

Ingeborg Reichle, Steffen Siegel, Achim Spelten (Hg.)

Visuelle Modelle

Wilhelm Fink

INHALT

INGEBORG REICHLER, STEFFEN SIEGEL, ACHIM SPELTEN Die Wirklichkeit visueller Modelle	9
--	---

I. BEGRIFF UND METAPHER

BERND MAHR Cargo. Zum Verhältnis von Bild und Modell	17
--	----

ACHIM SPELTEN Visuelle Aspekte von Modellen	41
--	----

SAMUEL STREHLE Evidenzkraft und Beherrschungsmacht. Bildwissenschaftliche und soziologische Zugänge zur Modellfunktion von Bildern	57
---	----

TOBIAS SCHLECHTRIEMEN Metaphern als Modelle. Zur Organismus-Metaphorik in der Soziologie	71
--	----

PHILIPP EKARDT Benjamins Bekleidungsmodelle. Strumpf und Rüsche als Topologien der Bildtheorie	85
--	----

II. EXPERIMENT UND WISSEN

REINHARD WENDLER Das Spiel mit Modellen. Eine methodische Verwandtschaft künstlerischer Werk- und molekularbiologischer Erkenntnisprozesse	101
---	-----

SEBASTIAN VINCENT GREVSMÜHL
Das modellierte Antlitz der Erde.
Zur Geschichte der Modellierungsstrategien
der Kontinentalverschiebung 117

CAROLIN ARTZ
Das Fotogramm als visuelles Modell?
Die Visualisierung nichtsichtbarer Strahlen
in wissenschaftlichen Fotografien um 1900 137

INGEBORG REICHLÉ
Lebendige Kunst oder Biologische Plastik?
Reiner Maria Matysiks Prototypenmodelle
postevolutionärer Organismen 155

FARBTAFLN

III. MAß UND RAUM

CATHARINA MANCHANDA
Modelle und Prototypen.
Ein Überblick 179

STEFFEN SIEGEL
Modell-Räume.
Architektur, Photographie, Topoklasmus 197

DER BLICK INS MODELL
Ein Gespräch mit Damaris Odenbach 215

KATRIN KÄTHE WENZEL
Brot und Bauten.
Drei künstlerische Experimente zu
verformbarer Architektur 225

STEFAN RIEKELES
Ikodynamische Kreuzfahrt.
Sichtbarkeit und Tarnung in einer Arbeit
von Knowbotic Research 241

IV. ZEIT UND STRUKTUR

ANNEMIEKE R. VERBOON

Einen alten Baum verpflanzt man nicht.

Die Metapher des Porphyrianischen

Baums im Mittelalter 251

SEBASTIAN GIEßMANN

Graphen können alles.

Visuelle Modellierung und Netzwerktheorie vor 1900 269

JENS GULDEN

Semantik in visuellen Modellen.

Räumliche Regularitäten und körperliche

Erfahrungsmuster als Bedeutungsträger visueller Modelle 285

INGE HINTERWALDNER

Simulationsmodelle.

Zur Verhältnisbestimmung von Modellierung und

Bildgebung in interaktiven Echtzeitsimulationen 301

Bildnachweise 317

Autorinnen und Autoren 319

SAMUEL STREHLE

Evidenzkraft und Beherrschungsmacht

Bildwissenschaftliche und soziologische Zugänge zur Modellfunktion von Bildern

Die Frage nach der modellhaften Verwendung von Bildern ist ebenso sehr ein Untersuchungsgegenstand der Bildwissenschaft wie auch der Soziologie. Aus bildwissenschaftlicher Perspektive kann der modellhafte Gebrauch von Bildern als Verschränkung von imaginärer Evidenzkraft des Bildes einerseits und symbolischer Diskursivierung des Bildes andererseits verstanden werden. Aus soziologischer Perspektive zeigt sich der modellhafte Gebrauch von Bildern in einer durch Bilder ausgeübten Beherrschungsmacht, mit deren Hilfe die Kontingenz erlebter Wirklichkeit handhabbar gemacht wird. Dies spiegelt sich in der Sozialgeschichte des Bildes vom Totenkult über die religiöse Bilderverehrung bis zur modernen Bilderflut der Massenmedien wider. Doch der Tausch zwischen Welt und Bildmodell scheitert, weil sich die Evidenzkraft der Bilder nicht in symbolische Wahrheit übersetzen lässt. Aufgrund ihrer Unentscheidbarkeit werden Bilder selbst zum Ungewissheitsfaktor, als dessen Bekämpfung sie dienen.

Der modellhafte Gebrauch von Bildern ist so variantenreich wie die Vielzahl der Bilder selbst. Als wissenschaftliche Modelle können sie Wissen vermitteln, als Rollenmodelle in Massenmedien soziale Werte prägen oder als modellhafte Produktabbildungen zum Kauf von Waren anregen – um nur drei der gesellschaftlich wichtigsten Bereiche für einen modellhaften Gebrauch von Bildern zu nennen. In Modelltheorien werden oftmals nur die wissenschaftlichen Modelle berücksichtigt. Die Modellierung sozialen Handelns durch Medienbilder oder die bildhafte Modellierung der Alltagswelt – beide sozial mindestens ebenso bedeutsam wie die Bildmodelle der Wissenschaften – bleiben mehr oder weniger bewusst ausgeklammert. Vor allem um diese Bildmodelle des sozialen Alltags aber soll es im Folgenden gehen. Das bedeutet unter anderem, den Blick vermehrt auf die fotografischen Bilder der Massenmedien zu lenken, die heute die überwältigende Mehrzahl gesellschaftlich verwendeter Bilder ausmachen. Insbesondere ist dabei nach der sozialen Funktion zu fragen, die diese Bilder als Modelle innerhalb gesellschaftlicher Zusammenhänge einnehmen.

Was aber heißt es überhaupt, von bildhaften Modellen beziehungsweise Bildmodellen zu sprechen? In der Regel versteht man unter einem Modell die nachahmende Reproduktion eines realen oder vorgestellten Gegenstandes, mit deren Hilfe ganz bestimmte Merkmale am abgebildeten Gegenstand veranschaulicht und erklärt werden können. Modelle besitzen in diesem Sinne eine Veranschaulichungsfunktion, die sie zumeist aus einer idealtypischen Vereinfachung und Generalisierung beziehen. Ebenso spricht man von Modellen aber auch im Sinne von Vorbildern, etwa Konstruktionsmodellen, die nicht etwas Bestehendes abbilden,

sondern als Vorlage für Zukünftiges dienen. Dann haben sie den Zweck, bei der Planung und Ausführung von Handlungen behilflich zu sein.

