

Scheiben

Medien der Durchsicht und Reflexion

Bearbeitet von
Dennis Göttel, Florian Krautkrämer


1. Auflage 2016. Taschenbuch. 160 S. Paperback
ISBN 978 3 8376 3117 3
Format (B x L): 14,8 x 22,5 cm
Gewicht: 258 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Dennis Göttel,
Florian Krautkrämer (Hg.)

Scheiben

Medien der Durchsicht
und Reflexion

[transcript] Edition Medienwissenschaft

Aus:

Dennis Göttel, Florian Krautkrämer (Hg.)

Scheiben

Medien der Durchsicht und Reflexion

Dezember 2016, 160 Seiten, kart., zahlr. Abb., 24,99 €, ISBN 978-3-8376-3117-3

Die »Scheibe« – verbindend und trennend zugleich, scheint ein Ding zu sein, dessen Unscheinbarkeit erst durch Störungen wie Kratzer oder Spiegelungen suspendiert wird.

Ob Schaufenster, »Grand Canyon Skywalk« oder zeitgenössische Screens: Die Bandbreite der Beiträge aus Architekturgeschichte, Medien-, Film-, Kunstwissenschaft und Fototheorie macht den prekären Bildträger »Scheibe« in historisch und materiell spezifischen Anordnungen als ein transversales medienepistemisches Objekt begreifbar.

Dennis Göttel lehrt Film- und Medienwissenschaft an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig.

Florian Krautkrämer (Dr. phil.) lehrt Film- und Medienwissenschaft an der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-3117-3

Inhalt

Einführung

Dennis Göttel & Florian Krautkrämer | 7

Fenster, Spiegel, Spur.

**Susan Sontags fotografische Metaphern der
»selektiven Transparenz«**

Katja Müller-Helle | 15

Knacks/Bürgerkrieg: Das Glasnegativ als politische Oberfläche

Ulrich Meurer | 27

»Als blickten wir durch eine Glasscheibe in den realen Raum«.

Objektive und die Analyse audiovisueller Medien

Florian Krautkrämer | 41

***Through the Looking Glass* – die Glasscheibe als kinematografisches Ding.**

**Bild(produktions)ästhetische und dingtheoretische Bemerkungen
und Ansichten**

Matthias Thiele | 55

Schichten und der Zwischenraum.

**Über Ästhetik und Funktion von Scheiben im 3D-Film
am Beispiel von Martin Scorseses Hugo**

Eva Kuhn | 89

Gitter | Scheibe.

Medien der Tierschaustellung zwischen Transparenz und Opazität

Sabine Nessel | 105

**Unterscheiden über Leichen unter Scheiben und Gleichen.
Zum Wahrnehmen politischer Gewalt durch spielfilmische
Undurch- und Einsicht in Abscheibungen**

Drehli Robnik | 115

Im Schaufenster: Arbeit hinter Glas

Klara Löffler | 127

Die neue Materialität der Kommunikation

André Wendler | 141

Autoren | 153

Einführung

DENNIS GÖTTEL & FLORIAN KRAUTKRÄMER

Glasscheiben sind ein Relais zwischen Raum und Bild. Als architektonisches Element geben Scheiben Sicht auf etwas frei, das durch die Rahmung quasi-bildlich wird. Aufgespannt zwischen räumlicher Tiefe und bildlicher Fläche konstelliert sich an der Scheibe ein Spannungsverhältnis.

Eine nicht unähnliche Spannung finden wir auch in einer bildmedialen Anordnung wieder: beim projizierten Bild auf der Kinoleinwand. Ist in der Filmtheorie die Metapher des Fensters prominent, fand Hugo Münsterberg für das Kino eine etwas andere Analogie: Münsterberg assoziierte die Filmschau nicht mit dem Blick durch ein *geöffnetes* Fenster, sondern begriff die Leinwand als schier unwahrnehmbare, dennoch vorhandene Grenze – »als blickten wir durch eine Glasscheibe in den realen Raum.«¹ Die Betonung dieses vermittelnden Elements ist gerade für diese Zeit (1916) ungewöhnlich, und sie schlägt außerdem eine Brücke zur Art und Weise, wie wir heute überwiegend bewegte Bilder rezipieren: nämlich mit digitalen Endgeräten tatsächlich auf Scheiben, die, wenn sie denn gerade keine Bilder zeigen, opak werden.

