsphänomene untersucht werden: *„In der Kultur kann jede Größe zum semiotischen Phänomen werden. [...] Die Semiotik ist eine Disziplin, die sich mit der ganzen Kultur beschäftigen kann und muß.“*<sup>3</sup> Der Kultursemiotik zufolge ist Kultur also ein symbolischer bzw. textueller Zusammenhang, in dem sich einzelne kulturelle Elemente gleichsam zu einem Textuniversum verdichten.

Demnach umfasst das semiotischen Feld bei Eco äußerst unterschiedliche Bereiche: Die Kybernetik wird als „untere Schwelle“ der Semiotik ebenso zum Untersuchungsgegenstand wie Naturphänomene, die als Zeichen gedeutet werden können. Verschiedentlich wurde kritisiert, dass die Semiotik als wissenschaftliche Methode an Schärfe verliert, wenn sie die zu analysierenden Gegenstandsbereiche nicht deutlicher abgrenzt. Sottong und Müller konzedieren zum Beispiel, dass Eco Information und Kommunikation verwechselt, wenn er die Interpretation von Naturphänomenen dem semiotischen Feld subsumiert:

Natürlich ist auch die Entnahme von Informationen aus der Natur konventionalisiert, sie funktioniert auf der Basis der Realitätskonzeption

---

<sup>1</sup> Die amerikanische Semiotik steht vor allem unter dem Einfluss Charles Sanders Peirces bzw. der sprachphilosophischen Pragmatik Austins und Searles, die auf dem Spätwerk Wittgensteins aufbaut.

<sup>2</sup> vgl. Roland Barthes „Elemente der Semiologie“ Frankfurt am Main : Syndikat 1979.

<sup>3</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl) München: Fink 1994, S. 38.

einer Kultur. Wenn jedoch sämtliche Formen der Informationsentnahme zur Semiotik gerechnet würden, so wäre die Semiotik letztlich eine Disziplin, die das gesamte Wissen – und Realitätssystem einer Kultur, das natürlich konventionalisiert ist, zu ihrem Gegenstand macht – und damit wäre sie letztlich die gute alte Philosophie in neuem Gewande.<sup>4</sup>

Indem Eco den operationellen Charakter der Semiotik betont, immunisiert er seinen Ansatz jedoch weitgehend gegen diese Kritik. Entschieden distanziert er sich von einem ontologischen Strukturalismus, der sich anmaßt, über die Phänomene als *Ding an sich* zu reflektieren:

Es ist klar, dass während die Elemente des Feldes eine „objektive“ Existenz hatten (in dem Sinne, dass sie als Aspekte der Kultur existieren), die Struktur des Feldes als System als *Verfahrenshypothese* zu betrachten ist, als das methodologische Netz, das wir über die Vielfalt der Phänomene geworfen haben, um von ihnen sprechen zu können.<sup>5</sup>

Ecos zentrale Untersuchungshypothese lautet also, dass alle Elemente der Kultur zum semiotischen Phänomen werden können. Auf einem ähnlichen theoretischen Substrat fußt die strukturelle Anthropologie, die Homologien zwischen dem System der Sprache und kulturellen Formationen aufspürt. Analog zum System der Sprache, wie es de Saussure definierte, konstituiert sich die Bedeutung kultureller Systeme, weil Einzelelemente miteinander in Opposition treten bzw. kombiniert werden können. Bedeutung wird damit zum relationellen Phänomen, das sich aus dem Strukturzusammenhang ergibt. Auch die Funktion kultureller Handlungen erschließt sich erst innerhalb dieses Strukturzusammenhangs bzw. innerhalb spezifischer kultureller Codierungen: „*Kultur ist das von den Mitgliedern einer Gesellschaft `selbstgesponnene Bedeutungsgewebe`, durch das Handlungen permanent in interpretierende Zeichen und Symbole übersetzt werden.*“<sup>6</sup>

Das semiotische Denken entgrenzt den klassischen Textbegriff: Nicht nur sprachliche Äußerungen, auch Landschaften, soziale Handlungen, Mode oder Design können als Text gelesen werden. Analog zu den Methoden der synchronen Linguistik versucht die strukturelle Anthropologie, Strukturen aus den mannigfaltigen Erscheinungen der Kultur zu destillieren: „*Das zentrale Ziel des Strukturalismus ist es, die kleinsten Elemente, mit deren Hilfe die Menschen Bedeutungen unterscheiden können [...] in der Form von `Grammatiken` oder `Kodes` zu rekonstruieren, um so die `Syntax` menschlicher Kulturen offenzulegen.*“<sup>7</sup> Gerade

<sup>4</sup> Sottong, Hermann; Müller, Michael: „Zwischen Sender und Empfänger. Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft“ Berlin: Schmidt 1998, S. 12.

<sup>5</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl.) München: Fink 1994, S. 18.

<sup>6</sup> Bachmann-Medick, Doris: „Einleitung“ In: dies (Hg.): „Kultur als Text. Die anthropologische Wende in der Literaturwissenschaft“ Frankfurt am Main: Fischer 1996, S. 7-64, Hier: S. 22.

<sup>7</sup> Kramer, Jürgen: „British Cultural Studies“ München: Fink 1997, S. 96.

in den letzten Dekaden haben sich die Forschungsschwerpunkte jedoch verschoben: Vor allem unter dem Einfluss der britischen Cultural Studies ist die Analyse der Struktur der Analyse sozialer Praktiken gewichen. Diese komplementäre Sichtweise soll in dem Kapitel, das sich den Cultural Studies widmet, noch eingehend thematisiert werden. Vorläufig sei festgehalten, dass vor allem die Einbeziehung der alltagskulturellen Praxis in den Konzepten der Cultural Studies eine Verlagerung des Forschungsinteresses eingeleitet hat. Der Entwicklung von der strukturalen Anthropologie zur kulturellen Ethnographie stand damit nichts mehr im Wege.

## 2. Semiotik – zum Standort einer Methode

---

Zum Verständnis des semiotischen Modells ist es notwendig auf Grundbegriffe der strukturalistischen Linguistik zu rekurrieren. Das folgende Kapitel soll jene Begriffe, mit denen ich in meiner Analyse des Cineplexkinos operieren werde, klären. Außerdem sei auf das Glossar im Anhang dieser Arbeit verwiesen, welches den semiotischen Begriffsdschungel ein wenig zu lichten versucht.

### 2.1 Struktur – Code

Im Rahmen eines semiotischen Systems wird Kultur als Kommunikationsgeflecht interpretiert. Die Dechiffrierung der Codes dieses Systems basiert auf Konventionen, das heißt auf einer Art kulturellen Übereinkunft, die nur in seltenen Fällen explizit gemacht wird (etwa im Bereich der Geheimsprachen etc.). Die Bedeutungssysteme der Kultur bilden Strukturen, welche die Semiotik mit Hilfe der Verfahrenstechnik der strukturalistischen Linguistik analysiert<sup>8</sup>.

In seiner Einführung holt Eco weit aus, um Begriffe wie Code oder Struktur zu definieren. Er bezieht sich auf die elementarste Form der Kommunikation: Die Kommunikation zwischen zwei Maschinen. Ecos Beispiel folgend, hat das Modell der Informationstheorie in viele einführende linguistische Arbeiten Eingang gefunden. Somit löst die Informationstheorie eine erkenntnistheoretische oder linguistische Basis der Semiotik ab und ersetzt sie durch eine kybernetische Basis. Es wurde bereits angedeutet, dass nicht alle Autoren das Feld der Semiotik so weit fassen wie Eco. Dennoch möchte ich Ecos Argumentationslinie folgen, da ich glaube, dass der Rekurs auf die Kybernetik ein grundlegendes Verständnis semiotischen Denkens möglich macht und dadurch die Anwendung semiotischer Begriffe auf komplexere Zeichensysteme bedeutend erleichtert.

Analog zum Funktionsprinzip des digitalen Codes des Computers basiert die Übertragung eines Signals zwischen zwei Maschinen auf einer alternativen Wahl<sup>9</sup>. „*Es liegt eine binäre*

---

<sup>8</sup> Eine dieser Techniken ist z.B. die Taxonomie, ein Teilgebiet der strukturalistischen Linguistik, das mittels Segmentierung und Klassifikation sprachlicher Einheiten den Aufbau eines Sprachsystems beschreiben will.

<sup>9</sup> Es gibt einen Impuls oder keinen Impuls; gewählt wird die Zahl 1 oder 0; Strom fließt oder fließt nicht.

*Opposition vor, eine maximale Schwankung zwischen an und aus. Auf dieser Schwankung basiert die Kommunikationstheorie.*<sup>10</sup> Die aus Ecos Einführung entnommene Graphik (Abb.1) veranschaulicht, wie aus acht mit gleicher Wahrscheinlichkeit eintretenden Ereignissen eine Botschaft mittels alternativer Wahl identifiziert werden kann.

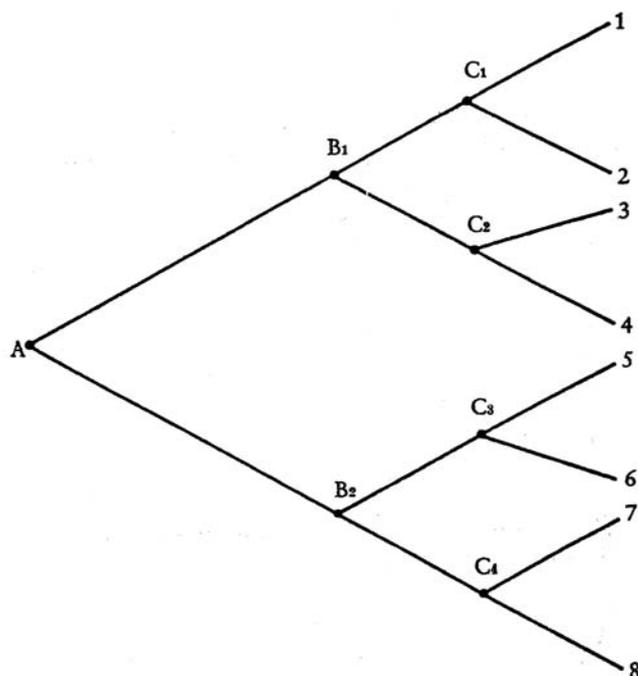


Abb. 1 Die Botschaft 3 erhält man, wenn man von A ausgehend zunächst B1 wählt, dann C2 und schließlich 3. Das heißt, um aus 8 mit gleich großer Wahrscheinlichkeit eintretenden Ereignissen ein Ereignis zu identifizieren, benötigt man drei binäre Wahlvorgänge. Die kleinste Speichereinheit der Informationstheorie nennt man 1 bit. 1 bit ist die kleinste denkbare Informationseinheit, die aus einem Element besteht, das nur zwei verschiedene physikalische Zustände kennt. Im Falle unserer Graphik bedeutet das, dass man bei der Identifikation eines Elements aus 8 Ereignissen 3 bit Information erhält. Die logarithmische Darstellung dieses Zustands lautet:

$$\lg_2 8 = 3$$

Wichtig ist, dass in der Kybernetik Information nicht mit dem Inhalt, der mitgeteilt wird, gleichgesetzt werden kann. Für die Informationstheorie ist nicht die Botschaft relevant, sondern die kombinatorischen Möglichkeiten, wie man zu einer Botschaft gelangt. An dieser Stelle erschließt sich die Funktion des Codes. Der Code dient dazu, die Kombinationsmöglichkeiten der Elemente einer Quelle einzuschränken. Das heißt im Falle unserer Graphik treten nicht alle 8 Ereignisse mit gleich hoher Wahrscheinlichkeit ein, wodurch sich ein Wahrscheinlichkeitssystem konstituiert, das Information übertragbar

<sup>10</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl) München: Fink 1994, S. 51.

macht. Handelt es sich um eine größeren Quelle als in unserem Fallbeispiel, steigt die Zahl der potentiellen Kombinationen ins Astronomische: Tritt das Prinzip der Gleichwahrscheinlichkeit auf, spricht man von Entropie. Ein Code, der für die Kommunikation relevante Elemente auswählt, verringert die Entropie und macht eine Botschaft somit übertragbar. Zum Beispiel können alle Kombinationsmöglichkeiten der Buchstaben des Alphabets eingeschränkt werden, wenn man den Code „deutsche Sprache“ wählt. Ein Code legt syntaktische und semantische Regeln fest:

Syntaktische Regeln: Kombinationsmöglichkeiten der Elemente einer Quelle

Semantische Regeln: Für bestimmte Kombinationen werden Bedeutungen fixiert (Die semantischen Regeln des Codes sind für die Informationstheorie irrelevant.)

Zur Definition des Begriffs Code, wählt Eco ein einfaches Beispiel der Informationsübertragung. Um das Wasserniveau in einem Staudamm zu messen, wird ein Wasserstand 0 als Alarmniveau definiert. Erreicht das Wasser diesen Stand 0, so wird ein Sendegerät aktiviert, welches ein Signal an ein Empfangsgerät weiterleitet. Das Empfangsgerät wandelt das Signal wiederum in eine Botschaft um: Zum Beispiel leuchtet eine Lampe A, die an das Empfangsgerät angeschlossen ist, auf, wenn das Wasser die Höhe des Alarmniveaus 0 erreicht hat. Die Informationsübertragung unseres Modells ist durch Opposition möglich, da die Lampe A leuchten kann oder nicht. Neben dieser syntaktischen Regeln stellt der Code unseres Kommunikationsmodells auch semantische Regeln auf, da das Symbol A einer Wasserhöhe, nämlich dem Alarmniveau 0, entspricht. Da das Wasserniveau im Staudamm unendlich viele Höhen annehmen kann, könnte man den Code komplizieren, um verschiedene Wasserniveaus von  $-3$  bis  $+3$  zu bezeichnen. Hierfür bringt man weitere Lampen (A, B, C, D) an, deren Kombination unterschiedliche Wasserhöhen zugeordnet werden.

A B C D	Elemente ohne Bedeutung, mit rein unterscheidendem Wert (vgl. Phoneme)	AB = -3 BC = -2 CD = -1 ABC = 0 AC = +1 BD = +2 AD = +3	BCD ACD ABD AB-CD A-C-B usw.	nicht vorgesehene Kombinationen
------------------	---	---	---	---------------------------------------

Selbstverständlich kann man auch mit diesem komplexeren Code nicht alle möglichen Wasserhöhen bezeichnen. Wir haben es mit einem digitalen Code zu tun, den Eco wie folgt definiert:

Wenn man alle möglichen Wasserhöhen mitteilen müsste, müsste man ein sehr großes Repertoire von Symbolen verwenden. Aber es würde nichts nützen, wenn man wüsste, dass das Wasser um einen oder zwei Millimeter gefallen oder gestiegen ist. Der Code wählt daher diskontinuierliche, diskrete, aus dem Kontinuum der möglichen Tatsachen herausgeschnittene Situationen aus und bestimmt diese zu *Einheiten*, die für die Zwecke der interessierenden Kommunikation *relevant* sind.<sup>11</sup>

Im Gegensatz zu analogen Codes gibt es bei digitalen Codes also keine Zwischenwerte: Der analoge Code stellt einen Wert durch eine kontinuierlich veränderliche Größe wie zum Beispiel die Spannung eines elektrischen Feldes dar. Diese Größe kann innerhalb einer bestimmten Bandbreite beliebig viele Zwischenwerte annehmen. Das heißt, das analoge Signal weist im Gegensatz zum digitalen Signal Ähnlichkeit mit dem Ausgangssignal auf. Bei einem analogen Signal werden Ausgangssignale in entsprechende physikalische Größen wie Strom oder Spannung umgesetzt.<sup>12</sup>

In der semiotischen Praxis werden häufig Codes analysiert, die nicht eindeutig digital strukturiert sind. Zum Beispiel stellt sich die Frage, ob visuelle Zeichensysteme auf digitalen Codes basieren, ob sie also wie sprachliche Codes beschreibbar sind. Ginge man jedoch davon aus, dass ikonische Zeichen<sup>13</sup> auf analogen Codes basieren, so könnten diese von einer semiotischen Analyse nicht erfasst werden, da dies implizieren würde, dass ikonische Zeichen *natürlich* und *nicht konventionalisiert* sind.<sup>14</sup> Sie stünden damit vor dem Code und würden sich einer wissenschaftlichen Begründung entziehen. Eco trägt diesem methodischen Problem Rechnung: Er geht davon aus, dass Botschaften so komplex sein können, dass die lückenlose Identifizierung der einzelnen Elemente unmöglich ist. Es genüge daher, so Eco, sie theoretisch als digital strukturiert zu erklären, selbst wenn es in der Praxis einfacher ist sie als analoge Modelle zu beschreiben.