Modelle können also sowohl Abbilder als auch Vorbilder sein. Klaus Dieter Wüstneck kommt, indem er diese beiden Seiten des Modellbegriffs zusammenfasst, zu folgender Definition eines allgemeinen Modellbegriffs, die hier im Weiteren als Ausgangsbasis zugrunde gelegt werden soll: »Ein Modell ist ein System, das als Repräsentant eines komplizierten Originals auf Grund mit diesem gemeinsamer, für eine bestimmte Aufgabe wesentlicher Eigenschaften von einem dritten System benutzt, ausgewählt oder geschaffen wird, um letzterem die Erfassung oder Beherrschung des Originals zu ermöglichen oder zu erleichtern beziehungsweise um es zu ersetzen.«¹ Dem »dritten System«, also denjenigen, die es verwenden, verschafft das Modell einen spezifischen *Mehrwert*, der sich im Fall der nachahmenden Modelle mehr auf die Ebene der Wahrnehmung und der Erkenntnis, im Fall der Konstruktionsmodelle mehr auf die Ebene des Handelns bezieht. Fehlt er, ist das Modell in beiden Fällen wertlos.

Welchen Mehrwert besitzt nun das Medium des Bildes? Worin besteht seine besondere Eignung, die es zum modellhaften Gebrauch geradezu prädestiniert? In meinem Beitrag möchte ich die Frage nach der Modellfunktion der Bilder aus zwei verschiedenen Richtungen zu beantworten versuchen: der Perspektive der Bildwissenschaft einerseits, der Perspektive der Soziologie andererseits. Auf der bildwissenschaftlichen Ebene ist hierbei vor allem zu klären, worauf die Fähigkeit von Bildern, als Modelle dienen zu können, überhaupt beruht. Zu diesem Zweck sollen vier verschiedene Ebenen von Bildlichkeit aufgezeigt werden, die zugleich als verschiedene Stufen des Bildverstehens betrachtet werden können. Der entscheidende Übergang innerhalb dieser Stufenfolge – der Sprung von der Ebene des unmittelbaren Identifizierens von Bedeutung hin zum reflexiven Bewusstsein über den Symbolcharakter des Bildes als Medium – soll dann mit der an Jacques Lacan angelehnten Unterscheidung eines imaginären und eines symbolischen Bildmodus zusammengefasst werden. Auf der Grundlage dieser Unterscheidung lässt sich meines Erachtens ein erhellendes Licht auf die Modellfunktion von Bildern werfen, die gerade als Verschränkung von imaginärer Evidenzkraft und symbolischer Verwendung zu begreifen ist.

Aus der soziologischen Perspektive ist schließlich vor allem nach der *sozialen* Bedeutung von Bildmodellen zu fragen. Welche strukturelle Funktion nehmen Bildmodelle innerhalb von Gesellschaften ein? Welche Rolle spielen sie bei der Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeit? Hans Beltings kulturanthropologischer Ansatz soll diesen Aspekt ebenso beleuchten wie Jean Baudrillards Simulationstheorie, die ich für eine soziologisch orientierte Bildwissenschaft – oder gar *Bildsoziologie* – fruchtbar machen möchte. Bilder sind, so meine zentrale soziologische These, modellhafte Miniaturwirklichkeiten, mit deren Hilfe die Kontingenz

¹ Klaus Dieter Wüstneck: »Zur philosophischen Verallgemeinerung und Bestimmung des Modellbegriffs«. In: Deutsche Zeitschrift für Philosophie 11 (1963), S. 1504–1523; hier S. 1522 f.

erlebter Wirklichkeit handhabbar und beherrschbar gemacht wird. Auf der Ebene des Sozialen ist diese Modellfunktion von Bildern vor allem eine Beherrschungsfunktion. Dies lässt sich sowohl an den frühesten Praktiken des Bildermachens, dem Totenkult und den religiösen Ikonen, als auch am Bildgebrauch der modernen Massenmedien veranschaulichen und belegen.

Bildwissenschaftliche Zugänge: Vier Stufen des Bildverstehens

Um die Modellfunktion des Mediums Bild zu verstehen, ist zunächst zu klären, worin die Besonderheit von Bildern gegenüber anderen Medien besteht. Wie funktionieren Bilder, und was sehen wir, wenn wir Bilder sehen? Die Antwort auf diese Frage lässt sich auf verschiedenen Ebenen geben, die man – je nachdem, ob man vom Objekt oder vom Subjekt ausgehen will – sowohl als Ebenen der Bildlichkeit wie auch als Stufen des Bildverstehens beschreiben kann. Letzteres erscheint mir ertragreicher, da es bei der Frage nach den Modellen immer um einen bestimmten subjektiven Gebrauch von Bildern geht: Modelle sind, wie Herbert Stachowiak formuliert, immer »Modelle für jemanden«². Ich möchte im Folgenden also vier Stufen des Bildverstehens unterscheiden: Archi-Ähnlichkeit, Identifikation, Medialitätsbewusstsein und hermeneutische Interpretation.

Die erste Stufe des Bildverstehens ist die »Archi-Ähnlichkeit«³. Mit diesem Begriff beschreibt Jacques Rancière das Aufscheinen eines Gebildes auf einem Bildträger, das eine unmittelbare, ursprüngliche Präsenz besitzt, noch bevor es als Zeichen für diesen oder jenen Gegenstand identifiziert werden kann. Phänomenologisch lässt sich dieses Objekt mit Husserl als »Bildobjekt«⁴ beschreiben oder auch als »Sichtbarkeitsgebilde«,⁵ wie Konrad Fiedler bereits im 19. Jahrhundert vorgeschlagen hat. Lambert Wiesing spricht in diesem Zusammenhang von einer »artificialen Präsenz«, einer »Präsenz ohne substantielle Anwesenheit«,⁶ durch die ein stoffloser »Gegenstand aus reiner Sichtbarkeit«⁷ vor dem Betrachter erscheint. Besonders treffend erscheint mir der Begriff der Archi-Ähnlichkeit (von gr. ἀρχή: »Ursprung, Urgrund«), betont er doch in Abgrenzung zur nächsten Verstehens Ebene die entscheidende Tatsache, dass das Bildobjekt auf dieser Stufe nicht das Bild *von etwas* ist, sondern zunächst nur in einer geradezu urtümlichen Weise auf

2 Herbert Stachowiak: Allgemeine Modelltheorie, Wien, New York 1973, S. 133. (Hervorhebung im Original.)

3 Jacques Rancière: Politik der Bilder, Zürich, Berlin 2005, S. 16.

4 Edmund Husserl: »Phantasie und Bildbewusstsein« [1904/1905]. In: Husserliana 23, hg. von Eduard Marbach, Dordrecht, Boston, London 1980, S. 1–108; hier S. 19.

5 Konrad Fiedler: »Über den Ursprung der künstlerischen Tätigkeit« [1887]. In: ders.: Schriften zur Kunst, Bd. 1, hg. von Gottfried Boehm, München 1971, S. 183–367; hier S. 321.

