

## 1. Einführung

Der sich erhebende Marmorlöwe, im steinernen Sprunge umgeben vom Donner des feuernden »Potemkin«, als Protest gegen das Blutbad auf der Odessaer Treppe. Aus drei unbeweglichen Marmorlöwen [...] zusammengeschnitten. Eines schlafenden. Eines erwachenden. Eines sich erhebenden.<sup>1</sup>



Standbilder aus *Panzerkreuzer Potemkin*.

So beschreibt Sergej Eisenstein eine der berühmtesten Szenen der Filmgeschichte: die Marmorlöwen in *Panzerkreuzer Potemkin*. Drei statische Aufnahmen steinerner Löwen sind in solcher Weise nacheinander montiert, dass sich der Eindruck von Bewegung ergibt – die Löwen scheinen zum Leben zu erwachen, sie schauen auf und erheben sich aus dem Schlaf. Sie stehen für den Beginn einer Revolution, nicht nur einer politischen, sondern auch einer Revolution der gestalterischen Mittel des Films. Denn die dynamische Montage fügt die Aufnahmen zu einer rhetorischen Figur zusammen: zu einer Metapher des Aufbruchs.

Wie werden rhetorische Gestaltungsmittel im Film eingesetzt? Welchen Regeln folgt ihr Einsatz? Und wie kann ihre Komposition im Film sichtbar gemacht werden? Die Beantwortung dieser Fragen ist das Ziel

---

1. Sergej Eisenstein: Dramaturgie der Film-Form, Erstdruck 1929. Dt. Fassung in: ders.: Schriften, Bd. 3/Oktobor, hrsg. v. Hans-Joachim Schlegel, München 1975, S. 200–224, S. 216.

der vorliegenden Arbeit. Sie skizziert die Grundzüge einer *audio-visuellen Rhetorik* und befragt so die Allgemeine Rhetorik nach ihrer Beschreibungs-kompetenz für den Film. Wenn die filmische Gestaltung spezifischen Kommunikationsregeln folgt – und von dieser These gehe ich aus –, so können eben diese Regeln und die Anweisung zu ihrer Handhabung als eine eigene Rhetorik ausgewiesen werden, und zwar nicht als eine Rhetorik des *Wortes*, sondern als eine Rhetorik des *Bildes* und des *Tons*. Dabei ist zu klären, inwieweit sie auf ein sprachliches oder vielmehr sprachanaloges Raster zurückgreift. Der hier gewählte Zugang ist visuell orientiert, er lässt sich als eine Spurensuche nach der Bildsprache des Films fassen. Diese Spurensuche führt zurück zur antiken Bildrhetorik, denn ich sehe mich der Frage gegenüber, ob eine medienübergreifende Rhetorik wirklich eine Neuerung des 21. Jahrhunderts ist, oder ob die antike Rhetorik-Konzeption und ihre Tradition nicht Aufschluss darüber geben, wie Rhetorik und Bild zusammenhängen. Vor diesem Hintergrund stelle ich die These auf, dass Rhetorik von ihrem Ursprung her als medienübergreifende Kommunikationslehre aufzufassen ist. Im Laufe ihrer Entwicklungsgeschichte ging diese Bedeutung weitgehend verloren. Erst im 20. Jahrhundert finden sich erneut Spuren, die eine umfassende Konzeption erahnen lassen und die wegweisend für die vorliegende Arbeit sind. Mit der Filmrhetorik bewege ich mich also auf den Spuren dieser neuen und gleichzeitig so alten Rhetorik.

Was ist Rhetorik? Auf diese Frage werde ich immer wieder zurückkommen. Sie ist eine *rhetorische Maschine*, so umschreibe ich sie metaphorisch, die aus dem inventiven Rohmaterial erfolgreiche Produkte für die Kommunikation herstellt. Um ihr Wirken zu begreifen, sind ihre einzelnen Funktionselemente, ihr Zusammenspiel und die Logiken zu untersuchen, auf denen ihr Betrieb basiert. Rhetorik ist eine auf Wirkung bedachte Art der Kommunikation, die sich als kommunikativer Regelkreislauf definieren lässt. Gleichzeitig ist sie ein umfassendes Lehrgebäude, das systematisiert, wie jene kommunikative Wirkung hergestellt werden kann – gleichsam die Anleitung zum Betrieb der rhetorischen Maschine. Sie ausschließlich als Stiltheorie zu begreifen, durch die ästhetisch motivierte Kunstgriffe der Filmgestaltung differenziert werden, würde nur einen Teilaspekt dessen berücksichtigen, was mit der rhetorischen Maschine gemeint ist. Vielmehr gilt es, ihre umfangreichen Wissensbestände und deren systematisches Ineinandergreifen zu zeigen.

Mein Ziel ist es, die vielfachen Facetten der rhetorischen Kommunikationslehre zu beleuchten und darzustellen, welche Rolle sie für den Film spielen. Sobald die Frage nach der »Rhetorik der Medien« nicht mehr als bloße Metapher verstanden wird, die sich mit Fragen der Stilistik oder aber der medialen Manipulation beschäftigt,<sup>2</sup> öffnet sich ein neues Forschungsfeld. Hier sind Untersuchungen zur medialen Kommunikation verortet, die die theoretische Fundierung mitdenken, oder, stärker formuliert: Untersuchungen, die das Gefüge von Theorie und Praxis als Einheit begreifen. Sie basieren auf den medientheoretischen Aspekten der Rhetorik. Das Ziel ist, ein theoretisches Modell für die Beschreibung des Films zu entwickeln, das auf mehreren Ebenen an die Praxis gekoppelt ist. Auf der einen Seite vollziehe ich die Anwendung rhetorischer Gestaltungstechniken im Film nach und analysiere so Produkte der Filmpraxis. Daraus leite ich ein System der Techniken und Figuren ab, das wiederum – auf der anderen Seite – zum konzeptionellen Inventar für die praktische Gestaltung wird. Rhetorik ist in dieser Hinsicht sowohl Generierungssystem als auch Analyseinstrument: Sie formuliert sich so als analytische Durchdringung des praktischen Tuns

**2.** Gert Ueding kritisiert eine Reduzierung der Rhetorik auf rein stilistische Phänomene (vgl. Gert Ueding, Bernd Steinbrink: Grundriss der Rhetorik, Geschichte – Technik – Methode, 4. aktualisierte Ausgabe, Stuttgart, Weimar 2005, S. 136) und betont ihre interdisziplinäre Stellung: »Die Begründung der Rhetorik als einen eigenen vermittelnden Bereich des Wissens zwischen den Dimensionen der anderen Wissenschaften wird noch auf lange Sicht hinaus das dringlichste Projekt der Rhetorik-Forschung bleiben.« (Ebd., S. 203) Roland Barthes spricht von »dem Widersinn, der die Rhetorik auf die »Figuren« beschränkt«. Roland Barthes: Die alte Rhetorik, in: ders.: Das semiologische Abenteuer, Frankfurt a. M. 1988, S. 15–101, S. 95, Originalfassung in Communications Nr. 16, 1970. Joachim Knappe macht die Abgrenzung von Rhetorik und Manipulation deutlich: »Der auf ethische Kriterien rekurrierende Begriff der »Manipulation« ist im Interesse klarer Kategorisierungen streng von dem der Rhetorik zu trennen. Manipulation liegt vor, wenn die (ethische) Aufrichtigkeitsmaxime verletzt wird und beim Kommunikator hinsichtlich Zielsetzung, kommunikativer Verfahren und Mittel von Unlauterkeit gesprochen werden muss.« Joachim Knappe: Rhetorik, in: Klaus Sachs-Hombach (Hrsg.): Bildwissenschaft: Disziplinen, Themen, Methoden, Frankfurt a. M. 2005, S. 134–148, S. 135. Vgl. auch ders.: Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000, S. 83f. Vgl. zu Rhetorik und Persuasion Kapitel 1.2. der vorliegenden Arbeit.

und gleichzeitig als praktische Erprobung und Realisierung theoretischer Annahmen.<sup>3</sup>

Eine solche rhetorisch fundierte Filmtheorie füllt eine Leerstelle in der bisherigen Forschung. Wie ich im Forschungsüberblick zeigen werde, konzentrieren sich bisherige Ansätze zu einer Rhetorik des Films mehr auf eine Figurenlehre oder auf persuasive Dimensionen der Massenmedien. So steht bis heute weiterhin eine systematische Kommunikationstheorie des Films aus, die die Zusammenhänge zwischen der Produktionsinstanz, dem Medium und dem adressierten Publikum untersucht und dabei nach den Regeln dieser Kommunikation fragt. Mein Ziel ist es, mit einem Modell der rhetorischen Kommunikation eine Grundlage zu schaffen, die diese Zusammenhänge beschreibt. Dieses Modell ist ein Baustein für medienspezifische Rhetoriken insgesamt.

Für die Filmanalyse stelle ich – und das ist der zentrale Punkt meiner Arbeit – eine neuartige Methode vor: die Visualisierung rhetorischer Strukturen des Films. Zu diesem Zweck habe ich ein Notationssystem des Films entwickelt, das auf einem detaillierten Satz von Notationszeichen in einem Rasterfeld beruht. Mit diesem System werden Detailanalysen von Filmszenen erstellt, um ihre dynamischen Entwicklungen, ihre Muster, ihr Konstruktionsprinzip offenzulegen. Diese Analysen werden in Form von animierten Grafiken gezeigt, die unter [www.geschejoost.org/AVRhetorik](http://www.geschejoost.org/AVRhetorik) zu finden sind. Der Film wird durch diese Herangehensweise nicht länger in versprachlichter Form oder mittels Standbildern in die Analyse einbezogen, sondern in seiner dynamischen, audio-visuellen Gestalt. Das ist eine Neuerung für die Filmanalyse. Vorteil dieser Methode ist es, auf der Grundlage der Notationsprotokolle die rhetorische Struktur des Films in visueller Form erkennbar zu machen und so »auf einen Blick« den Aufbau darzustellen. Ich vertrete die These, dass durch die Visualisierung andere Erkenntnisse aus der Analyse gewonnen werden, als es durch beschreibende Verfahren möglich ist – und damit unterstreiche ich den kognitiven Wert des Bildes. Der Ansatz ist als eine »visual explanation« im Sinne Edward Tuftes<sup>4</sup> zu verstehen, als eine Form der bildlich basierten Informationsdarstellung, die Rohdaten zu Informationen transformiert. Diese Infor-

---

3. Dieser Gedanke wird in Kap. 1.2. ausgeführt.

4. Vgl. Edward Tufte: *Visual Explanations*, Cheshire, CT, 1997, S. 9f. In der Terminologie von Klaus Sachs-Hombach ist dieser Ansatz der »Visuellen For-

mationen werden gestaltet, vernetzt und systematisiert, so dass diese Art der kognitiven Aufbereitung zu einer Wissensdarstellung führt.<sup>5</sup> Mit Erprobung dieser Methode befrage ich die Allgemeine Rhetorik nach ihren Grenzen und nach den Möglichkeiten, interdisziplinär mit Heuristiken der Designforschung zu kooperieren, denn der Entwurf des Notationssystems für die Filmanalyse ist eine designspezifische Forschungsmethode.<sup>6</sup>

Gegenstand der Fallstudie, anhand derer die theoretischen Annahmen überprüft und das Notationssystem angewendet werden, ist das Werk Sergej Eisensteins. Hier schlage ich eine zweifache Perspektive vor: Zum einen geht es um seine theoretischen Arbeiten, die ich auf ihre rhetorischen Grundzüge hin exemplarisch untersuche, zum anderen um seine Stummfilme, deren Kompositionsprinzipien zu analysieren sind. Eisensteins Filmgestaltung ist, wie bereits gesehen, beispielhaft für die Anwendung rhetorischer Strategien. Aufgrund des experimentellen Charakters der Filme wie auch der Filmtechniken des Regisseurs Eisenstein kann eine Vielfalt an Figuren und Mustern differenziert werden, die die Analyse besonders fruchtbar macht.<sup>7</sup> Mir geht es bei der Fallstudie also nicht um Eisenstein als Propagandisten, sondern als Avantgardisten der Filmgestaltung.

---

schung« zuzuordnen. Vgl. Klaus Sachs-Hombach: *Das Bild als kommunikatives Medium: Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*, Köln 2003, S. 68ff.

**5.** Vgl. Gui Bonsiepe: *Design as Tool for Cognitive Metabolism: From Knowledge Production to Knowledge Presentation*. Vortrag auf dem Symposium »Ricerca+Design«. Politecnico di Milano. 18-20.05.2000, [<http://www.guibonsiepe.com>] (letzter Zugriff am 17.03.2008). Deutsche Fassung: *Audiovisualistik und die Darstellung von Wissen oder Die Rolle des Design für den kognitiven Metabolismus*. Vortrag auf dem Symposium »Visuelle Kompetenz im Medienzeitalter«. Staatliche Akademie der Bildenden Künste. Stuttgart. 25.-26.10.2001 [unveröffentlicht].

**6.** Vgl. Sharon Helmer Poggenpohl: *Double Damned: Rhetorical and Visual*, in: *Visible Language*, Chicago 1998 (32), Nr. 3, S. 200-234, bes. S. 220f.; vgl. auch Barbara Stafford: *Good Looking: Essays on the Virtue of Images*, Cambridge 1996, S. 45f.