Doch Münsterberg ist zunächst einmal anschlussfähig zu Strömungen seiner Zeit. Die Glasarchitektur, die ab Mitte des 19. Jahrhunderts aufgrund der Veränderung und Verbesserung von Baumaterialien immer mehr Einsatzmöglichkeiten erhielt und bei vielen Architekten auf großes Interesse stieß, wollte nicht nur transparente und helle Räume schaffen, sondern auch eine Verbindung: Wände aus Glas ermöglichten die Simultaneität von Innen und Außen. Für den Architekten Frederick Kiesler etwa stellte das Glas den Vorzug dar, als einziges

1 Münsterberg, Hugo: Das Lichtspiel – eine psychologische Studie und andere Schriften zum Kino, Wien: Synema 1996, S. 43. Siehe zu dem Zitat auch den Aufsatz von Florian Krautkrämer in diesem Band.

Baumaterial gleichzeitig Oberfläche und Raum auszudrücken.² Glas ist seitdem aus Architektur und Städtebild nicht mehr wegzudenken.³ Vorzeigebauten wie beispielsweise die gläsernen Pyramiden vor dem Louvre, die vom selben Architekten, Ieoh Ming Pei, besorgte Erweiterung des Zeughaus in Berlin mit gläserner Treppe und Glasfront, die Glasfront der Holländischen Botschaft in Berlin von Rem Koolhaas oder die 2012 eröffnete Dependence des Louvre in Lens mit einer weitläufigen gläsernen Eingangshalle der japanischen Architekten Kazuyo Sejima und Ryue Nishizawa – sie alle künden von der Idee der Transparenz bei diesen symbolbeladenen Gebäuden ebenso wie von der anhaltenden Faszination vom Bauen mit Glas.

Doch Glasarchitektur allein reicht nicht, um uns heute noch ein Gefühl davon zu geben, als lebten wir in der Zukunft. Dafür muss die Glasscheibe selbst zum Medium werden und zwar nicht nur als Bildträger wie bei der Fotografie im 19. Jahrhundert,⁴ sondern als interaktive, flexible und ubiquitäre Schnittstelle. In *IRON MAN* (USA 2008, R: Jon Favreau) geht Tony Stark (Robert Downey jr.) nicht mehr nur zu einem Computerbildschirm, um Informationen abzurufen, er bedient hierfür gleich eine der Scheiben seines High-Tech-Appartements, die somit Aus- und Einblick zugleich bieten.⁵ Werbeclips des amerikanischen Glasherstellers Corning, in denen sich an jeder Stelle eines Appartements solche interaktive Scheiben befinden, zeigen, dass uns diese Zukunft unmittelbar bevorsteht.⁶

Der Konnex von Scheiben und technischen Bildmedien zeichnet sich indes schon weit früher ab – vor dem *digital turn* und vor der audiovisuellen Diversifizierung. Ob es bloß Zufall ist, dass zwei Projekte, in denen die Glasscheibe in kinematografischen Dispositiven eine gewichtige Funktion zukommen sollte, nicht verwirklicht wurden, sei dahingestellt; es lässt sich indes vermuten, dass technische Umsetzbarkeit wie Finanzierung eine gewisse Rolle in ihrem Nichtzustandekommen spielten. So nimmt sich Francis Ford Coppolas Projekt