6 Lambert Wiesing: Artificielle Präsenz. Studien zur Philosophie des Bildes, Frankfurt am Main 2005, S. 32.

7 Ebd., S. 31.

sich selbst verweist. »Die Archi-Ähnlichkeit ist die ursprüngliche Ähnlichkeit, jene, die kein Abbild der Wirklichkeit liefert, sondern unmittelbar von dem Anderswo, aus dem sie kommt, zeugt.«⁸ Das Bild auf dieser Ebene vertritt kein anderes Ding, sondern ist einfach nur als »wortlose Augenscheinlichkeit des Sichtbaren«⁹ anwesend vor einem Auge, das ihm seinen Blick schenkt. Doch obgleich wortlos, signalisiert das Bild zugleich eine eigentümliche Geste der Aufforderung, angeschaut zu werden. »Voici«,¹⁰ spricht es: »Hier, schau her«. Für Rancière ist diese Selbstbehauptung des Bildes ein »unmittelbarer pathischer Effekt«,¹¹ ein Effekt des unmittelbaren Angesprochenenseins durch das Gesehene.

Bei der Archi-Ähnlichkeit aber bleibt es in aller Regel nicht. Auf einem (gegenständlichen) Bild nämlich sieht der Sehende nicht nur das archi-ähnliche Bildobjekt allein, sondern erkennt im Bild immer auch etwas anderes: einen Apfel, einen Menschen, ein Haus. Dieses Hinausgehen über das Gesehene, die Verknüpfung des anwesenden Bildobjekts mit einem Abwesenden, das durch das Bild evoziert wird, führt zur zweiten Stufe des Bildverstehens, der *Identifikation*. Vom Bildobjekt aus knüpft der Sehende ein Band zu einem Vorstellungsbild, das er mit dem Bildobjekt identifiziert und in eins setzt. Das ganze Geheimnis des Bildersehens liegt in diesem Vorgang der Identifikation begründet. Entsprechend umstritten war oftmals die genauere Bestimmung dieses entscheidenden Prozesses. Man kommt aber wohl nicht umhin, die Bedeutung der Ähnlichkeit bei dieser Identifikation anzuerkennen, und sollte Bilder auf dieser Ebene nicht als bloß konventionale Zeichen missverstehen.¹² Die Besonderheit der Bilder besteht gerade darin, dass sie das Realobjekt, auf das sie verweisen beziehungsweise dessen Vorstellungsbild sie evozieren, auch an sich selbst zeigen. Anders als das bloße Wort besitzt das Bild von einem Haus tatsächlich Ähnlichkeit mit einem Haus – ganz gleich, wie diese Ähnlichkeit im Einzelfall verwirklicht ist, wie ausgeprägt sie ist und welche anderen Faktoren noch in die Zeichenbeziehung mit hinein spielen.¹³

Die Identifikation von Bildobjekt und Realobjekt, das »Wiedererkennen«¹⁴, geschieht in der Regel unwillkürlich und unmittelbar, und zwar umso unwillkürlicher, je mehr das Bildobjekt dem Realobjekt in wesentlichen Eigenschaften

8 Rancière 2005 (wie Anm. 3), S. 31.

9 Ebd.

10 Ebd., S. 33.

11 Ebd., S. 17.

12 Siehe hierzu auch Klaus Sachs-Hombachs Konzeption des »wahrnehmungsnahen Zeichens«. Klaus Sachs-Hombach: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft, Köln 2003, S. 88, und den Begriff des »ikonischen Zeichens« bei Charles S. Peirce: Phänomen und Logik der Zeichen [1903], hg. und übers. von Helmut Pape, Frankfurt am Main 1983, S. 64–67.

13 Für eine »Verteidigung der Ähnlichkeitstheorie« siehe Sachs-Hombach 2003 (wie Anm. 12), S. 129–154.

14 Siehe Ernst H. Gombrich: »Visuelle Entdeckungen durch die Kunst«, [1965]. In: ders.: Bild und Auge. Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung, [Oxford 1982], übers. von Lisbeth Gombrich, Stuttgart 1984, S. 11–39; hier S. 12–14.

ähnlich ist. Wie kognitionswissenschaftliche Untersuchungen zeigen, gelingt Identifikation sogar kleinen Kindern, die vorher noch nie mit Bildern in Berührung kamen und also keine Möglichkeit hatten, den Gebrauch von Bildern kulturell zu erlernen.¹⁵ Das Identifizieren von Bedeutungen, zumindest bei einfachen Formen, zählt somit zu den »Kompetenzen der natürlichen Wahrnehmung«¹⁶.

Die dritte Stufe des Bildverstehens ist das *Medialitätsbewusstsein*. Man kann Bilder sehen und ihre Bedeutung identifizieren, ohne überhaupt zu wissen, dass man ein Bild sieht und nicht einen wirklichen Gegenstand. Im Gegensatz zur Identifikation ist die Fähigkeit, zwischen Bildersehen und normalem Sehen zu unterscheiden, keine natürliche Kompetenz, sondern kulturell erlernt. Auch das lässt sich durch empirische Untersuchungen belegen. So gaben bei einer psychologischen Studie an kleinen Kindern »die Mehrzahl der Dreijährigen an, dass aus einer Schale mit Popcorn, die auf dem Fernsehbildschirm zu sehen war, das Popcorn herausfallen würde, wenn man das Fernsehgerät auf den Kopf stellt, während die meisten Vierjährigen dies verneinten.«¹⁷

Die letzte Stufe des Bildverstehens schließlich ist die *hermeneutische Interpretation*. Die Fragen, die sich dem Betrachter auf dieser Stufe stellen, lauten: Was lässt sich noch über dieses Bild sagen, außer dass es einen Apfel in dieser oder jener Erscheinungsweise zeigt? *Wozu* zeigt das Bild diesen Apfel, was will der Hersteller des Bildes mit ihm ausdrücken? Kurz: Welche kommunikative Absicht verbirgt sich hinter der unmittelbaren Sichtbarkeit des Bildes? Um diese zu entschlüsseln, muss das Bild mit einem Kontext in Beziehung gesetzt werden. Diese Kontextualisierung kann geschehen, indem beispielsweise einzelne Bildobjekte mit realen Objekten verglichen und kontrastiert werden, um spezifische Darstellungsmerkmale feststellen zu können. Oder aber, indem die Bildobjekte mit bildexternen Informationen abgeglichen werden, um besagten Apfel als Symbol etwa für den biblischen Sündenfall interpretieren zu können.

Imaginärer und symbolischer Bildmodus

Der entscheidende qualitative Sprung innerhalb dieser vier Stufen des Bildverstehens liegt auf der Schwelle zwischen der zweiten Stufe, der Identifikation von Bedeutung, und der dritten Stufe, dem Bewusstsein über den Zeichencharakter des Bildes. Ich schlage deshalb vor, genau an dieser Schwelle zwischen zwei fundamentalen Modi des Bildersehens zu unterscheiden – zwei, wie man es mit Rancière nennen könnte, grundlegenden »Regime[s] der Bildlichkeit«¹⁸ beziehungsweise

15 Siehe Stephan Schwan: »Psychologie«. In: Klaus Sachs-Hombach (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden, Frankfurt am Main 2005, S. 124–133; hier S. 127.