**7.** Die Filme Eisensteins sind nur ein Beispiel für rhetorische Filmgestaltung. Die zugrunde liegende Theorie lässt sich anhand sehr unterschiedlicher Beispiele belegen, wie es etwa Klaus Kanzog in seinen Analysen zur Filmrhetorik zeigt. Kanzog formuliert mit seinem »Grundkurs Filmrhetorik« einen wichtigen

Zum Aufbau der Arbeit: Der erste Teil führt in die zentralen Thesen zur Theorie der audio-visuellen Rhetorik im Film ein. Daran schließt sich der Forschungsüberblick an, der wichtige Vorläufer dieser Arbeit einander gegenüberstellt. Den Schwerpunkt lege ich dabei einerseits auf stilistische Theorien von Bild und Film, andererseits auf ausgewiesene Film-»Rhetoriken«, bei denen zu untersuchen ist, welchem Rhetorik-Begriff sie folgen. Auch wenn diese Theorien in den meisten Fällen wichtige Fragen offen lassen, so ergeben sich aus der Diskussion doch wichtige Impulse für meine Arbeit. Der zweite Teil beschäftigt sich mit dem Zeichensystem des Films in einer semiotischen Perspektive, um aus diesem die *visuelle* Heuristik zur Beschreibung und Analyse des Films abzuleiten. An dieser Stelle steht das Notationssystem in seiner Konzeption und Funktion. Der dritte Teil geht auf die theoretischen Grundzüge einer Rhetorik des Films ein und hat vier Schwerpunkte: erstens ein Modell der rhetorischen Kommunikation, zweitens die rhetorischen Überzeugungsmittel *logos*, *ethos* und *pathos*, drittens die *Topik* als Instrument von Argumentation und Affekterregung und viertens die *rhetorischen Figuren* des Films. Mit der Übertragung der rhetorischen Theorie auf den Film in diesen zentralen Bereichen stelle ich vier Eckpfeiler der audio-visuellen Rhetorik vor und formuliere einen breiten Ansatz, der an vielen Stellen Anknüpfungspunkte für vertiefende Forschungen bietet.<sup>8</sup> Der vierte Teil schließlich stellt die Fallstudie zum Werk Eisensteins vor, anhand derer die theoretischen Annahmen erprobt werden. In diesem

---

Ansatz, mit dem ich mich an mehreren Stellen auseinandersetze (vgl. vor allem Kapitel 1.3.2.). Klaus Kanzog: Grundkurs Filmrhetorik, München 2001, u. a. S. 77–86 und S. 91–101. Roy Clifton illustriert seine rhetorische Stiltheorie mit vielfachen Beispielen aus unterschiedlichen Genres, vgl. N. Roy Clifton: *The Figure in Film*, London, Toronto 1983. David Blakesley untersucht im 2004 erschienenen Sammelband zur visuellen Rhetorik die Filmrhetorik Alfred Hitchcocks, vgl. David Blakesley: *Defining Film Rhetoric: The Case of Hitchcock's Vertigo*, in: Charles A. Hill, Marguerite Helmers (Hrsg.): *Defining Visual Rhetorics*, Mahwah, London 2004, S. 111–134. Auch in der vorliegenden Arbeit verweise ich an mehreren Stellen auf Filmbeispiele aus anderen Genres, um die Beschreibungskompetenz des Ansatzes zu verdeutlichen.

**8.** Bei der Übertragung der Wissensbestände der Rhetorik auf den Film liegt der Schwerpunkt insgesamt auf visuellen und audio-visuellen Parametern. Die verbale Rhetorik, die im Dialog der Schauspieler, in Texten des Erzählers oder in Zwischentiteln zu beobachten ist, wird an dieser Stelle nicht untersucht.

Rahmen diskutiere ich die These, ob Eisenstein bereits eine Rhetorik des Films *avant la lettre* formuliert. Den Abschluss bilden eine Zusammenfassung und ein Ausblick zur Rhetorik der audio-visuellen Medien.

## 1.1. Perspektiven einer aktuellen Rhetorik

Die jüngere Geschichte der Rhetorik ist von so tiefen Brüchen durchzogen, dass ein Niedergang ihrer langen Tradition zu befürchten war,<sup>9</sup> ein Untergang ihrer umfangreichen Lehre und deren Ersetzung durch das, was sich hinter der Worthülse einer »reinen Rhetorik« verbirgt: eine Akrobatik mit Worten, deren Bedeutung selbst sich verflüchtigt. Gérard Genette verglich ihre Geschichte mit der des *Chagrinleders*,<sup>10</sup> einer Ledersorte, deren Oberfläche durch Abnutzungs- und Schrumpfungsprozesse über die Zeit genarbt wird und uneben aussieht, ein mit Furchen durchzogenes Material, das seine ursprüngliche Ausdehnung verliert. So verbildlichte er eine Verengung der Theoriegeschichte, die sich über Jahrhunderte erstreckte und die er programmatisch als »*rhétorique restreinte*«<sup>11</sup> bezeichnete. Im Zuge des 18. und 19. Jahrhunderts verlor die Disziplin insgesamt in weiten Teilen ihre Bedeutung als eine kommunikative Handlungslehre,<sup>12</sup> deren Kompetenz es war, die sprachliche Ausdrucksfähigkeit als einen wichtigen Bestandteil gesellschaftlichen Zusammenlebens zu etablieren. Dieses umfassende Verständnis findet sich in modernen Rezeptionen kaum noch wieder, so dass häufig nur noch Schwundstufen entworfen wurden.<sup>13</sup> Nachfolgend ver-

---

9. Vgl. Ernst Robert Curtius: *Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter*, 2. Aufl., Bern, München 1953, S. 71–81.

10. Vgl. Chaïm Perelman: *Das Reich der Rhetorik: Rhetorik und Argumentation*, München 1980, S. 7; Gérard Genette: *La Rhétorique restreinte*, in: ders.: *Figures III*, Paris 1972, S. 21–40.

11. Vgl. ebd., S. 21f.

12. Vgl. Josef Kopperschmidt: *Allgemeine Rhetorik: Eine Einführung in die Theorie der persuasiven Kommunikation*, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1973, S. 13ff.

13. Vgl. zur Darstellung der Thesen zu Niedergang und Renaissance der Rhetorik: Dietmar Till: *Transformationen der Rhetorik: Untersuchungen zum Wandel der Rhetoriktheorie im 17. und 18. Jahrhundert*, Tübingen 2004, S. 101–110.

schob sich der Schwerpunkt auf Teilaspekte des in der Antike entworfenen Lehrgebäudes, so dass hinter dem Lemma Rhetorik heute entweder eine reine Stiltheorie der rhetorischen Figuren vermutet wird, oder aber in der anwendungsorientierten Form ein Handbuch, das Präsentationstechniken zur Verfügung stellt. Doch gerade diese Reduzierungen laufen Gefahr, so die Kritik, die Rhetorik zu einem System kommunikativer Musterlösungen zu reduzieren und dabei ihren Bezug zur Kommunikationspraxis in ihrer Veränderlichkeit und dynamischen Entwicklung einzubüßen.

Seit den 1970er Jahren wird nun im theoretischen Diskurs eine »Renaissance der Rhetorik«<sup>14</sup> postuliert, die sich durch Reformulierungen der rhetorischen Lehren in den USA und Europa begründet. Es entwickelte sich eine Bandbreite von Neu-Konzeptionen des Rhetorik-Begriffs, die erneut die Frage nach ihrem Status im Kanon der Wissenschaften stellt. In dieser Linie sind auch die Beiträge der »New Rhetoric« zu sehen, die die umfassenden rhetorischen Wissensbestände der Antike aufgreifen und die Frage reflektieren, welche Bedeutung der Rhetorik als Theorie *und* Praxis des kommunikativen Handelns heute zukommen kann. Es gilt, so kann eine zentrale Forderung der »New Rhetoric« formuliert werden, den überlieferten Theoriebestand für zeitgenössische Kommunikationen zu adaptieren, Kommunikationen, die vom massiven Einsatz der Medien geprägt sind. Diese *Renaissance* bedeutet also gleichzeitig, dass die antiken Grundlagen erweitert werden, dass die Landkarte der Rhetorik, auf der ihre angestammten Gebiete verzeichnet sind, zum Teil neu gezeichnet wird, um den Veränderungen der Kommunikationen in der Moderne und Postmoderne Rechnung zu tragen.

Wie ist der Ansatz zur audio-visuellen Rhetorik des Films vor diesem weit gespannten – und bisher gleichsam mit Bleistift skizzierten – Bogen einzuordnen? Er lässt sich von zwei unterschiedlichen Entwicklungslinien her nachzeichnen: zum einen von Reformulierungen der antiken Rhetorik durch die »New Rhetoric« wie auch die »Tübinger Rhetorik«, zum anderen von Forschungsergebnissen zur »Visuellen

---

**14.** Vgl. Helmut Schanze: Einleitung des Herausgebers, in: ders. (Hrsg.): Rhetorik: Beiträge zu ihrer Geschichte in Deutschland vom 16.–20. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1974; Joachim Dyck: Einleitung: Rhetorik im 18. Jahrhundert, in: ders., Jutta Sandstede: Quellenbibliographie zur Rhetorik, Homiletik und Epistolographie des 18. Jahrhunderts im deutschsprachigen Raum, Bd. 1, Stuttgart 1996, S. IX–XXVIII.



Rhetorik« und »Audio-visuellen Rhetorik«, die sich in den Kunst- und Medienwissenschaften und der Designforschung entwickelten. Diese Rhetoriken begrenzen sich nicht auf die Untersuchung verbalsprachlicher Äußerungen, sondern sie leisten eine Übertragung auf die vielfachen Facetten der medialen Kommunikation, sei es in Überlegungen zur rhetorisch-interaktiven Struktur des Internets<sup>15</sup> oder in Form einer rhetorisch-ikonografischen Analyse von Werbeanzeigen.<sup>16</sup>

Die erste Entwicklungslinie beginnt mit der Gruppe der »New Rhetoric«,<sup>17</sup> die programmatisch eine Neuformulierung der Rhetorik betrieb. Die Bezeichnung einer *neuen* Rhetorik betont die gemeinsame Aufbruchsstimmung, die mit diesem Terminus verbunden wurde. Ein zentraler Gedanke, der für die Gruppe insgesamt steht, ist die Situierung der Rhetorik als »Grundwissenschaft«,<sup>18</sup> die die Veränderungen des Kommunikationsverhaltens durch die Medien und deren Beeinflussungspotential problematisiert. Mit diesem Impetus knüpft die »New Rhetoric« an die Situierung des Lehrgebäudes im antiken Bildungskanon an, der die Rhetorik als ein grundlegendes und interdisziplinär angelegtes Studium vorsah. Kenneth Burke sticht hierbei besonders durch ein Konzept heraus, das eine Verbindung der antiken

---

**15.** Olaf Kramer: Das Internet in medialrhetorischer Perspektive, in: Joachim Knappe (Hrsg.): Medienrhetorik. Tübingen 2005, S. 195–210.

**16.** Besonders Gui Bonsiepe leistete zur visuellen und audio-visuellen Rhetorik wichtige Beiträge aus der Sicht der Designforschung. Eine gute Übersicht über seine ersten Ansätze ist zu finden in: Gui Bonsiepe: Interface – Design neu begreifen. Mannheim 1996, S. 85–103.

**17.** Unter dem Begriff der »New Rhetoric« versammeln sich unterschiedliche Vertreter, die heterogene Konzepte einer heutigen Rhetorik repräsentieren. Fogarty benennt als ihre Hauptfiguren Kenneth Burke, Ivor A. Richards, Richard M. Weaver und die Allgemeine Semantik. Gemeinsame Idee dieser Gruppe ist es, durch eine Neuformulierung und eigentliche Wiederentdeckung der Rhetorik eine zeitgemäße Kommunikationstheorie zu schaffen. Vgl. Daniel Fogarty: Roots for a New Rhetoric, New York 1959, S. 122ff. Vgl. zur Darstellung der »New Rhetoric« auch: Hermann Holocher: Anfänge der »New Rhetoric«, Tübingen 1996, S. 2ff.; sowie: Olaf Kramer: Artikel »New Rhetoric«, in: Gert Ueding u. a. (Hrsg.): Historisches Wörterbuch der Rhetorik, [künftig zitiert als HWR], Bd. 6, Tübingen 2003, Sp. 259–288. In der vorliegenden Arbeit beziehe ich mich hauptsächlich auf die Ansätze von Burke.

**18.** Holocher: Anfänge der »New Rhetoric«, S. 8.

Rhetoriktheorien mit neueren Ansätzen der Kommunikationswissenschaften unternimmt. Er formuliert die Funktion der Rhetorik im gesellschaftlichen Kontext grundlegend als »the use of words by human agents to form attitudes or to induce actions in other human agents«. <sup>19</sup> Mit dieser Definition öffnet er den Rhetorik-Begriff weit: Rhetorik ist die kommunikative Bezug- und Einflussnahme zwischen Menschen und übernimmt eine wichtige Funktion im gesellschaftlichen Zusammenleben. Kollektive Bedeutungssysteme können als rhetorisch verfasst angenommen werden, und sie sind konstitutiver Bestandteil eines jeden sozialen Gefüges.

Hier knüpft auch die »Tübinger Rhetorik« an, wenn sie eine interdisziplinäre Konzeption der Rhetorik entwirft, die mit Nachdruck die Verbindungslinien zu antiken Rhetoriktheorien zieht. Gert Ueding formuliert ihr Programm wie folgt:

[...] [D]ie Vielfalt der Methoden und Richtungen sagt schon etwas über das Selbstverständnis der Tübinger Rhetorik aus, welche die reduktionistische Tradierung des Faches, die die meisten Rhetorik-Rezeptionen im 20. Jahrhundert kennzeichnet, überwinden möchte, um, anknüpfend an die traditionell fächerübergreifende Konzeption der Rhetorik, ihr in der europäischen Geschichte entfaltetes Verständnis als Theorie und zugleich integraler Bestandteil der lebensweltlichen Praxis sowie als humanwissenschaftliches Bildungssystem neu zu entwickeln und durchzusetzen. <sup>20</sup>

Die Rhetorik bezieht sich, so beschreibt es Ueding, nicht nur auf die strategisch konzipierte *Rede*, sondern reflektiert die Grundkonstituenten des kommunikativen Handelns im gesellschaftlichen Kontext, seine Orientierung und Praxis. In diesem Ansatz wird deutlich, dass eine Reduzierung der rhetorischen Theorie auf *verbalsprachliche* Kommunikation – auf die persuasive Rede – zu jenen reduktionistischen Tendenzen des 20. Jahrhunderts gehört, von denen sich die »Tübinger Rhetorik« abgrenzt. Die audio-visuelle Rhetorik ist in dieser Perspektive im Rahmen der »Tübinger Rhetorik« anzusiedeln, da so die Forderung nach einer Einordnung der Rhetorik als übergreifende Theorie der kommunikativen Praxis eingelöst wird.