2 Siehe Friedberg, Anne: *The Virtual Window: From Alberti to Microsoft*, Cambridge, Mass: MIT 2006, S. 119.

3 Klara Löffler schreibt in diesem Band vor allem über die Einsichten in Ladengeschäfte im heutigen Wien.

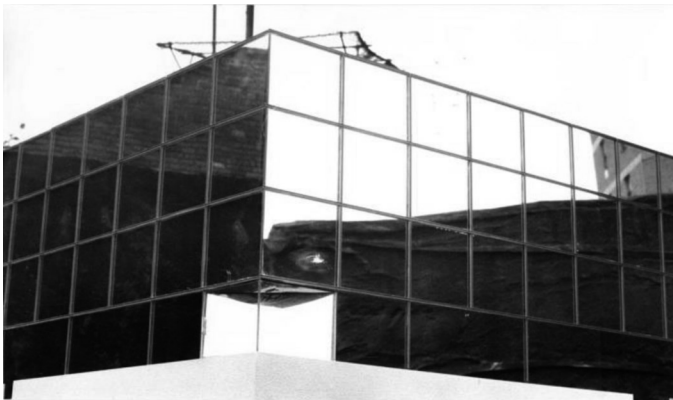
4 Zu einigen Aspekten des Glasnegativs im 19. Jahrhundert in den USA siehe den Aufsatz von Ulrich Meurer in diesem Band.

5 Zur Verbindung von Fenster und Mediendispositiv siehe Friedberg: *The Virtual Window*. Zur Scheibe als Motiv im Film siehe auch den Beitrag von Matthias Thiele in diesem Band.

6 Siehe hierzu den Aufsatz von André Wendler in diesem Band.

ELECTIVE AFFINITIES, eine Verfilmung von Goethes *Wahlverwandtschaften*, Ende der 1970er Jahre nicht nur deswegen als megaloman aus, weil es sechzehn Stunden lang sein, nicht nur, weil seine Vorführung Hologramm- und 3D-Projektionen⁷ integrieren sollte – geplant war überdies der Bau eines riesigen Kinos in den Rocky Mountains, in dem ELECTIVE AFFINITIES exklusiv gezeigt worden wäre. Dieses Kino sollte rundum verglast sein, damit sich den Zuschauer/-innen zuallererst die Landschaft dargeboten hätte. Mit der Verdunklung der Scheiben (über die technische Umsetzung finden sich keine Details) sollte dann unmittelbar das multimediale Spektakel beginnen. Dass diesem qua Glasscheiben der Blick in die Naturlandschaft vorausgehen sollte, macht das Kino mit dem Kant'schen Erhabenen verwandt. Der geschmeidige Übergang von landschaftlichen hin zu technischen Gigantismen, diese Blickordnung auf die Rocky Mountains (aus den Kinossesseln heraus) steht darüber hinaus in der Tradition der amerikanischen Kulturgeschichte und ihrer mythischen Aufladung jener Gebirgskette. Dass bei Coppola aber keine Landschaftsmaler mehr über die Berge kraxeln, um wie im 19. Jahrhundert am amerikanischen *nation building* mitzuarbeiten, sondern dass das Publikum nun einen »new kind of mental theme park« (Coppola) hätte besuchen dürfen, vollendet das Regime des touristischen Blicks auf die schroffe Landschaft. Die Glasscheibe, die das Kino mit der Umwelt hätte verschmelzen lassen, ist hier noch die Karikatur einer letzten *frontier*.

Abbildung 1: Dan Graham, *Cinema* (1981)



© Dan Graham

7 Zum 3D-Kino und seinem ästhetischen Verhältnis zu einem Beispiel urbaner Glasarchitektur des 19. Jahrhunderts, nämlich dem Bahnhof, vgl. den Beitrag von Eva Kuhn in diesem Band.

Zu gleicher Zeit, aber ganz anders ist das Verhältnis zur Umwelt in Dan Grahams Projekt *Cinema* gestaltet, wo das Kino in seinem angestammten, nämlich urbanen Raum verortet bleibt. Zwar ebenfalls nicht realisiert, ist Grahams Projekt gleichwohl detailreich skizziert und als mock-up modelliert.