16 Ebd.

17 Ebd., S. 129.

18 Rancière 2005 (wie Anm. 3), S. 11.

»Dispositiv[en] des Sehens«.¹⁹ Angelehnt an die Terminologie der Lacanschen Psychoanalyse lassen sich diese beiden Dispositive des Sehens als *imaginärer* und *symbolischer* Bildmodus beschreiben. Der imaginäre Bildmodus umfasst die Ebenen der Archi-Ähnlichkeit und der Identifikation, während der symbolische Bildmodus mit dem Bewusstsein der Medialität des Bildes und seiner anschließenden hermeneutischen Interpretation einsetzt.

Nach Lacan ist das *Imaginäre* die Ebene des unmittelbaren Eindrucks, des ursprünglichen Erkennens, zugleich aber auch die Ebene der Täuschung, des *Verkennens*.²⁰ Alles Sehen, bei dem die Bildhaftigkeit des Sehens nicht in den Blick kommt, bei dem das Sehen also genauso stattfindet, als ob es einem realen Gegenstand gegenüberstünde, gehört demnach dem imaginären Bildmodus an. Das Imaginäre ist das, was das Bild scheinbar *von sich aus* zeigt. Das Bild besitzt die Kraft, das sich auf ihm Zeigende mit einer imaginären Präsenz auszustatten, die ihm einen »Gestus des Faktischen«²¹ verleiht. Diese Kraft ist es, die ich als *Evidenzkraft* des Bildes bezeichnen möchte. Die Ebene des *Symbolischen* – nach Lacan die Ebene des Diskurses, der Kommunikation, der Sprache, aber auch des Gesetzes und der Wahrheit²² – liegt demgegenüber nicht in der unmittelbaren Wahrnehmung des Bildes selbst, sondern in der *Reflexion* des Subjekts *über* diese Wahrnehmung. Auch das freilich ist ein wesentlicher Aspekt des Bildersehens, der für den Betrachter den entscheidenden Unterschied zwischen Bildersehen und normalem Sehen markiert. Das unmittelbare Sehen des Bildes findet zwar auf der Ebene der imaginären Präsenz statt, aber es gerät sich selbst als *Bildersehen* nur durch die reflektierende Distanz des Symbolischen hindurch in den Blick.

Wann immer Bilder als Modelle verwendet werden, beruht diese Verwendung auf einer Verschränkung von imaginärem und symbolischem Bildmodus. Sofern der Gebrauch von Bildmodellen nur innerhalb eines bestimmten Verwendungszusammenhangs verstanden werden kann, ist er zunächst auf einer symbolisch-diskursiven Ebene angesiedelt, aber dieser Gebrauch kann nur *gelingen*, indem er die imaginäre Evidenz der Bilder zur Hilfe nimmt. Deshalb beruht die Modellfunktion der Bilder letztendlich auf ihrem Bildsein selbst, das im Modellgebrauch dann in den Dienst einer Modellierungsabsicht gestellt wird. Der Vorgang der Modellierung erfolgt dabei als In-Beziehung-Setzen von Bild und Gegenstand zum Zwecke entweder der Erkenntnis oder der Handlung,

19 Ebd., S. 37.

20 Siehe Jacques Lacan: »Das Spiegelstadium als Bildner der Ichfunktion« [1949], übers. von Peter Stehlin. In: Jacques Lacan: Schriften, Bd. 1, Weinheim, Berlin, 3. korr. Aufl. 1991, S. 63–70. Zur Übertragung von Lacans Theorie in die Medientheorie siehe auch Kersten Reich, Lucia Sehnbruch, Rüdiger Wild: Medien und Konstruktivismus. Eine Einführung in die Simulation als Kommunikation, Münster, New York, München, Berlin 2005, S. 201–214.

21 Sachs-Hombach 2003 (wie Anm. 12), S. 318.

22 Zum Begriff des Symbolischen bei Lacan siehe Matthias Waltz: »Ethik der Welt – Ethik des Realen«. In: Hans-Dieter Gondek, Roger Hofmann, Hans-Martin Lohmann (Hg.): Jacques Lacan – Wege zu seinem Werk, Stuttgart 2001, S. 97–129.

kann hierzu jedoch prinzipiell auf *jede* Art von Bildern mit Gegenstandsbezug zurückgreifen. Denn was Roland Barthes mit seiner Formel »Es-ist-so-gewesen«²³ über die Bezeugungskraft der Fotografie schreibt, lässt sich leicht abgewandelt auf alle Bilder anwenden. »So-ist-es«, spricht das Bild, oder auch: »So-könnte-es-sein«. In diesem imaginären »So«, das jedem Bild innewohnt, liegt der spezifische Mehrwert des Modells.

Die Bilder entwickeln ihre Modellfunktion nicht nur, wenn sie bewusst und intentional eingesetzt werden. In vielen Fällen entfaltet sich die Modellierungswirkung sogar eher nebenbei. Auch ein Politiker auf einem Wahlplakat etwa ist – ohne dass er sich dessen bewusst sein muss – ein Modell, das veranschaulicht, wie Politiker *im Allgemeinen* auszusehen haben, damit sie gewählt werden. Nicht jedes Wahlplakat ist automatisch ein Modell, aber ab einem bestimmten Grad von sozialer Präsenz im öffentlichen Raum verwandelt sich das Bild und wird von einer bloßen Abbildung zum Stellvertreter für eine ganze Klasse von Bildern. Es wird zu einem »Abstraktum«,²⁴ das gleichwohl nur in konkreter Form, als imaginäres Einzelbild, zur Erscheinung kommt. Doch im Rahmen seines »Modellseins«²⁵ wächst das Einzelbild symbolisch über sich hinaus, indem es eine die Wahrnehmung normierende Kraft gewinnt: Es wird zum Teil eines *Kanons*. Wer nach einer Veranschaulichung für die öffentliche Erscheinungsweise von Politikern sucht, kann jedes zum Kanon gehörige Bild in die Hand nehmen und sagen: *So* muss man aussehen, wenn man zur Welt des Parlamentarismus dazugehören will.

Soziologische Zugänge: Wirklichkeitskonstruktion und Beherrschungsmacht

Die kaum zu unterschätzende soziale Bedeutung dieser Modellfunktion der Bilder wird rasch deutlich, wenn man einen kurzen Blick auf die Sozialgeschichte des Bildermachens wirft. Die Anfertigung und Verwendung von Bildern hatte seit jeher eine Dimension des aktiven Herstellens einer modellhaften Bilderwelt. Den Bildmodellen fiel dabei typischerweise die Aufgabe zu, Wirklichkeit in der einen oder anderen Weise beherrschbar zu machen. Im Totenkult der frühen Gesellschaften etwa dienten Bilder und bildhaft bemalte Masken dazu, die Körper der verstorbenen Mitglieder der Gemeinschaft zu repräsentieren.²⁶ Die Körper der Toten

23 Roland Barthes: *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie*, [Paris 1980], übers. von Dietrich Leube, Frankfurt am Main 1989, S. 87.