Der vorliegende Ansatz gründet auf dieser Öffnung der Rhetorik durch die »New Rhetoric« und die »Tübinger Rhetorik« und geht von

---

**19.** Kenneth Burke: *A Rhetoric of Motives*, Berkeley 1984, S. 41.

**20.** Ueding, Steinbrink: *Grundriss der Rhetorik*, S. 198.

deren übergreifendem Konzept aus. *Übergreifend* insofern, als dass es als transdisziplinär aufzufassen ist: Die Rhetorik oszilliert zwischen den Disziplinen als eigenständiger Theoriebereich, der quer zum System der bestehenden Disziplinengrenzen steht. So greifen die Disziplinen immer wieder auf das rhetorische Grundwissen bei der Vermittlung zurück, wie auch die Rhetorik, konzipiert als Verbund von Theorien, die Grenzen überschreitet und thematische Verbindungen zu anderen Wissensgebieten wie der Medientheorie, der Pädagogik oder Sprach- und Literaturwissenschaft knüpft, um nur einige Beispiele zu nennen. Die Frage, durch welche kommunikativen Mittel eine bestimmte Wirkung beim Adressaten hervorgerufen werden kann,<sup>21</sup> bleibt dabei die Basis der Rhetorik, so dass die Beziehung zwischen der Produktion und der Adressierung eines Publikums immer mitgedacht wird. Einbezogen wird die ganze Vielfalt der Präsentationsmöglichkeiten – verbalsprachlicher, visueller, audio-visueller Art – sowie die Mittel der körperlichen Beredsamkeit. Durch eine so breit gefasste und historisch fundierte Konzeption kann der Rhetorik eine zentrale Rolle im Zusammenspiel der Wissenschaften eingeräumt werden, ohne in ein Konkurrenzverhältnis zu treten, da sie disparate und in der Moderne zersprengte Wissensbestände zusammenzuführen vermag. Die solcherart reformulierte Rhetorik stellt ein wirkungsmächtiges Instrumentarium für Analyse und Produktion von Kommunikationskontexten bereit, welches die Bedingungen seiner Möglichkeit mit reflektiert. So wird eine übergreifende Theorie formuliert, welche die Rhetorik aus der Reduzierung auf die – oft pejorativ deklarierte – »reine Rhetorik« der Rede herauslöst und das rhetorische Meinungswissen und seine Vermittlung in der Kommunikationspraxis etabliert.

Die zweite Entwicklungslinie führt uns zur Rhetorik als Bildwissenschaft und wirft die Frage auf, ob Rhetorik und Bild je eine theoretische Verbindung eingegangen sind. Ist die »Visuelle Rhetorik« eine Erfindung des 20. Jahrhunderts, oder gibt es nicht schon theoretische Vorläufer, deren Spuren lediglich verschüttet sind? Es geht also um die Möglichkeiten einer Übertragung der rhetorischen Theoriebestände auf visuell wirksame Artefakte – auf *Bilder* im weitesten Sinne. Ein solcher Theorie-Transfer vom Gegenstand der Sprache auf das Bild, so liefere ich bereits die Antwort auf die gestellte Frage, vollzog sich bereits

---

**21.** Dieses zentrale Prinzip expliziere ich unter dem Begriff der »Wirkungsintentionalität« im Laufe der Arbeit. Vgl. besonders Kapitel 1.2.

in der Antike und Frühen Neuzeit an mehreren Punkten, und diesen Transfer gilt es, für die audio-visuelle Rhetorik wiederzuentdecken. Der damit einhergehende Perspektivenwechsel, der noch weiter zum bewegten Bild des Films zu entwickeln ist, schreibt eine Traditionslinie der Disziplin fort, die an unterschiedlichen Stellen der Theorie-Geschichte bereits begonnen wurde. Die Frage, ob die Rhetorik *auch* als eine Bildwissenschaft ausgewiesen werden kann, wurde somit bereits an früherer Stelle beantwortet.

In welcher Form realisierte sich der theoretische Transfer und inwiefern kann man von einer rhetorischen Bildwissenschaft sprechen?<sup>22</sup> Diese Frage ist eng mit der Einflussgeschichte der Rhetorik auf die Kunst- und Musiktheorie verwoben, die in der Forschung bereits umfassend nachgezeichnet wurde.<sup>23</sup> Lars Olof Larsson fasst einige der Er-

---

**22.** Vgl. dazu Knappe: Rhetorik, S. 134–148. Vgl. auch Kevin LaGrandeur: Digital Images and Classical Persuasion, in: Mary E. Hocks, Michelle R. Kendrick (Hrsg.): Eloquent Images: Word and Image in the Age of New Media, Cambridge, London 2003, S. 117–136, bes. S. 117–124.

**23.** Zur Rhetorik als Lehrgebäude der Malerei und Musik vgl. Curtius: Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter, S. 87f. Zur Einflussgeschichte der Rhetorik speziell auf die Musiktheorie vgl. Hans-Heinrich Unger: Die Beziehungen zwischen Musik und Rhetorik im 16.–18. Jahrhundert, Würzburg 1941, Nachdruck: Hildesheim 2004; vgl. auch Andreas Liebert: Die Bedeutung des Wertesystems der Rhetorik für das deutsche Musikdenken im 18. und 19. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1993; vgl. auch Robert Guttmann: Versuch einer Metaphysik der Rhetorik in der Musik des 16.–18. Jahrhunderts, Münster 2003. Am Beispiel des Leon Battista Alberti verdeutlicht sich der Transfer des rhetorischen Vokabulars auf die Theorie der Bildenden Kunst der Renaissance: vgl. dazu Heiner Mühlmann: Ästhetische Theorie der Renaissance. L. B. Alberti, Bonn 1981; vgl. auch Norbert Michels: Bewegung zwischen Ethos und Pathos: Zur Wirkungsästhetik italienischer Kunsttheorie des 15. und 16. Jahrhunderts, Münster 1988, bes. S. 9ff.; vgl. auch John R. Spencer: Ut Rhetorica Pictura: A Study in Quattrocento Theory of Painting, in: Journal of the Warburg and Courtauld Institutes, Bd. 20, 1957, S. 26ff.; dt. Fassung: ders.: Ut Rhetorica Pictura: Eine Studie über die Theorie der Malerei des Quattrocento, in: Joseph Kopperschmidt (Hrsg.): Rhetorik, Darmstadt 1990, S. 313–335; vgl. auch Michael Baxandall: Bartholomaeus Facius on Painting: A Fifteenth Century Manuscript of »De viris illustribus«, in: Journal of the Warburg and Courtauld Institutes, Bd. 27, 1964, S. 90–107; und: ders.: Giotto and the Orators: Humanist Observers of Painting in Italy and the

gebnisse zusammen und legt dar, wie in der Frühen Neuzeit die Terminologie und Theoriebildung der Rhetorik für die Kunsttheorie wie auch für den Diskurs über Bilder ganz allgemein bedeutsam wurden.<sup>24</sup> Gleichzeitig beeinflusste die Rhetorik auch die Kunstpraxis, so dass, wie Larsson an einigen Beispielen nachvollzieht, Gemälde nach rhetorischen Kriterien der angemessenen Gestaltung entstanden. Durch diese Übertragung von Gestaltungsregeln wird deutlich, dass die Künste in der Frühen Neuzeit insgesamt als *rhetorisch* verfasst galten.<sup>25</sup> Bezugspunkte ergeben sich insbesondere zu den Grundsätzen des decorum, zur Topik<sup>26</sup> wie auch zu den Produktionsstadien der Rede (*inventio, dispositio* und *elocutio*).<sup>27</sup>

Eine beispielhafte Figur, anhand welcher dieser Einfluss deutlich wird, ist Leon Battista Alberti und seine Schrift »Della pittura«.<sup>28</sup> Wenn

---

Discovery of Pictorial Composition 1350–1450, Oxford 1971; und: Joachim Knappe: Rhetorizität und Semiotik, in: Wilhelm Kühlmann, Wolfgang Neuber (Hrsg.): Intertextualität in der Frühen Neuzeit, Frankfurt a. M. 1994, S. 507–532; vgl. auch Ulrich Reißer: Physiognomik und Ausdruckstheorie der Renaissance: Der Einfluss charakterologischer Lehren auf Kunst und Kunsttheorie des 15. und 16. Jahrhunderts, München 1997, S. 105ff. Vgl. auch Wolfgang Brassat (Hrsg.): Bild-Rhetorik, (Rhetorik: Ein internationales Jahrbuch, Bd. 24, hrsg. v. Manfred Beetz, Joachim Dyck, Wolfgang Neuber, Gert Ueding), Tübingen 2005.

**24.** Lars Olof Larsson: Der Maler als Erzähler: Gebärdensprache und Mimik in der französischen Malerei und Kunsttheorie des 17. Jahrhunderts am Beispiel Charles Le Bruns, in: Volker Kapp (Hrsg.): Die Sprache der Zeichen und Bilder, Marburg 1990, S. 173–189, besonders S. 174.

**25.** Vgl. Erwin Panofsky: Die Renaissance der europäischen Kunst, Frankfurt a. M. 1979, S. 30f. Panofsky beschreibt, dass die Verflechtung von Kunst und Rhetorik in der Renaissance vor dem Hintergrund des humanistischen Einflusses von der Literatur hin zur Malerei und zu den übrigen Künsten zu verstehen ist.

**26.** Vgl. zum Einfluss der Topik auf Malerei, Architektur und Musik u. a. Wilhelm Schmidt-Biggemann: Topische Modelle in Theorie und Praxis der Renaissance, in: Ulrich Pfisterer, Max Seidel (Hrsg.): Visuelle Topoi: Erfindung und tradiertes Wissen in den Künsten der italienischen Renaissance, München, Berlin 2003, S. 11–20.

**27.** Vgl. Larsson: Der Maler als Erzähler, S. 173ff.

**28.** Leon Battista Alberti: De pictura/Della pittura, hrsg. von Cecil Grayson, London 1975. Dt. Fassung in: Leon Battista Albeti: Kleinere kunsttheoretische Schriften, hrsg. von Hubert Janitschek, Wien 1877, Nachdruck Osnabrück 1970.

Alberti das *decorum* als »sittliches und gesellschaftliches Maß«<sup>29</sup> auf die Geschichtsdarstellung der Malerei überträgt, bedeutet dies eine Ausrichtung am rhetorischen Eichungssystem. Seine Forderungen nach Kohärenz und Schicklichkeit der Darstellung, sowie nach Würde, Vielfalt, Zurückhaltung und Glaubwürdigkeit sind Kriterien, die zur Beurteilung der Angemessenheit herangezogen werden. Darüber hinaus belegen Albertis Überlegungen zur Stilhöhe der Darstellung sowie zur *inventio* der Malerei den Kategorientransfer aus der Rhetorik. Insgesamt legt Alberti, so stellt es Wolfgang Brassat<sup>30</sup> dar, die erste systematische Theorie der Malerei auf rhetorischer Grundlage vor. Heiner Mühlmann fasst den Einfluss der Rhetorik noch weiter, wenn er formuliert, dass die Kunstregeln der Rhetorik in alle anderen Kunsttheorien dieser Epoche eingezogen seien<sup>31</sup> – und er bezieht sich dabei sowohl auf Theorien der Bildenden Künste als auch auf die Architektur- und Musiktheorie.

Die Kunsttheoretiker der Renaissance haben das Band zwischen Rhetorik und Kunsttheorie jedoch nicht neu geknüpft, sondern sie legten Traditionslinien frei, schufen vielmehr eine Wiederentdeckung der rhetorischen Tradition für die Kunst, wie sie in der Antike prägend war. Die Verbindung war zunächst an eine Vorstellung einer Art natürlicher Verwandtschaft zwischen Poesie und Malerei gebunden, die sich in der Antike ausbildete und bis in das Mittelalter hinein ihre Wirkung zeigte. Für das 5. Jahrhundert v. Chr. wird Simonides von Keos der Ausspruch »das Gedicht sei ein redendes Gemälde und das Gemälde ein stummes Gedicht« zugeschrieben, der die Parallelisierung der beiden Schwesterkünste manifestierte. Horaz formulierte die Formel »ut pictura poesis«,<sup>32</sup> wie die Malerei ist die Dichtung, und pointierte so die Übereinstimmung beider Künste. Hier wird die Auffassung deutlich, dass die Bildende Kunst und die Dichtkunst trotz ihrer unterschiedlichen Ausdrucksmittel – Gemälde versus Gedicht, Bild versus Wort – in analoger Weise wirksam seien. Aus dem Blickwinkel des künstlerischen Ausdrucks betrachtet werden sie folglich nur in der Wahl ihrer

---

**29.** Michels: Bewegung zwischen Ethos und Pathos, S. 10.

**30.** Wolfgang Brassat: Artikel »Malerei«, in: HWR, Bd. 5, Tübingen 2001, Sp. 740–842.

**31.** Mühlmann: Ästhetische Theorie der Renaissance, S. 50.

**32.** Quintus Horatius Flaccus Horaz: Ars Poetica. Die Dichtkunst, übersetzt und mit einem Nachwort hrsg. v. Eckart Schäfer, Stuttgart 1972.

Mittel differenziert, lediglich der Grad ihrer Beredtheit variiert und kann sich auch *stumm* äußern. Diese theoretische Entwicklung nahm erst im 17. Jahrhundert mit einer systematischen Differenzierung von Wort und Bild in Gotthold Ephraim Lessings »Laokoon« eine spürbare Wendung. Er teilte die Künste nach Raum- und Zeitaspekten auf: »[D]ie Zeitfolge ist das Gebiete des Dichters, so wie der Raum das Gebiete des Malers.« Auf diese Weise durchbrach er die Parallelisierung der Künste und differenzierte ihre Darstellungsweise: Die Malerei gestalte den Raum und sei gleichzeitig zu erfassen, wohingegen die Poesie sich in der Zeit artikuliere und folglich sukzessive zu rezipieren sei.<sup>33</sup> Seit dieser theoretischen Zäsur ist die Trennung der Geschwister nicht mehr zu revidieren.

Die heutige Gültigkeit der »Ut-pictura-poesis«-Formel diskutiert Gottfried Boehm im Rahmen der Kunsttheorie erneut. Im Anschluss an Lessing problematisiert er die angenommene Analogie zwischen visuellem und verbalem Zeichen in seiner Analyse visueller Topoi der Renaissance-Malerei.<sup>34</sup> Er bezieht sich in der Diskussion insbesondere auf den narrativen Charakter der Malerei, den er im Tafelbild verwirklicht sieht. In diesem Genre finde sich eine vielschichtige Synthese von non-verbale Zeichen, die »den rein visuellen Regeln einer a-verbale geometrischen Logik«<sup>35</sup> folgen, und einer »Historia«, die eine Verbindung zum Korpus religiöser Texte produziere, so Boehm. Aus dieser Verschränkung werden »sprachartige Inhalte«<sup>36</sup> formuliert. Aus einem Zusammenspiel beider Aspekte, der non-verbale Bildlogik und der »Historia«, ergebe sich die *Rhetorik* des Bildes. Es handelt sich also nicht um eine Versprachlichung des visuellen Gehalts der Malerei, um eine Transformation der visuellen Mittel in einen sprachlich verfassten Text, die die Rhetorik der Malerei kennzeichnet. Vielmehr geht es um die Verschränkung von visuellem und verbalem Inhalt im Bild selbst, die durch die Anknüpfung an Bildtraditionen wie an einen umfangreichen Textkorpus, ganz im Sinne einer ikonologischen Verbindung, entstehe.