Der Kinoraum sollte im Erdgeschoss eines Gebäudes untergebracht sein. Diese Lage ist deswegen bedeutsam, weil Graham mit speziellen Glasscheiben ein Wechselspiel von Straßenleben und Kino, von Passantinnen und Passanten und Filmzuschauer/-innen im Sinn hatte. Die Fassaden und die Kinoleinwand selbst (an einer Ecke des Raums) sollten aus einem verspiegelten Zweifachglas sein und durch die wechselnden Lichtverhältnisse von Innen- und Außenraum von der einen Seite Sicht ermöglichen, von der anderen verhindern. Während der Projektion wäre es Spaziergänger/-innen so möglich, bei lichtintensiven Szenen den Film spiegelverkehrt zu betrachten, bei dunkleren Szenen hingegen durch die Glas-Leinwand das Kinopublikum zu erspähen. Umgekehrt ist die Situation für das Publikum: es kann, qua Dunkelheit des Saals, Straßenimpressionen erhaschen, während die Fassade eine Spiegelfläche bildet. Vor und nach einer Filmprojektion ist das Verhältnis umgekehrt: Von draußen lässt sich das Publikum sehen. Gregor Stemmrich⁸ bezieht Grahams Kinobau auf die in der Filmtheorie oppositionellen Metaphern der Leinwand als Fenster⁹ zum einen, als Spiegel zum anderen, die nun hier in ein dynamisches Verhältnis gebracht werden, welches erst durch die technische Innovation des Glasmaterials ermöglicht wird. Von heute her perspektiviert, öffnet sich mit *Cinema* außerdem eine Fährte zu den multiplizierten und heterogenen Orten und Techniken audiovisueller Medien. Wo bei Graham Kino und Stadt noch zwei getrennte Entitäten sind, haben sich die Kinos dieser Tage längst als verschachtelte Multiplexe verbarrikadiert, während das Glas selbst nun auf den Straßen ist: als Oberfläche von Smartphones und Tablets. Auch dort hat es nun die Eigenschaft von Fenstern und Spiegeln gleichermaßen: einmal ist das Glas dort berührbare Bildfläche, einmal – bei Selfies oder Videochats – reflektiert es die User zwar nicht unmittelbar, aber via Minikamera ruft es sie doch auf den Schirm.

In den letzten Jahren reflektiert die Glasarchitektur jenen Einfluss der ubiquitären Screens. 2007 wurde der Grand Canyon Skywalk eröffnet, der ebenfalls

8 Vgl. Stemmrich, Gregor: »Heterotopien des Kinematographischen – Die ›institutional critique‹ und das Kino in der Kunst Michael Ashers und Dan Grahams«, in: Ders. (Hg.), *Kunst / Kino* [Jahresring 48, Jahrbuch für moderne Kunst], Köln: Oktagon 2001, S. 194-216.

9 Zur Fenster-Metapher wiederum in der Geschichte der Fototheorie vgl. den Beitrag von Katja Müller-Helle in diesem Band.

zugleich als Träger virtueller Bilder und (begehbare) Schutz fungiert. Wie ein liegendes U aus Glas ragt der Skywalk über 20 Meter lang in den mehrere hundert Meter tiefen Abgrund. Da auch der Boden aus Glas ist, soll so das Gefühl vermittelt werden, als schwebte man wie ein Adler über dem Canyon. Das Versprechen des Skywalks ist aber weniger eines, das sich auf der »realen Erfahrung« des Fluggefühls gründet: der Colorado River befindet sich nicht direkt unterhalb des Skywalks, durch Felsvorsprünge beträgt die Sicht durch den Glasboden »nur« ungefähr 200 Meter, der 1000 Meter tiefer liegende Fluss ist nicht direkt zu sehen. Zwar herrscht auf dem Skywalk aus Sicherheitsgründen ein Fotografierverbot, im Internet lassen sich jedoch trotzdem Aufnahmen finden – allerdings wird die begehbare Scheibe dabei nicht nur zur Durchsicht, sondern ihr Reflexionsvermögen auch als Möglichkeit zum Knipsen von Spiegelfselfies genutzt. Aber das Versprechen des Skywalks ist nicht der begehbare Spiegel, sondern das Fluggefühl: »Like an eagle in the sky«, heißt es auf der Homepage und dieses Fluggefühl kennen wir aus 3D-Animationen oder spektakulären Kameraflügen, die auch auf zahlreichen Websites zum Grand Canyon gezeigt werden. Nicht der bessere Ausblick ist das Ziel der Promenade in luftiger Höhe, sondern ein Flug ohne Hubschrauber. Dass man das Glas dabei auch in seiner materiellen Eigenschaft als transparent ansieht, zeigen die zahlreichen touristischen Aufnahmen, bei denen sich die Portraitierten mit dem Bauch auf den Glasboden legen und die Arme wie zum Flug seitwärts ausstrecken: like an eagle in the sky. Die Scheibe im Skywalk ist kein Fenster mehr, auf ihr zeichnet sich auch kein Bild mehr ab, es ist selbst ein »image-space«,¹⁰ ein Ort, der als Bild konstruiert wurde: die Architektur zieht die Besucher in die Realität eines Bildes. Dieses Bild soll sich für die Besucher im Verschwinden der Scheibe realisieren. Das versprochene Fluggefühl rekurriert auf einen Medienverbund, bei dem dieses Gefühl eben nicht durch die »reale« Erfahrung des Fliegens gemacht wurde, sondern durch die Rezeption eines Fluges durch den Canyon, wie man ihn in zahlreichen Werbevideos sehen kann. Und auch das Werbevideo des Skywalks ist durchsetzt von Flügen über und um den Glasbau herum.