Ausgehend von dem codifizierten System unseres Fallbeispiels können wir nun die Qualität des codifizierten Systems bzw. der Struktur beschreiben:

<sup>11</sup> Eco: „Einführung in die Semiotik“, S. 58.

<sup>12</sup> vgl. hierzu: Schulze, Hans Herbert: „Lexikon Computerwissen. Fachbegriffe schlüssig erklärt.“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2000.

<sup>13</sup> Ikonische Zeichen werden im Kontext dieser Arbeit als Bausteine visueller Codes und nicht im Sinne des Peirceschen Icons definiert.

<sup>14</sup> Das ikonische Zeichen würde in diesem Fall anders als das sprachliche Zeichen nicht als willkürlich betrachtet werden. Von unserer Annahme ausgehend, ließe sich vielmehr ableiten, dass ikonische Zeichen Eigenschaften des denotierten Gegenstandes besitzen.

Funktion des Systems: Das codifizierte System macht eine Ausgangssituation (in unserem Beispiel: Unendlich viele Höhen des Wasserniveaus) intellegibel und mitteilbar. Ein solches System kann man auch als Struktur bezeichnen. Eine Struktur ist ein nach Vereinfachungsoperationen konstruiertes Modell, welches es möglich macht, dass verschiedene Phänomene durch Rückführung auf dasselbe Bezugssystem miteinander verglichen werden können.

Eigenschaften des Systems: Das codifizierte System folgt einer binären Logik. Das heißt, Information konstituiert sich durch Differenz und Position (Bezogen auf unser Beispiel bedeutet das etwa, dass die Kombination AB dadurch identifiziert werden kann, dass die Kombination BC möglich ist, aber nicht gewählt wurde.).

Signifikant ist, dass sich sowohl die Funktion als auch die Eigenschaften dieses codifizierten Systems, wie es in der Informationstheorie definiert wird, mit der Beschreibung des Systems Sprache bei de Saussure deckt. De Saussure fasst die Qualitäten des Sprachsystems mit den Begriffen Differenz und Position sowie mit dem Rekurs auf ein gemeinsames Bezugssystem, also auf einen Code, zusammen. Nach dem Modell der strukturalistischen Linguistik wird auch die Sprache durch binäre Disjunktionen organisiert. Veranschaulichen lässt sich dies anhand des Phonemsystems der strukturalistischen Linguistik. Phoneme sind die kleinste Bausteine der Sprache, deren Bedeutung sich über Differenz und Position konstituiert. Das heißt die Anwesenheit eines Phonems schließt die Anwesenheit eines anderen Phonems aus, der Tausch eines Phonems führt zu einer Bedeutungsveränderung. Der Signifikant /Maus/ zum Beispiel bezeichnet das Signifikat /Maus/, weil er sich vom Signifikanten /Haus/ unterscheidet. Das Signifikat kann folglich als „*Produkt einer komplexen Interaktion von Signifikanten*“<sup>15</sup> definiert werden. De Saussure verdeutlicht dieses Strukturprinzip mit einer bekannten Metapher: So wie bei einem Schachspiel erhält jedes Element der Sprache durch die Stellung, die es bezogen auf andere Elemente einnimmt, einen Wert. Jede Veränderung eines Elements modifiziert auch den Sinn der anderen korrelativen Elemente.

Indem de Saussure feststellt, dass das Zeichen arbiträr ist, trennt die strukturalistische Linguistik das Zeichen vom außersprachlichen Referenten. Ausgehend von der sprachlichen Qualität der Differenz, geht der Poststrukturalismus noch weiter: Er trennt den Signifikanten vom Signifikat. Diese Lockerung der Bindung von Signifikant und Signifikat spielt in vielen

---

<sup>15</sup> Kramer, Jürgen: „British Cultural Studies“ München: Fink 1997, S. 103.

semiotischen Untersuchungen<sup>16</sup> eine bedeutende Rolle. Eine luzide Erklärung dieses Phänomens findet man bei Terry Eagleton:

Der Signifikant >Rose< vermittelt uns die Vorstellung oder das Signifikat >Rose<, weil er sich von dem Signifikanten >Hose< unterscheidet. Das Signifikat ist also sozusagen das Ergebnis der Differenz zwischen zwei Signifikanten. Aber es ist darüber hinaus auch das Ergebnis der Differenz zwischen vielen anderen Signifikanten: >lose<, >Pose<, >rosa<, etc. Dies stellt Saussure Sichtweise des Zeichens als einer klaren, symmetrischen Einheit zwischen einem bestimmten Signifikanten und einem bestimmten Signifikat in Frage. Denn das Signifikat >Rose< ist in Wirklichkeit das Ergebnis eines komplexen Zusammenwirkens von Signifikanten ohne erkennbares Ende. Bedeutung ist das Nebenprodukt eines potentiell endlosen Spiels von Signifikanten und nicht so sehr eine Vorstellung, die fest an einen bestimmten Signifikanten geklebt worden ist. Der Signifikant gibt uns nicht direkt ein Signifikat preis, wie etwa ein Spiegel ein Bild wiedergibt: es gibt keine harmonische eins-zu-eins-Entsprechung zwischen der Ebene der Signifikanten und der der Signifikate in einer Sprache. [...] Das bisher Gesagte heißt, anders ausgedrückt, dass die Bedeutung in einem Zeichen nicht unmittelbar *präsent* ist. Da die Bedeutung eines Zeichens davon abhängt, was das Zeichen *nicht* ist, ist seine Bedeutung immer auch in bestimmtem Sinne abwesend.<sup>17</sup>

## 2.2. Denotation – Konnotation

Das Modell der Kybernetik, welches als einführendes Beispiel gewählt wurde, ist bezüglich einer semiotischen Theorie zu kurz gegriffen. Für die Kommunikation zwischen zwei Maschinen ist die Information wichtig, während die Botschaft keine Relevanz besitzt (die Maschine weiß nicht, dass die Kombination ABC Alarmniveau 0 bedeutet). Sind Sender und Empfänger Menschen haben wir es mit einem komplexen Signifikationsprozess zu tun; der Empfänger muss den signifikanten Formen Bedeutungen zuordnen. Im Rahmen der menschlichen Kommunikation gibt es keinen einheitlichen Code mehr, sondern einen zugrundeliegenden denotativen Code, auf den weitere Codes, also konnotative Codes, aufbauen. Bleiben wir bei unserem Beispiel, um diese Differenzierung zu erklären: Das Signal ABC bedeutet Wasserstand auf Alarmniveau 0. Auf einer konnotativen Ebene bedeutet das Signal aber auch noch Gefahr. Außerdem löst die Botschaft beim Empfänger unter Umständen eine Reaktion aus (z.B. könnte er ein entsprechendes Katastrophenkommando informieren etc.). Die denotative Bedeutung (= Alarmniveau 0) wird zum Signifikanten für die konnotative Bedeutung des Subcodes. Welchen Subcode ein Empfänger einer Botschaft

<sup>16</sup> vgl z.B.: Baudrillard, Jean: „Kool Killer oder Aufstand der Zeichen.“ Berlin: Merve 1978./Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia & Kant 2000.

<sup>17</sup> Eagleton, Terry: „Einführung in die Literaturtheorie“ (4. erw. Aufl.) Stuttgart/Weimar: Metzler 1997, S.110-111.

wählt, hängt von außersemiotischen Momenten ab, etwa der Kommunikationssituation bzw. dem individuellen Weltwissen des Empfängers.

Zusammenfassend seien die Begriffe Denotation und Konnotation noch einmal definiert:

Denotation: Die Denotation ist die unmittelbare Bezugnahme, die der Code dem Ausdruck in einer bestimmten Kultur zuteilt. Sie ist vom außersprachlichen Referenten losgelöst. Das heißt das Zeichen denotiert nicht direkt die außersprachliche Wirklichkeit. Indem Eco den Referenten aus dem semiotischen Denken ausklammert, kann auch das Signifikat von Wortgruppen wie Artikeln oder Pronomina bestimmt werden: Sie denotieren eine Stellung bezüglich einer grammatischen Funktion.

Konnotation: Die Konnotation ist eine intentionale Definition des Signifikanten. Sie ist teilweise von kulturellen Konventionen abhängig, teilweise vom sozialen Kontext des Rezipienten (z.B.: sind Konnotationen zu einem Wort wie „Masse“ bei einem Physiker anders als bei einem Laien). Meist konnotiert ein Begriff auch das Bild des bezeichneten Gegenstandes und umgekehrt evoziert das Bild eines Gegenstandes den sprachlichen Begriff (Wenn man eine visuelle Darstellung einer Frau sieht, denkt man an den sprachlichen Begriff /Frau/ und vice versa.).

### 2.3 Das Signifikat als kulturelle Einheit

Bei der näheren Bestimmung des Begriffs der Denotation sind wir auf das Problem des Referenten gestoßen. Wie bereits ausgeführt wurde, verzichtet Eco auf die Bezugnahme auf den außersprachlichen Referenten: Er bezeichnet die Denotation als „*elementare Art einer vom Referens losgelösten Signifikation*.“<sup>18</sup> Vor allem in seinem Frühwerk will Eco den außersprachlichen Referenten aus dem Untersuchungsbereich der Semiotik ausschließen, da der Referent außerhalb des Zeichensystems steht:

Sie [erg. die Semiotik] muß die Parameter zur Verifizierung der Zeichen mit semiotischen Kategorien und nicht mit dem physikalischen Rückgriff auf die Sache begründen – eben weil sie Wissenschaft der Kultur und der gesellschaftlichen Konvention und nicht Naturwissenschaft ist.<sup>19</sup>

Dieser äußerst puristische Standpunkt wird durchaus nicht von allen Forschern geteilt. Sottong und Müller etwa sprechen von einem Referenzpostulat, welches sie als Verankerung

<sup>18</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik.“ (8. unveränd. Aufl) München: Fink 1994, S. 101.

<sup>19</sup> Eco: „Einführung in die Semiotik“, S. 39.

des Zeichens in der spezifischen Realitätskonstruktion einer Kultur definieren.<sup>20</sup> Selbstverständlich räumt Eco ein, dass die außersprachliche Wirklichkeit als Kommunikationsumstand für den Kommunikationsprozess relevant bleibt. Darüber hinaus ist der Referent dann für das semiotische Konzept von Bedeutung, wenn er selbst zum Signifikanten wird. Eco folgt hierin einem Gedanken Roland Barthes': „Sobald es eine Gesellschaft gibt, wird jeder Gebrauch zum Zeichen dieses Gebrauchs.“<sup>21</sup> Ein Löffel zum Beispiel ist nicht nur ein Gebrauchsgegenstand, er ist auch Zeichen für eine bestimmte Art zu essen; somit hat er neben einem funktionalen auch einen kommunikativen Wert.

In ihrem bekannten semiotischen Dreieck haben Richards und Ogden den bilateralen Zeichenbegriff de Saussures ergänzt. Während de Saussure das Zeichen als Einheit von Signifikant und denotiertem Signifikat definierte, erweitern Richards und Ogden dieses Modell, indem sie den außersprachlichen Referenten ins Spiel bringen. Hierbei handelt es sich um keinen direkten Zusammenhang zwischen Signifikat und Referent. Das Verhältnis von Signifikat und Referent ist arbiträr. Allerdings wird eine Verbindung zwischen der außersprachlichen Wirklichkeit und dem Signifikat über die Vorstellung hergestellt.

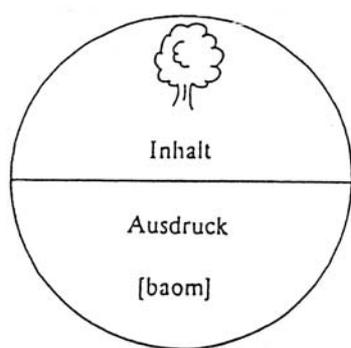
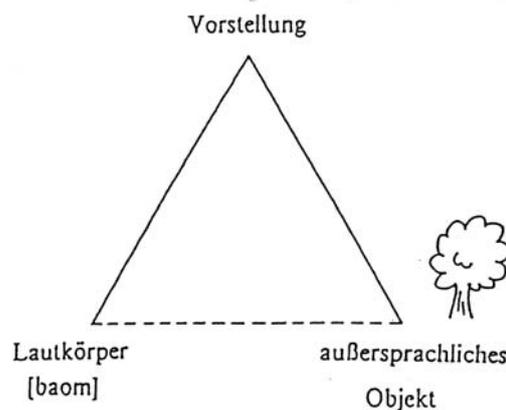


Abb 2. Bilaterales Zeichen bei de Saussure



semiotisches Dreieck nach Richards und Ogden

Indem Richards und Ogden den außersprachlichen Referenten in ihrem Zeichenbegriff integrierten, erwiesen sie, so Ecos Kritik, der Linguistik einen Bärendienst. Schließlich ist

<sup>20</sup> vgl. Sottong, Hermann; Müller, Michael: „Zwischen Sender und Empfänger. Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft“ Berlin: Schmidt 1998, S.95ff.

<sup>21</sup> Barthes, Roland: „Elemente der Semiologie“ Frankfurt am Main: Syndikat 1979, S. 36.

man nun gezwungen den Gegenstand, auf den sich ein Signifikant bezieht, zu identifizieren. Problematisch ist das bei Wortgruppen wie Artikeln oder Worten wie /Fee/. In solchen Fällen behilft man sich häufig, indem man einräumt, dass es Wörter ohne Referenten gibt, die aber an eine bestimmte Vorstellung geknüpft sind, was, so Eco, jedoch wiederum veranschaulicht, dass man sehr gut ohne Referenten auskommt.

Eco definiert das Signifikat als kulturelle Einheit. Sprache wird also als soziales Phänomen verstanden. Spricht man zum Beispiel über das Universum, so hat der Sprecher keine Erfahrungen mit dem außersprachlichen Referenten gemacht. Vielmehr basiert sein Wissen auf der Beschreibung der Kultur, in der er lebt. Das Signifikat als kulturelle Einheit weist also eine Dependenz zu den Konventionen einer Kultur auf. Ein Beispiel Ecos für dieses Phänomen sei kurz erwähnt: Die Eskimos kennen im Gegensatz zu mitteleuropäischen Kulturen vier verschiedene Signifikanten für /Schnee/, da diese Spezifizierung für ihre Erfahrungswirklichkeit relevant ist. Eco bemerkt dazu, „*daß eine sehr enge Wechselbeziehung besteht zwischen der Weltanschauung einer Kultur und der Art, wie diese ihre semantischen Einheiten relevant macht.*“<sup>22</sup> Ein anschauliches Beispiel für diese kulturelle Differenzierung des Signifikats stellt eine bekannte Gegenüberstellung des dänischen Sprachwissenschaftlers Louis Hjelmslev dar.