---

33. Gotthold Ephraim Lessing: Laokoon – oder über die Grenzen der Malerei und Poesie, hrsg. v. Kurt Wölfel, Frankfurt a. M. 1988, S. 119.

34. Gottfried Boehm: Der Topos des Anfangs: Geometrie und Rhetorik in der Malerei der Renaissance, in: Pfisterer, Seidel (Hrsg.): Visuelle Topoi, S. 48–60.

35. Ebd., S. 49.

36. Ebd.

Aus Boehms Beitrag lässt sich folgern, dass die Topik des Bildes auf ein sprachlich vermitteltes Bedeutungssystem zurückgreift und nicht ohne dieses zu denken ist. Indirekt hat das Tafelbild folglich einen verbalen Gehalt, der wesentlich für die Interpretation der Bedeutung ist. Mit dieser Beschreibung wird die Trennung der Künste aufrechterhalten, der Schwerpunkt liegt jedoch auf der innermedialen Verschränkung von Bild und Sprache im Gemälde selbst.

Nicht nur durch diesen Beitrag wird deutlich, dass eine einfache Parallelisierung von verbaler und visueller Kommunikation im Sinne der »Ut-pictura-poesis«-Formel heute keine Gültigkeit für die Theoriebildung mehr haben kann, denn ihren Endpunkt stellt bereits die Laokoon-Debatte dar. Trotzdem fanden sich noch in den 1970er Jahren Versuche, diese Parallelisierung wiederzubeleben, und zwar für den Film. Dahinter verbarg sich die Forschungsfrage, ob Film insgesamt als eine Sprache aufgefasst werden könne, deren distinkte Einheiten und Grammatik analog zur verbalen Sprache zu bestimmen seien. Eine solche Filmsprache sollte die theoretische Grundlage der Filmsemiotik bilden, so dass auf dieser Basis die Methoden der Sprachwissenschaften auch für den Film Anwendung finden könnten. Mit der Suche nach sprachanalogen Strukturen im Film, also nach Wort- und Satzstrukturen sowie nach den kleinsten zeichentheoretisch zu bestimmenden Einheiten,<sup>37</sup> sollte ein systematisches Sprachmodell des Films entstehen, das über eine eigene Semantik, Syntax und Pragmatik verfügt. Dieser Ansatz suchte nach einem Paradigma im Sinne einer »wie die Sprache, so der Film«-Formel, und überging mit diesem Bemühen die Lessingsche Distinktion der Künste. Christian Metz und Umberto Eco legten schließlich die mangelnde Tragfähigkeit des Ansatzes offen.<sup>38</sup>

Ein eng gefasstes semiotisches Modell kann, so lässt sich bis hierhin folgern, nicht die Grundlage der Filmrhetorik bilden. Der Kategorie transfer von einer Theorie der Rede zu einer medienübergreifenden Rhetorik fußt nicht auf dieser zu kurz greifenden Gleichsetzung, sondern begreift die rhetorischen Kommunikationstechniken und ihr

---

**37.** Vgl. Umberto Eco: Einführung in die Semiotik, München 1972, S. 256–260; vgl. auch Pier Paolo Pasolini: Die Sprache des Films, in: Friedrich Knilli (Hrsg.): Semiotik des Films, Frankfurt a. M. 1971, S. 38–55.

**38.** Vgl. Christian Metz: Probleme der Denotation im Spielfilm, in: ders.: Semiotik des Films, München 1972, S. 151–198, bes. S. 154–164; vgl. auch Eco: Einführung in die Semiotik, S. 250–262.



zugrunde liegendes System als medienübergreifend gültig. Dass sich in der Anwendung in den jeweiligen Mediensystemen Unterschiede ergeben, ist logisch nachvollziehbar, da es sich um unterschiedlich kodierte Systeme handelt. Eine Argumentation wird im Film ganz anders aufgebaut werden als in einer Rede, sie wird sich der suggestiven Kraft des Bildes bedienen, wird mit der visuellen Evidenz arbeiten, wohingegen die verbale Argumentation mehr auf rationalen Schlussfolgerungen beruht. So ist es unumgänglich, das rhetorische System des Films en detail zu untersuchen und seine Spezifik aufzudecken, es mit der Rhetorik der Rede zu konfrontieren und auf diese Weise zu seiner medienübergreifenden Konstituenten vorzudringen. So geht es um den Transfer des *medienübergreifenden* Regelwerks der Rhetorik, der nach Kriterien der Wirkungsintentionalität und der angemessenen Gestaltung vollzogen werden kann. Mit Bezug auf diese Konzepte wird die Rhetorik als Beschreibungsmodell für visuelle und audio-visuelle Medien ausgewiesen, und dabei liegt der Fokus auf dem Wirkungszusammenhang und der kommunikationstechnischen Basis. In dieser Perspektive wird die Rhetorik nicht lediglich zu einer allgemeinen Bildwissenschaft, sondern sie lässt sich als medienübergreifende Kommunikationstheorie mit einem spezifischen Erkenntnisinteresse – dem nach der rhetorischen Regelbasis der Kommunikation – beschreiben. Dies ist ein Kernpunkt der audio-visuellen Rhetorik, weil durch dieses Erkenntnisinteresse ihre Differenz zu allgemeinen Medientheorien deutlich wird. Sie gewinnt so den Status einer Meta-Theorie, die weit über ihren primären Gegenstand hinaus zu einer Theorie der wirkungsbezogenen, transmedialen Kommunikation wird.

In der heute virulenten Frage nach einer Wissenschaft, die sich der spezifischen Ausdruckskraft visueller und audio-visueller Zeichen widmet,<sup>39</sup> kann die Rhetorik in der hier beschriebenen Form eine wichtige Rolle spielen. Wenn sich der analytische Umgang mit Bildern aus dem deskriptiven Paradigma löst und sich hin zu einer vielschichtigen Betrachtung der Kommunikationsformen und Wirkungszusammenhänge visueller und audio-visueller Zeichensysteme entwickelt, stellt sich

---

**39.** Vgl. Klaus Sachs-Hombach: Konzeptionelle Rahmenüberlegungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft, in: ders.: Bildwissenschaft, S. 11–20; vgl. auch ders.: Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung, Köln 2005; vgl. auch Richard Hoppe-Sailer, Claus Volkenandt, Gundolf Winter (Hrsg.): Logik der Bilder. Präsenz – Repräsentation – Erkenntnis, Berlin 2005, S. 9–14.

die Frage nach tragfähigen theoretischen Modellen – und so bietet sich die Rhetorik an. Es handelt sich in der hier formulierten Konzeption um eine semiotisch informierte Rhetorik, die Erkenntnisse der Zeichentheorie einbezieht. Als Theoriegebäude geht sie jedoch über die Modelle der Bild- und Filmsemiotik hinaus und setzt den analytischen Fokus weiter.

Wenn also Gottfried Boehm für die Bildwissenschaften die neue ikonische Wende (*iconic turn*) nach der linguistischen Wende (*linguistic turn*) beschwört,<sup>40</sup> so sehen wir uns einer neuen Fragestellung gegenüber: Nicht mehr der Frage, inwieweit das linguistische Strukturmodell auf andere Kommunikationssysteme übertragen werden kann, sondern der Frage, welcher spezifischen Methoden und theoretischen Konzepte sich eine Bildforschung bedienen kann. Meiner Ansicht nach geht es dabei um die Suche nach Ansätzen, die in transdisziplinärer Weise kooperieren und die durch das gemeinsame Erkenntnisinteresse vereint werden, nämlich an dem epistemischen Status des Bildes. In der Verschränkung der rhetorischen Wissensbestände mit neueren Ansätzen der Designforschung, der ich das hier vorgestellte Notationssystem zuordne, entsteht insgesamt ein tragfähiges Konzept für die Analyse visueller Zeichensysteme – und damit auch ein Beitrag zur Diskussion um die Bildwissenschaft.

## 1.2. Potentiale der audio-visuellen Rhetorik

Die audio-visuelle Rhetorik beschreibt die Kommunikation mit elektronischen Medien, die in zwei Gruppen gefasst werden können: die interaktiven Medien wie CD-ROM und DVD, Video- und Online-Games, Internetseiten und Software-Applikationen, und die nicht interaktiven Medien, unter die die meisten Arten von Filmen fallen, etwa Spielfilm, Werbespot, Animation und Trailer. Nur für diese zweite Gruppe werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit die theoretischen Grundzüge entwickelt, wodurch die Filmrhetorik als ein Teilbereich der audio-visuellen Rhetorik ausgewiesen wird. Die Separation in die beiden Gruppen von Medien durch das Differenzkriterium *Interaktion* hat den Grund,

---

**40.** Gottfried Boehm: Die Wiederkehr der Bilder, in: ders. (Hrsg.): Was ist ein Bild?, München 1994, S. 11–38. Vgl. auch Hubert Burda, Christa Maar (Hrsg.): Iconic Turn: Die neue Macht der Bilder, Köln 2004.

dass sich durch die Möglichkeit des Eingriffs durch einen Nutzer ein signifikant anders strukturiertes Zeichensystem ergibt. Durch dieses Eingreifen ist das Zeichensystem nicht in seiner syntaktischen und semantischen Struktur festgelegt. Die Verknüpfungen einzelner Elemente, sei es durch die Navigation von einer Website zu einer anderen mittels Hyperlink oder die Beeinflussung des Spielverlaufs durch die Interaktion des Nutzers in einem Game, werden situativ entschieden und sind veränderbar. Das Genre des Games ist zudem ein gutes Beispiel dafür, dass der Verlauf der gesamten *Erzählung* von Verhalten des Nutzers abhängt, wenn auch die möglichen Variationen wiederum endlich sind. Dieser strukturelle Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist dafür ausschlaggebend, dass sie, obwohl beide auf einer audio-visuellen Kodierung beruhen, von ihrer theoretischen Explikation her unterschieden werden müssen. Meine Annahme ist, dass sich hinsichtlich der Kriterien für Aufbau und syntaktische Struktur größere Unterschiede in der theoretischen Konzeption ergeben, dass jedoch in Bezug auf andere Teilbereiche der Rhetorik, wie die Techniken der Affekterregung, die Topik oder die Stillehre, weitgehende Übereinstimmungen auszumachen sind. Die Verifikation dieser Annahme steht jedoch aus, da in diesem Bereich bisher kaum Forschungsergebnisse vorgelegt werden konnten.

Die Filmrhetorik, als Teil der audio-visuellen Rhetorik, beschreibt den Film als regelbasiertes Kommunikationssystem. Sie ist als ein alternatives Beschreibungsmodell aufzufassen, das sich mit seinem spezifischen Fokus von bestehenden filmwissenschaftlichen Ansätzen abgrenzt, etwa von filmhistorischen Modellen, von der »klassischen« Filmtheorie oder auch von neueren Ansätzen der »Cultural Studies«. Wenn Film als rhetorische Kommunikation beschrieben wird, zeigt sich darin ein neuer theoretischer Ansatz, den ich als Forschungsdesiderat bezeichnet habe. Das Potential, die rhetorische Verfasstheit filmischer Kommunikation aufzudecken und zu beschreiben, verspricht, neue Perspektiven für die Medienanalyse und gleichzeitig auch für die Medienpraxis zu entwerfen. Zielsetzung dieser Arbeit ist es darum, dieses Potential zu beschreiben und exemplarisch anhand einer Fallstudie zu belegen.

Wenn das Potential einer solchen Theorie so groß ist, was sind dann die Gründe dafür, dass sich bis heute keine medienorientierte Rhetorikforschung auf breiter Basis etablieren konnte? Bisher scheint sich die Rhetorik weiterhin auf die Untersuchung von Redesituationen

zu beschränken. Erst in den letzten Jahren sind einzelne Ansätze zu verzeichnen, die die Kommunikation mit Massenmedien untersuchen, darunter insbesondere einzelne Aspekte des Hörfunks, des Theaters oder des Films. Martin Medhurst und Thomas Benson beantworten die Frage aus Sicht des »Rhetorical Criticism«. Für sie ist die tradierte Distinktion zwischen Poetik und Rhetorik, die bereits Aristoteles festschreibt, ein Grund dafür, dass sich die Rhetorik als eine reine Theorie der Rede festzuschreiben droht. Sie vertraten bereits in den 1980er Jahren den Standpunkt, dass die Debatte um diese Distinktion neu entschieden werden müsse, um eine umfassende rhetorische Kommunikationstheorie der Medien zu etablieren.<sup>41</sup> Beide Autoren sind der Auffassung, dass die Vorherrschaft der Poetik als Theorie der *Künste* einen rhetorisch geprägten Ansatz der medialen Kommunikation gehemmt hat, dass sich also durch diese Vorherrschaft die Rhetorik in ihrem Einflussgebiet beschränken musste. Erst eine grundsätzliche neue Definition des Verhältnisses könne den Boden für neue Ansätze bereiten.

