

Editorial

von Timm Kroner

Das Bild im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit

Als Anfang der 50er Jahre eine globale Krisensituation mit dem Aufkommen neuer Kommunikationstechnologien und der Entstehung einer konsumorientierten Massenkultur korrelierte, veranlasste die Bilderflut von Atomtests und Reklameaufnahmen den Soziologen Lewis Mumford zur Auseinandersetzung mit einem Diskurs, der erst in der jüngsten Zeit seinen vorläufigen Höhepunkt finden sollte:

Eine immer höher steigende Flut von Bildern schwillt an zwischen uns selbst und der wirklichen Erfahrung, der wirklichen Umwelt; diese Bilder werden uns auf die verschiedenste Weise vermittelt – durch Kamera und Druckerpresse, durch Film und Fernsehen. Früher war ein Bild ein seltenes Symbol, selten genug, um konzentrierte Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Heute ist es die unmittelbare Erfahrung, die selten ist; das Bild ist allgegenwärtig geworden.¹

Mehr denn je besitzt die Klage über die Allgegenwart von Bildern innerhalb der „Bildgesellschaft“, in der wir uns laut Frederic Jameson befinden, Aktualität. Im „globalen Dorf“ der massenmedial vernetzten Welt werden Abläufe, Prozesse und Zusammenhänge fast ausschließlich über ihren visuellen Ausdruck vermittelt, kommuniziert, reproduziert und stilisiert. Bilder sind die „Leitwährung der Massenmedien“, wie der Medientheoretiker W.J.T. Mitchell betont; sie bestimmen unsere gegenwärtige Wahrnehmung und gewährleisten die visuelle Verfügbarkeit von Geschichte, die nur noch einen Klick in der Bild-Suchmaschine entfernt zu sein scheint. Die Vormachtstellung von Bildern in der Informationsübermittlung gegenüber anderen Medien wie Text oder Ton scheint gesichert und festigt sich durch die kontinuierliche Zirkulation elektronisch generierter Bilder im Medienapparat tagtäglich. Doch was ist ein Bild? Ist es die bloße Reduktion einer dreidimensionalen Erscheinung auf ein zweidimensionales (Ab-)Bild? Ist es die Projektion von Wirklichkeit auf einen Bildträger? Wie verhält es sich zu dem Betrachter, inwiefern verfügt es über unsere Wahrnehmung und Handlungen und wieweit beeinflusst es unsere kulturelle Praxis? Die kunsthistorische Disziplin der Ikonologie, die Bändigung des *Ikon* durch den *Logos*, scheint der (Auf-)Klärung dieser Fragen allein nicht gewachsen. Aus diesem Grund hat sich in den 1990er Jahren der Forschungsbereich der *Visual Studies* herausgebildet. In der interdisziplinären Bildwissenschaft wird die „neue“ Dominanz der Bildlichkeit innerhalb der Alltagskultur unter den Begriff des *Iconic-* oder *Pictorial-Turn* subsumiert. Der Diskurs soll den

¹ »Eine Welt aus zweiter Hand«, in: Kemp, Wolfgang: Theorie der Fotografie III, München, 1999, S. 100 - 105

Horizont der vorliegenden Auseinandersetzung über *Macht und Bildmacht* bilden, um diese im Zuge einer kritischen Betrachtung zu differenzieren.