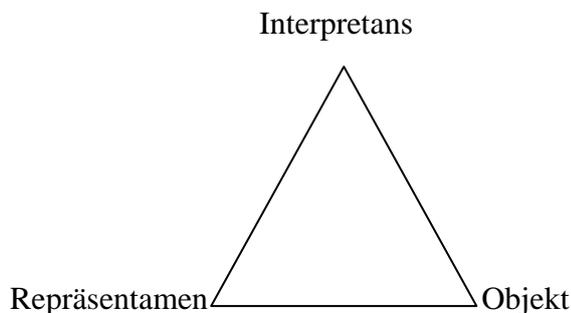
FRANZÖSISCH	DEUTSCH	DÄNISCH	ITALIENISCH
arbre	Baum	trae	albero
bois	Holz		skov
	Wald	bosco	
forêt		foresta	

Jürgen Trabant kommentiert Hjelmslevs Gegenüberstellung folgendermaßen:

<sup>22</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl) München: Fink 1994, S. 93.

Daß das Konzept „Wald“ eine *sprachliche* und keine generelle, sprachunabhängige kognitive Form des Denkens ist, erhellt aus der Tatsache, dass es von Sprache zu Sprache verschieden ist, wie Hjelmslevs berühmter Vergleich der unterschiedlichen Gliederungen des Inhaltsbereichs „Baum-Wald-Holz“ im Dänischen, Französischen und Deutschen zeigt.<sup>23</sup>

Semiotisch betrachtet ist eine kulturelle Einheit eine in ein System integrierte semantische Einheit. Als kulturelle Einheit kann das Signifikat mittels der Kette seiner Interpretanten identifiziert werden. Mit dem Rückgriff auf den Peirceschen Begriff des Interpretans gelingt es Eco, den Referenten aus seinem semiotischen Konzept zu eliminieren. Das Interpretans ermöglicht es, Sprache als System zu definieren, dass sich im Prozess der unendlichen Semiose aus sich selbst heraus erklärt. Zum näheren Verständnis dieses Theorems ist es sinnvoll kurz auf Peirces Zeichenbegriff zu rekurrieren. Bei Peirce ist das Zeichen triadisch strukturiert:



Das Interpretans figuriert hierbei als eine weitere Repräsentation des Zeichens, die sich auf dasselbe Objekt bezieht. Zum Beispiel wäre ein Interpretans für /Salz/ /NaCl/. Das Interpretans kann auch die Übersetzung eines Ausdrucks in eine andere Sprache oder körpersprachlicher Natur sein: Etwa, wenn jemand ein Herz in der Luft zeichnet. Manfred Hainzl erklärt Peirces Verständnis des Interpretans folgendermaßen: „*Entscheidend ist nicht nur, dass eine Person als Interpret fungiert. Vielmehr hat Peirce, wenn er vom Interpretanten spricht, im Auge, dass ein Zeichen ganz allgemein interpretierbar sein und eine Bedeutung aufweisen muß.*“<sup>24</sup> Um das Interpretans eines Zeichens zu bestimmen, muss man es mittels eines anderen Zeichens benennen, das seinerseits ein neuerliches Interpretans besitzt. Diesen Prozess der unendlichen Semiose beschreibt Terry Eagleton:

Wenn man die Bedeutung (oder das Signifikat) eines Signifikanten herausfinden will, kann man im Wörterbuch nachschlagen: aber was man dort finden wird, sind nur noch mehr Signifikanten, deren Signifikate man

<sup>23</sup> Trabant, Jürgen: „Elemente der Semiotik“ Tübingen/Basel: Francke 1996, S. 49.

<sup>24</sup> Hainzl, Manfred: „Semiotisches Denken und kulturalanthropologische Forschung bei Claude Lévi-Strauss“ (Europäische Hochschulschriften Reihe XX, Bd.522) Frankfurt a.M./Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Lang 1997, S. 30-31.

wiederum nachschlagen kann, etc. Der Vorgang, von dem hier die Rede ist, ist nicht nur theoretisch unendlich, sondern auch in gewisser Weise zirkulär: Signifikanten verwandeln sich immer wieder in Signifikate und umgekehrt, und man wird nie bei einem endgültigen Signifikat ankommen, das nicht seinerseits ein Signifikant ist.<sup>25</sup>

Die Peircesche Interpretation des Zeichens impliziert also den Prozess der unendlichen Semiose. Eco betont die eminente Bedeutung des Peirceschen Zeichenbegriffs für eine metaphysikfreie Semiotik, die darauf verzichtet, die außersprachliche Wirklichkeit in ihr Modell einzubinden:

Das Interpretans ist die in ihrem Wesen als kulturelle Einheit verstandene Bedeutung eines Signifikans, die durch ein anderes Signifikans aufgezeigt wird. [...] Wir können sagen, dass von einem Peirceschen semiotischen Gesichtspunkt aus die Theorie des Interpretans es ermöglicht, Signifikate als kulturelle Einheit zu identifizieren, welche alle durch signifikante Formen ausgedrückt werden.<sup>26</sup>

#### 2.4. Methodologisch versus ontologischer Strukturalismus

In dem Kapitel „Die abwesende Struktur“, das titelgebend für die italienische Erstausgabe von Ecos Einführung wurde, stellt sich Eco der Herausforderung, eine epistemologische Begründung der strukturalistischen Methode vorzulegen. Nachdem diese Arbeit im Rahmen eines interdisziplinären Seminars entstanden ist, möchte ich Ecos Ausführungen, die die Grenze zwischen Philosophie und Linguistik aufweichen, kurz folgen.

Eco insistiert darauf, dass die strukturalistische Methode als Operationsverfahren verstanden werden muss, welches es ermöglicht, verschiedene kulturelle Phänomene einer homogenen Betrachtungsweise zu subsumieren. Für Eco impliziert diese methodologische Auffassung des Strukturalismus, dass „*keine Behauptungen ontologischer Art*“<sup>27</sup> aufgestellt werden. Ob die Strukturen, die aus der Beobachtung der Objekte extrapoliert werden, *an sich* existent sind, ist für einen methodologisch verstandenen Strukturalismus irrelevant. Die Diskordanz zwischen ontologischen und methodologischen Strukturalismus ist Teil einer philosophischen Grundsatzdebatte, die bis in die Scholastik zurückverfolgt werden kann.<sup>28</sup> Schon im Universalismusstreit zwischen Realisten und Nominalisten wurde eine heftige Diskussion geführt, die um die Streitfrage kreiste, ob die aus der Analyse gewonnen Begriffe aus der Natur stammen oder Produkt der Methode sind.

<sup>25</sup> Eagleton, Terry: „Einführung in die Literaturtheorie“ (4.erw. Aufl.) Stuttgart/Weimar: Metzler 1997, S.111.

<sup>26</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl.) München: Fink 1994, S.78-80.

<sup>27</sup> Eco: „Einführung in die Semiotik“, S. 361.

<sup>28</sup> vgl. Trabant, Jürgen: „Elemente der Semiotik“ Tübingen/Basel: Francke 1996.

Wie durch verführerische Schlussverfahren, denen es durchaus nicht an Stringenz mangelt, die ontologische Beschaffenheit der Struktur behauptet werden kann, lässt sich am Beispiel des Binarismus Jakobsons veranschaulichen. Jakobson geht davon aus, dass Kommunikation von einem dichotomischen Prinzip determiniert ist, welches etwa im Binarismus der Linguistik und Informationstheorie analysiert werden kann. Zwar sind diese binären Raster als Forschungsinstrument auch für einen methodologischen Strukturalismus interessant, der ontologische Strukturalismus geht jedoch weiter: So werden etwa Analogien zwischen digitalen Codes und dem Funktionsprinzipien des menschlichen Nervensystem und Wahrnehmungsapparat hergeleitet. Roland Barthes kokettiert in seinem semiotischen Grundlagentext „Elemente der Semiologie“ mit diesem Gedankengang:

Schließlich versichern einige Autoren, dass der Digitalismus, der in seiner reinsten Form, dem Binarismus, der Rivale des Analogischen ist, selbst eine „Reproduktion“ bestimmter physiologischer Prozesse ist, wenn es stimmt, dass das Sehen und Hören letztlich mit alternativen Selektionen arbeitet.<sup>29</sup>

Die Frage, ob es sich bei den analysierten Strukturen um eine objektive Natur des menschlichen Geistes handelt, macht die Semiotik jedoch, so Ecos Kritik, zu einer Metaphysik des Zeichens. Und wie willkürlich Vergleiche wie jene des Binarismus sind, kann schon dadurch illustriert werden, dass es im menschlichen Organismus auf anderen funktionellen Ebenen primär biochemische Prozesse gibt, welche nach einem analogischen Prinzip funktionieren.

Der neuralgische Punkt, der einen ontologisch ausgerichteter Strukturalismus von einem methodologischen Strukturalismus trennt, muss in der Frage gesucht werden, ob die prästabilisierten Codes und Strukturen, auf denen kulturelle Kommunikation basiert, universell sind. Die Generative Transformationsgrammatik zum Beispiel geht von Universalien der Sprache und der Prädisposition des menschlichen Geistes aus, um zu erklären, wie es möglich ist, dass bereits Kleinkinder die Grammatik ihrer Muttersprache mehr oder minder korrekt beherrschen. Dennoch betont Chomsky den methodologischen Charakter der generativen Untersuchungshypothese. Anders gestaltet sich dies, so Eco, in der strukturalen Anthropologie Claude Lévi-Strauss'. Eco distanziert sich von Lévi-Strauss' Ansatz, da dieser den Strukturalismus von einer Verfahrenskonzeption zu einer Substanzkonzeption umlenke. Die Fragestellung, ob die Gesetze der Natur eine Kongruenz mit den Gesetzen der Kultur aufweisen, gehört laut Eco in das Feld der spekulativen Philosophie:

---

<sup>29</sup> Barthes, Roland: „Elemente der Semiologie“ Frankfurt am Main: Syndikat 1979, S.46.

Die Antwort, die Lévi-Strauss liefert, ist folgende: Jede Botschaft ist auf Grund eines Codes interpretierbar, und jeder Code ist in einem anderen transformierbar, weil alle sich auf einen Ur-Code beziehen, auf *eine Struktur der Strukturen*, die mit den *Universellen Mechanismen des Geistes*, mit dem Geist oder – wenn man will – mit dem *Unbewussten* identisch ist. Das Verbindungsgewebe jeder strukturalen Untersuchung ist das jedes primitiven oder zivilisierten Kommunikationsverhaltens: es ist *die Anwesenheit eines objektiven Denkens*.<sup>30</sup>

Damit würde der Strukturalismus zu einer Art wissenschaftlichen Meisterdisziplin, die es ermöglicht die ontologische Beschaffenheit der Wirklichkeit, also ihre Substanz, zu erfassen. Doch selbst wenn die strukturalen Raster auf Aspekte der kulturellen Kommunikation zurückgeführt werden können, so heißt das nicht, dass die unbewusste Struktur des Denkens gefunden wurde. Eco stellt fest, dass der ontologische Strukturalismus – verblendet durch die vermeintliche Omnipotenz der eigenen Methode - es verabsäumt hat, verschiedene komplementäre Beschreibungsmodelle und Logiken zu akzeptieren. Denn in der Tat unterliegt man einem schleichenden Selbstbetrug, wenn man davon ausgeht, dass nur das eigene Beschreibungsmodell Gültigkeit hat. Auch hierfür bringt Eco ein Beispiel aus Claude Lévi-Strauss' ethnographischem Werk. Die Maori erklären den in ihrer Kultur traditionell stattfindenden Geschenketausch mit dem sogenannten *hau*. Mit dem Gestus des aufgeklärten Wissenschaftlers weist Lévi-Strauss dieses Erklärungsmodell zurück, um mit dem schwer widerlegbaren Argument zu replizieren, dass nicht das *hau* die Ursache des komplizierten Systems des Geschenketauschs der Maori sei, sondern die Struktur des Geistes. Klar distanziert sich Eco von dieser Auffassung der strukturalen Methode:

Aber mit dem Vorgehen Lévi-Strauss entsteht die Gefahr einer geheimen Rückkehr zum Ethnozentrismus. Wenn man die Gültigkeit der Doktrin des *hau* ablehnt, um sie auf die *objektive* Logik des universellen Denkens zurückzuführen, bedeutet das denn nicht wieder, dass man das *unterschiedliche* Denken auf das *einzigste* Denken bringt, auf das historische Modell, vom dem der Forscher ausgeht. [...] Das einzige, was auf den Grundlagen einer universellen strukturalen Logik nicht mehr annehmbar ist, ist die „reale“ Möglichkeit eines Widerspruchs.<sup>31</sup>

Der Konstruktivismus argumentiert, dass unser Denken und unsere Sinnesorgane keinen unmittelbaren Zugang zur Realität haben. Die Welt als *Ding an sich* kann nicht erfasst werden; die Kongruenz von Wirklichkeitsmodellen und der *Welt an sich* kann nicht überprüft werden. Sofern der Strukturalismus davon ausgeht, dass die von Linguistik und Ethnologie analysierten Strukturen wirklich existieren, erliegt er dem Trugschluss, Struktur und Realität

<sup>30</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl) München: Fink 1994, S. 369.

<sup>31</sup> Eco: „Einführung in die Semiotik“, S. 375-376.

als isomorph anzusehen.<sup>32</sup> Im Gegensatz dazu unterstreicht Eco den hypothetischen Charakter der strukturalen Modelle, mit denen die Semiotik Kommunikationsprozesse untersucht. Eco plädiert dafür, dass sich die Semiotik die Historizität und Partikularität des eigenen Diskurses bewusst macht. Semiotische Codes und Strukturen werden durch diachrone Prozesse neu strukturiert. Da diese Codes und Strukturen jedoch auf einer synchronen Ebene formalisiert werden, fordert Eco das Zusammenspiel einer strukturalen und dialektischen Logik. Ergo wird das strukturale Modell bei Eco zur historischen Konfiguration, die ständigen Veränderungen unterliegt:

Dann ist die semiotische Beschreibung der Codes die immer provisorische Beschreibung synchroner Arrangements, die ständig vom Widerspruch unterhöhlt werden, von dem sie Leben bekommt [...] Die metaphysische Versuchung dieser Beschreibung [erg. der strukturalen] wäre es, sich für absolut zu halten, nicht für eine Abbildung eines Moments des Prozesses, sondern für das Abbild der metahistorischen Gründe des Prozesses.<sup>33</sup>

### 3. Der Kulturbegriff der Cultural Studies

---

<sup>32</sup> Dieser Isomorphismus wird etwa untermauert, wenn Analogien zwischen dem menschlichen Nervensystem und digitalen Codes aufgestellt werden (vgl. Jakobsons Binarismus!).

<sup>33</sup> Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl.) München: Fink 1994, S.433.