Mit dieser Forderung stimme ich überein: Um das Feld für neue Forschungsansätze zu öffnen, ist es notwendig, die strikte Trennung zu überdenken. Auch heute noch ist zu beobachten, dass es die weitgehende Fokussierung der Rhetorik auf die Rede mit sich bringt, dass die Massenmedien wie auch die »Neuen Medien« kaum nach rhetorischen Aspekten untersucht werden, obwohl in diesem Gebiet interessante Ergebnisse zu erwarten sind. Gerade diese Art der medialen Kommunikation, ihr Produktionszusammenhang und ihre gestaltungspraktische Grundlage sind bisher in zu geringem Maße theoretisch unterfüttert oder praktisch erforscht worden. In dieser Richtung stehen weitere Untersuchungsergebnisse aus. Die Grundlage dafür ist, dass ein Werk, unabhängig von dem Medium, in dem es realisiert wird, weniger als eine ästhetische Kontemplation angesehen wird, sondern vielmehr als ein Instrument der Kommunikation. Dann ist die Rhetorik, so die hier vertretene These, das geeignete System zur Untersuchung.<sup>42</sup>

Wayne Booth und Kenneth Burke haben einen wichtigen Beitrag zu dieser Diskussion geleistet: Beide forcierten die generelle Öffnung der

---

**41.** Martin Medhurst, Thomas Benson: *Rhetorical Dimensions in Media: A Critical Casebook*, Dubuque 1984.

**42.** Vgl. Edward Corbett (Hrsg.): *Rhetorical Analysis of Literary Works*, New York 1969, S. XXII.

Rhetorik für unterschiedliche Untersuchungsgegenstände, auch für jene, die ihr nicht traditionell zugeordnet werden. Die Konsequenz daraus war eine weitgehende Nivellierung der Unterscheidung zwischen Rhetorik und Poetik. So ist für Booth Dichtung in der Gesamtheit rhetorisch strukturiert,<sup>43</sup> und auch für Burke ist die Rhetorik ein inhärenter Teil der Poetik wie auch kommunikativer Prozesse insgesamt. Die Produktionsinstanz, die rhetorisch tätig wird, selektiere und bewerte, so Burke, bestimmte Teile der poetischen Struktur, um den Adressaten zu einer bestimmten Interpretation einzuladen.<sup>44</sup> Mit dieser Position stellen Booth wie auch Burke wichtige Gewährsmänner für die Theorie der audio-visuellen Rhetorik dar und begründen die theoretische Basis für eine Öffnung der Rhetorik.<sup>45</sup>

Ein zweiter Aspekt ist für die Erläuterung der Frage wichtig, warum es bisher nicht zu einer breit angelegten Forschung zur Rhetorik der Medien gekommen ist. Dieser Aspekt ist mit der Diskussion um die Trennung von Poetik und Rhetorik eng verschaltet: Es geht um die Frage nach einem *persuasiven* Kern der Rhetorik. Wenn wir von einer Rhetorik-Definition ausgehen, die die Überzeugung des Adressaten in den Vordergrund stellt, so resultieren daraus einige theoretische Fallstricke. An welchem Punkt kann man von einem persuasiven Ziel sprechen? Ist dieses Ziel für den Film beispielsweise an bestimmte Genres gebunden, die als persuasiv wirksam gelten, wie Werbung oder Propaganda?

---

**43.** Wayne Booth: *The Rhetoric of Fiction*, Chicago 1961.

**44.** So definiert Burke die Form als »the arousing fulfillment of desires«, Kenneth Burke: *Counter-Statements*, 1931, Neuaufgabe Berkeley 1968, S. 124.

**45.** Die Aufweichung der Trennung zwischen Poetik und Rhetorik ist insgesamt als eine Position der »New Rhetoric« zu sehen. So formulieren auch Medhurst und Benson die Zielsetzung der neuen Rhetorikforschung in dieser Perspektive: »Rhetorical critics are using aspects of the rhetorical tradition to extend our understanding of symbolic actions in all media.« Medhurst, Benson: *Rhetorical Dimensions*, S. XIX. Diese Position geht auf Burke zurück, der betont, dass das Erkenntnisinteresse von größerer Bedeutung sei als die Diskussion um eine distinkte Trennung rhetorischer versus poetischer Belange. Burke formuliert: »We are more interested in bringing the full resources of Poetics and Rhetorica docens to bear upon the study of a text than in trying to draw a strict line of demarcation between Rhetoric and Poetics«. Kenneth Burke: *Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature and Method*, Berkeley 1966, S. 307.

Wenn wir die Öffnung der Rhetorik für andere Medien als die Rede annehmen, bleibt also zunächst die Frage offen, ob nur solche mediale Kommunikation als rhetorisch strukturiert angenommen werden kann, die persuasive Zwecke verfolgt. Offen bleibt auch die schwierige Frage, welche Kriterien angesetzt werden könnten, um die persuasive Absicht einer Kommunikation zu bestimmen. Wirkt ein Film wie *Paradise Now* persuasiv, wenn er zwei palästinensische Selbstmordattentäter bei einem Attentat auf israelische Bürger zeigt? Oder ist ein Krimi im Fernsehen als Werbung und damit als persuasiv zu bezeichnen, wenn er mit offensichtlichem »Product-Placement« arbeitet?

Für die audio-visuelle Rhetorik würde es insgesamt eine Verengung der Perspektive bedeuten, wenn es um einen eng gefassten Begriff der Persuasion ginge. Medhurst und Benson führen für diese Problem den Begriff der »rhetorischen Dimension« der Medien ein. Sie definieren so, dass in den meisten Kommunikationsformen auch persuasive Anteile auszumachen sind. Ich argumentiere jedoch auf eine andere Art und gehe damit einen Schritt weiter als die beiden Autoren: Um den Untersuchungsgegenstand weiter zu fassen und so das Feld für die Forschung der audio-visuellen Rhetorik zu öffnen, konfrontiere ich die Persuasion mit dem Begriff der *Wirkungsintentionalität*. Mit diesem Begriff beschreibe ich den Grundsatz, dass mit der rhetorischen Kommunikation eine bestimmte *Wirkung* auf den Adressaten intendiert wird, die sich nicht unbedingt auf eine *Überzeugung* im engeren Sinne bezieht.<sup>46</sup> So ist für die Filmrhetorik die Initiierung eines Standpunktwechsels beim Adressaten lediglich der Extremfall der rhetorischen Kommunikation, ein intendierter Handlungsimpuls, wie ihn Joachim Knappe beschreibt, also nur eine der möglichen Folgen. Die Adressierung eines Publikums, die Erweckung und Lenkung seiner Aufmerksamkeit und die affektive Stimulierung sind die Ziele der Filmrhetorik, durch sie kann der Erfolg eines Produktes gewährleistet werden. *Wirkung* bedeutet folglich ein Einwirken auf den Adressaten, es bedeutet, ihn mit kommunikativen Mitteln zu erreichen und zu stimulieren, und diese Wirkung ist intendiert, da von ihr im ganz engen Sinne der Erfolg

---

**46.** Die Persuasion initiiert einen Standpunktwechsel seitens des Adressaten, so definiert es Knappe. Er beschreibt die Rhetorik als persuasiv in einem lenkenden Sinne: Ziel des rhetorischen Handelns sei die »Lenkung des Denkens des anderen nach dem auf Veränderung gerichteten Metabolieprinzip«. Joachim Knappe: Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000, S. 79f.

eines Films abhängt. Misslingt das Einwirken auf das Publikum, so entsteht *taedium*, Langeweile, und die Konsequenz daraus ist, dass ein Film »flopt«, dass er auf dem Markt keinen Erfolg hat. Eine rhetorisch gelungene Adressierung des Publikums, mit dem Ziel, es zu unterhalten, zu schockieren, zu rühren, ist also ganz im Interesse des Regisseurs und des Produktionsteams, es stellt ein wichtiges Kriterium für die Filmgestaltung dar. In dieser Perspektive ist die Rhetorik nicht an eine bestimmte, überzeugende Nachricht gekoppelt, denn auch bei Unterhaltungsfilmen handelt es sich um *rhetorisch* strukturierte Medien. Der zeitgenössische Action-Adventure-Film etwa will unterhalten, ist dabei auf seinen kommerziellen Erfolg angewiesen und arbeitet mit starken Affektmitteln, um die *Verführung* durch das »Kino-Erlebnis« zu perfektionieren. Der Erfolg hängt von einer überzeugenden Präsentation ab wie von der erfolgreichen Etablierung einer (affektiven) Wirkung auf den Zuschauer.

Mit dieser Verschiebung des Schwerpunkts von der Persuasion hin zur Wirkungsintentionalität der Rhetorik findet mein Ansatz seine theoretische Begründung. Nach rhetorischen Kriterien können demnach alle Arten der medialen Kommunikation untersucht werden, die auf einer Wirkungsintentionalität beruhen, mit denen also ein Publikum adressiert wird. Mit dieser Setzung wird lediglich jene Form der Kommunikation ausgeschlossen, die zufällig oder unbeabsichtigt erfolgt, etwa in Form von nicht-sprachlichen Äußerungen ohne kommunikatives Ziel.

Auf dieser Grundlage entwickle ich für die rhetorische Filmtheorie vier zentrale Forschungsthemen:

1. Die Gestaltung des Films unterliegt kommunikativen wie medien-spezifischen Techniken und Regeln, die als eine *Rhetorik* des Films ausgewiesen werden können.
2. Die Rhetorik beschreibt medial vermittelte Kommunikation nach Kriterien der *Wirkungsintentionalität*.
3. Die Rhetorik kann als Kommunikationstheorie Film *spezifisch* beschreiben, und Film ist in seiner Praxis rhetorisch verfasst. Darin spiegelt sich die Verschränkung von Theorie und Praxis, von *rhetorica docens* und *rhetorica utens* wider.
4. Die Rhetorik beschreibt den systemischen Zusammenhang zwischen *Rhetor*, *Medium* und *Adressat* im Kommunikationsprozess.

Die erste These zeigt, dass mit der Rhetorik des Films seine Gestaltungsregeln beschrieben werden. Dazu steht das umfangreiche Erfahrungswissen der Disziplin um die rhetorischen Kommunikationstechniken zur Verfügung. Die audio-visuelle Rhetorik nutzt dazu die bestehende differenzierte Terminologie und kann diese gleichzeitig um medien-spezifische Komponenten erweitern.

Die zweite These habe ich bereits hergeleitet: Als treibende Kraft der Rhetorik, als ihr Motor fungiert die Wirkungsintentionalität. Ohne sie entsteht keine rhetorische Kommunikation, ohne die Intention, beim Adressaten eine Wirkung zu etablieren, hat der Rhetor keinen Anlass, in Aktion zu treten.

Die dritte These bezieht sich auf die Verschränkung von Theorie und Praxis, mit der sich zwei Zugänge zum medial vermittelten Kommunikationsakt eröffnen. Einerseits geht es um den Einfluss rhetorischer Strategien auf den *produktiven* Prozess der Gestaltung, andererseits um die Anwendung rhetorischer Kategorien zur Analyse des filmischen Zeichensystems. Rhetorik stellt sich folglich als *Generierungssystem* und *Analyseinstrument* dar.<sup>47</sup> Diese doppelte Perspektive formuliert Umberto Eco in seiner Definition der modernen Rhetorik, wenn er sie einerseits als generative Technik zur Erzeugung von persuasiven Argumentationen beschreibt, andererseits als Sammlung von kodifizierten Lösungen zur effizienten Kommunikation bezeichnet, das heißt als Repertoire von Mustern und Motiven mit bestimmtem konnotativen Gehalt.<sup>48</sup> Auch Helmut Schanze formuliert diese Perspektive und bezieht sich an dieser Stelle explizit auf multimediale Texte: die Rhetorik könne »als Produktions- wie auch als Analysesystem für Texte im weitesten Sinn, auch multimediale«<sup>49</sup> fungieren.

Meine zweite Arbeitsthese kann nachfolgend genauer differenziert werden. Der Einfluss der Rhetorik auf den Film zeigt sich:

---

**47.** Zur begrifflichen Differenzierung der Rhetorik als »Generierungssystem« und »Analyseinstrument« vgl. Heinrich Plett: Einführung in die rhetorische Textanalyse, Hamburg 1985, S. 3f.

**48.** Vgl. Eco: Einführung in die Semiotik, S. 184f.

**49.** Helmut Schanze: Rhetorisches Besteck: Anmerkungen zur Rhetorikforschung vor und nach der Postmoderne, in: Neue Tendenzen der Rhetorikforschung, (Rhetorik: Ein internationales Jahrbuch, Bd. 21, hrsg. von Manfred Beetz, Joachim Dyck, Wolfgang Neuber, Gert Ueding), Tübingen 2002, S. 28–36, hier S. 33.



- als *Rhetorik* des Produktionsprozesses: als eine Sammlung von kommunikativen Strategien und Mustern, die in der Zeichenproduktion durch die Produktionsinstanz (den *Rhetor*) angewandt werden;
- als *rhetorische* Filmanalyse: zur analytischen Durchdringung filmischer Zeichensysteme mit der Zielsetzung, die argumentativen, affektiven und stilistischen Konstruktionsprinzipien offenzulegen.

Gerade in der Verschränkung dieser beiden Seiten der Rhetorik liegt ihr theoretisches Potential: Produktionsprozess und Analyse können in Abhängigkeit voneinander beschrieben werden, so dass die Ergebnisse jeweils in die Theoriebildung wieder eingespeist werden können.

Die vierte These nimmt die Kommunikation als Interaktionszusammenhang in den Blick – eine Perspektive, die ihren *Prozesscharakter* hervorhebt. Schwerpunkt ist der kommunikative Wirkungszusammenhang zwischen der Produktionsinstanz (dem *Rhetor*), seiner Konzeption der Kommunikation und der Ausrichtung auf einen Adressaten. Der Kommunikationsprozess und die Interaktionen zwischen den beteiligten Instanzen sind somit im Blickfeld der rhetorischen Analyse – eine Perspektive, die von bestehenden filmwissenschaftlichen Ansätzen bisher nur wenig wahrgenommen wurde. Dabei geht es insbesondere um die Beschreibung aus der Perspektive der Produktionsinstanz: um die strategischen Überlegungen, mit welchen kommunikativen Mitteln potentiell eine bestimmte Wirkung beim Adressaten erzielt werden kann, um den Einsatz dieser Mittel bei der Gestaltung und um die Evaluation des Erfolgs der Mittel.<sup>50</sup>

Diesen Wirkungszusammenhang beschreibe ich zu einem späteren Zeitpunkt als eine »rhetorische Maschine«, als das funktionale Herzstück rhetorischer Kommunikation. Diese Maschine bildet den systematischen Rahmen der Theorie.

---

**50.** Dieser Wirkungszusammenhang wird im Modell der rhetorischen Kommunikation beschrieben, das im Rahmen dieser Arbeit speziell für das Medium Film entwickelt wird. Vgl. Kapitel 3.1.

### 1.3. Forschungsbericht

Zu einer rhetorischen Theorie des Films gibt es bis heute einige Ansätze, über die ich im Folgenden einen Überblick gebe. Die Mehrzahl der Beiträge entstammt dem »Rhetorical Criticism« in den USA und ist somit den Konzepten der »New Rhetoric« geschuldet. Nur vereinzelt kam es zu Beiträgen aus dem deutschsprachigen Raum, aus Frankreich, Italien oder Skandinavien. Sie beziehen sich meist nicht aufeinander, so dass es bisher zu keiner systematisch ausgearbeiteten theoretischen Grundlegung für eine Rhetorik des Films gekommen ist. Darüber hinaus befassen sich einige Ansätze ausschließlich mit Teilgebieten der Rhetorik: mit einer Figurenlehre des Films oder mit der persuasiven Dimension rhetorischer Rede im Kontext von Werbung oder Propaganda. Um einen Überblick über den Stand der Forschung zu geben, stelle ich zunächst Beiträge zu einer Stilistik des Films vor, um anschließend thematisch weiter gefasste Beiträge zu Film *und* Rhetorik zu diskutieren.