Der Terminus Bild ist mehrdeutig. Er kann ebenso einen materiellen physischen Gegenstand, wie ein Gemälde, als auch ein psychologisches Imago bedeuten. In der englischen Sprache wird dieser Sachverhalt durch die Begriffe *Picture* und *Image* getrennt. Ebenso wie das Bild in seiner (deutschen) Bezeichnung mehrdeutig verstanden werden kann, verhält es sich auch mit seiner Funktion für den Betrachter. Roland Barthes definierte in seinem Essay über die *Rhetorik des Bildes* anhand eines Werbebildes dessen Funktionen in zwei Ordnungen: Das Bild drückt sich demnach für den Betrachter als kodierte, ikonisch-symbolische sowie als nicht-kodierte, ikonisch-buchstäbliche Nachricht aus. Man könnte, ausgehend von dieser Definition, das Bild als ein relationales, kommunikatives und semiotisches Ereignis bezeichnen, das eine komplexe Beziehung zwischen Senderquelle, Übermittlungskanal und Empfängermilieu stiftet.² Wie Tom Holert sagt, tritt das Bild als gerahmte Konstellation visueller Daten in Erscheinung und lässt sich auf diese Weise vom Kontinuum der formlosen Information des ungerahmten Visuellen unterscheiden.³ Es kann Dinge abbilden, präsentieren, repräsentieren, dokumentieren, inszenieren oder anklagen und wiederum rezipiert, manipuliert oder zensiert, in Museen institutionalisiert oder in der Werbung kommerzialisiert werden. Als die „spezielle und paradoxe Kreatur“, von welcher der Bildtheoretiker Mitchell spricht, besitzen Bilder die wohl entscheidende Fähigkeit komplexe Ereignisse zu einem singulären Eindruck verdichten zu können, der sich als Schlüsselbild stellvertretend für das abbildende Geschehen im kollektiven Gedächtnis verankert. Bereits Walter Benjamin sah die Geschichte in „Bildern zerfallen“.⁴ Diese können eine gesellschaftliche, politische und vor allem künstlerische Resonanz erzeugen, die weit über ihren historischen Ereigniszusammenhang hinausweist und die zeitliche Dimension übersteht aus der sie entsprungen sind. Auch hier zeigt sich wieder der vielschichtige Charakter von Bildern: Sie sind zugleich Bild und Abbild, vereinen Darstellung und Dargestelltes in sich und besitzen motivisch wie auch materiell eine eigene Geschichte.

Der Begriff *Bild* (im Sinne als materielle Entität) vereint verschiedene Kunstgattungen wie beispielsweise Gemälde oder Fotografien, wobei letztere ab der

² Holert, Tom: *Regieren im Bildraum*, Berlin 2008, S. 331

³ Vgl. ebd. S 23

⁴ Notiz aus Walter Benjamins *Elementarlehre des historischen Materialismus*.

Postmoderne, in Verbindung mit der Herausbildung massenmedialer Kommunikationskanäle wie dem Fernsehen, vom bewegten Bild beerbt wurde. Im Vergleich zu gemalten Bildern besitzen Fotografien und Filme aufgrund ihrer Reproduzierbarkeit eine enorme Verbreitungsgeschwindigkeit, die deren globale Echtzeitübermittlung ermöglicht. Zudem ergibt sich bei dem fotografischen Bild im Gegensatz zum gemalten Bild eine Verbindung aus zweierlei Aspekten: Realität und Vergangenheit. Fotos (auch Filme) scheinen grundsätzlich eine Wirklichkeit zu suggerieren und ein Ereignis so zu repräsentieren wie es vor dem vermeintlich objektiven Auge der Kamera *geschehen ist*. In Roland Barthes *Die helle Kammer - Bemerkungen zur Photographie* wird die „unerhörte Verschränkung von Wirklichkeit“ in der Fotografie herausgearbeitet. »Es-ist-so-gewesen« lautet daher für ihn das Noema des fotografischen Bildes:

Das was ich sehe [in der Fotografie], befand sich dort, an dem Ort der zwischen der Unendlichkeit und dem wahrnehmenden Subjekt liegt; es ist dagewesen und gleichwohl auf der Stelle abgesondert worden; es war ganz und gar unwiderlegbar gegenwärtig [...]⁵

Ein fotografisches Bild ist demnach keine Frage der Genauigkeit, sondern der Wirklichkeit. Als Variante und Zeuge eines vergangenen Geschehens kann es durch seiner hervorragenden Abbildqualitäten „als besonders geeignete Darstellungsmethode für reale Vorgänge“⁶ angewendet werden. Im Gegensatz zur Sprache, die „ihrem Wesen nach Erfindung“ ist, verhält sich „die Photographie [...] gleichgültig gegenüber jeder Vermittlung; sie erfindet nicht; sie ist die Bestätigung selbst.“ Wie Holert weiter ausführt, begründet sich das Realitätsversprechen der Fotografie in deren chemisch basierter indexikalischen Bildwerdung, einem sich „Aufdrängen der Dinge“ wie es Rosalinde Krauss formuliert. Dieser Umstand sei der „wesentliche Bezugspunkt des Wahrheitsregimes der visuellen Kultur“. Das fotografische Bild besitzt die Fähigkeit Wirklichkeit *die so dagewesen ist*⁷ bezeugen zu können; einen Aspekt den Michel Foucault mit dem Begriff der *Evidenz* umschreibt. Der Semiotiker Jean Baudrillard weist in seinem Werk *Requiem für die Medien* von 1972 sogar über den Aspekt der bildlichen Authentizität hinaus, indem er die in der Postmoderne hervorgegangene Scheinwelt der (Medien-)Bilder als wirklichkeitsmächtiger als die eigentliche Wirklichkeit betrachtet. Die (medialen)

⁵ Wie Barthes betont, hat In der Fotografie das Bestätigungsvermögen vor der Fähigkeit zur Wiedergabe Vorrang, siehe: Barthes, Roland: *Die helle Kammer, Bemerkungen zur Fotografie*, Frankfurt/ M 1985, S 87.