Die Cultural Studies führen in ihren Konzepten eine grundlegenden Revision des traditionellen Kulturverständnis` vor. Im Kontext der Theorien der Cultural Studies ist das Alltagsleben in die kulturelle Textur verwoben und hat somit entscheidenden Anteil an der Bedeutungsproduktion innerhalb der Kultur. Vor allem in ihrer deutlichen Abgrenzung von Horkheimers und Adornos Theorie der Kulturindustrie, eröffnet sich das Potential dieser neuen Beschreibung massenkultureller Phänomene.

Um ein näheres Verständnis dieser wissenschaftlichen Wende zu gewährleisten, sei ein kurzer Exkurs auf Horkheimers und Adornos „Dialektik der Aufklärung“ gestattet.

In ihrem philosophischen Fragment „Dialektik der Aufklärung“, das bis in die 70er Jahre von zentraler Bedeutung für die theoretische Auseinandersetzung mit Massenmedien und Massenkultur blieb, sprechen Horkheimer und Adorno von der totalen Gleichschaltung der kulturellen Produktion. Alle kulturellen Artefakte, so Horkheimers und Adornos These, haben Warencharakter; die Kulturindustrie markiert die absolute Einverleibung der Kultur durch die Ökonomie. Sie nimmt dem Konsumenten jenen Kantischen Schematismus ab, den Kant als die große Leistung des Subjekts bewertet hat: Nämlich die Zuordnung der *mannigfaltigen Sinneseindrücke* zu Begriffen. Die Kulturindustrie entwirft Stereotypen, denen Realitätscharakter zugeschrieben wird. Sie reproduziert beständig dasselbe Bild des Menschen und der Gesellschaft und suggeriert, dass die gezeigten Bilder eine Verlängerung der Wirklichkeit sind. Die Wiederholung derselben ephemeren Inhalte im Kino und anderen Massenmedien wird von Horkheimer und Adorno mit dem Automatismus der monotonen Verrichtungen im Arbeitsprozess analogisiert. Das heißt, die Kulturindustrie kopiert die Realität der Klassengesellschaft, um die unentrinnbare Totalität dieser Realität zu demonstrieren. An dieser Stelle zeigt sich, wie die Kulturindustrie zum repressiven Herrschaftsmittel wird, das vor allem einen Zweck verfolgt: Die Manipulation der Massen. Signifikant ist, dass Horkheimer und Adorno sich jedoch nicht damit auseinandersetzen, wie die Menschen mit dem Medienangebot umgehen und wie die Aneignung kultureller Produkte in der gesellschaftlichen Praxis funktioniert. Vor allem die britischen Cultural Studies haben sich nicht auf die Analyse der Kulturproduktion beschränkt, sondern versucht, das Verhältnis von Kulturproduktion und alltagskultureller Praxis näher zu beleuchten.

In den 70er Jahren schuf Stuart Hall als Direktor des Centre of Contemporary Cultural Studies in Birmingham die Grundlage für eine Neuorientierung in der

Massenkommunikationsforschung. Er entwickelte ein Kommunikationsmodell, das sich von einem einfachen Sender-Empfänger-Modell deutlich abhebt. In Halls Encoding-Decoding-Modell erhält der Rezipient eine aktive Rolle. Zwar kodiert die Massenkultur die Wirklichkeit, da sie den Rahmen absteckt, in dem man sich Kultur überhaupt aneignen kann, die tatsächliche Bedeutung der kulturellen Zeichensprache erschließt sich aber erst durch ihre Dekodierung. Spätestens seit Roland Barthes wurde der Rezipient in den Literaturwissenschaften aus seiner passiven Rolle befreit. So wird die konsistente Substanz eines Textes zugunsten seiner verschiedenen Lesarten aufgelöst. Ähnlich geht Hall mit der kulturellen Bedeutungsproduktion um, die nun nicht mehr ausschließlich monolithische Kulturindustrie ist. Vielmehr wird rezipiert, was für das soziale Feld des Individuums relevant ist. *„Relevanz ist die Schnittstelle zwischen dem Textuellen und dem Sozialen.“*<sup>34</sup>, bemerkt John Fiske. Bedeutungsproduktion kann folglich nur im Kontext sozialer Praxis erfasst werden. Was und wie rezipiert wird, liegt zumindest teilweise beim Individuum. Populär- und Subkultur zum Beispiel sind zwar auf die vorhandenen Bedeutungen der Zeichen innerhalb einer Kultur angewiesen, entwickelt davon ausgehend aber eigene Sinn- und Symbolsysteme, die von der Kulturindustrie unabhängig sind.

Kultur wird nicht ausgespuckt und unübersetzt konsumiert, sondern ist in den Prozess der alltäglichen Bedeutungszuweisung integriert. Der Konsument verfügt über „symbolische Kreativität“<sup>35</sup>. Jedem Kulturkonsum ist ein eigener kreativer Produktionsprozess immanent, da durch die Polysemie kultureller Zeichen und Texte ständig neue Bedeutungen konstruiert werden können. Gerade Jugend- und Subkulturen zeigen sich in dieser kreativen Bedeutungszuweisung äußerst innovativ:

Ein Beispiel hierfür ist die Sicherheitsnadel, ein durchschnittlicher Gebrauchsgegenstand, der in der Punk-Szene eine Umdeutung erfuhr. Punks nahmen die Bedeutung ernst und nicht so sehr die Funktion. So wurde die Sicherheitsnadel zum Symbol einer Jugend, die `no future` zu ihrer Parole erklärt hatte. Sie stand für eine perspektivlose Gesellschaft, und die demonstrierten Punks skrupellos am eigenen Körper. Von der Punk-Szene, die sie zum zentralen Symbol ihres gruftigen Lebens erklärte, nahm die Sicherheitsnadel - versehen mit neuen Attributen - dann ihren Weg zurück in die Modeindustrie, wo sie zum Beispiel in den hochstilisierten Gewändern Gianni Versaces wieder auftauchte und auf diesen Weg schnell die Gunst der Oberen Zehntausend eroberte.<sup>36</sup>

Somit entsteht Popkultur an der Schnittstelle zwischen Kulturindustrie und Alltagsleben, zwischen Kulturproduktion und ihrer Aneignung. Die Cultural Studies beerben das

<sup>34</sup> Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia & Kant 2000, S.75.

<sup>35</sup> vgl. Willis, Paul u.a. (Hg.): „Jugendstile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur.“ Hamburg 1991.

<sup>36</sup> Klein, Gabriele: „Electronic Vibration. Pop. Kultur. Theorie.“ Hamburg: Rogner & Bernhard bei Zweitausendeins 1999, S.300.

marxistische Denken. Vor allem Althusser's eminenter Einfluss auf Stuart Hall soll hierbei nicht unerwähnt bleiben. Im kulturellen Kampf um die Signifikation wird der Klassenkampf perpetuiert:

Kultur ist der konstante Prozeß unserer sozialen Erfahrung Bedeutung zuzuschreiben und aus ihr Bedeutung zu produzieren. [...] Populärkultur wird von innerhalb und von unterhalb geschaffen, nicht von außerhalb und von oben her auferlegt, wie dies die Massenkulturtheoretiker behaupten.<sup>37</sup>

Spätestens die Pop-Art, die den Gebrauchsgegenständen des täglichen Konsums eine ästhetische Dimension zuschreibt und dadurch eine veränderte Wahrnehmung auf alltagskulturelle Objekte bewirkt, demonstriert, dass sich verschiedene Aussagesysteme auf ein Produkt der Massenkultur beziehen können. Andy Warhols Campbell-Dose ist nicht mehr nur Teil der Wegwerfgesellschaft, sondern auch ein ästhetisches Objekt. Über ein dialektisches Verhältnis zu den Codes, die aus der alltagskulturellen Praxis bekannt sind, konstruiert der Pop-Art-Künstler einen neuen Code. Dieser Code implementiert Elemente des herrschenden Codes in einen anderen Kontext. Inwiefern sich auch der hegemoniale Diskurs diese Dekontextualisierung dienstbar machen kann, wird am Beispiel des Cineplexkinos noch näher zu untersuchen sein.

In der alltäglichen Kommunikation wird ein Zeichenkomplex durch individuelle Interpretationen angereichert. Kramer fasst dies folgendermaßen zusammen: „*Das heißt jede soziale Tätigkeit hat eine symbolische Dimension und diese Dimension der Symbolisierung, das heißt der (produktiven) Kodierung und (rezeptiven) Dekodierung von Bedeutung nennen wir `Kultur`.*“<sup>38</sup> Aufgrund dessen werden soziale Signifikationssysteme beständig transformiert. Denken wir diesen Ansatz zuende, so heißt das, dass Bedeutung durch das Zusammenspiel von strukturellen und individuellen Mechanismen konfiguriert wird.<sup>39</sup>

Die Cultural Studies wagen den methodischen Schlußschluss mit der Semiotik, wobei sich gerade im Fall der Analysen der Cultural Studies Bereiche eröffnen, wo sich die Semiotik in der Praxis beweisen muss. Wie die strukturelle Anthropologie interessieren sich die Cultural Studies für die Figuration kultureller Beziehungen, jedoch kommt es im Kontext der Cultural Studies zu deutlichen Akzentverschiebungen. Nicht allein die Struktur der Sprache steht im Zentrum der Überlegungen der Cultural Studies. Sprache wird vielmehr als soziale Institution, als Diskursformation reflektiert. Die Cultural Studies gehen davon aus, dass bestehende

<sup>37</sup> Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia&Kant 2000, S.14-15.

<sup>38</sup> Kramer, Jürgen: „British Cultural Studies.“ München: Fink 1997, S. 83.

<sup>39</sup> Hierin kann ein zentraler Gegensatz zwischen Cultural Studies und Strukturalismus gesehen werden.

Kulturmodelle ständig ihre Zentralität und Dominanz gegen Neuerungen verteidigen müssen: Neben der strukturalen Methode hat folglich auch das dialektisches Denken in die Theorien der Cultural Studies Eingang gefunden.

#### **4. Rhetorik der Persuasion:**

##### **Das Cineplexx Palace als Zeichensystem**

---

„Cineplexx ist mehr als nur ein Stadtkino. Cineplexx bietet Entertainment und Erlebnis.“<sup>40</sup> Seit 1995 eröffnete die Cineplexxgruppe in Österreich 12 Standorte, die diesem Leitgedanken gerecht werden wollen. Nach dem Firmenmotto „um Welten voraus“ versprechen die Cineplexxentertainmentzentren ein Kinoerlebnis, das vom Besuch klassischer Programmkinos abweicht. Neben einem gastronomischen Angebot, das sich der „Vielfalt“ verschrieben hat - der Besucher kann zwischen Sushibar, indischer Küche, Hausmannskost etc. wählen -, gibt es Spielhallen sowie eigene Erlebnispakete für Kinder und Familien nach dem Vorbild amerikanischer Themenparks. Die Cineplexxkette propagiert ein Freizeitprogramm des Superlativs: Sowohl die sprachlichen Werbebotschaften als auch die visuelle Gestaltung der Zentren sind darauf ausgerichtet, dem Konsumenten zu suggerieren, er sei Teil eines exklusiven Erlebnisses. Als Freizeitparadies, das seinen Besuchern mehr bietet als Kinovorführungen, will das Cineplexx die Massen ansprechen.

Die Botschaft, die das Cineplexx Palace aussendet, kann auf verschiedenen Ebenen analysiert werden.

- A) Das Cineplexx als Teil des urbanen Zeichensystems (Standort).
- B) Die Architektur, insofern als das Gebäude als auch die Innenräume speziell gegliedert sind.
- C) Die visuelle Gestaltung, die unterschiedlichen Codierungen folgt.
- D) Die sprachlich vermittelten Botschaften wie Werbetexte, Verbots- oder Hinweisschilder.
- E) Die autarke Zeichenwelt des Films. Die gezeigten Kinofilme können quasi als Text im Text untersucht werden.
- F) Signifying Practices: Die alltagskulturellen Praktiken der Besucher als bedeutungsproduzierende Handlungen.

Schon aus dieser ersten kurzen Gliederung wird ersichtlich, dass es sich im Falle eines Entertainmentcenters um einen semiotisch äußerst aufgeladenen Ort handelt. Da die Semiotik des Kinos ein selbstständiges Kapitel der Semiotik darstellt, das in der Forschung für

---

<sup>40</sup> Umfrage Gallup-Institut 2001 für Cineplexx World Graz. Siehe Anhang.

Unstimmigkeiten gesorgt und unterschiedlichste Ansätze hervorgebracht hat<sup>41</sup>, beschränke ich mich in meiner Analyse auf drei kommunikative Aspekte: Auf Architektur, visuelle Codes und sprachliche Botschaften. Zweifellos wäre aber die Untersuchung des Kinofilms als Metatext innerhalb eines Kinozentrums ein spannendes Unterfangen; vor allem die Analyse der Interferenz und Interaktion dieser verschiedenen Textebenen würde jedoch zu viel Raum beanspruchen und den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Meine Ausgangshypothese basiert darauf, dass die unterschiedlichen kommunikativen Subsysteme des Cineplexx eine gemeinsame Eigenschaft besitzen: Sie dienen der Persuasion des Konsumenten, der sich möglichst lange, ungleich länger als in traditionellen Kinos, im Cineplexx aufhalten soll, um vor Ort – darin liegt augenscheinlich das Ziel der Freizeitstrategen – möglichst viel Geld auszugeben. Gefahndet wird in Folge also nach der spezifischen Rhetorik eines Entertainmentcenters, nach der Textstrategie eines *Kinos der Superlative*.

Zunächst sollte festgehalten werden, dass das Cineplexx sich in ein Zeichensystem größerer Ordnung eingliedert und innerhalb dieses Systems eine spezielle Bedeutung zugewiesen bekommt. Die Bedeutung des Cineplexx wird durch das urbane Zeichensystem, also die Stadt determiniert. In seinem Versuch einer Semiotik der Stadtplanung begreift Roland Barthes die Stadt als textuelles Gebilde:

Die Stadt ist ein Diskurs, und dieser Diskurs ist wirklich eine Sprache: Die Stadt spricht zu ihren Bewohnern, wir sprechen unsere Stadt, die Stadt in der wir uns befinden, einfach indem wir sie bewohnen, durchlaufen und ansehen. Das Problem besteht allerdings darin, einen Ausdruck wie „Sprache der Stadt“ aus dem rein metaphorischen Stadium herauszuführen.<sup>42</sup>

Auch wenn ich hier Barthes` Desiderat sicher nicht einlösen kann, so möchte ich dennoch versuchen, mich der Sprache der Stadt anhand unseres Fallbeispiels zu nähern. Das Cineplexx liegt – genauso wie vergleichbare Entertainment-, Shopping- und Freizeitzentren – in der Peripherie Wiens. Angrenzend an eine Abfahrt der A22, ist das Cineplexx verkehrstechnisch gesehen günstig erreichbar. Vor allem Bewohner des stetig wachsenden Wiener Einzugsgebiets sollen durch diese Lage dazu animiert werden, das Cineplexx mit seinem

---

<sup>41</sup> vgl. z.B. Theorien zur Filmsprache in: Metz, Christina: „Semiologie des Films.“ München 1972. Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik.“ München 1994. Lotman, Jurij M.: „Probleme der Kinoästhetik. Einführung in die Semiotik des Films.“ Frankfurt a. M. 1977.