Die Verschmelzung von Scheibe und Screen bzw. Leinwand findet sich in verschiedenen Museums- und Science-Center-Architekturen auch ganz

10 Siehe zum Grand Canyon Skywalk und dem »image-space« Bieger, Laura: »Traveling in Image-Space. The »New« Las Vegas and the Grand Canyon«, in: Renate Brosch (Hg.), *Moving images – mobile viewers: 20th century visuality*, Berlin: Lit 2011, S. 43-64.

konkret.¹¹ Das Haus der Berge im Nationalpark Berchtesgaden ist solch ein Beispiel. Das 2013 eröffnete Science-Center informiert die Besucher über die Natur- und Lebensräume der Umgebung; im geschützten Raum kann man den Verlauf der Jahreszeiten verfolgen und sich über die Tiere des Parks auf Touchscreens informieren lassen. Verschiedene Lichtstimmungen imitieren auf- und untergehende Sonne innerhalb der künstlichen Berglandschaft. Diese »Vertikale Wildnis«, so der Name der Ausstellung, befindet sich in einem großen Kubus, der an zwei gegenüberliegenden Seiten von ganzflächigen Panoramaglasscheiben eingefasst wird. Anders als man vermuten könnte, hat die Glasscheibe hier nicht die Aufgabe, wie bspw. im gläsernen Wintergarten Ludwigs II., immersiv zu wirken und den Besuchern eine künstliche Landschaft unter realem Himmel zu suggerieren.¹² Damit die Ausstellung funktioniert, muss die Scheibe verdunkelt werden. Für die Außenansicht wird sie dadurch zum Spiegel: die verhinderte Einsicht führt zur Spiegelung der Umgebung, der »realen Berge« in der Fassade des Hauses.

Abbildung 2: Haus der Berge



© Nationalparkzentrum

11 Zur Nähe von Film/Kino, Glasscheibe und spezieller architektonischer Ausformung siehe den Aufsatz von Drehli Robnik in diesem Band.

12 Siehe hierzu: Werber, Niels: »Das Glashaus. Medien der Nähe im 19. Jahrhundert«, in: Pablo Abend/Tobias Haupts/Claudia Müller (Hg.), *Medialität der Nähe. Situationen – Praktiken – Diskurse*, Bielefeld: Transcript 2012, S. 367-382.