⁶ Schneider Siegrid: *Wirklich Wahr! Realitätsversprechen von Fotografien*, Essen 2004, S. 8.

⁷ Barthes, Kammer, S. 86.

Trugbilder, die *Simulakren* vor denen schon Plato warnte, verdrängen in dieser Konsequenz die Wirklichkeit und setzen an ihre Stelle eine Hyperrealität. Bereits 1956 hatte Günther Anders mit dem Begriff der „Ikonomanie“ ausgeführt, inwiefern nur das Ereignis das sich in Bildern ausdrücke, als Realität wahrgenommen werden könne. Dieses Wechselspiel von Realitätsversprechen und Täuschung, das dem Bild zugrunde liegt, ist insofern wirkungsvoll und tückisch, da sich das Bild unsere Form der Wahrnehmung strategisch zu Nutzen macht. Unser Zugang zur Realität findet über Bilder statt, da diese neurophysiologisch im gleichen Gehirneareal verarbeitet werden wie die Wahrnehmung von Wirklichkeit. Der visuelle Aus- bzw. Eindruck vermag den Betrachter weitaus mehr als ein Text, oder ein gesprochenes Wort zu emotionalisieren und ermöglicht ihm einen affektiven Zugang zu Geschehnissen. Auf diese Weise können wir uns durch einen Blick „ein Bild“ von Dingen machen. Selbst bei den komplexesten Zusammenhängen entsteht bei dem Rezipient einer Bildnachricht der Eindruck von Verständlichkeit und Erfassbarkeit.⁸ Der Betrachter ist nur zu gewillt, den von Bildern zugewiesenen Status als Augenzeuge dankend zu akzeptieren. Er ist bereit, Bildern weit mehr Authentizität zuzusprechen als anderen Medien wie Text und Ton und sich von der visuellen Wirkung vereinnahmen, emotionalisieren oder gar verführen zu lassen. Man denke nur an die unterschiedliche Schockwirkung von textlichen oder bildlichen Warnhinweisen auf Zigarettenschachteln.

Die emotionalisierende, affektive Wirkung von Bildern schlägt sich zudem auch auf unsere Wahrnehmung von Ereigniszusammenhängen und damit auf unser Verständnis von Geschichte aus. Wie Holert betont, „scheint die Einheit von Geschichte, Politik und Visualität endgültig erwiesen“, wenn sich „psychische, physische und politische Katastrophen mit der Verbreitung von Bildern [verschränken]“ wie es beispielsweise in den Ereignissen von 9/11 der Fall war.⁹ Dieser Vorgang der Emotionalisierung durch das Bild, kann im Barthschen' Sinne mit dem *Punctum* erklärt werden; jenes Zufällige an der Fotografie, dass den individuellen Betrachter „besticht verwundet, trifft [...]beseelt“.¹⁰ Barthes, einer der größten Poststrukturalisten seiner Zeit, hatte sich selbst zum Ziel gesetzt den

⁸ Holert, Bildraum, S. 97.

⁹ Vgl. ebd. S. 13.

¹⁰ Barthes sagt weiter: „[Das Punctum]ist durchdringend und landet dennoch in einer unbestimmten Zone meines Ichs“. Er fügt hinzu: „Es ist nicht möglich, für die Beziehung zwischen *studium* und *punctum* (falls letztere auftritt) eine Regel aufzustellen. [...]Häufig ist das punctum ein Detail, das heißt ein Teil des Abgebildeten.“ Siehe Barthes, S. 18&29.