<sup>42</sup> Barthes, Roland: „Semiologie und Stadtplanung“ In: ders.: „Das semiologische Abenteuer“ Frankfurt am Main: Suhrkamp 1988, S.203.

großen Freizeitangebot regelmäßig zu frequentieren. In der Werbung des Cineplex wird der praktische Standort mit seinem optimalen Anschluss an öffentlichen Verkehr und Autobahn immer wieder betont. Indem die Möglichkeit kostenlosen Parkens geboten wird, streichen die Betreiber einen zusätzlichen Vorteil gegenüber zentralen Stadtkinos heraus. An der Peripherie der großen Städte entstehen also Entertainmentghettos, die es dem Konsumenten abnehmen, sein Freizeitprogramm selbst zu gestalten, vor Ort findet er alles: Vom Kino bis zum Restaurant oder zur Cocktailbar. Um aber den Schein eines marktwirtschaftlichen Prinzips zu wahren und dem Konsumenten zu suggerieren, er könne frei wählen und sich für eines unter vielen Angeboten entscheiden, etablieren Freizeitzentren eine vermeintliche Vielfalt, von deren strategischen Konfiguration später noch die Rede sein wird. Denn über der Werberhetorik, die die günstige Verkehrslage des Cineplex preist und dem von Parkplatzproblemen gequälten Großstädter echte Erholung verspricht, sollte nicht vergessen werden: Wer sich einmal dazu entschlossen hat, einen Abend im Cineplex zu verbringen, hat weit und breit keine anderen Alternativen, er greift also gezwungenermaßen auf die Gastronomie vor Ort zurück, vorausgesetzt, er will seinen Feierabend nicht frühzeitig beenden. Insofern als der soziale Raum immer signifikant ist, steckt folglich bereits hinter der konkreten Wahl des Standorts eine spezielle Ideologie der urbanisierten Kultur. Liest man die Stadt als Text, so wird dieser Text von einem Diskurs, möglicherweise auch mehreren Diskursen getragen, deren Ziel in der „Disziplinierung von Bedeutung“<sup>43</sup> zu suchen ist. Indem die Städteplanung sich dahingehend entwickelt, dass immer mehr Freizeitzentren an den Rändern der Stadt entstehen, während zum Beispiel keine entsprechenden Ansätze entwickelt werden, das innerstädtische Verkehrsproblem zu lösen, zwingt die Stadt ihren Bewohnern ein Freizeitverhalten auf, das vor allem den Betreibern von Entertainmentzentren Profit verspricht.

Aus der Raumordnung der Stadt ergibt sich folgende vereinfachte Matrix:

Innenstadt	Peripherie
Parkprobleme	Keine Parkprobleme
Wahlmöglichkeiten	Keine Wahlmöglichkeiten
zentrifugal strukturiert	zentripetal strukturiert
(Freizeitangebot verstreut)	(Freizeitangebot konzentriert)
Eigenengagement des Konsumenten	Konsument findet alles vor Ort

<sup>43</sup> Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia & Kant 2000, S. 214.

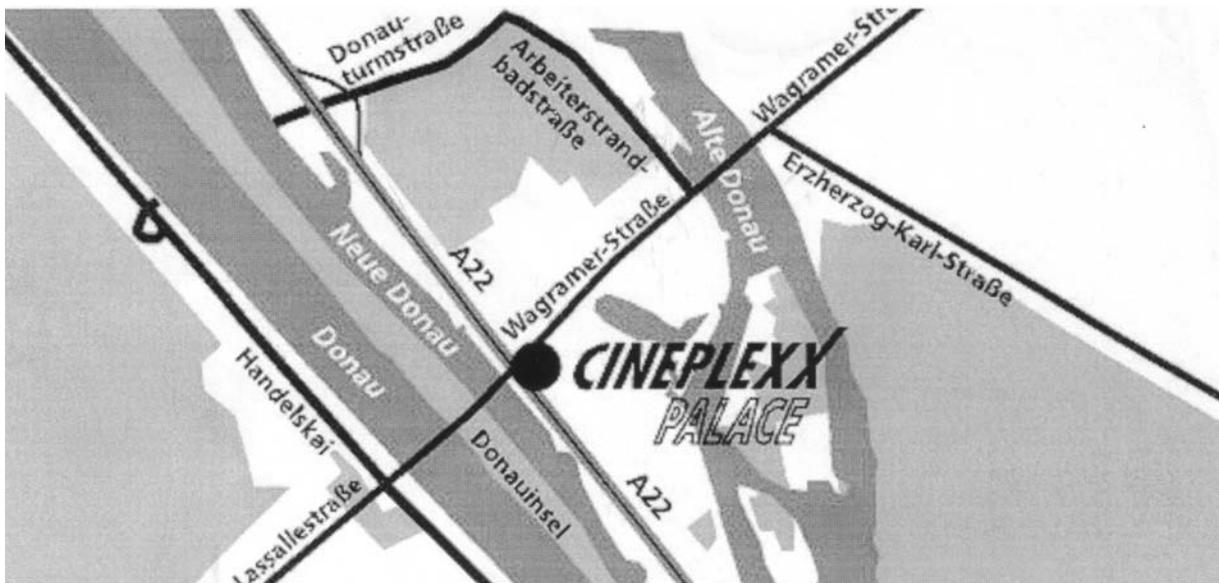


Abb.3 Lageplan

Nachdem wir bereits aus der Wahl des Standorts auf einige für unsere Analyse relevante Aspekte der Freizeitkultur schließen konnten, wenden wir uns nun dem konkreten Gebäude des Cineplexx zu. Im Rahmen der semiotischen Analyse der Architektur begeben wir uns in einen Bereich, in dem die zu untersuchenden Objekte auf den ersten Blick keinen kommunikativen Wert zu haben scheinen, sondern primär einer Funktion dienen. Doch gerade bei der Auseinandersetzung mit dem architektonischen Zeichen wird Roland Barthes' Diktum bedeutend: Wonach ein Gegenstand - sobald sein Gebrauch innerhalb der Kultur fixiert ist – als Zeichen für denselben Gebrauch figuriert.<sup>44</sup> Auch im Falle einer Semiotik der Architektur bleiben also die konkreten Objekte respektive die Referenten<sup>45</sup> aus unseren Überlegungen ausgeschlossen – es sei denn, sie werden als signifikante Formen für die Analyse relevant.

Wichtig ist, dass man nicht dem Trugschluss erliegt, die Funktion des architektonischen Gegenstandes erkläre sich aus sich selbst: Die Relation zwischen Funktion und Form ist für den Rezipienten des architektonischen Objekts nur über Codifizierungsprozesse verständlich: „Die Form bezeichnet die Funktion nur auf der Basis eines Systems von erworbenen Erwartungen und Gewohnheiten, also auf der Basis eines Codes.“<sup>46</sup> Beispielsweise ist die Funktion eines Fahrstuhls für jemanden, der aus einer Kultur stammt, in der es keine Fahrstühle gibt, für jemanden, der einen solchen folglich zum ersten Mal sieht, aus der Form keineswegs ersichtlich. Eco spricht bezüglich des Schlagworts „Die Funktion macht die

<sup>44</sup> vgl. S.13 der vorliegenden Arbeit.

<sup>45</sup> Wir erinnern uns, dass das Signifikat nicht mit dem außersprachlichen Referenten gleichzusetzen ist. Wenn man /Tisch/ sagt, meint man oft keinen konkreten Tisch, sondern vielmehr die „Idee eines Tisches“, welche aus einem speziellen Erfahrungsschatz extrapoliert wurde.

<sup>46</sup> Eco, Umberto: „„Einführung in die Semiotik““ (8. unveränd. Aufl.) München: Fink 1994, S. 309.

Form“ vom Mystizismus der Moderne. Die Architektur aber rekurriert auf codifizierte Lösungen einer zu erfüllenden Funktion.<sup>47</sup> Eine Treppe zum Beispiel codifiziert in Form einer bereits ausgearbeiteten Lösung eine Möglichkeit, zwei Ebenen, die auf unterschiedlichen Niveau liegen, miteinander zu verbinden. Im Bereich der architektonischen Sprache haben wir es folglich mit einer Codifizierung von Botschaftstypen zu tun. Hierin kann ein entscheidender Unterschied zur verbalen Sprache gesehen werden, welche ein System darstellt, aus dem unendlich viele Botschaften generiert werden können. Will die Architektur jedoch kommunikativ sein, so ist sie gezwungen, präformierte Schemata zu adaptieren: Zum Beispiel gibt es eine begrenzte Zahl von Bauwerkstypen, die bestimmte soziale Funktionen erfüllen.<sup>48</sup> Genauso gibt es eine begrenzte Anzahl von semantischen Codes – also Elementen, die eine spezifische Funktion denotieren, wie Fenster, Dächer, Türen, Treppen usw. Gerade die Architektur muss sich auf einen großen Redundanzstreifen stützen, um kommunikativ zu bleiben: Denn selbstverständlich könnten auch völlig neue Codes zur Lösung architektonischer Probleme entwickelt werden. Doch wird der Architekt zum Avantgardisten, so werden seine Bauwerke zu Idiolekten, welche die Funktion nicht mehr adäquat kommunizieren. Um die Funktionalität seiner Botschaft zu gewährleisten, muss sich der Architekt auf vorhandene Codes beziehen, welche als redundante Aussagen klassifiziert werden können. Ausgehend von diesen BasisCodes, können dann neue Codes entwickelt werden, in denen architektonische Signifikanten neue Funktionssysteme denotieren.<sup>49</sup>

Gehen wir nun dazu über, die architektonische Sprache im konkreten Fall des Cineplexx näher zu betrachten: Das Cineplexx wurde direkt neben der A22 und der U1 gebaut und markiert die Grenze zum Wohngebiet neben der Wagramer Straße. Rein städtebaulich betrachtet, dient dieser bewusst gewählte Standort dem Lärmschutz für die benachbarten Siedlungen. Dass sich an diese exponierte Lage auch eine symbolische Bedeutung knüpft, verwundert jedoch nicht. Natürlich stellt die räumliche Anordnung ein wichtiges kommunikatives Element dar: Innerhalb des architektonischen Ensembles an der

---

<sup>47</sup> vgl. Eco: „Einführung in die Semiotik“, S. 308.

<sup>48</sup> Man könnte in diesem Fall von sozialen Codes sprechen. Zu diesem gehören etwa Unterscheidungen zwischen Schulen, Krankenhäusern, Einfamilienhäusern, U-Bahnstationen etc.

<sup>49</sup> Als eine solche Innovation innerhalb der architektonischen Sprache könnten zum Beispiel die Arbeitersiedlung angesehen werden, die Walter Gropius 1926 in Dessau errichtete. Diese sollte zum Vorläufer der modernen Reihenhaussiedlung werden. Gropius bereicherte folglich den sozialen Code der Architektur. Dass jedoch auch diese architektonische Novität auf den vorhandenen Vorrat der architektonischen Formensprache rekurriert, wird aus unseren bisherigen Überlegungen ersichtlich.

Reichsbrücke nimmt das Cineplexx sozusagen einen Sonderstatus ein.<sup>50</sup> Die Fassade des Cineplexx wirkt hermetisch und weist Anklänge an den Purismus der klassischen Moderne auf. Einzig die vereinzelt Werbetafeln sowie Leuchtreklame weichen von der minimalistischen Ästhetik des Baus ab. Der verwendete Baustoff ist Beton. Während Architekten Beton in den 50er Jahren als Baustoff der Zukunft lanciert haben, konnotiert Beton heute eher Tristesse.<sup>51</sup> Im allgemeinen assoziiert man Beton mit Bausünden der 60er und 70er Jahre und denkt an die Betonwüsten in den Satellitenstädten der Metropolen. Frappant ist, wie im Falle des Cineplexx - sowohl bezüglich der architektonischen Konfiguration als auch der Materialien - eine gestalterische Spannung zwischen Außen- und Innenraum aufgebaut wird. Wir werden auf diese Dichotomie zurückkommen, wenn wir uns dem innenarchitektonischen Bereich des Cineplexx nähern.

Insgesamt scheint der Bau des Cineplexx rein funktional ausgerichtet zu sein. Dass dem nur scheinbar so ist, beweist ein Bogen vor dem Eingang: Hierbei handelt es sich um eine funktionslose Baumasse, die keinerlei statischen Zweck erfüllt. Dieser den Eingang umrahmende Betonbogen verleiht dem Gebäude ein monolithisches, ja beinahe monumentales Aussehen. Die erste Ebene des architektonischen Zeichens, welche eine Funktion denotiert<sup>52</sup>, bleibt in diesem Fall leer. Die zweite Ebene des architektonischen Zeichens entspricht der konnotativen Ebene der verbalen Sprache: Sie erfüllt primär eine symbolische Funktion. Der Gebrauchsgegenstand Sessel zum Beispiel denotiert /hinsetzen/, während ein Thron primär eine symbolische Funktion kommunizieren will: Er konnotiert /Königswürde/ - der funktionale Aspekt der ersten Ebene des Zeichens ist in diesem Kontext sekundär. Semiotisch gesprochen, denotiert der „Triumphbogen“ am Eingang des Cineplexx nichts, er evoziert aber zahlreiche Konnotationen.<sup>53</sup> Der symbolische Wert dieses Zeichens ist leicht zu dechiffrieren: Er liegt in einer Schwellenfunktion. Wer den Bogen passiert, taucht in eine andere Dimension ein, die – so verspricht es der Werbeslogan - „um Welten voraus“ ist. Wenn wir unsere Bildsprache beibehalten, so folgt auf den „Triumphbogen“ in Form einer perspektivisch verstärkten Eingangstreppe der „Tempelzugang“.

---

<sup>50</sup> vgl dazu z.B.: Standort von Kirchen, die im Zentrum der mittelalterlichen Städte gebaut wurden etc. Die Semantik der Raumanordnung stellt ein äußerst interessantes Teilkapitel der Semiotik dar, das von der Forschung bei weitem noch nicht ausgeschöpft wurde.

<sup>51</sup> Zu einer Semiotik der architektonischen Materialsprache vgl.: Fischer, Günther: „Architektur und Sprache. Grundlagen des architektonischen Ausdruckssystems.“ Stuttgart/Zürich: Krämer 1991.

<sup>52</sup> Eine Treppe denotiert z.B. die Funktion /Verbindung von zwei Ebenen auf unterschiedlichen Niveau/.

<sup>53</sup> Diese Absenz der ersten Ebene des Zeichens könnte im Bereich der verbalen Sprache mit der Kunstsprache der Lautdichtung im Dadaismus verglichen werden. Die Lautkombinationen der Lyrik Hugo Balls und Raoul Hausmanns denotieren nichts, sie eröffnen aber ein breites Feld an Konnotationen.



Abb.4 Cineplex Palace Außenansicht

Auch wenn die Metapher des Konsumtempels verbraucht wirken mag, so scheint dieser Vergleich hier durchaus angebracht. Schließlich mag das beinahe zur idiomatischen Wendung

erstarrte Bild des Konsumtempels in seiner ganzen Geläufigkeit die Sprache der Architektur tatsächlich beeinflusst haben. Je weiter wir in den Komplex des Cineplexx vordringen, um so mehr Beispiele für dieses Phänomen werden wir finden. Die Architektur nimmt die Sprache beim Wort und literalisiert Tropen, die aus der verbalen Sprache stammen. Dass mit dieser Adaption der Rhetorik der verbalen Sprache auch die dieser Sprache immanente Ideologie prolongiert wird, ist ein Umstand, an dem sich offenbart, wie Bedeutung zum Ort der Macht wird.