#### 1.3.1. FIGURENLEHREN DES FILMS

In den 1960er Jahren und nachfolgend entwickelten sich unterschiedliche Ansätze zu einer *visuellen* Rhetorik, die zum Teil semiotisch geprägt waren. Sie sind insofern als Vorläufer einer audio-visuellen Rhetorik des Films zu sehen, als dass sie rhetorische Theoriebestände auf visuelle Phänomene übertragen, wenngleich es dabei nicht um Film, sondern insbesondere um Werbegrafik ging. Untersucht wurden die kommunikativen Funktionen des Bildes und von Text-Bild-Ensembles im Rahmen von Werbeanzeigen. Daraus entwickelten vor allem Guy Bourdieu, Roland Barthes und Umberto Eco Ansätze zu einem System visueller Stilfiguren, das die Ensembles als rhetorische Figurationen beschreibt. Besonders Barthes' Beitrag zu einer »Rhetorik des Bildes«<sup>51</sup> und Ecos Analysen der »Reklame-Botschaft«<sup>52</sup> sind hier als einflussreiche Beispiele zu nennen. Barthes skizziert in seinem vielzitierten Essay grundlegende Gedanken zu einer Bildtheorie, die sich nur lose an der Rhetorik orientiert und vielmehr semiotische – oder, nach Barthes, *semiologische* – Grundzüge trägt. Auch Eco geht mehr auf se-

---

**51.** Roland Barthes: Rhetorik des Bildes, in: ders., Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn, Frankfurt a. M. 1990, S. 28–46.

**52.** Eco: Einführung in die Semiotik, S. 267–275.

miotische Aspekte des Bildes und seiner Kodierungen ein, beschreibt jedoch auch einige rhetorische Ansätze näher, etwa zu Aspekten der Topik, der Figurenlehre und, in knapper Form, zur Argumentation. Beide Ansätze sind jedoch als Skizzen zu sehen, denen keine stringente Theoriebildung folgte.

Aus der frühen Designforschung entstammen weitere wichtige Beiträge: So behandelt Tomàs Maldonado bereits 1957 in einem Seminar an der Hochschule für Gestaltung Ulm das Thema »Neorhetorik« als eine Perspektive der Designforschung. Bonsiepe entwickelte diesen Ansatz in differenzierter Weise weiter und legte 1961 einen ersten Katalog visuell/verbaler Figuren vor – die erste systematische Liste visuell-verbaler Figuren der Werbung, an der sich viele der nachfolgenden Ansätze orientierten.<sup>53</sup> Er zielte jedoch über eine reine Stiltheorie hinaus, indem er die Forderung nach einer gegenseitigen Befruchtung und Kooperation von Theorie und Praxis im Design formulierte. So übernimmt die Rhetorik auch für Bonsiepe die Rolle einer übergreifenden Kommunikationstheorie, die beide Seiten verbindet. Auch wenn sich die Erprobung der Rhetorik in seinem ersten Beitrag auf eine Stiltheorie beschränkte, so ist eine weiterführende Perspektive hier bereits entworfen, eine Perspektive, die auch heute noch für die Designtheorie von Bedeutung ist.<sup>54</sup>

Die neueren Beiträge zur visuellen Rhetorik der Werbung von Sharon Poggenpohl<sup>55</sup> und Hanno Ehses<sup>56</sup> sind als Weiterführung der visuellen Rhetorik zu sehen, die für das Design inzwischen einen tragfähigen

---

**53.** Dieser Katalog und seine theoretische Herleitung wurden mehrfach überarbeitet, bis sie 1965 in der Zeitschrift der HfG Ulm nochmals veröffentlicht wurden. Gui Bonsiepe: *Persuasive Communication: Towards a Visual Rhetoric*, in: Theo Crosby (Hrsg.): *Uppercase*, Nr. 5, London 1961, S. 19–34; ders.: *Visuell/verbale Rhetorik, Visual/verbal Rhetoric*, in: *ulm. Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung 14/15/16*, Ulm 1965, S.23–40, überarbeitete Neuversion in: ders.: *Interface – Design neu begreifen*, Mannheim 1996; auch: [<http://www.guibonsiepe.com/pdffiles/rhetorik.pdf>], (letzter Zugriff am 17.03.2008).

**54.** Vgl. Gesche Joost: *Audio-visuelle Rhetorik und Informationsdesign*, in: Maximilian Eibl, Harald Reiterer, Frank Thissen, Peter Friedrich Stephan (Hrsg.): *Knowledge Media Design – Grundlagen und Perspektiven einer neuen Gestaltungsdisziplin*, München 2007.

**55.** Sharon H. Poggenpohl: *Visual Rhetoric: An Introduction*, in: *Visible Language*, Chicago 1998 (32), Nr. 3, S. 197–199; dies.: *Double Damned: Rhetor-*

Rahmen zur Beschreibung stilistischer Parameter der grafischen Gestaltung entwickeln konnten. Der 2004 erschienene Sammelband »Defining Visual Rhetorics«<sup>57</sup> belegt zudem das anhaltende Interesse an einer rhetorischen Theorie des Visuellen, zeigt jedoch ebenfalls auf, dass zur systematischen Theoriebildung in diesem Bereich noch weitere Forschungsarbeit aussteht.

Es ist wiederum Gui Bonsiepe, der die theoretische Entwicklung für das Design in den letzten Jahren weitergetrieben hat: er entwickelte die »visuell/verbale Rhetorik« bis heute konsequent weiter, so dass er seit Ende der 1990er Jahre Forschungsergebnisse zur »Rhetorik der Audio-Visualistik« und zu einer »digitalen Rhetorik« vorstellt.<sup>58</sup> An dieser Stelle ist auch der Übergang zu einer Rhetorik des *bewegten* Bildes zu sehen, die sich nicht mehr auf Werbegrafiken beschränkt, sondern mediale Produkte insgesamt, speziell Film und digitale Medien, in den Blick nimmt. Schwerpunkt seiner »Rhetorik der Audio-Visualistik« ist eine praxistaugliche Theorie der Rhetorik, die sich für das Design als Instrument zur analytischen Durchdringung der Gestaltungspraxis darstellt. Die Rhetorik ist in dieser Perspektive ein System zur Beschreibung der gestaltungstechnischen Kompetenzen des Designs. Dabei geht es weniger um eine systematische Ausarbeitung der theoretischen Grundlagen einer medialen Rhetorik oder um eine Untersuchung der Anwendbarkeit der klassischen Rhetorik en detail. Vielmehr überschreitet Bonsiepe die disziplinären Grenzen und setzt auch visuelle Mittel zur Forschungsarbeit ein. So entwickelt er unterschiedliche Skizzen zu einer visuellen Heuristik, um damit audio-visuelle »Patterns« der Medien zu

---

rical and Visual, in: ebd., S. 200–234. Vgl. auch Charles Forceville: *Pictorial Metaphor in Advertising*, London, New York 1996.

**56.** Hanno Ehses: *Representing Macbeth: A Case Study in Visual Rhetoric*, in: *Design Issues*, Bd. 1, Nr. 1, Chicago 1984, S. 53–63, Nachdruck in: Victor Margolin (Hrsg.): *Design Discourse: History, Theory, Criticism*, Chicago, London 1989, S. 187–197; ders.: *Design and Rhetoric: An Analysis of Theatre Posters*, *Design Papers* 1, Halifax 1986; ders., Ellen Lupton: *Rhetorical Handbook: An Illustrated Manual for Graphic Designers*, *Design Papers* 5, Halifax 1988.

**57.** Hill, Helmers: *Defining Visual Rhetorics*.

**58.** Vgl. Bonsiepe: *Audiovisualistik und die Darstellung von Wissen*; vgl. auch die Darstellung der Ergebnisse im *Kölner Design Jahrbuch 2001: »bricolage«*, hrsg. von Fachbereich Design der Fachhochschule Köln, Köln 2001, S. 22f. und CD-ROM; vgl. auch Gui Bonsiepe: *Design as Tool for Cognitive Metabolism*.

untersuchen. Sein Ziel ist es, durch Visualisierungen den kognitiven Mehrwert der Analyse und der Darstellung der Ergebnisse zu erhöhen. Dieser Methode folge ich mit der Entwicklung des visuellen Notationssystems für Film, so dass Bonsiepes Forschung eine wichtige Grundlage für mich bildet.

Ich komme nun zu Beiträgen, die eine Figurentheorie des Films vorstellen, womit wir nun einen Medienwechsel vom Bild zum bewegten Bild des Films vollziehen. Die Beiträge beziehen sich nicht auf die beschriebenen *visuellen* Rhetoriken – gemeinsam ist ihnen jedoch der Versuch, die rhetorische Theorie als Stiltheorie für visuelle und audiovisuelle Medien zu etablieren. Aus der Filmtheorie und der interessierten Filmpraxis sind es insbesondere Roy Clifton sowie Christian Metz und Trevor Whittock, die diesen Ansatz, wenn auch in unterschiedlichen Richtungen, weiterführen.

Cliftons Beitrag »The Figure in Film«<sup>59</sup> blieb zumindest im deutschsprachigen Raum wenig beachtet, obwohl hier eine umfassende Liste rhetorischer Figuren des Films mit vielfachen Beispielen der Umsetzung vorgestellt wird. Der Autor bezieht sich bei dieser Untersuchung filmischer Figurationen auf die Terminologie der klassischen Rhetorik, jedoch nicht, ohne ihr Potential für die Beschreibung des Films kritisch zu befragen. Sein Beitrag versteht sich als ein praxisnahes Handbuch, das sowohl für Filmtheoretiker wie -praktiker als auch für das interessierte Filmpublikum geschrieben wurde. Daher reduziert Clifton die Menge an sperrigen Fachtermini der Rhetorik zugunsten einer praktikablen, überschaubaren Terminologie.<sup>60</sup> Die Stärke von Cliftons Beitrag liegt in der umfangreichen und detaillierten Darstellung von Figuren des Films und ihrer anschaulichen Illustration mit Filmbeispielen, die gleichzeitig die Beschreibungsmacht seiner Fi-

---

**59.** Cliftons Publikation »The Figure in Film« erschien 1983, wird jedoch in den nachfolgenden Publikationen zur rhetorischen Stillehre des Films kaum erwähnt, im deutschsprachigen Diskurs gänzlich ignoriert.

**60.** Clifton ergänzt zum Teil Begriffe der filmspezifischen Gestaltungspraxis, die sich mit den bestehenden rhetorischen Figuren nicht, oder nur in unzureichendem Maße, beschreiben lassen. Dies ist besonders im Bereich der syntaktischen Figuren der Konjunktion von Bedeutung, wenn es um die Beschreibung formaler wie auch narrativer Konjunktionen zwischen den Einstellungen geht, beispielsweise um die beschleunigende Montage oder die Konjunktion durch Bewegung.

guren belegen. Er zeigt damit, wie fruchtbar die Benennung rhetorischer Figurationen für die Beschreibung der Filmpraxis ist und wie differenziert sich der Aufbau von Bedeutung und Wirkung mit dieser Terminologie fassen lässt. Auch wenn sich Clifton ausschließlich auf die Figurenlehre der Rhetorik bezieht und wichtige Aspekte der Wirkungs-intentionalität, Affekterregung und Argumentation auslässt, ist sein System im Ganzen als ein wichtiger Beitrag zu einer rhetorischen Theorie des Films zu sehen.<sup>61</sup>

Christian Metz wie auch Trevor Whittock hingegen nähern sich der Figur im Film von einer anderen Position. Ich führe die Beiträge als Gegenposition zu Clifton an, um den Unterschied zwischen einer rhetorischen Stiltheorie des Films und einer linguistisch orientierten Theorie der Filmsprache nach Metz und Whittock hervorzuheben.

Metz konzipiert in seiner Arbeit »Der imaginäre Signifikant«<sup>62</sup> die rhetorische Figur im Film aus semiotischer und psychoanalytischer Perspektive. Er untersucht die Figuren der *Metapher* und *Metonymie*. Seine grundlegende Frage, die er bereits in seinem einflussreichen Aufsatz zur Denotation im Spielfilm formuliert,<sup>63</sup> ist die nach der grundlegenden *Rhetorik* im »Gewebe« des Films.<sup>64</sup> Es geht ihm somit nicht um eine Kategorisierung rhetorischer Figuren – von diesen distanziert er sich sogar explizit.<sup>65</sup> Vielmehr beschreibt er den Bedeutungsaufbau des Films insgesamt als Figurationsprozess von *Metapher* und *Metonymie*, als psychoanalytische Kategorien der *Verdichtung* und *Verschiebung*. Unter Bezugnahme auf das Achsensystem von Paradigma und Syntagma entwickelt er vier Grundtypen der textuellen Verkettung und legt damit ein alternatives, gegenüber den rhetorischen Kategorien jedoch stark reduziertes Raster zur Beschreibung des filmischen Bezeichnungsprozesses als Filmsprache vor.<sup>66</sup>

---

**61.** Cliftons Überlegungen fließen im Rahmen dieser vorliegenden Arbeit in die Liste rhetorischer Figuren des Films ein (siehe Anhang).

**62.** Christian Metz: Der imaginäre Signifikant: Psychoanalyse und Kino, Münster 2000, Originalausgabe: ders.: Le Signifiant imaginaire: Psychoanalyse et Cinéma, Paris 1977.

**63.** Ders.: Probleme der Denotation im Spielfilm, S. 161.

**64.** Vgl. Der imaginäre Signifikant, S. 112.

**65.** Ebd., S. 125.

**66.** Auf diesen Ansatz werde ich bei der Beschreibung des filmischen Zeichensystems weiter eingehen. Vgl. Kapitel 2.1.

Auch Trevor Whittock beschäftigt sich mit der Theorie der Metapher im Film: Er untersucht sowohl einzelne *Typen* von Metaphern als auch den metaphorischen Prozess der Generierung von Bedeutung. Dabei ordnet er einige Figuren der Metapher unter, bezeichnet also beispielsweise die Metonymie und die Synekdoche als Metaphern, womit er das System der Allgemeinen Rhetorik verlässt.