24 Bernd Mahr: »Das Wissen im Modell«. In: *KIT-Report 150* (2004), S. 1–21; hier S. 10. Zitiert nach <http://flp.cs.tu-berlin.de/publikationen/kit/r150.pdf> (Letzter Zugriff: 21. August 2007).

25 Bernd Mahr: »Das Mögliche im Modell und die Vermeidung der Fiktion«. In: Thomas Macho, Annette Wunschel (Hg.): *Science & Fiction. Über Gedankenexperimente in Wissenschaft, Philosophie und Literatur*, Frankfurt am Main 2004, S. 161–182; hier S. 162.

26 Ausführlich dazu Hans Belting: *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*, München 2001, S. 143–173.

wurden in einem »symbolischen Tausch von Tod und Bild«²⁷ in die Welt zurückgeholt, in der sie imaginär-symbolisch weiterleben konnten, da dem Bild Wirklichkeit und Lebendigkeit zugesprochen wurde. Die Totenbilder waren geradezu magische Versuche, den Tod ungeschehen zu machen und seine Macht zu brechen. »Im Bildermachen wurde man aktiv, um der Todeserfahrung nicht länger passiv ausgeliefert zu sein«,²⁸ schreibt Hans Belting zu diesen frühen Bildern. Jan Assmann formuliert dies ähnlich: »Bilder überwinden die lähmende, traumatisierende Wirkung des Todes und machen den Tod in gewisser Weise behandelbar.«²⁹

Auch jenseits des Totenkults verweisen etwa die religiösen Götterbilder auf diese Funktion der Beherrschung und Kontrolle. Vor allem im frühen Ägypten und Babylon, aber auch in der griechischen Antike und im christlichen Mittelalter verehrten Menschen die Bilder ihrer Götter wie Götter selbst: Sie grüßten sie ehrfürchtig, beteten sie an und brachten ihnen Opfer dar.³⁰ Wozu dieser rätselhafte (und bekanntlich ja durchaus umstrittene) Umweg? Das Bild versprach mehr als das Beten allein. Die Götter, die sonst der Sphäre des (Be-)Greifbaren entzogen waren, wurden im Bild materialisiert und mit einer körperlichen Präsenz ausgestattet, mit deren Hilfe die Fremdheit der Transzendenz reduziert und in Vertrautheit überführt werden konnte. Sowohl im Totenkult wie auch im religiösen Bilderkult diente die Sichtbarkeit des Bildes also dazu, das Ungreifbare, sich der Kontrolle der Menschen Entziehende in die Gesellschaft zu integrieren, es einzugliedern in den symbolischen Kosmos des Sinns und der Begreifbarkeit.

Dietmar Kamper hat diese Fähigkeit der Bilder zur Beherrschung von Kontingenz als Grundeigenschaft des Bildhaften überhaupt ausgemacht, wenn er schreibt, dass »der auf der Fläche dargestellte Raum als Miniatur des wirklichen Raumes für den Darsteller eine Position der Herrschaft über die Dinge«³¹ zu eröffnen vermag. Die räumliche *Übersichtlichkeit* des Bildträgers ist es schließlich, aus der der Machtgewinn des Bildermachens hervorgeht. Das Bild konstruiert eine imaginäre Miniaturwirklichkeit, in der die Komplexität der äußeren Wirklichkeit in überschaubare Größe verkleinert ist. Aus einer realen Welt, die ihn allein schon

27 Ebd., S. 29.

28 Ebd., S. 145f.

29 Jan Assmann: »Der Tod als Thema der Kulturtheorie. Todesbilder und Todesriten im alten Ägypten«. In: ders.: Der Tod als Thema der Kulturtheorie, Frankfurt am Main 2000, S. 9–87; hier S. 19.

30 Siehe hierzu für das alte Babylon Adolf Leo Oppenheim: *Ancient Mesopotamia. Portrait of a Dead Civilization*, Chicago 1964, S. 181–193; für Griechenland Walter Burkert: *Griechische Religion der archaischen und klassischen Epoche*, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1977, S. 148–154; für das Mittelalter Hans Belting: *Bild und Kult. Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst*, München 1990.

31 Dietmar Kamper: *Bildstörungen. Im Orbit des Imaginären*, Stuttgart, Ostfildern 1994, S. 98. Kamper betont jedoch, dass dieses Herrschaftversprechen auf einer Täuschung beruht: »Die Täuschung besteht darin, daß die Herrschaft scheitert, weil alle Räume schließlich virtuell werden.« (Ebd.) Ich werde auf dieses Scheitern der Kraft der Bilder noch zurückkommen.

physisch umgreift und zum winzigen Punkt im Raum, zum hilflosen, ohnmächtigen Teil eines ungreifbaren Ganzen degradiert, schafft der Mensch eine modellhafte Miniaturwelt, der gegenüber er selbst die Position des Überlegenen einnehmen kann. Im Bildermachen verwandelt sich der Mensch aus einem als passiv erfahrenen Objekt der Welt zum aktiven und mächtigen Subjekt einer zweiten, von ihm selbst geschaffenen Bilderwelt.

Die durch das Bildermachen vermittelte Beherrschungsmacht erstreckt sich nicht nur auf die Dimension des Raumes, sondern auch auf die Dimension der Zeit. Das Bild reißt – zumindest als abbildendes Bild – den erlebten Augenblick aus dem vergänglichen Lauf des Geschehens und bannt ihn dauerhaft auf einen physischen Bildträger. Auch auf diese Weise wird Wirklichkeit greifbar und beherrschbar gemacht. »Der Fotoapparat ist eine Vorrichtung zum Aufnehmen, das heißt zum Herausnehmen von Geschehen aus der Geschichte, zum Umcodieren des Herausgenommenen in eine Szene.«³² Diese Analyse Vilém Flussers ist hier explizit auf die Fotografie gemünzt, lässt sich jedoch auch auf andere Arten von Bildern übertragen, wie insbesondere die Stillstellung der Zeitlichkeit in den Bildern des Totenkults belegt, aber auch die Konservierung des lebendigen Körpers in der Porträtmalerei. Gleichwohl ist das Medium der Fotografie gewiss der technische Höhepunkt dieser Beherrschung der Zeit, was sich nicht zuletzt in den zahlreichen Metaphern der Kamera als Instrument des Todes widerspiegelt.³³ Treffend bringt Timm Starl diese Dimension auf den Punkt, wenn er über die Momentfotografie und ihre auf Beutejagd befindlichen Fotografen schreibt: »Sie richteten ihre Kamera auf nahezu jedes Lebewesen, auf alles, was sich bewegte – und ›töteten‹ es, indem sie ihm das Lebendige raubten: die Fähigkeit, sich zu bewegen.«³⁴