Abgesehen von der eben beschriebenen Materialisierung sprachlicher Tropen, ist die Architektur per se ein Zeichensystem, das auf rhetorischen Regeln aufbaut. Eco sieht den Ursprung dieser Kongruenz darin, dass die Architektur auf einen großen Redundanzstreifen angewiesen ist, um kommunikativ zu bleiben. Genauso wie die Rhetorik geht die Architektur von vorhandenen Prämissen aus, um davon ausgehend bereits akzeptierte Argumente zu entwickeln.<sup>54</sup> Im Gegensatz zum künstlerischen Idiolekt zielt die Rhetorik und die Architektur darauf ab, den Erwartungshorizont des Rezipienten nicht zu transzendieren. Seit der Antike diene die Rhetorik der Persuasion, diese Funktion kann ihr auch innerhalb der kulturellen Textur zugewiesen werden: Mit Hilfe rhetorischer Figuren wird ein hegemoniales Kulturkonzept kommuniziert, welches vom urbanen Zeichen – sei es architektonischer, verbaler oder visueller Natur – getragen wird. Jeder kulturelle Text liefert somit automatisch einen Kommentar, wie man ihn zu lesen hat. Dass in der sozialen Praxis jedoch auch Lesarten entwickelt werden, die die herrschende Ideologie zumindest partiell kippen, werden wir noch an einigen Beispielen untersuchen können. Die Rhetorik dient dazu, die Bedeutung des Zeichens zu steuern; die Chance des Rezipienten liegt in der Ambiguität des Zeichens, dessen Signifikanten zwar von der Kultur distribuiert werden, dessen Bedeutung aber prinzipiell offen ist.

Setzen wir unseren Durchgang im Cineplexx fort. Der Vorraum wurde in Form einer langen Flucht realisiert, er schließt stilistisch an die Gestaltung der Fassade an und zeigt sich puristisch. Rechterhand befinden sich die Kinokassen. Während das Gebäude selbst aus Beton gebaut wurde, bedient sich dieser erste Innenraum einer distinguierten Materialsprache. Edle, glatte Materialien fallen ins Auge. Typisch für den Konsumtempel – man verzeihe mir diese Plattitüde – wird die Neuheit mittels glänzender Oberflächen und einer auffallenden Sauberkeit betont. Das Element der Neuheit scheint in Gebäudekomplexen wie dem Cineplexx unverzichtbar – schließlich ist es das ständige Begehren nach Neuem, welches den

---

<sup>54</sup> Der Architekt arbeitet mit einem Inventar präformierter Codes genauso wie der Rhetor mit einem Schatz erworbener Formeln operiert.

kapitalistischen Produktionsprozess aufrecht erhält. Im Bezug auf ein puristische Gestaltungsprinzip, welches mit teuren (oder zumindest teuer wirkenden) Materialien kombiniert wird, spricht Fischer von einer „*Renaissance dieses immer noch funktionierenden Codes*“<sup>55</sup> in Bankgebäuden, Einkaufszentren und öffentlichen Prestigebauten. Das Cineplexx präsentiert sich als Ort der Zukunft: Mit der visuellen Formensprache korrelieren auch sprachliche Botschaften, so lässt uns ein Werbetext wissen, dass sich Besucher des Cineplexx „*am Puls der Zeit*“ befinden.

Das Raumzentrum schließlich – von den Betreibern großspurig als Atrium angepriesen – hebt sich von diesem Bekenntnis an die Architektur der Moderne ab. Während der Eingangsbereich sowie der Bereich, in dem sich die Kinosäle befinden, bewusst Stilkonnotationen evozieren möchte, fällt der „demokratische“ Bereich (Atrium), der alle Besucher ansprechen soll, mehr als nur aus dem Rahmen. Stil stellt die typische Realisierung eines ästhetischen Ideals dar; er kommuniziert Gesellschaftszugehörigkeit, dient also der Distinktion. Doch auch wenn die Exklusivität des Angebots vor allem auf der Ebene sprachlich vermittelter Botschaften ständig betont wird, soll natürlich niemand exkludiert werden: Die Botschaft des Cineplexx richtet sich an ein Massenpublikum. Den Tribut an die Massen zollt das Cineplexx, indem es im Raumzentrum (Atrium) einen „Palast“<sup>56</sup> in die Höhe ragen lässt. Dieser „Palast“ wartet mit einer nicht zu überbietenden Masse an hybriden Stilkonnotationen auf.

Das Atrium, das die gesamte Höhe des Gebäudes nützt<sup>57</sup>, wird von einem Arkadenhof, der die Architektur der Renaissance zu imitieren versucht, begrenzt. In die Rundbögen wurden Monitore eingebaut, wo Werbespots abgespielt werden. Der gastronomische Bereich, in dem ein Café untergebracht ist, spielt mit Versatzstücken eines Fin-de-siècle-Ambiente, welches wohl an die Blüte der Wiener Kaffeehauskultur erinnern will. An der Decke befindet sich ein überdimensionaler Kristallluster, welcher ebenfalls als Allusion auf das opulente Interieur der Jahrhundertwende zu verstehen ist. Das Programm dieser Dekoration liegt in der Akkumulation von Kitsch-Ikonogrammen, welche ein bestimmtes Kulturerbe ins Gedächtnis rufen sollen. Von diesen Ikonogrammen ausgehend, werden konventionalisierte Argumente entwickelt.<sup>58</sup> Wir haben es wiederum mit rhetorischen Codes zu tun, die konventionalisierte

---

<sup>55</sup> Fischer, Günther: „Architektur und Sprache. Grundlagen des architektonischen Ausdruckssystems.“ Stuttgart/Zürich: Krämer 1991, S. 105.

<sup>56</sup> Nicht von ungefähr schmückt sich das Cineplexx mit dem Beinamen Palace.

<sup>57</sup> Selbstverständlich untermauert die enorme Raumhöhe die Assoziation mit einem Palast.

<sup>58</sup> Die Rhetorik lehrt, dass man mit Hilfe der Argumente - von einigen Prämissen ausgehend – Schlussfolgerungen entwickelt. Argumente werden in der antiken Rhetorik in loci gegliedert. Es gibt also gleichsam Kataloge möglicher Argumente und Syllogismen. Ähnliche Mechanismen können in der visuellen Kommunikation – vor allem in der Sprache der Werbung – beobachtet werden.

ikonische Lösungen bereitstellen, welche dazu dienen, bereits bekannte Argumente für den Rezipienten interessant zu machen. Kurz, die Botschaft soll mittels rhetorischer Kunstgriffe Aufmerksamkeit erregen. Der Inhalt der Botschaft ist in unserem Fall augenscheinlich: Das Cineplexx will zum Konsum animieren. Um zu diesem Resümee zu gelangen, bedarf es keiner semiotischen Analyse. Dass ein kommerziell betriebenes Freizeitzentrum darauf ausgerichtet ist, Profite zu erwirtschaften, ist klar. Für unseren Fokus interessant ist allerdings die ingeniöse Textstrategie, von der diese Botschaft getragen wird. Die Ikonogramme, die im Atrium vorgefunden wurden, transportieren eine konventionalisierte Bedeutung. Ein spezielles Schlussverfahren, das von dieser konventionalisierten Bedeutung evoziert wird, wird dem Rezipienten nahegelegt:

- Dies ist ein opulentes historisches Interieur
- Wer sich heute so ein Interieur leisten kann, ist wohlhabend.  
Er verfügt über Geld und Geschmack.
- Wenn ich mich hier aufhalte, zeige auch ich, dass ich Geschmack habe.

Da die Exklusivität des Angebots auf der Ebene verbaler Werbebotschaften ebenfalls betont wird, dient die verbale Botschaft als eine Art Verankerung der visuellen Botschaft.<sup>59</sup> Die komplementäre Textebene soll folglich die Lesart der visuellen Aussage steuern. Denn selbstverständlich könnte man den vorliegenden Text auch völlig anders dechiffrieren und die Dekoration als Stilmix von unglaublicher Geschmacklosigkeit auffassen. Wie die Zitate, die der Text anbietet, gelesen werden, ist natürlich vom sozialen Kontext des Rezipienten abhängig – von seinem Weltwissen, dem sozialen Feld, in dem er sich bewegt, usf. Da der Text aber jene apostrophiert, die gerne Teil einer mondänen Gesellschaft wären (offenbar sind sie genau das in ihrem Alltag nicht), wird die Botschaft in den meisten Fällen im Sinne der Betreiber verstanden. Im Rahmen von Interviews<sup>60</sup>, die ich im Cineplexx durchgeführt habe, erwähnten sieben von zwölf befragten Probanden explizit die Dekoration als großen Pluspunkt des Kinos. Die häufigsten Attribute, die hierbei genannt wurden, sind: *Schick, pompös, teuer, geschmackvoll*. Signifikant ist, dass es jedoch auch Besucher gab, die angaben, dass sie sich bewusst nicht im Atrium aufhielten, weil es für sie „zu *nobel*“ wirke.

---

<sup>59</sup> Das Cineplexx wirbt zum Beispiel mit „*exklusiven Premieren*“. Im Bezug auf die Lounge im ersten Stock heißt es vielversprechend: „*Es erwarten dich Getränke, Knabberereien und Snacks in gemütlicher VIP-Atmosphäre.*“

<sup>60</sup> siehe Tabelle im Anhang

Mit Spotlights beleuchtete Rolltreppen verbinden die drei Hauptebenen des zentralen Raums. Die Raumkonfiguration stellt wiederum ein Äquivalent zu einer rhetorischen Figur dar. Es handelt sich um die visuelle Übersetzung einer bekannten Raummetapher. Während sich unten der „demokratische Bereich“ befindet, zu dem jeder Besucher Zutritt hat, befindet man sich in den oberen Ebenen in einem exklusiven Bereich. Indem man mit der Raumaufteilung die sprachliche Unterscheidung zwischen oben und unten, die auch als Bild für soziale Hierarchien<sup>61</sup> fungiert, übernimmt, bedient sich der Text des Cineplexx erneut eines rhetorischen Codes.

Hält man sich im Atrium auf, soll man nach Wunsch der Betreiber zwar das gastronomische Angebot des Cineplexx auskosten, es ist aber keine Voraussetzung für den Zutritt sich in einem der Lokale niederzulassen. Demzufolge gibt es auch Jugendliche aus der Umgebung, die das Cineplexx zu ihrem Treffpunkt gemacht haben. Diese Jugendlichen bleiben wesentlich länger als andere Besucher im Cineplexx, ohne auf das Angebot vor Ort zurückzugreifen. Meist findet man sie in den ebenerdig gelegenen Spielhallen, wo sie selbst mitgebrachte Getränke konsumieren. Sobald man mit den Rolltreppen nach oben fährt, ist dies nicht mehr möglich: Man verlässt den „demokratischen“ Bereich.

Das vermehrte Auftreten von Verbotsschildern<sup>62</sup> und Hinweistafeln markiert diese imaginäre Grenze zwischen Oben und Unten. Selbstverständlich erfüllen Verbotsschilder vordergründig betrachtet primär einen funktionalen Zweck. Die Tafeln dienen aber darüber hinaus auch dazu, dem kulturellen Text eine spezifische Bedeutung einzuschreiben. Die soziale Funktion der Kontrolle verschmilzt so mit der bedeutungsgebenden Funktion. In unserem Fall werden eindeutige Signale an den Rezipienten ausgesendet. Der Besucher erfährt, dass er sich nun an gewisse Regeln zu halten hat, andererseits hypostasieren die Verbotsschilder aber auch eine deutliche Abgrenzung unterschiedlicher Raumebenen. Eine zusätzliche Regel besteht darin, dass der Zutritt nur mit Eintrittskarte gestattet ist. Dieser Sektor ist folglich in der Tat jenen Besuchern vorbehalten, die der Aufforderung des Cineplexx folgen und bereit sind, Geld für ihren Aufenthalt auszugeben.

Analog zur Fassade besticht die obere Etage durch äußerste Dezenz bezüglich der Gestaltung als auch bezüglich der verwendeten Materialien – man operiert mit den bereits bekannten Stilkonnotationen, die der architektonischen Sprache der puristischen Moderne entlehnt sind.

---

<sup>61</sup> vgl. die sprachliche Unterscheidung zwischen „oberer“ und die „unterer“ Klasse.

<sup>62</sup>Man wird auf das absolute Rauchverbot hingewiesen sowie darauf, dass Mobiltelefone abgedreht werden müssen. Außerdem ist der Zutritt zu verschiedenen Bereichen untersagt.



Abb.5 Rolltreppen in die erste Etage

Das elaborierte Beleuchtungskonzept, welches eine Opposition zur Dunkelheit der Kinosäle darstellt, ist in diesem Zusammenhang ebenfalls von Interesse: Die Rolltreppen, welche in den exklusiven Bereich der oberen Etage führen, werden mit Spotlights effektiv illuminiert. Erneut haben wir es hier mit einer Art Schwelle zu tun, die zwei unterschiedlichen Bereiche voneinander trennt.<sup>63</sup> Der Besucher, der sich nach oben begibt, steht gleichsam selbst im

<sup>63</sup> vgl.: „Triumphbogen“ am Eingang, der in die Welt des Cineplexx führt.

Scheinwerferlicht, er wird selbst zum Star. Hierbei handelt es sich um eine aus der Werberhetorik bekannte Trope: Die Hyperbel.

Bedeutung konstituiert sich über Differenz; wie im Cineplexx die hierarchische Struktur des Raums benannt wird, fasst folgende Gegenüberstellung zusammen:

**„Demokratischer Bereich“**

unten

überladen Dekoration

bunt

keine Hinweisschilder

Keine Beschränkung des Zutritts

**„Exklusiver Bereich“**

oben

minimalistisch

reduziertes Farbpertoire/

Variation von grau, rot und schwarz

zahlreiche Verbotsschilder

Zutritt nur mit Eintrittskarte

Wie die Parzellen einer Schrebergartensiedlung grenzen die verschiedenen gastronomischen Einrichtungen, die sich vor allem im Erdgeschoss befinden, beinahe übergangslos aneinander. Die Dekoration dieses Bereichs soll die hochgepriesenen „Vielfalt“ des Cineplexx kommunizieren. Die Gestaltung erinnert an Entertainment- und Einkaufszentren wie es sie in Wien und anderenorts im Übermaß gibt. Das Cineplexx ist Teil einer weltumspannenden Freizeitkultur, deren Ansprüche auf den kleinsten globalen Nenner nivelliert werden. Die Aufmachung bleibt international dieselbe und bringt die Idee Walt Disneys und seines ultimativen Freizeitparadieses in die Vorstädte der Welt. Eben diese ist nicht mal mehr einen Steinwurf vom eigenen Wohnzimmer entfernt. Das Cineplexx lädt zur kulinarischen Weltreise ein. In direkter Nachbarschaft buhlen diverse Nationalküchen um die Gunst des Gastes.<sup>64</sup> Stereotype Signale wollen dem Besucher als Codierungshilfe dienen: So präsentiert sich die griechische Taverne selbstverständlich in den landesüblichen Farben Blau und Weiß, nicht unweit macht das indische Lokal mittels subkontinentaler Architekturzitate auf sich aufmerksam, während die italienische Pizzeria die Farben der Trikolore für sich sprechen lässt. Wie das anschauliche Beispiel der „Palatschinkenoase“ verdeutlicht, wird auf Authentizität kein besonderer Wert gelegt. Der hybrid anmutende Name des Betriebs löst ein, was er vermuten lässt. Vermeintliche Strandhütten mit Strohdach und Plastikpalmen sollen die Atmosphäre einer karibischen Cocktailbar imitieren, während die Bestuhlung eher an ein Pariser Café erinnert. Die Speisekarte schließlich steht diesem Stilmix in nichts nach: Österreichische Palatschinken (oder möglicherweise doch französisches Crêpe?) wartet man dem Gast hier ebenso auf wie tropische Cocktailkreationen.