Eine Parallele zwischen den Ansätzen von Metz und Whittock ist, dass beide die Figurationsprozesse des Films von der Metapher beziehungsweise von Metapher und Metonymie her konzipieren.<sup>67</sup> Sie werden zu Meta-Kategorien, der sich andere Figurationen unterordnen. Beide Ansätze verfolgen nicht das Ziel, ein Beschreibungsmodell für die Filmpraxis zu liefern. Die Frage, wie die spezifischen Gestaltungstechniken des Films besonders im Bereich der Bilddynamik und Montage beschrieben werden können, bleibt hier offen. Fraglich bleibt auch, inwieweit diese Ansätze der Medienspezifik des Films in angemessener Weise Rechnung tragen, oder ob es sich vielmehr um linguistisch orientierte Ansätze handelt, die das Modell der Sprache implizit zu Grunde legen. Mit der Analogie zum System der Sprache verfolgen sie ein anderes Ziel, nämlich die Untersuchung des Bedeutungsaufbaus des Films *als* Sprache.<sup>68</sup> Im Verständnis Cliftons hingegen bezeichnet die Rhetorik des Films ein System von Mustern und deren Anwendungsregeln, das den Film als rhetorisches Produkt entwirft.

Bis zu diesem Punkt habe ich eine Auswahl von Forschungsansätzen vorgestellt, die sich mit Aspekten einer Figurenlehre des Visuellen beschäftigen und dabei – je nach Ansatz mehr oder weniger intensiv – rhetorische Theoriebestände auf visuelle oder audio-visuelle Phänomene beziehen. Im Folgenden soll es um Ansätze gehen, die eine breiter gefasste Konzeption der Rhetorik als Theorie des Films verfolgen und so unterschiedliche Aspekte jenseits einer reinen Figurentheorie konzeptualisieren.

---

**67.** Ergänzend ist der Beitrag von Peter Larsen zu nennen, der sich ebenfalls mit dem Begriffspaar von Metapher und Metonymie im Film beschäftigt: Vgl. Peter Larsen: *Fra figur til figurering: om film & retorik* (»On Film and Rhetoric«), in: *Rhetorica Scandinavica*, Nr. 1, Åstorp 1997, S. 44–54.

**68.** Vgl. Karl-Dietmar Möller-Naß: *Filmsprache: Eine kritische Theoriegeschichte*, Münster 1986. Vgl. auch Manfred Muckenhaupt: *Text und Bild*, Tübingen 1986.

### 1.3.2. FILMRHETORIKEN

Unter dem Stichwort der »Filmrhetoriken« diskutiere ich nun Ansätze, die sich explizit auf die Rhetorik beziehen, sei es nominell, sei es referentiell, etwa auf ein Teilgebiet der Rhetorik-Lehre. Im deutschsprachigen Raum entstand in den 1980er Jahren ein Bereich der Filmphilologie, der rhetorische Aspekte des Films in den Blick nahm und besonders durch die Arbeiten Klaus Kanzogs geprägt wurde. Kanzog entwickelte im Rahmen einer Vorlesung die Grundzüge einer rhetorischen Lehre des Films, die als »Grundkurs Filmrhetorik«<sup>69</sup> veröffentlicht wurden. Hier spannt er ein Panorama vielfältiger Bezugspunkte und Ansätze auf, um die Wissensbestände der Rhetorik auf den Film anzuwenden. So greift er beispielsweise Aspekte der Deixis des Films, der Stilistik und Montage, der Topik sowie der Affektsteuerung auf und macht deutlich, wie vielfältig sich die Bezugspunkte zwischen Rhetorik und Film darstellen. In dieser Hinsicht leistet Kanzog einen wichtigen Beitrag zur Begründung einer Rhetorikforschung des Films. Als problematisch beurteile ich jedoch eine theoretische Setzung, die gleich zu Anfang des »Grundkurses« formuliert wird: die Definition des Films als Analogie zum verbalen Sprechakt und des Bildes als Analogie zur »Rede«.<sup>70</sup> Kanzog bezieht sich auf die strukturelle Texttheorie und behandelt den Film wie einen verbalsprachlichen Text. Diese Setzung berücksichtigt meines Erachtens die spezifisch audio-visuelle Struktur des Mediums nicht in genügendem Maße und lässt lediglich den Blick auf mögliche sprachanaloge Strukturen des Films zu.<sup>71</sup> Diese Analogiebildung läuft zudem Gefahr, am Film lediglich die vordefinierten Strukturen und Begriffe des sprachlichen Rasters erkennbar zu machen, ohne auf Phänomene wie etwa die Überblendung, Slow Motion oder Sounduntermalung einzugehen, Phänomene, die für den Film charak-

---

**69.** Kanzog: Grundkurs Filmrhetorik; vgl. auch ders.: Einführung in die Filmphilologie, 2. Aufl., München 1997, besonders S. 68ff.; ders.: Internalisierte Religiosität: Elementarstrukturen der visuellen Rhetorik in Dziga Vertovs »Drei Lieder über Lenin«, in: Natascha Drubek-Meyer, Jurij Murasov (Hrsg.): Apparatur und Rhapsodie: Zu den Filmen Dziga Vertovs, Frankfurt a. M., Bern u. a. 2000, S. 201–219.

**70.** Kanzog: Grundkurs Filmrhetorik. S. 15; vgl. auch Anke-Marie Lohmeier: Hermeneutische Theorie des Films, Tübingen 1996, S. 1–50.

**71.** Vgl. die Diskussion in Kapitel 1.1.



teristisch sind und die nicht unter dem Text-Paradigma zu fassen sind.<sup>72</sup>

Insgesamt entwirft Kanzog bereits den Pfad, um Rhetorik und Film aufeinander zu beziehen. Jedoch geht er meines Erachtens von einer schwierigen theoretischen Prämisse aus. Die Theorie der Filmrhetorik kann, um es zu betonen, nicht auf einer grundlegenden Analogie zwischen Film und Rede fußen. Die Problematik dieses Analogie-Theorems wurde in der Filmsemiotik bereits vielfach kritisch reflektiert und führte zu der Erkenntnis einer »fundamentale[n] semiotische[n] Differenz zwischen ikonischen und sprachlichen Zeichen«.<sup>73</sup> Kanzog selbst verlässt in seinen Filmanalysen die enge Analogie, so dass seine theoretische Setzung von ihm selbst unterlaufen wird. Die Anwendbarkeit der Rhetorik basiert auf ihrem Charakter als übergreifende Kommunikationstheorie, die die Zusammenhänge zwischen Produktionsinstanz, Medium und Adressat nach *wirkungsintentionalen* Aspekten beschreibt, wie ich in dieser Arbeit darlege.<sup>74</sup> Wird die Parallelisierung zu eng gefasst, so läuft die Theorie Gefahr, den eigentlichen Untersuchungsgegenstand, den Film in seiner audio-visuellen und dynamischen Struktur, nicht angemessen abbilden zu können.

Diese Problematik spiegelt sich auch in den Ansätzen von Hermann Barth und Anke-Marie Lohmeier wider.<sup>75</sup> Barth führt Kanzogs Ansätze<sup>76</sup> weiter und fokussiert besonders die Affektsteuerung des Films, die er als »psychagogische Strategien« beschreibt. Er fasst die Filmrhetorik als einen Teil der *Filmsemiotik* auf und belegt damit seinen engen Bezug zu

---

**72.** Clifton formuliert diese Bedenken folgendermaßen: »[T]o come to such an inquiry with a bag of terms and the theories they presuppose is to risk using the films to justify notions held beforehand, rather than let the films form the notions.« In: Clifton: *The Figure in Film*, S. 17.

**73.** Anke-Marie Lohmeier: Artikel »Filmrhetorik«, HWR, Bd. 3, Tübingen 1996, Sp. 347–364, S. 350.

**74.** Vgl. Kapitel 3.1.

**75.** Ebd.; Hermann Barth: *Psychagogische Strategien des filmischen Diskurses* in G. W. Pabsts Kameradschaft (Deutschland, 1931), München 1990; ders.: *Insinuatio: Strategien der Emotionslenkung in den Anfangssequenzen von G. W. Pabsts Die freudlose Gasse (1925)*, in: Elfriede Ledig (Hrsg.): *Der Stummfilm: Konstruktion und Rekonstruktion*, München 1988, S. 9–33.

**76.** Weder Kanzog noch Barth beziehen Ansätze der Filmrhetorik aus dem englischsprachigen Raum in ihre Überlegungen ein.

Kanzogs Grundannahme der Sprachanalogie. Gleichzeitig jedoch zeigt er das Potential der Rhetorik zur Beschreibung des »Systemcharakter[s] der Wirkungsfunktionalität filmischer Zeichen-(komplexe)«<sup>77</sup> auf und weist so über die Grenzen einer reinen Filmsemiotik hinaus, wodurch die Unterordnung der Rhetorik unter die Semiotik in Frage gestellt wird. Deziidiert definiert er auf die Leerstelle der Filmtheorie in Bezug auf die Rhetorik und zeigt sich zu Recht verwundert darüber, dass trotz der breiten Etablierung der Filmwissenschaften bisher »keine explizite Einbeziehung der Rhetorik(-forschung)«<sup>78</sup> gebe. Zentral für Barths Ansatz ist die Fokussierung der persuasiven Dimension des filmischen Diskurses, die er mit den Mitteln der Rhetorik analysiert. Ihm geht es nicht um eine allgemeine rhetorische Theorie des Films, sondern um eine Anwendung auf einen Sonderdiskurs des Films: auf seine argumentative Funktionalisierung, die sich die Persuasion des Publikums zum Ziel setzt. Somit ist es nur folgerichtig, dass sich Barth mit dem politischen Propagandafilm der 1930er Jahre auseinandersetzt. Barths Ansatz ist jedoch potentiell erweiterbar und formuliert bereits wichtige Grundlegungen für eine umfassende rhetorische Filmtheorie, an die die vorliegende Arbeit zum Teil anknüpft. Seine Weiterführung von Kanzogs Grundlegung zeigt im theoretischen Rahmenwerk also einige wichtige Präzisierungen, die ich aufgreife. Insgesamt ist jedoch festzustellen, dass im deutschsprachigen Raum auf diese Beiträge bisher kaum nennenswerte Fortführungen folgten, so dass sich dieser Bereich der Filmphilologie nicht langfristig etablieren konnte.

Im Gegensatz dazu stehen die Entwicklungen im US-amerikanisch geprägten Diskurs: Hier ist eine Vielfalt der Ansätze zu verzeichnen, die an den »Departments of Rhetoric« an vielen Universitäten entstehen. John Harrington etwa beleuchtet die Frage nach dem persuasiven Kern der Rhetorik anders als Barth: In seiner bereits 1973 veröffentlichten Publikation »The Rhetoric of Film«<sup>79</sup> wendet er sich gegen eine Beschränkung der rhetorischen Theorie auf persuasive Diskurse in Werbung und Propaganda mit der Begründung, dass jede Form der Kommunikation im Film immer schon persuasive Aspekte impliziere.<sup>80</sup> Er öffnet seinen Ansatz hin zu einer grundlegenden rhetorischen

---

**77.** Barth: Psychagogische Strategien, S. 11.

**78.** Ebd., S. 13.

**79.** John Harrington: The Rhetoric of Film, New York u. a. 1973.

**80.** Vgl. ebd., S. 3f.

Theorie des Films. Sein Beitrag ist als eine Art Handbuch zu sehen, das sich weniger dem wissenschaftsinternen Diskurs widmet, als vielmehr für das interessierte Filmpublikum verfasst wurde. Die Rhetorik wird insgesamt als ein pragmatisches Beschreibungsmodell konzipiert, das zur analytischen Durchdringung des Films herangezogen wird. Ziel dabei ist es, dem Publikum eine Möglichkeit zu eröffnen, ein kritisches Potential gegenüber medialer Kommunikation zu entwickeln, das Filmverständnis zu verbessern und die »basic rhetorical tools and strategies«<sup>81</sup> der Filmemacher zu reflektieren.<sup>82</sup>

Harringtons Beitrag stellt nur einen Anfang von Beiträgen einer rhetorisch geprägten Filmwissenschaft in den USA dar. Insbesondere durch die theoretische Grundlegung einer modernen Rhetorik durch die »New Rhetoric« öffnet sich ein Feld für neue Ansätze, die sich mit unterschiedlichen Schwerpunkten entwickeln: Nick Brownes früherer Ansatz zur Rhetorik der filmischen Narration, Hardisons Beitrag zu Hitchcocks Rhetorik,<sup>83</sup> David Bordwells und Noël Carrolls *Filmpoetik* und -rhetorik, Thomas Bensons und Martin Medhursts Fallstudien zu »rhetorischen Dimensionen« der Medien oder Seymour Chatmans Beitrag zur rhetorischen Theorie der Narration<sup>84</sup> bilden Eckpunkte eines Spektrums von Herangehensweisen. David Blakesley spricht aufgrund des gemeinsamen Fokus auf rhetorische Aspekte sogar von einem »rhetorical turn«, der sich in den letzten Jahren in den Filmwissenschaften vollzogen habe.<sup>85</sup> Die Rhetorik werde, so Blakesley, nicht

---

**81.** Ebd., S. VI.

**82.** Dabei geht er zum einen auf grundlegende filmtechnische Strukturen ein, liefert zum anderen jedoch auch eine Auswahl rhetorischer Figuren des Films. Er untersucht typische »Patterns« der Filmgestaltung, wie beispielsweise die Verkettung von Ursache und Wirkung, die Klimax-Struktur oder typische Schlusseinstellungen des Films (»obligatory scenes«).

**83.** O. B. Hardison: *The Rhetoric of Hitchcock's Thriller*, in: W. R. Robinson (Hrsg.): *Man and the Movies*, Louisiana 1967, S. 137–152.

**84.** Seymour Chatman: *Coming to Terms: The Rhetoric of Narrative in Fiction and Film*, Ithaca, London 1990.

**85.** David Blakesley (Hrsg.): *The Terministic Screen: Rhetorical Perspectives on Film*, Carbondale, Edwardsville 2003, S. 1. Meiner Ansicht nach ist es schwierig, von einem übergreifenden »rhetorical turn« der Filmwissenschaften zu sprechen, da der zugrunde liegende Rhetorik-Begriff nicht geklärt ist. Die oben zitierten Ansätze, die Blakesley unter diesem Schlagwort vereint, sind sehr

mehr als eine Teildisziplin der Filmwissenschaften konzipiert, sondern sie gewinne den Status einer Metatheorie des Films, die unterschiedliche Ansätze interdisziplinär verbinden könne.<sup>86</sup> Unter dieser rhetorischen Metatheorie subsumiert er neben den oben angeführten Beispielen so unterschiedliche Konzepte wie die der Gender Studies nach Kaja Silverman oder die Filmsemiotik nach Christian Metz.