Für den Blick von innen wird die Scheibe nur an wenigen Momenten, dafür aber ganz gezielt inszeniert: Für die Besucher, die am Ende der Ausstellung angelangt sind, wird ein Infofilm von innen auf die verdunkelte Scheibe projiziert. Auf der 150 Quadratmeter großen Leinwand kann man die vier Jahreszeiten an unterschiedlichen Orten des Nationalparks mitverfolgen. Das größte Ereignis befindet sich zwar im Film, wird aber nicht projiziert. Er endet mit einer Öffnung der Leinwand und gibt somit unter gleißendem Lichteinfall den Blick auf die Alpenlandschaft frei. Die Scheibe wird zur Leinwand, auf der sich die Alpen abbilden.¹³ In diesem Beispiel ist es weniger die medientechnische Anreicherung der Glasscheibe, die diese in ein mediales Dispositiv einspeist, als vielmehr die Inszenierung derselben sowie das Wissen, dass Scheiben auch Screens sein können. Die Scheibe ist hier weniger eine Durchsicht ermöglichende Trennung, als vielmehr multifunktionales Display, der Berg somit kein »realer« Berg, sondern sein Abbild, das sich auf der Scheibe abzeichnet.¹⁴

Alle diese hier angeführten Beispiele skizzieren Verhältnisse von Glasscheiben, Architekturen und (post-)kinematografischen Dispositiven. Im Kontext der neueren Screen Studies kann der Gegenstand der Glasscheibe als spezifischer Bildträger theoretisch konturiert werden. Denn ähnlich wie es der klassischen Leinwand oft in der Kinogeschichtsschreibung passiert ist, könnte auch die Glasscheibe nur allzu leicht als passives, ja irrelevantes Ding übersehen werden. Gegenüber einer ahistorischen Medien- und Kinogeschichtsschreibung insistieren Forschungen der Screen Studies nicht allein auf der Mannigfaltigkeit audiovisueller Dispositive der Unterhaltungskultur ebenso wie in anderen (z. B. wissenschaftlichen oder schulischen) Kontexten. Außerdem verfolgt der Begriff eines »networked screen«¹⁵ die Idee, dass Leinwände, Interfaces oder Bildschirme Wahrnehmung kokonstituieren – und keinesfalls bloße Flächen der Reproduktion sind. Die historische Vielfalt der Formate und Materialien von Bildflächen in diversen institutionellen und ästhetischen Regimen aufzuzeigen, ist eines der Hauptanliegen jener Forschungen.

13 Zum Zusammenfallen von Leinwand und (in diesem Fall diegetischer) Glasscheibe siehe auch den Aufsatz von Sabine Nessel in diesem Band.

14 Siehe hierzu auch Baudrillard: »Glass works exactly like atmosphere in that it allows nothing but the sign of its content to emerge, in that it interposes itself in its transparency« (Baudrillard, Jean: *The System of objects*, London 1996, S. 42).

15 Wasson, Haidee: »The Networked Screen: Moving Images, Materiality, and the Aesthetics of Size«, in: Janine Marchessault/Susan Lord (Hg.), *Fluid Screens, Expanded Cinema*, Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press 2007, S. 74-95.

Die Beiträge dieses Bands¹⁶ nehmen eine solche Fährte auf und stellen Glasscheiben als ein Ding diverser medialer Operationen und Anordnungen vor. Mit der Scheibe als Kristallisationspunkt werden die thematisierten technischen Bildmedien – Fotografie, Film, Kino, digitale Medien – als materielle Kulturen begriffen, in denen das Produzieren, Generieren und Zeigen von Bildern eingelassen ist. Durch die Geschichte technischer Bildmedien hindurch, vom 19. bis ins 21. Jahrhundert, werden in den Beiträgen Scheiben aufgespürt und als Medien verhandelt. Deutlich wird dabei, dass eine Mediengeschichte der Glasscheibe nicht nur Fragen der Ästhetik berührt, vielmehr soziale, politische und ökonomische Aspekte mit einbezieht. Dies hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass Glasscheiben nicht nur materielle Dinge, sondern symbolisch aufgeladene Figuren der Transparenz sind. Was sich als politischer Topos schon durch die Architekturtheorie zieht, wird gerade im Kontext technischer Bildmedien problematisierbar: Denn hier steht die Funktion der Scheibe als Medium der Durchsicht ebenso infrage, wie immer auch wieder das damit verbundene Phantasma der Durchlässigkeit.

16 Der vorliegende Band versammelt die Beiträge der Tagung »Scheiben. Medien der Durchsicht und Speicherung«, die am 23. und 24. Januar 2015 an der Hochschule für Bildende Künste in Braunschweig stattfand.