<sup>64</sup> Insgesamt kann der Besucher zwischen 10 verschiedenen Lokalen wählen.

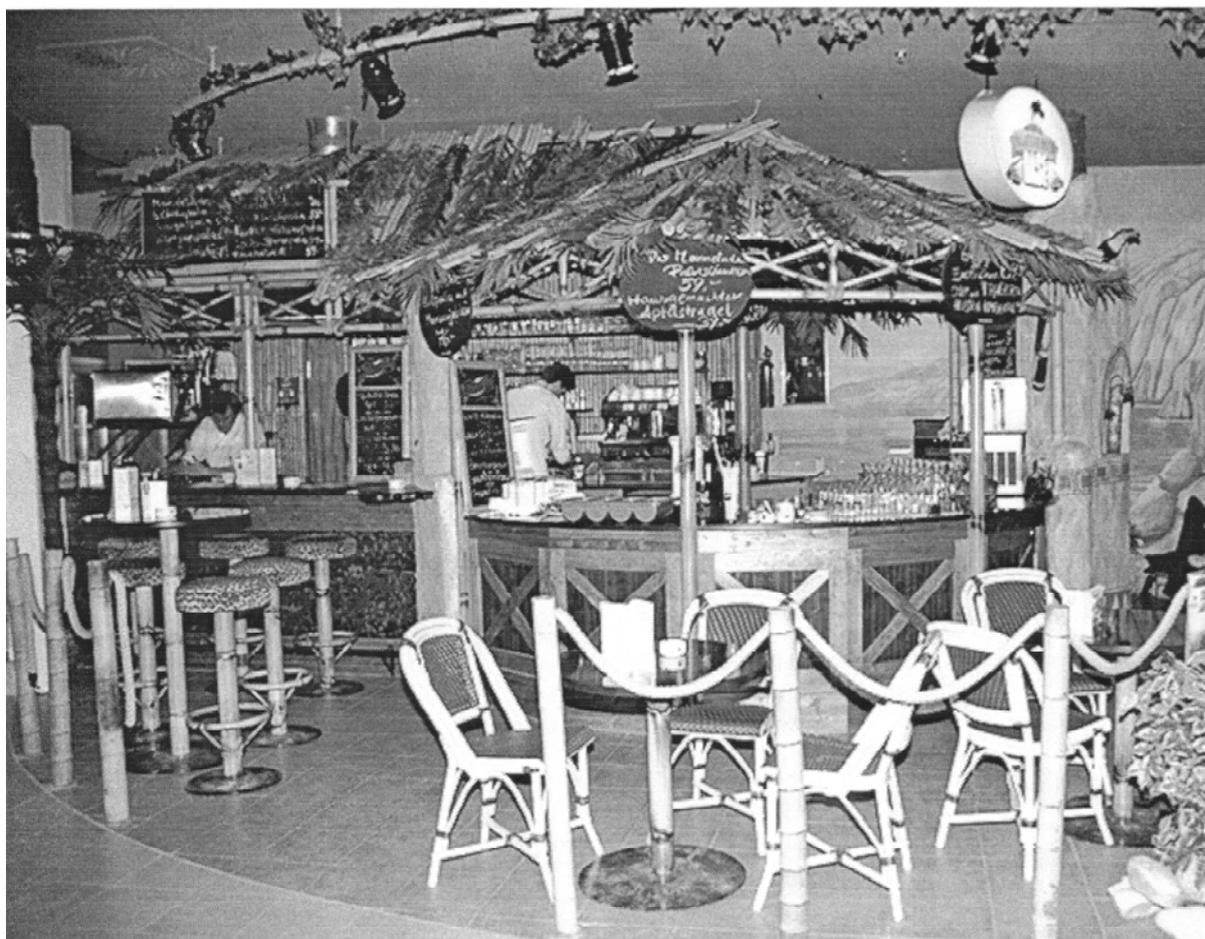


Abb. 6 „Palatschinkenoase“

Interessant ist, dass trotz der einfachen, ja geradezu primitiven Mittel, derer man sich bedient, um diese Illusion der Vielfalt zu erzeugen, die Botschaft des Cineplexx auf breite Akzeptanz stößt. Die Besucher scheint das Konzept der Betreiber jedenfalls anzusprechen: Die Hälfte der in Interviews befragten Personen gab an, dass gerade die „Vielfalt“ einen großen Pluspunkt des Cineplexx darstelle.<sup>65</sup> Fraglich bleibt, mit Hilfe welcher suggestiven Techniken das Kommunikationsangebot gesteuert wird. Das Cineplexx präsentiert sich als Ort, der die Fremde einfängt und für jedermann zugänglich macht. Es bringt das Andere, das seiner eigenständigen Identität selbstverständlich längst beraubt wurde, direkt zum Konsumenten. Wenige Signale scheinen hierbei auszureichen, um die von den Betreibern intendierten Bedeutungen zu generieren. So wissen die Besucher, dass sie mit der Farbkombination Weiß und Blau im vorgegebenen Kontext „Griechenland“ verbinden sollen und müssen nicht erst auf sprachliche Zeichen, die das entsprechende Lokal in unserem Fall als „Takis Taverne“ ausweisen, rekurren, um den Text zu verstehen. Die elementarsten Versatzstücke genügen,

<sup>65</sup> siehe Tabelle im Anhang.

um bei den Besuchern eine Kette von Assoziationen auszulösen, die mit der Textstrategie im Einklang stehen. Dies ist selbstverständlich nur möglich, weil der Textproduzent davon ausgehen kann, dass der Leser bereits über ein adäquates Vorwissen verfügt. Gearbeitet wird mit zum Klischee erstarrten Ikonogrammen, mit ikonographischen Codes, die die eindeutige Identifizierung der Botschaft ermöglichen. Semiotisch gesprochen handelt es sich bei ikonographischen Codes um komplexe konventionalisierte Aussagen, bei denen die Signifikate des ikonischen Basiscodes zu Signifikanten des ikonographischen Codes werden. So denotiert eine bestimmte Darstellung eines Mannes mit Dreispitz zum Beispiel /Napoleon/. Gerade die Werberhetorik operiert gerne mit klassischen ikonographischen Bildern. Insofern als die Ikonographie konventionalisierte Bedeutungen transportiert, erweist sie sich für die Persuasion des Rezipienten als besonders brauchbares Instrument. Die Ikonographie lässt Zeichen zirkulieren, an die eine konventionelle Decodierung gebunden ist. Sie steuert folglich die Textexegese des Lesers.

Bevor ich mich der Analyse der sprachlichen Botschaften im Cineplex zuwende, möchte ich noch kurz ein Beispiel für die Adaption rhetorischer Tropen anführen. Im ersten Stock des Cineplex befinden sich Abbildungen von Kinos und Studiokulissen aus den 20er Jahren, die wohl als Tribut an die europäische Stummfilmtradition aufgefasst werden können. Diese überdimensionalen Fotos verkleiden die gesamten Seitenwände, so dass es für den Besucher beinahe so wirkt, als befände er sich tatsächlich vor bzw. in den abgebildeten Gebäuden. Der gewünschte Effekt wird durch den gezielten Einsatz von Accessoires noch verstärkt – zum Beispiel werden riesige Scheinwerfer zur Beleuchtung eingesetzt, die Wände sind mit Backsteinen verkleidet. Neben den Fotos befinden sich historische Filmplakate, die Titel wie Fritz Langs „Metropolis“ oder F. W. Murnaus „Nosferatu“ bewerben. Das Phänomen, dass innerhalb eines Kinokomplexes Abbildungen von Kinokulissen und -gebäuden zu finden sind, scheint eine näheren Untersuchung wehrt zu sein. In der Tat handelt es sich hierbei um eine Strategie, die wiederum aus der Werbung bekannt ist. Zum Beispiel wirbt man häufig für Fertigsugo, indem man neben der Packung des Produktes frische Tomaten abbildet. Die Rhetorik kennt diesen ingeniosen Kunstgriff als doppelte Metonymie. Indem man die beiden Elemente (Packung des Produkts und frische Tomaten) einander gegenüberstellt, benennen sie sich gegenseitig, das heißt ein enger Zusammenhang zwischen ihnen wird kommuniziert. In unserem Fall wird also eine Verbindung zwischen der großen Tradition des europäischen Films und dem Cineplex konstruiert. Dass das Programm des Cineplex – gezeigt werden

vor allem Blockbuster aus der Traumfabrik Hollywood - davon weit abweicht, wird von wenigen Besuchern wahrgenommen.

Die sprachlichen Botschaften, mit denen das Cineplexx auf sich aufmerksam machen möchte, erfüllen vornehmlich die Funktion der Verankerung des Textganzen. Sie helfen dem Rezipienten dabei, die einzelnen Textteile zu identifizieren, und lenken seine Aufmerksamkeit auf gewisse Signifikanten, während andere verschwiegen werden. Die primäre Aufgabe der sprachlichen Botschaften liegt folglich darin, die Lesart zu steuern und die Bedeutung des Textes zu kontrollieren.



Abb. 7 Logo und Plakat

Einen sprachlichen Manierismus zweifelhafter Qualität leistet man sich, indem man die im Namen des Cineplexx vorkommende Doppelung des x konsequent einhält: So wird etwa

davon gesprochen, wie man „*günstixt ins Palace*“ kommt und wirbt für „*exklusive Premieren*“<sup>66</sup>. Diese Doppelung kann unschwer als Ausdruck der Superlative interpretiert werden. Das Cineplexx will schließlich mehr bieten als andere Kinos und präsentiert ein umfassendes Freizeitprogramm für die ganze Familie. Das Epitheton „Palace“, das mit der visuellen Gestaltung des zentralen Innenraums korrespondiert, lässt den Rezipienten wissen, dass er es beim Cineplexx an der Reichsbrücke mit dem Palast unter den Zentren der Kette zu tun hat.

Der Werbespruch „...um Welten voraus“ stellt eine Äquivalenzbeziehung zum Logo dar, welches Planeten im Weltraum darstellt. Das Cineplexx bewegt sich im interstellaren Raum. Das semantische Feld, das durch das Logo sowie den Werbespruch erschlossen wird, konnotiert Größe, Modernität und Globalität und korreliert mit der Ideologie des Fortschritts. Die Botschaft, die ausgesendet wird, lautet: Wer sich hier aufhält, hat Anteil am Fortschritt, er befindet sich am Puls der Zeit. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass sowohl die sprachlichen als auch visuellen Botschaften prinzipiell darauf abzielen, beim Konsumenten den Wunsch der Partizipation hervorzurufen.

Dass die Textstrategie der Betreiber nicht immer aufgeht, veranschaulicht folgender Werbetext, der die Spielhalle (FUNplanet) bewirbt. Hier verstrickt sich der Text in seine eigenen Widersprüche:

Funplanet – der ultimative Treffpunkt für dich und deine Freunde bietet dir jede Menge Unterhaltung. Die Spiel- und Erlebniswelt sorgt für den nötigen Zeitvertreib rund um den Kinobesuch. **Gewaltfreie Spielstationen**, Automaten und teilweise auch Billardtische werden dir die gewünschte Abwechslung bringen! Dem Spaß vor und nach dem Kino steht also nichts mehr im Weg (Hervorhebung der Verfasserin).<sup>67</sup>

Der Text apostrophiert eindeutig ein junges Publikum. Stilistisch stellt er eine Art Mimikry des Jugendjargons dar: Der Leser wird in der Du-Form angesprochen, der Wortschatz („ultimativ“, „FUNplanet“) passt sich der Zielgruppe an. Wie in anderen Werbetexten wird der Erlebnischarakter des Angebots betont (Das Wort „Erlebnis“ erfährt im Textkorpus des Cineplexx einen geradezu inflationären Gebrauch.). Obwohl der zitierte Text nicht von anderen Texten, die bereits behandelt wurden, abweicht, funktioniert er in diesem Fall nicht. Einerseits möchte man die Jugend ansprechen, der man ein eigens auf sie zugeschnittenes Konzept verkaufen will, andererseits sollen schließlich alle – auch die Eltern - ins Cineplexx

<sup>66</sup> siehe <http://www.cineplexx.at> (25.08.2002)

<sup>67</sup> siehe <http://www.cineplexx.at> (25.08.2002)

kommen. Der Hinweis darauf, dass es nur „gewaltfreie Spielstationen“ gibt, richtet sich zweifellos eher an die Eltern der Jugendlichen, deren mögliche pädagogische Einwände aus dem Weg geräumt werden sollen. Der Text weist also Brüche auf, die auf ein Phänomen aufmerksam machen, das charakteristisch für das Cineplexx zu sein scheint. Man wiederholt beständig die Exklusivität des Erlebnisses und legt mittels rhetorischer Hilfsmittel ein Schlussverfahren nahe, das in etwa so lauten könnte:

- Dieses Angebot wurde für dich zusammengestellt.
- Es ist exklusiv.
- Wenn du ins Cineplexx kommst, bist auch du Teil dieser Exklusivität.

Andererseits verbirgt sich hinter der suggestiven Rhetorik des Cineplexx das Ziel, alle zu erreichen. Diesen Widerspruch, der der Konsistenz des Textes anhaftet, versucht das Cineplexx durch die Art der Textpräsentation zu verschleiern. Dass dies jedoch nicht immer gelingt und der Text schließlich an der eigenen Widersprüchlichkeit scheitert, mag das Beispiel des FUNplanet beweisen.

Wir haben gehört, dass die Bedeutung eines Textes nicht nur in seiner Struktur, sondern auch in der individuellen Dechiffrierung durch den Leser liegt. So können (alltags)kulturelle Handlungen und Praktiken einen Text entscheidend verändern.<sup>68</sup> Auch das soziale Verhalten der Besucher des Cineplexx wird in der Tat zu einem eigenen Text. Dieser stimmt mit der hegemonialen Textstruktur nicht immer überein. Tatsächlich findet man auch in der künstlichen Freizeitwelt des Cineplexx – als Antwort auf das Logo sollte man wohl eher von einem künstlichen Kosmos sprechen! – dissidente Lesarten, die die Ideologie des Konsums zumindest ansatzweise negieren.