Der Gebrauch der Bilder als »Mittel, Macht über etwas zu gewinnen oder Macht über etwas auszuüben«,³⁵ ist heute keineswegs verschwunden. Im Gegenteil ist er nach wie vor eine – wenn nicht gar *die* – zentrale gesellschaftliche Funktion des Mediums Bild. Ein augenfälliges Beispiel dafür ist die elementare Bedeutung der Bilder zur Bezeugung geschichtlicher und militärischer Ereignisse vor einer medialen Öffentlichkeit, wodurch diese Ereignisse überhaupt erst sichtbar und damit (be-)greifbar gemacht werden. Evident wird die Herrschaftsfunktion der Bilder auch, wenn man an ihren kriminalistischen Einsatz zur Erfassung einer latent oder manifest ungehorsamen Bevölkerung denkt und an die politische

32 Vilém Flusser: »Fotografie, die Mutter aller Dinge« [1991]. In: ders.: Standpunkte. Texte zur Fotografie, hg. von Andreas Müller-Pohle, Göttingen 1998, S. 241–243; hier S. 242. Siehe auch Barthes 1980 (wie Anm. 23), S. 66 und S. 101.

33 Siehe zu diesen Metaphern Bernd Stiegler: Bilder der Photographie. Ein Album photographischer Metaphern, Frankfurt am Main 2006, S. 143–146.

34 Timm Starl: »Geschoß und Unfall. Bewegung und Moment in der Fotografie um 1900«. In: Joachim Schmid (Hg.): Ins Innere des Bilderbergs. Fotografien aus den Bibliotheken der Hochschule der Künste und der Technischen Universität Berlin, Göttingen 1988, S. 9–22; hier S. 13.

35 Susan Sontag: Über Fotografie, [New York 1977], übers. von Mark W. Rien, Gertrud Baruch, München, Wien ²1978, S. 142.

Disziplinierungsmacht, die auf diese Weise ausgeübt wird. Ein anderes gesellschaftlich zentrales Beispiel sind die Bilder der Unterhaltungsindustrie, in denen sich soziale Wirklichkeit mit dem ideologisch-stereotypen Schein der Selbstverständlichkeit gegen ihre eigene Inkonsistenz zu immunisieren versucht.³⁶

Auch im Kleinen ist die Beherrschungsfunktion der Bilder allgegenwärtig. So werden mit Hilfe der Alltags- und Urlaubsfotografie – gewissermaßen als Macht über die Kontingenz der eigenen Existenz – autobiografische Identitäten konstruiert und nicht zuletzt im Cyberspace einer potentiellen Öffentlichkeit als fixierte »Selbstbilder« präsentiert. In den sexuellen Privatwirklichkeiten der Pornografie wiederum kommt die auf struktureller Ebene errungene Macht des Betrachters nicht selten auch auf der Inhaltsebene als Unterwerfungsszenario zum Vorschein.³⁷ In ähnlicher Weise dienten die Folterbilder von Abu Ghraib, die im Jahr 2004 an die Weltöffentlichkeit gelangten, zur imaginären Beherrschung einer traumatischen Kriegswirklichkeit – die tagtägliche Bedrohung des eigenen Lebens wurde eingetauscht gegen einen zynischen Triumph der Gewalt.³⁸ In jedem dieser Beispiele dienen Bilder auf die eine oder andere Weise dazu, die traumatischen Risse in den Wirklichkeitskonstruktionen der jeweiligen Akteure zu schließen und durch ein imaginär-symbolisches Modell des Unter-Kontrolle-Habens zu ersetzen.

Simulation: Verselbständigung der Modelle

Bilder, so lässt sich die Quintessenz ihrer sozialen Funktion auf den Punkt bringen, sind *magische Waffen im Kampf gegen das Trauma der Kontingenz*. Sie neutralisieren die Unsicherheit erlebter Wirklichkeit durch die Gewissheit der imaginären Evidenz. Doch die Macht, die sich mit Hilfe der Bilder ausüben lässt, verlockt unweigerlich zu ihrer Verselbständigung. Einmal mit der Modellierung der Wirklichkeit beauftragt, werden die Bildmodelle selbst zu Referenzpunkten des Realen, sie werden »realer als das Reale«,³⁹ wie Jean Baudrillard es formuliert: »hyperreal«.⁴⁰

36 Siehe hierzu besonders pointiert Theodor W. Adorno: »Prolog zum Fernsehen« [1953]. In: ders.: Eingriffe. Neun kritische Modelle, Frankfurt am Main 1963, S. 69–80.

37 Siehe Henner Ertel: Erotika und Pornographie. Repräsentative Befragung und psychophysiologische Langzeitstudie zu Konsum und Wirkung, München 1990, S. 98: »76% des untersuchten Filmmaterials enthielt Szenarios, mit denen [...] Mythen sexueller Dominanz, Macht und Kontrolle« vermittelt wurden. Zur Pornografie als Macht- und Kontrollphantasie siehe außerdem Drucilla Cornell: Die Versuchung der Pornographie, [New York 1995], übers. von Vincent Vogelvelt, Frankfurt am Main 1997, S. 76–97.

38 Zur Analyse dieser Bilder siehe Gerhard Paul: Der Bilderkrieg. Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der »Operation Irakische Freiheit«, Göttingen 2005, S. 181–202.

39 Jean Baudrillard: Die fatalen Strategien, [Paris 1983], übers. von Ulrike Bockskopf, Ronald Voullié, München 1991, S. 12.

40 Zum Begriff des Hyperrealen siehe Jean Baudrillard: Der symbolische Tausch und der Tod, [Paris 1976], übers. von Gerd Bergfleh, Gabriele Ricke, Ronald Voullié, München 1982, S. 112–119.