Wenn ein »rhetorical turn« in den US-amerikanischen »Film Studies« postuliert wird, so betone ich jedoch, dass es sich dabei um einen weit gefassten Rhetorik-Begriff handelt, der sich in wesentlichen Punkten von jenem der vorliegenden Arbeit unterscheidet. Wenn ich nachfolgend näher auf einige exemplarische Beiträge eingehe, so wird deutlich, dass dabei ganz unterschiedliche theoretische Konzepte verhandelt werden, die thematisch von einer Narratologie bis zur Rolle der Identifikation im Film reichen.

Im ersten Beispiel geht es um die Beiträge David Bordwells. Hier taucht der Begriff *Rhetorik* zwar häufiger auf, jedoch verbirgt sich dahinter kein eigenständiges Konzept einer umfassenden Filmrhetorik. Bordwell nutzt den Begriff mit dem Schwerpunkt auf der persuasiven Dimension, wobei er einerseits bestimmte Strukturen des Films als *rhetorisch* deklariert, andererseits die verbal geführte Interpretation von Film in ihrer Rhetorik untersucht. In seinem Beitrag »Narration in the Fiction Film« wird der erste Aspekt deutlich, wenn Bordwell einen Typus der filmischen Narration als rhetorisch charakterisiert, und zwar

---

heterogen, fokussieren zum Teil eher poetologische Aspekte oder beschäftigen sich mit linguistischen Modellen der Filmanalyse. Der Rhetorik-Begriff, der die Klammer dieser Ansätze darstellt, ist sehr weit gefasst. Festzuhalten ist gleichzeitig, dass sich jener »rhetorical turn« in den meisten Fällen auf US-amerikanische Ansätze beschränkt. In der deutschsprachigen Filmwissenschaft etwa ist von einer wie auch immer gearteten »rhetorischen Wendung« wenig zu spüren.

**86.** Blakesley bezeichnet die Rhetorik als einen »terministic screen«. Dieser Begriff ist Burke entlehnt, der ihn in »Language as Symbolic Action« verwendet. Burke beschreibt damit den Zusammenhang zwischen dem verwendeten Begriffsapparat und den möglichen Beobachtungen und Erkenntnissen einer wissenschaftlichen Untersuchung. Burke formuliert: »Not only does the nature of our terms affect the nature of our observations, on the sense that the terms direct the attention to one field rather than to another. Also, many of the ›observations‹ are but implications of the particular terminology in terms of which the observations are made.« In: Burke: Language as Symbolic Action, S. 46.

die »historisch-materialistische Narration« von sowjetischen Propaganda-filmen.<sup>87</sup> Diese Auffassung spielt auch in »The Cinema of Eisenstein« eine Rolle, wenn es um die filmischen Gestaltungsmittel Eisensteins geht.<sup>88</sup> »Making Meaning: Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema« hingegen beschäftigt sich mit dem zweiten genannten Aspekt von Rhetorik: Hier geht es um die Rhetorik der Film-Interpretation. Er untersucht die kommunikativen Strategien der Filmkritik und -interpretation und nutzt dazu eine etablierte Definition von Rhetorik, die er explizit auf Aristoteles zurückführt.<sup>89</sup> Für die audiovisuelle Rhetorik sind diese Beiträge jedoch weniger relevant, da der zugrunde liegende Rhetorik-Begriff stark von jenem abweicht, der dieser Arbeit zugrunde liegt.

Um die Rhetorik der Narration geht es auch in dem Beitrag Nick Brownes. Er setzt den Schwerpunkt jedoch nicht auf die Persuasion, sondern es geht ihm primär um die Möglichkeiten der *Identifikation* des Zuschauers. Browne untersucht die Konstellation von »Narrator«, Zuschauer und filmischer Repräsentation und bezeichnet die Blickregie in einem gedachten Dreieck dieser Konstellation als *Rhetorik* des Films.<sup>90</sup> Auch in diesem Beispiel wird insgesamt nur ein Teilaspekt der rhetorischen Theorie aktualisiert, um ihn auf den Film zu übertragen.

Umfassender hingegen ist die Auffassung von Filmrhetorik in einem wenig beachteten, jedoch wichtigen Artikel von Jerry Hendrix und James Wood aus dem Jahre 1973.<sup>91</sup> Die Autoren entwerfen ein umfang-

---

**87.** David Bordwell: *Narration in the Fiction Film*, London 1985.

**88.** Ders.: *The Cinema of Eisenstein*, Cambridge, London 1993.

**89.** Ders.: *Making Meaning. Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*, Cambridge, London 1989, S. 206.

**90.** Nick Browne: *The Rhetoric of Filmic Narration*, Ann Arbor 1976. Zu den Möglichkeiten der Identifikation als filmrhetorisches Mittel arbeitet auch Gilberto Perez. Er bezieht sich auf Burkes Definition der Identifikation als Grundprinzip rhetorischer Kommunikation. Auf seinen Beitrag gehe ich in Kapitel 3.2.2.1. weiter ein. Vgl. Gilberto Perez: *Rhetoric of Film: Identification and the Spectator*, Paper: Society for Cinema Studies Conference, Chicago 2000. [<http://www.sensesofcinema.com/contents/00/5/rhetoric2.html>] (letzter Zugriff am 17.03.2008).

**91.** Jerry Hendrix, James A. Wood: *The Rhetoric of Film: Toward a Critical Methodology*, in: *The Southern Speech Communication Journal* Nr. 39, Boone, NC 1973, S. 105–122.

reiches Panorama an Bezugspunkten und gehen dabei sowohl auf die Produktionsstadien der Rede als auch auf die Überzeugungsgründe von *Logos*, *Ethos* und *Pathos* ein. Sie verweisen darüber hinaus auf ein Kommunikationsmodell der Rhetorik, anhand dessen sie die Effektivität der rhetorischen Kommunikation reflektieren. Damit liefern sie insgesamt einen fruchtbaren Ansatz zur Anwendung des rhetorischen Systems auf den Film, der sich durch seine gute Kenntnis der Rhetorik und ihrer Zusammenhänge wie durch die Beschreibung vielfältiger Ansatzpunkte zur Übertragung auszeichnet. Insgesamt geht der vielversprechende Ansatz jedoch über eine Skizze in diesem kurzen Beitrag nicht hinaus, der keine systematische Weiterführung folgte.

Die Vertreter des »Rhetorical Criticism« legen den Schwerpunkt auf das (sozial-)kritische Potential der Rhetorik: Sie untersuchen insbesondere die persuasive und auch manipulative Wirkungsmacht des Massenmediums Film. Als Beispiel stelle ich einen Beitrag von Medhurst und Benson vor: Sie legen mit ihren Fallstudien zu »Rhetorical Dimensions in Media« einen anwendungsbezogenen Beitrag vor, der rhetorische Aspekte in unterschiedlichen Medien, von sozialen Kampagnen bis zu Musik- und Radiorhetorik, untersucht. Auch hier findet sich der übergreifende Ansatz wieder, den Hendrix und Wood angedeutet haben: die rhetorische Kommunikation als Interaktion zwischen »Autor«, Botschaft, Thema, Kontext und Publikum. Sie verstehen die Aufgabe der Untersuchung folgendermaßen:

A rhetorical critic is interested in why an artist chose to deal with certain topics (and not others); why the artistic elements chosen were structured as they were (and not some other way); why certain characteristics of the medium, be it clay, celluloid, proscenium, or pigments are emphasized (and others are not emphasized); what purpose, among all those possible, seems to be governing these choices; and to what audience the work addresses itself with what potential effect.<sup>92</sup>

Damit zeigen sie die Bandbreite von Fragestellungen auf, der sich die *Medienrhetorik* stellt, und belegen den grundsätzlichen Charakter der Herangehensweise. Wenn sie die rhetorische Theorie auf unterschiedliche Medien anwenden, dann problematisieren sie auch das Verhältnis von *Poetik* und *Rhetorik*. Im Anschluss an Thomas Sloan<sup>93</sup> und Edward

---

92. Medhurst, Benson: *Rhetorical Dimensions in Media*, S. X.

93. Thomas Sloan u. a.: *Report of the Committee on the Advancement and*

Corbett<sup>94</sup> sprechen sie von »rhetorischen Dimensionen« unterschiedlicher Medien und halten an der persuasiven Funktion der Rhetorik als Abgrenzungsmerkmal fest. Sie knüpfen hiermit an die aristotelische Distinktion zwischen Rhetorik und Poetik prinzipiell an, definieren den Rahmen der persuasiven Diskurse jedoch so weit, dass sich so unterschiedliche Untersuchungsgegenstände wie Rockmusik, Architektur oder Ballett zuordnen lassen.<sup>95</sup> Anhand unterschiedlicher Fallstudien, die in ihrem Beitrag versammelt sind, zeigen sie die Facetten ihres Ansatzes auf und stellen seine Tragfähigkeit unter Beweis. Der Bezug auf die Rhetoriktheorie, insbesondere auf ihre antiken Grundzüge, wird nur in loser Form hergestellt, so dass es zu keiner stringenten Aktualisierung des rhetorischen Repertoires kommt. Vielmehr wird hier, wie schon bei Harrington, ein anwendungsbezogener Ansatz vorgestellt, der das rhetorische Werkzeug für die Medienanalyse nutzt.

Insgesamt gilt für die Ansätze des »Rhetorical Criticism«, dass sie die Rhetorik an die Zielsetzung der Persuasion koppeln. Mit den Ansätzen zur rhetorischen Medienanalyse verfolgen sie somit in der Regel das Ziel der kritischen Reflexion der Möglichkeiten massenmedial inszenierter Persuasion.

An welchen Punkten kann die audio-visuelle Rhetorik an die bisherige Forschung anknüpfen, was sind die wesentlichen Wegbereiter für eine Rhetorik der Medien? Bis zu dieser Stelle ist klar geworden, dass vor allem drei Aspekte wichtig sind:

1. Für die audio-visuelle Rhetorik muss die Distinktion zwischen Poetik und Rhetorik neu konzipiert werden. Hierfür leisten die Vertreter des »Rhetorical Criticism« die theoretische Vorarbeit.
2. Die Theorie überschreitet mit ihrem methodischen Ansatz der Visualisierung die disziplinären Grenzen der Allgemeinen Rhetorik und öffnet sich für neue, auch experimentelle Herangehensweisen. Für diese Öffnung ist Gui Bonsiepe mit seiner »Rhetorik der Audio-Visualisistik« wegbereitend.
3. Die audio-visuelle Rhetorik basiert nicht auf der Annahme einer

---

Refinement of Rhetorical Criticism, in: Lloyd Bitzer, Edwin Black (Hrsg.): *The Prospect of Rhetoric*, Englewood Cliffs 1971.

**94.** Corbett: *Rhetorical Analyses of Literary Works*.

**95.** Vgl. Sloan u. a.: *Report of the Committee on the Advancement and Refinement of Rhetorical Criticism*, S. 22.

grundlegenden Analogie zwischen Verbalsprache und Film, konzeptualisiert also den Film nicht als Rede. Durch diese Setzung distanziert sie sich von Ansätzen der Filmsemiotik und Filmphilologie.

Die Anknüpfungspunkte sind aus diesen Gründen zwar vielfältig, beziehen sich jedoch lediglich auf jeweilige Teilaspekte der vorliegenden Theorien. Ich knüpfe beispielsweise an die Figurenliste Cliftons, die Vorarbeiten Kanzogs und Barths und die Analysen von Medhurst und Benson an, ohne jedoch eine tragfähige und umfassende theoretische Fundierung einer Filmrhetorik vorzufinden. Aus der Darstellung und Diskussion der bestehenden Ansätze wurde deutlich, dass eine Lücke in der bisherigen Forschung besteht: Zum einen gibt es bisher keinen zufrieden stellenden Ansatz, der den Umfang der Filmrhetorik adäquat beschreibt und theoretisch fundiert. Zum anderen kam es zu keiner konsistenten Forschung zur Rhetorik der Medien, auf deren Ergebnissen heutige Ansätze systematisch aufbauen könnten. Zwischen der europäischen, besonders der deutschsprachigen Rhetorikforschung und den US-amerikanischen Ansätzen fand kaum eine Bezugnahme statt. Zudem wurde die Mehrzahl der englischsprachigen Beiträge bisher nicht ins Deutsche übersetzt wie auch umgekehrt keine Übersetzung stattfand – die Forschungsansätze stehen einander unverbunden gegenüber.

Insgesamt lässt sich ein großer Forschungsbedarf im Bereich der Medienrhetorik konstatieren, der eine theoretische Fundierung wie eine Explikation unterschiedlicher Forschungsbereiche umfasst. Zur Rhetorik der interaktiven Medien wie des Internets, des Games oder von Software-Anwendungen sind bisher sehr vereinzelte Beiträge zu verzeichnen.<sup>96</sup> Auch zur auditiven Rhetorik des Films – also zu Filmmusik, Dialog, Sound – sind ebenfalls nur vereinzelte Beiträge erschienen.<sup>97</sup> Hier öffnet sich ein Bereich, in dem sich eine visuell, audio-visuell und interaktiv orientierte Rhetorikforschung entfalten kann, die neue Einsichten in den Kommunikations- und Wirkungszusammen-

---

**96.** Vgl. zum Thema »Game und Rhetorik« Steffen Walz: *Delightful Identification & Persuasion: Towards an Analytical and Applied Rhetoric of Digital Games*, in: Marinka Copier, Jost Raessens (Hrsg): *Level Up: Proceedings of the 1st International Digital Games Research Conference, Utrecht 2003*, S. 194–207.

**97.** Vgl. Michel Chion: *Audio-Vision: Sound on Screen*, New York 1994; Barbara Flückiger: *Sound Design: Die virtuelle Klangwelt des Films*, Marburg 2001;



hang medialer Produkte liefert. Die vorliegende Arbeit will einen Beitrag zur systematischen Erarbeitung des rhetorischen Bauplans des Films leisten.

---

vgl. auch Rick Altman (Hrsg.): *Sound Theory/Sound Practice*, New York 1992; Jacques Aumont: *L'Image*, Paris 1990; Claudia Gorbman: *Unheard Melodies: Narrative Film Music*, Bloomington 1987; Matthias Keller: *Stars and Sounds: Filmmusik – Die dritte Kinodimension*, Kassel 1996. Diese Beiträge beschäftigen sich nicht explizit mit der Rhetorik des Auditiven, sondern sind eher als Quellen für eine auditiv orientierte Rhetorikforschung zu sehen.