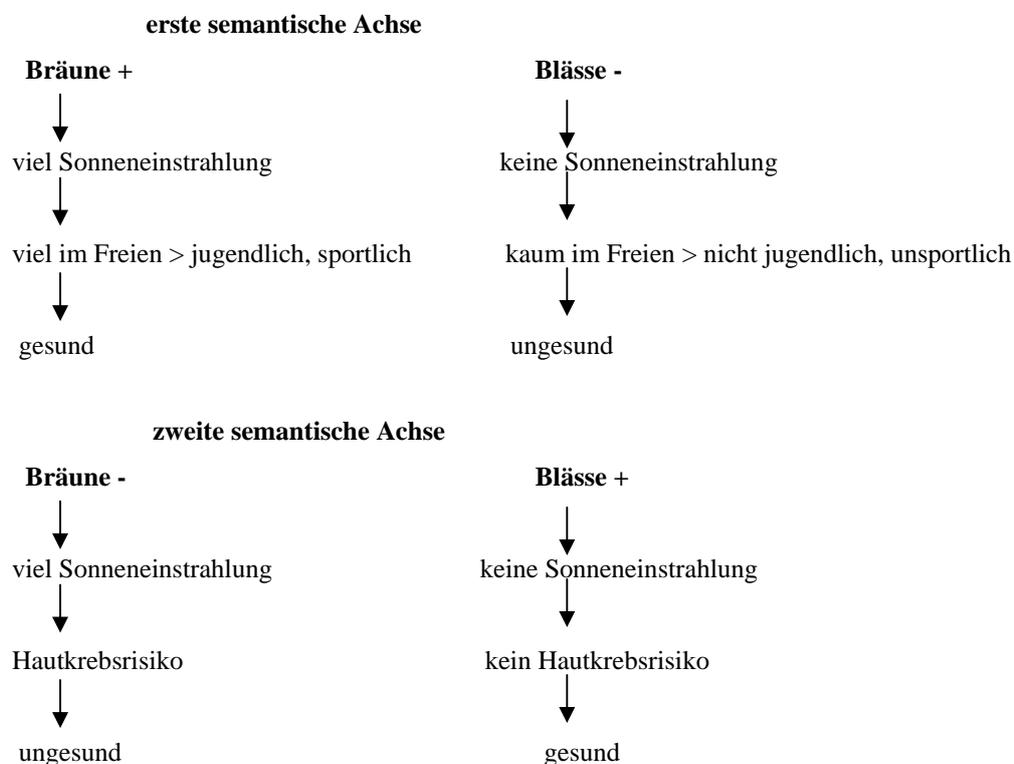
Zweifellos stellt sich das Cineplexx in den Dienst der Ideologie der Konsumgesellschaft. Doch wie kann das Abstraktum Ideologie, dessen Bedeutung mehr als nur nebulös ist, für die Analyse an Schärfe gewinnen? Eco bietet eine semiotische Definition des Begriffs Ideologie. Mit Ideologien habe man es demnach dann zu tun, wenn semantische Systeme als Wertssysteme auftreten. So können die Konnotationsketten zu bestimmten Worten oder idiomatischen Wendungen (Signifikanten) zu Konstanten werden. Alle von einem solchen Signifikanten denotierten Bereiche evozieren in einem solchen Fall ähnliche Konnotationen. Es liegt also ein konstanter Subcode vor. Dieser Code kann jedoch verändert werden. Somit

---

<sup>68</sup> vgl. Beispiel des alltagskulturellen Gegenstandes „Sicherheitsnadel“ und dessen Bedeutung in der Punkkultur. siehe S.21 der vorliegenden Arbeit.

liegt die Macht der Rezipienten, deren „*Konstruktion als Subjekte der Ideologie niemals vollständig ist*“<sup>69</sup> in der Decodierung der Botschaft. Dass die semantischen Achsen eines Signifikanten mobil sind, soll ein Beispiel veranschaulichen. Bis in die 90er Jahre galt Bräune als absolutes Muss für ein dynamisches, gesundes und jugendliches Erscheinungsbild. Bräune konnotierte Attraktivität. Wer keine Zeit für das Sonnenbad hatte und es sich leisten konnte, auf künstliche Hilfsmittel zurückzugreifen, verpasste dem Körper den begehrten dunklen Teint mittels regelmäßiger Besuche im Solarium. Seit einigen Jahren wird die Gefahr von Hautkrebs aufgrund übertriebener Sonneneinstrahlung in der Öffentlichkeit immer häufiger thematisiert. Das hat dazu geführt, dass sich mittlerweile eine Trendwende abzeichnet. Blässe, in der westlichen Kultur jahrhundertlang ein Zeichen für Schönheit und Eleganz, wird wieder modern. Auf den internationalen Laufstegen wurden die nahtlosbraunen Mannequins Schritt für Schritt von Kolleginnen abgelöst, deren Teint weitaus natürlicher wirkt. Auch wenn sich der Massengeschmack dem Diktat aus den Modemetropolen noch nicht vollständig angepasst hat, und sich Solarien wohl immer noch über ein Konjunkturohoch freuen können, kann eine veränderte Wahrnehmung auf das Thema nicht bestritten werden.

Die konnotativen Subcodes zu dem Signifikant /Bräune/ haben sich also folgendermaßen verschoben:



<sup>69</sup> Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia&Kant 2000, S.27.

Zu einer ähnlichen Umkodierung kommt es bei der Lektüre mancher Besucher des Cineplexx. Sie machen das Kino zu ihrem Treffpunkt und scheinen die Regeln, die ihnen der Text diktiert, nicht zu befolgen. Entgegen der Intention der Betreiber konsumieren sie kaum. Gerade unter den jungen Besuchern gaben einige der Befragten an, dass sie Getränke aus dem Supermarkt mitbringen und weder ins Kino gehen noch auf das kulinarische Angebot vor Ort zurückgreifen.<sup>70</sup> Das Erlebniszentrum, das den Besucher mit allen Regeln der Kunst dazu anhalten möchte, möglichst lange zu bleiben und möglichst viel zu konsumieren<sup>71</sup>, wird für diese jungen Leute zu einem äußerst kostengünstigen Treffpunkt. Auch die vom Text kommunizierte Exklusivität des Cineplexx wird von diesen Besuchern nicht angenommen. Sprach man diese Jugendlichen auf das Design des Atrium an, so erhielt man die Antwort, dass es zu *schick*, zu *nobel* sei. Es reizt sie also nicht, sich in diesem Bereich aufzuhalten. Das gezielt ausgesendete Partizipationsangebot geht in diesem Fall ins Leere. Manche Leser generieren eigene Formen der Textaneignung, sie überschreiben die von der hegemonialen Kultur gesteuerte Bedeutung des Textes. Hierzu soll abschließend noch einmal John Fiske zu Wort kommen: „*Die grundlegende Macht der Herrschenden im Kapitalismus mag ökonomisch sein, aber diese ökonomische Macht wird von der semiotischen Macht, das heißt der Macht, Bedeutung zu produzieren, zugleich untermauert und überschritten.*“<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup> siehe Interviews im Anhang

<sup>71</sup> Stolz weist die bereits zitierten Umfrage des Gallup-Institut aus dem Jahre 2001 darauf hin, dass die Verweildauer der Besucher ohne Film im Schnitt fast 2 Stunden beträgt.

<sup>72</sup> Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia&Kant 2002, S.23.

## **Schlussbemerkung**

Die vorliegende Arbeit versucht, ein Phänomen der Populärkultur als komplexe Struktur zu untersuchen, um die Zirkulation von Bedeutungen aufzuspüren. Die in der Analyse gewonnen Erkenntnisse mögen teilweise recht banal klingen. Was in weiterer Folge zu dem Schluss verführen mag, dass der sogenannte gesunde Menschenverstand diese ebenso diktieren hätte können wie die semiotische Methode. In der Tat eröffnen sich die Schwierigkeiten des semiotischen Systems, sobald man das geschützte Terrain der Theorie verlässt und sich dem Beispiel in der Praxis nähert. Es scheint, dass viele der hier aufgestellten Thesen auch mittels anderer Verfahren gewonnen hätten werden können - etwa mit Hilfe der Psychologie, Architekturtheorie oder der klassisch germanistischen Hermeneutik. Doch sollte man nicht aus dem Auge verlieren, dass der Anspruch der Semiotik weitaus tiefer greift. Auch wenn sie sich weigert, apodiktische Aussagen zu treffen und immer als Untersuchungshypothese verstanden werden will, sucht sie nach den Voraussetzungen der Sprache, des Denkens und der Wahrnehmung. Die Semiotik bietet die Chance, verschiedene Erscheinungen der Kultur unter einem kohärenten Fokus zu betrachten und ermöglicht damit die Analyse komplexer Äußerungen, die aus verschiedenen Zeichensystemen zusammengesetzt sind. In dieser ganzheitlichen Erfassung von Kommunikationssystemen unterschiedlicher Provenienz liegt ihre methodische Stärke.

## **Anhang**

## Glossar

---

**Code:** Ein Code ist ein Wahrscheinlichkeitssystem, das die Kombinationsmöglichkeiten der Elemente einer Quelle einschränkt und so die Übertragbarkeit erleichtert.

**Denotation:** Die Denotation ist die unmittelbare Bezugnahme, die der Code dem Ausdruck in einer bestimmten Kultur zuteilt. Sie ist vom Referenten losgelöst.

**Entropie:** Gleichwahrscheinlichkeit der Elemente eines Systems. Die Entropie einer Quelle nimmt ab, wenn ein Code vorhanden ist.

**Konnotation:** Die Konnotation ist eine intentionale Definition des Signifikanten.

**Struktur:** Die Struktur ist ein Modell, das nach Vereinfachungsoperationen konstruiert ist. Sie ermöglicht es, verschiedene Phänomene unter einem Gesichtspunkt zu betrachten.

**Zeichen:** (Peirce, de Saussure, semiotisches Dreieck von Richards und Ogden)

1. Bilaterales/dyadisches Zeichen bei de Saussure:

Ein Zeichen ist die korrelative Verbindungen eines Signifikanten mit einem Signifikat.

Signifikant = Lautkette, Schallwelle

Signifikat = Inhaltsseite (nicht Referent, sondern Vorstellung!).

Das Zeichen ist arbiträr und weist keinen direkten Bezug zur außersprachlichen Wirklichkeit auf. Der Referent ist für Saussure eine außersemiotische Tatsache.

2. Das semiotische Dreieck Richards und Ogdens:

Der Zeichenbegriff Richards und Ogdens integriert die außersprachliche Wirklichkeit in das semiotische Modell. Signifikat und außersprachliche Wirklichkeit sind über die Vorstellung miteinander verbunden.

### 3. Triadischer Zeichenbegriff bei Peirce:

Repräsentamen = Bezeichnendes

Interpretans = weitere Repräsentation des Zeichens, die sich auf dasselbe Objekt bezieht

Objekt = Inhaltsseite

Peirce unterscheidet in der Beziehung zwischen Repräsentamen und Objekt zwischen Symbol, Index und Icon.

Index = z.B. Pfeil, ausgestreckter Zeigefinger oder Demonstrativpronomina (Zeichen muss nicht arbiträr sein!)

Icon = Repräsentamen, das Ähnlichkeit mit Objekt aufweist

Symbol = das willkürliche Repräsentamen

## Interviews

---

Probanden	wohnhaft	Frequenz	Konsumverhalten	Kommentar
P1, w 22	Burgenland	regelmäßig	Kino & Gastronomie	„alles an einem Ort“, „bunte Dekoration“
P2, m 18	Wien, 22. Bez.	täglich	hält sich nur an speziellem Ort auf*	geht nicht ins Kino
P3, w 21	Wien, 22. Bez.	regelmäßig	Kino & Gastronomie	Atrium wird als „schick, pompös“ bezeichnet, „sieht teuer aus“
P4, m 20	Wien, 20. Bez.	regelmäßig	hält sich nur an speziellem Ort auf**	Atrium wird als „zu schick, zu nobel“ bezeichnet
P5, m 13	Wien, 22. Bez.	zum 1. mal	Kino & Gastronomie	„Vielfalt“ gefällt ihm, „geschmackvoll“
P6, m 34	Wien, 8. Bez.	regelmäßig	Kino & Gastronomie	„lustiger als andere Kinos“, „große Auswahl“, „viele nette Lokale“
P7, w 35	Wien, 22. Bez.	regelmäßig	Kino & Gastronomie	„Atrium geschmackvoll“
P8, w 42	Wien, 18. Bez.	regelmäßig	FUNplanet & Kino & Gastronomie	„Vielfalt“ wird als positiv erlebt
P9, m 60	Klosterneuburg	zum 1. mal	Kino & Gastronomie	„Dekoration schön“, „zu laut“, „Leute fressen und trinken im Kino“
P10, m 25	Wien, 20. Bez.	regelmäßig	Kino & Gastronomie	„viel los“, „großes Angebot“, „man kann wählen“
P11, m 17	Wien, 21. Bez.	regelmäßig	vor „Rüttel-Schüttel Kino“	konsumiert nichts, bringt Bier selbst mit, hält sich immer am selben Ort auf, in den „öffentlichen Bereichen“
P12, w 30	Wien 9. Bez.	manchmal	Kino & Gastronomie	„praktisch, weil alles an einem Ort“

\* From Dusk Till Down Bar

\*\* FUNplanet

## Bibliographie

---

Bachmann-Medick, Doris (Hg.): „Kultur als Text. Die anthropologische Wende in der Literaturwissenschaft.“ Frankfurt am Main: Fischer 1996.

Barthes, Roland: „Das semiologische Abenteuer“ Frankfurt am Main: Suhrkamp 1988.

Barthes, Roland: „Mythen des Alltags“ Frankfurt am Main: Suhrkamp 1964.

Barthes, Roland: „Elemente der Semiologie“ Frankfurt am Main: Syndikat 1979.

Baudrillard, Jean: „Kool Killer oder Aufstand der Zeichen.“ Berlin: Merve 1978

Eco, Umberto: „Einführung in die Semiotik“ (8. unveränd. Aufl.) München: Fink 1994.

Eagleton, Terry: „Einführung in die Literaturwissenschaften“ (4.Aufl) Stuttgart/Weimar: Metzler 1997.

Ernst, Peter: „Einführung in die synchrone Sprachwissenschaft“ Wien: Edition Praesens 1997.

Fischer, Günther: „Architektur und Sprache. Grundlagen des architektonischen Ausdruckssystems.“ Stuttgart/Zürich: Krämer 1991.

Fiske, John: „Lesarten des Populären“ Wien: Turia & Kant 2000.

Hainzl, Manfred: „Semiotisches Denken und kulturalanthropologische Forschung bei Claude Lévi-Strauss.“ (Europäische Hochschulschriften Reihe XX, Bd. 522) Frankfurt a.M./Berlin/Bern/New York/Paris/Wien: Lang 1997.

Irlbeck, Thomas: „Computerlexikon. Das große Nachschlagewerk für Einsteiger und Profis.“ (3. erw. Auflage) München: dtv 1998.

Klein, Gabriele: „Electronic Vibration. Pop. Kultur. Theorie.“ Hamburg: Rogner & Bernhard bei Zweitausendeins 1999.

Kramer, Jürgen: „British Cultural Studies“ München: Fink 1997.

Sottong, Hermann; Müller, Michael: „Zwischen Sender und Empfänger. Eine Einführung in die Semiotik der Kommunikationsgesellschaft.“ Berlin: Schmidt 1998.

Stegu, Martin: „Postmoderne Semiotik und Linguistik. Möglichkeiten, Anwendungen, Perspektiven.“ (Sprache im Kontext, Bd.4) Frankfurt am Main/Wien: Lang 1998

Trabant, Jürgen: „Elemente der Semiotik“ Tübingen/Basel: Francke 1996.

Schulze, Hans Herbert: „Lexikon Computerwissen. Fachbegriffe schlüssig erklärt.“ Reinbek bei Hamburg: Rowohlt 2000.

Willis, Paul u.a. (Hg.): „Jugendstile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur.“ Hamburg 1991.

Umfrage des Gallup-Institut 2001 für Cineplexx World Graz

## **WEB**

<http://www.cineplexx.at> (25.08.2002)

Nachdem es sich im Falle des Internets um ein äußerst schnellebiges Medium handelt, wird bei Webziten das Datum der Sichtung in Klammern angegeben.