Das konkurrierende Nebeneinander von beherrschbarer Bilderwelt und als prekär erlebter realer Welt führt zu einer zunehmenden Verschiebung sozialen Handelns auf die Ebene der Bilder. Hans Belting schreibt dazu: »Wir verehren im Bild oder als Bild, was wir im Alltag vermissen oder verleugnen. Auf dem Bildschirm unserer Computer stellen wir alternative Modelle der Welt her, und auf dem Bildschirm des TV kommt die Welt als Live-Bild in unsere Wohnungen. Es ist dann zwangsläufig, dass wir die Welt bildhaft und bildkonform verstehen. Die alte Maxime der Ähnlichkeit dreht sich um. Wir messen die Welt nach der Ähnlichkeit, die sie mit den Bildern hat, und nicht umgekehrt.«⁴¹

Das Bildermachen ist die *Verdoppelung des Realen im Modell*. Diese Bewegung der »Simulation«⁴² geht zugleich mit einer Entwertung und »Entmaterialisierung«⁴³ des Realen einher, das zu einem Modell unter anderen Modellen, einer Wirklichkeit unter anderen Wirklichkeiten wird. Die Differenz zwischen Realem und Imaginärem verwischt, indem beide in einer Bewegung der »Implosion«, der »Verschmelzung der Tatsache mit ihrem Modell«⁴⁴ zusammenfallen. Diese Verschmelzung ist aus beiden Richtungen her zu denken: Nicht mehr nur gleichen die Abbilder sich dem Realen an, sondern auch das Reale gleicht sich den Bildern an. Die Bilder beginnen, dem Realen voranzugehen. »Was man radikal in Zweifel ziehen muß, ist das Prinzip der Referenz des Bildes, jene strategische List, mit der es immer wieder den Anschein erweckt, sich auf eine reale Welt, auf reale Objekte zu beziehen, etwas zu reproduzieren, was ihm logisch und chronologisch vorausliegt. Nichts von alledem ist wahr. Als Simulakrum geht das Bild dem Realen vielmehr voraus, insofern es die logische, die kausale Abfolge von Realem und Reproduktion umkehrt.«⁴⁵ Diese Umkehrung der Kausalität endet schließlich in einer Ununterscheidbarkeit von Imaginärem und Realem – jenem Zustand, den Baudrillard als »göttliche Referenzlosigkeit der Bilder«⁴⁶ bezeichnet. Die Rede von den Bildern als Modellen gewinnt aus dieser Perspektive einen neuen Sinn: Nicht mehr die Veranschaulichungsfunktion der Bildmodelle steht im Zentrum, und nicht mehr nur allein ihre Rolle als Vorbilder und Handlungsanweisungen. In den Blick rückt nun vor allem die *Vermischung* dieser beiden Modellierungsrichtungen.

41 Hans Belting: *Das echte Bild. Bildfragen als Glaubensfragen*, München 2005, S. 24.

42 Zum Begriff der Simulation siehe vor allem Jean Baudrillard: »Die Präzession der Simulakra« [1978]. In: ders.: *Agonie des Realen*, übers. von Lothar Kurzawa, Volker Schaefer, Berlin 1978, S. 7–69, sowie Klaus Kraemer: »Schwerelosigkeit der Zeichen? Die Paradoxie des selbstreferentiellen Zeichens bei Baudrillard«. In: Ralf Bohn, Dieter Fuder (Hg.): *Baudrillard. Simulation und Verführung*, München 1994, S. 47–69.

43 Siehe dazu Wolfgang Kramer: *Technokratie als Entmaterialisierung der Welt. Zur Aktualität der Philosophien von Günther Anders und Jean Baudrillard*, Münster et al. 1998, S. 269–273.

44 Baudrillard 1978 (wie Anm. 42), S. 30 f.

45 Jean Baudrillard: »Jenseits von Wahr und Falsch oder Die Hinterlist des Bildes«, übers. von Reinhard Kuh. In: Hans Matthäus Bachmayer, Otto van de Loo, Florian Rötzer (Hg.): *Bildwelten – Denkbilder*, München 1986, S. 265–268; hier S. 265.

46 Baudrillard 1978 (wie Anm. 42), S. 10.

Die Bildmodelle der Massenmedien sind weder bloße Nachbildungen noch reine Vorbilder, sondern beides zugleich. Zwar sind sie durchaus Reproduktionen des sozialen Lebens, das sie klischeehaft abbilden, wie sich insbesondere an den Bildern der Werbung nachweisen lässt: »Im großen und ganzen«, fasst Erving Goffman seine empirische Studie über *Geschlecht und Werbung* zusammen, »kreatieren die Reklame-Designer nicht die ritualisierten Ausdrucksweisen, mit denen sie arbeiten.«⁴⁷ Die Bildmodelle sind also Nachahmungen, aber sie sind *dennoch* referenzlos geworden. Dass sie einmal Abbilder des Realen waren, verleiht ihnen einerseits erst ihre symbolische Glaubwürdigkeit, hindert sie andererseits aber nicht daran, soziale Wirklichkeit fundamental zu verzerren. Deutlich wird dies am Beispiel der allgegenwärtigen Werbebotschaft, dass abgebildete Frauen fast durchweg dem gesellschaftlich akzeptierten Schönheitsideal entsprechen. Durch die soziale Präsenz dieser Darstellungen wird das Ideal zum scheinbaren Normalfall – und etabliert einen unhinterfragten und vor allem unrealistischen Standard, an dem sich dennoch das »Schönheitshandeln«⁴⁸ der realen Subjekte wie automatisch ausrichtet: »Alle sind ausgerichtet auf ihren jeweiligen Wahn einer Identifikation mit Leitmodellen und bereitgestellten Simulationsmodellen.«⁴⁹ Gerade dieses Zusammenspiel von Ähnlichkeit und Abweichung, Identifikation und Differenz, macht das Eigentümliche der sozialen Bildmodelle aus.

Die Fotografie und die Unentscheidbarkeit der Bilder

Die Beherrschungsmacht, die mit Hilfe der Bilder ausgeübt werden soll, beruht auf dem Wunsch, die Welt im Bildmodell gewissermaßen *einzutauschen* – sei es einst im symbolischen Tausch von Tod und Bild, im religiösen Tausch von Transzendenz und Materialität oder gegenwärtig in den Massenmedien als Tausch zwischen Unsicherheit und Evidenz, der Ersetzung einer komplexen sozialen Wirklichkeit durch die Sicherheit eines generalisierten Stereotyps. Doch die Welt ist nicht eintauschbar und das Bild nicht mächtig genug, um den »unmöglichen Tausch«⁵⁰ zu vollziehen. Denn um vollständig eingetauscht werden zu können,

47 Erving Goffman: *Geschlecht und Werbung*, [New York 1979], übers. von Thomas Lindquist, Frankfurt am Main 1981, S. 328. Siegfried J. Schmidt beurteilt die Reklame auch fünfundzwanzig Jahre später noch ganz ähnlich: »Obwohl sie hektisch agiert, läuft sie der gesellschaftlichen Entwicklung eher hinterher, anstatt sie zu »setzen«.« Siegfried J. Schmidt: *Kalte Faszination. Medien – Kultur – Wissenschaft in der Mediengesellschaft*, Weilerswist 2000, S. 237.

48 Zum »Schönheitshandeln« siehe Nina Degele: *Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheitshandeln*, Wiesbaden 2004.

49 Jean Baudrillard: »Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen« [1975], In: ders.: *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, übers. von Hans-Joachim Metzger, Berlin 1978, S. 19–38; hier S. 22.

50 Zur Figur des unmöglichen Tauschs siehe Jean Baudrillard: *Der unmögliche Tausch*, [Paris 1999], übers. von Markus Sedlaczek, Berlin 2000, S. 9.

muss das Bild mehr sein als nur evident, muss es mehr können, als das Handeln nur zu prägen: Es muss *Wahrheit* beanspruchen können.