mystischen Charakter von Bildern, das heißt ihren „Widerstand gegen den Sinn“ zu dekonstruieren. Seine emotionales „Erstaunen“ gegenüber einer verblichenen Fotografie seiner verstorbenen Mutter, seine Hilflosigkeit gegenüber dem „magischen Wert“ der amateurhaften Fotografie die sich in seinen Augen – und nur in seinen Augen - zum „Zentrum aller Photographien der Welt“ wandelte, führte nicht nur sein wissenschaftliches Vorhaben stellvertretend für die abendländisch-aufklärerische Tradition ad absurdum, sondern rehabilitierte auch die mystische Wirkungskraft des Bildes.¹¹ Wie Barthes anhand des Selbstversuchs erkannte, übertrumpft das *Punctum*, sozusagen die emotionale affektive Komponente von Bildern, immer das rationale *Studium* ihres kompositorischen Inhaltes. Aus dieser Erkenntnis erklärt sich auch die Frage, inwiefern wir der hypnotisierenden Unbeherrschbarkeit des *Punctums*, oder dem Optisch-Unbewußten des Bildes wie Benjamin sagen würde, verfallen sind, um im Sinne des Psychoanalytikers Jacques Lacans' als begehrendes Objekt gegenüberzustehen; „als Subjekte die auf dem Bild buchstäblich angerufen sind und also dargestellt werden als Erfasste“.¹²

Die emotionale Komponente prädestiniert Bilder zu Instrumenten der Machtausübung - ein Aspekt dem in der Hypertrophie der heutigen Zeit eine besondere Schwere zukommt! Bilder sind ein Zwitter, da sie sowohl als authentisches Abbild der Wirklichkeit benutzt werden wie auch als absichtsvolle Botschaft und als visuelles Argument instrumentalisiert werden können. Bilder senden nie eine einzelne Botschaft. Sie sind in ihrer Botschaft polysemantisch und vieldeutig. Wie beispielsweise der Semiologe Jordi Pericot anhand von textlosen Zeitungsbildern aufzeigte, ist der visueller Eindruck in hohem Maße vom jeweiligen Repräsentations- und Kommunikations-Kontext abhängig und damit leicht manipulierbar.¹³ Besonders das scheinbare Wirklichkeitsversprechen von Bildern eignet sich hervorragend zu (Bild-)Manipulation. Während sich in der analogen Fotografie die Wirklichkeit „wie der Saft einer ausgedrückten Zitrone“ (Barthes) auf den Salzkristallen des Bildträgers überträgt, ist diese Indexikalität im digitalen Zeitalter nicht mehr gegeben. In der digitalen Bildverarbeitung wird der Verbindlichkeitsanspruch, das heißt die Indexikalität des fotografischen Bildes aufgekündigt. Zudem ergeben sich durch die Reproduktionsfähigkeit der Bilder enorme Möglichkeiten der selektiven Inszenierung innerhalb der globalen

¹¹ Mitchell, William J.: Bildtheorie, Frankfurt/M. 2008, S. 25.

¹² Mitchell, William: Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur, München 2008, S. 11.

¹³ Schneider, Wirklich Wahr!, S. 9.

Bilderzirkulation. In dieser Konsequenz bildet die visuelle Kultur aufgrund ihrer Modellierbarkeit einen artifiziellen Konstruktionscharakter heraus. Die manipulierten Bilder von Gursky oder Demand sind ebenso wie die Fotografien von Werbeplakaten von Richard Prince ein künstlerischer Ausdruck des inszenierten Charakters von Bildern in der heutigen „Bildgesellschaft“. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob Bilder wirklich nur die banale Abbildung von Realität sind oder vielmehr als ihre (interessengesteuerte) Interpretation betrachtet werden sollten. Wird in der Bildproduktion der Medien etwas abgebildet oder vielmehr eine Inszenierung des Authentischen (re-)präsentiert?¹⁴

Eine Kritik des Bildes

In unserer massenmedialen *Gesellschaft des Spektakels*¹⁵ ist das Aktualitätsimperativ auf das emotionalisierende Kontinuum der visuellen Repräsentation angewiesen. Die in weltweit synchronisierter Gleichzeitigkeit zirkulierende digitale Bildmacht der Massenmedien stützt sich nicht zuletzt auf unsere anthropologische und kulturelle Gutgläubigkeit gegenüber Bildern. Obwohl in der antiken Darstellung *Justitia* die Augen verbunden sind und die Göttin der Gerechtigkeit damit gegen die sinnliche Überwältigung von Bildern immunisiert zu sein scheint, ist die Manipulation durch Bilder eine gängige Praxis.¹⁶ Die mediale Inszenierung von Sachverhalten und Ereignissen soll bildrhetorisch überzeugen, visuelle Evidenzen stiften und unsere Meinung beeinflussen. Egal ob es sich um politisches Tagesgeschehen, um Außenpolitik wie die Legitimation von Kriegen im Nahen Osten oder um bloßes Konsumverhalten handelt. Wie Mittchel hervorhebt, hat sich vor diesem Hintergrund in der Wissenschaft eine neue Ikonophobie und Kritik des Visuellen etabliert, infolge dessen Bilder nicht als ein Abdruck der Welt zu betrachtet wird, sondern:

„als eine Sorte von Zeichen die sich trügerisch im Gewand von Natürlichkeit und Transparenz präsentiert, hinter der sich aber ein opaker, verzerrender, willkürlicher Mechanismus der Repräsentation, ein Prozeß ideologischer Mystifikation verbirgt.“¹⁷

¹⁴ Holert, Bildraum S. 23

¹⁵ Die *Gesellschaft der Spektakels* ist eine Untersuchung von Guy Debord aus dem Jahr 1967 über die Gleichsetzung von Bild und Kapital im Spektakel. Dieses betrachtet Debord als Grundlage der postkapitalistischen Gesellschaft.

¹⁶ Holert, Bildraum, S. 95

¹⁷ Mittchel, Bildtheorie, S.18.

In diesem Zusammenhang zählte Barthes das Bild zu „einem bizarren Medium, einer neuen Form der Halluzination: falsch auf der Ebene der Wahrnehmung, wahr auf der Ebene der Zeit.“ Auch für den Sprachwissenschaftler Uwe Pörksen weist die enge Verbindung von visueller Wahrnehmung und Emotionalität Bilder als „affektive Sprengsätze“ aus, die eine rationale Auseinandersetzung mit dem Zeitgeschehen verhindere. „Bilder fördern so nicht die rationale Auseinandersetzung mit der Wirklichkeit“ wie Armin Züger hervorhebt, „sondern verhindern sie geradezu“. Vor diesem Hintergrund scheint es möglich, dass die visuelle Obsession der „analphabetisierten bunten Medienbilderwelten“, wie die Politologin Regula Stämpfli behauptet, in immer größerem Maße das Entstehen einer Hyperrealität, einer Welt voller *Simulakren* zur Folge haben könnte. Globale Ereignisse erscheinen entweder medienformatgerecht als spektakuläres Fernsehereignis (wie beispielsweise der Irak- oder Vietnamkrieg) oder werden erst durch medialisierte Bilder hervorgerufen, wie die jüngsten Unruhen in der arabischen Welt über karikierende Mohammed-Bilder belegen. Die autoritäre Instrumentalisierung von Bildern ist jedoch keineswegs ein Phänomen der (Post-)Moderne. Besonders der Ikonoklasmus, das heißt die Bestrebung Bilder physisch und damit psychisch auszulöschen, zu entstellen oder als Blendwerk zu diffamieren, ist eine gängige tradierte Kulturpraxis. Sowohl der byzantinische Bilderstreit, der Bildersturm der Reformation, die jüngsten Attacken auf Kunstwerke wie Chris Ofilias *Holy Virgin Mary*¹⁸ wie auch der Kulturvandalismus gegenüber Buddha-Bildern bezeugen die polarisierende Wirkung von Bildern. Was ist die Konsequenz einer Kritik der Bildmacht? Benötigen wir eine Immunisierung vor der Visuellen Dominanz, eine Aufklärung der Bilder oder viel eher, wie der Pop-Art Künstler Richard Hamilton formulierte, eine „Entwicklung unseres Empfangspotentials, damit wir die ständige *Bereicherung des visuellen Materials* annehmen und gebrauchen können.“? Vor dem Hintergrund der Jahrtausende alten Kulturgeschichte des Bildes, vor dem Aspekt der wachsenden Bedeutung von Bildern innerhalb unserer „Bildgesellschaft“ und den Gefahren und Täuschungen die von dieser Entwicklung ausgehen, erscheint es zumindest nötig Bilder weniger als Zeugnis und Fakt, als vielmehr als Erzeugnis und Fiktion, als Inszenierung und Bedürfnis zu betrachten. Diese Einschätzung soll als Grundlage der vorliegenden

¹⁸ *Holy Virgin Mary* war eine Plastik der Jungfrau Maria, die aus Elefantenkot hergestellt war. Der zur Ausstellungseröffnung amtierende New Yorker Bürgermeister Giuliani bezeichnete das Kunstwerk als lästerlich und obszön und drohte dem, das Kunstwerk ausstellende Brooklyn Museum die Mittel zu entziehen.

Publikation dienen um die *Macht und Bildmacht* im Sinne von Wolfgang Tillmanns kritisch zu untersuchen: „Die Kamera lügt immer über das, was vor ihr ist, aber nie über das was hinter ihr ist.“