Um wahr zu sein, nahm das Bild vor der Erfindung der Fotografie stets eine fremde Instanz in Anspruch, die ihm durch die Kraft ihrer Autorität Legitimität verleihen sollte: In der Regel handelte es sich dabei um die Glaubwürdigkeit einer religiösen Institution oder eines sakralen Rituals.⁵¹ Seit der Aufklärung aber ist der Glaube an diese Autoritäten nicht mehr ohne Weiteres zu haben. Stattdessen trat mit der Fotografie erstmals ein Medium in Erscheinung, das *von sich aus* in Anspruch nehmen konnte, wahre Bilder hervorzubringen. Es ist eine historisch sehr spezifische Mischung aus der Eigenheit der Fotografie einerseits und den sozialen Bedingungen andererseits, in die das Aufkommen dieser Bildtechnik gefallen ist. Der gesellschaftlichen Verunsicherung, die das 19. Jahrhundert so tiefgreifend bestimmte, entspricht die rasante Verbreitung eines Mediums, das jede Unsicherheit von sich aus zu besiegen verspricht.

Eben aufgrund dieses Wahrheitsversprechens verschlingt die moderne Kultur die Bilder der Fotografie geradezu in einer Art von »Imagophagie«,⁵² von *Bilderfresserei*. Vielleicht frisst sie die Bilder aber auch deshalb so ununterbrochen, weil sie an ihnen letztendlich nicht satt wird. Denn genau besehen, vermögen die Bilder ihr Versprechen nicht zu halten: Die imaginäre Gewissheit, die sie verschaffen, ist trügerisch. Es gibt keine authentischen, wahren Bilder, allein deshalb, weil es auch keine »natürliche« Form der Abbildung gibt. Ein Fotoapparat ist kein Naturprodukt, sondern das Produkt ganz bestimmter wissenschaftlicher Theorien, ohne die es die Technik der Fotografie überhaupt nicht gäbe.⁵³ Die Gegenstände, die der Apparat hervorbringt, sind deshalb ebenfalls keine natürlichen.

Auch der scheinbar objektive Blickwinkel der Fotografie ist letztlich kein natürlicher Blick, sondern eine soziale Selektionsleistung, durch die andere Blickwinkel systematisch ausgeschlossen werden, wie Pierre Bourdieu feststellt: »Nur weil der gesellschaftliche Gebrauch der Photographie aus der Fülle ihrer möglichen Gebrauchsweisen nach den Kategorien, die die übliche Wahrnehmung der Welt organisieren, gezielt auswählt, kann das photographische Bildnis für die genaue und objektive Wiedergabe der Realität gehalten werden.«⁵⁴ Letztlich ist die Beweiskraft der Bilder darum tautologisch: »Indem sie der Photographie Realismus bescheinigt, bestärkt die Gesellschaft sich selbst in der tautologischen Gewißheit, daß ein Bild der Wirklichkeit, das der Vorstellung entspricht, die man sich von der Objektivität macht, tatsächlich objektiv ist.«⁵⁵

51 Siehe auch Martin Andree: *Archäologie der Medienwirkung. Faszinationstypen von der Antike bis heute*, München 2005, S. 432–447.

52 Der Begriff »Imagophagie« ist eine Wortschöpfung von Klaus Kreimeier: »Vom Bilderfressen«. In: *die tageszeitung*, 19.05. 2004, S. 11.

53 Siehe Vilém Flusser: *Für eine Philosophie der Fotografie*, Göttingen 1983, S. 13.

54 Pierre Bourdieu: »Die gesellschaftliche Definition der Photographie«. In: ders. et al.: *Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Fotografie*, [Paris 1965], übers. von Udo Rennert, Hamburg 2006, S. 85–109; hier S. 88.

55 Ebd., S. 89.

Die Konstruktivität der Bilder bedeutet letztlich ihre Unfähigkeit, die Wahrheit, für die sie bürgen, dauerhaft einzulösen. Sie suggerieren Evidenz, aber sie gehören nicht der symbolischen *Ordnung der Wahrheit* an, die auf einer binären Logik, der Differenz von »wahr« und »falsch« beruht. Denn die Bilder kennen keine Binarität, wie sie auch keine Möglichkeit der bestimmten Negation, also der Falsifikation kennen.⁵⁶ Auf der Ebene des Imaginären können die Bilder per definitionem nicht unwahr sein, sie können aber eben darum auch nicht wahr sein. Bilder liegen quer zur Logik des Symbolischen und der Wahrheit, wie auch Ernst Gombrich feststellt: »Die Logiker versichern uns – und wer würde es wagen, sich mit ihnen in einen Disput einzulassen –, daß das Attribut ›wahr oder falsch‹ nur Aussagen und Sätzen zukommen kann. Und was immer auch Kunstkritiker schreiben oder sagen mögen, so besteht doch wohl kein Zweifel darüber, daß ein Bild niemals eine Aussage in diesem logischen Sinn sein kann. Es kann daher so wenig wahr oder falsch sein, wie eine Aussage rot oder grün sein kann.«⁵⁷ Zwar können Bilder durch Signifizierung – etwa Beschriftungen – in einen symbolischen Kontext gestellt werden, in dem sie als eindeutig behandelt werden können. Aber die Eindeutigkeit einer solchen Signifizierung beruht im Grunde auf einem *Verkennen* des Imaginären, einem Hinwegsehen über das eigentliche Bild. Die Bilder, sofern wir sie unmittelbar ansehen, sind nicht eindeutig, sondern *unentscheidbar*.

Der Tausch zwischen Bild und Welt kann letztlich nicht gelingen. Was für die streng domestizierten Modelle der Wissenschaft noch möglich ist, wird bei den mehrfach signifizierbaren Bildmodellen des Alltags grundlegend prekär: Die imaginäre Evidenz lässt sich nicht ohne Weiteres in symbolische Wahrheit übersetzen. Die Evidenzkraft der Bilder ist stark genug, um sie zu Modellen werden zu lassen, die unser Verhalten und unsere Wahrnehmung normieren. Aber sie ist zu schwach, um uns die heilsame Wahrheit zu geben, nach der sich die Unabschließbarkeit unserer Diskurse sehnt. Im selben Moment ist das Bild ein Mittel zur Beherrschung der Kontingenz und zugleich selbst von jener traumatischen Unsicherheit heimgesucht, gegen die es sich richtet. Das Bild, so sehr wir uns im imaginären Rausch des Sehens darüber auch hinwegtäuschen möchten, ist nur ein Bild und kann mehr nicht sein.

56 Siehe Bettina Arendt: »Kognitionswissenschaft«. In: Sachs-Hombach 2005 (wie Anm. 15), S. 21–36; hier S. 25.

57 Ernst H. Gombrich: Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung, [Oxford 1960], übers. von Lisbeth Gombrich, Berlin⁶2002, S. 59.