

Andreas Schelske

# Die kulturelle Bedeutung von Bildern

Soziologische und semiotische Überlegungen  
zur visuellen Kommunikation

Wiesbaden: Dt. Univ.-Verlag 1997

## Vorwort

Die diesem Buch zugrundeliegenden Überlegungen versuchen, "alle" Bilder zu thematisieren, die aus Verwendungskontexten der visuellen Kommunikation bekannt sind. Allerdings wäre die gemeinte Variationsbreite zu umfangreich, wenn "alle" Bilder im einzelnen betrachtet oder kunsthistorisch eingeordnet werden würden. Die Überlegungen knüpfen aufgrund dieser Vielfalt nicht an bestimmte Bilder an. Vielmehr gelten sie einerseits den sozialen Systemen, in denen Bilder heutzutage als Kunst, Freizeitmalerie, Kult, Fernsehen, Werbung, Erinnerungsfotografie, Kino oder wissenschaftliche Untersuchungsmethode erwartet werden, und andererseits beziehen sie sich auf kulturelle Voraussetzungen, die Bilder aus zeichentheoretischer und wahrnehmungspsychologischer Sicht schaffen, um zwischenmenschliche Verständigung im visuellen Bereich zu ermöglichen.

Bilder sind zwar das Thema, aber sie bestimmen den Gang der Bemühungen nur insofern, wie sie innerhalb wissenschaftlicher Theorien als Zeichen, visuell Wahrnehmbares, Kommunikation, Sinn, Wissen, kulturelles und soziales Gedächtnis angesprochen werden können. Zu diesen Interessenschwerpunkten führt nicht die Frage: Was ist ein Bild? Denn Fragen solcher Struktur verleiten leicht zu Festschreibungen, die wenig mehr aufzeigen als die unterstellte Identität bildlicher Merkmale und die kulturelle Standortgebundenheit des Beobachters. Die leitende Fragestellung zielt deshalb darauf, zu erkunden, »wie« bildliche Darstellungsformen einer Kultur etwas visuell kommunizieren, um als Wissen und Gedächtnis innerhalb einer Gesellschaft sowohl Sinn als auch Bedeutung zu erhalten. Aufgrund der Komplexität dieser Frage ist es unerlässlich, Teilstücke zu bearbeiten, die das Thema "Bild" mit Untersuchungen über Bewußtsein, Bedeutung, Kultur und Gesellschaft verflechten.

Zweifelsohne sind vielschichtiger Verknüpfungen zu berücksichtigen als die hier genannten, wenn alle diejenigen Wissenschaftsdisziplinen herangezogen werden, die jene Frage nach den Bildern fachspezifisch zu beantworten suchen. Trotz des Überangebots an Theorien ist aber ein gewisses Maß an interdisziplinärer Vorgehensweise angestrebt, um beispielsweise wahrnehmungspsychologische Aussagen in soziologische Theorien zur Wahrnehmung zu integrieren oder um sich von der Semiotik darüber beraten zu lassen, welche Zeichen und Codes eine soziologische Kommunikationstheorie beachten muß, wenn deren Aussagen auch auf die visuelle Kommunikation zutreffen sollen. Die Semiotik von Charles Sanders Peirce bietet dabei eine tragfähige Begrifflichkeit, mit der die Zeichenhaftigkeit der Bilder differenziert werden kann. Trotz aller interdisziplinären

Implikationen ist die Fragestellung soziologisch orientiert. Querverbindungen innerhalb der Soziologie sollen sich hier als fruchtbar erweisen, wenn beispielsweise Analysen des bildlich kommunizierten Wissens mit Thesen konfrontiert werden, mit denen die Wissenssoziologie sprachlich formuliertes Wissen beschreibt.

Man könnte fragen, wozu theoretische Orientierungen zur Bildkommunikation nötig sind. Schließlich versteht nahezu jeder Bilder, wie viele meinen. Daher verlieren manche Bildbetrachter selten viele Worte, wenn sie erklären sollen, was sie verstehen, wenn sie ein Bild verstehen. Sie gehen davon aus, daß jeder über Bilder im Bilde ist, weshalb es ihnen entbehrlich scheint, zu erklären, wie Bilder etwas mitteilen. Die anderen Bildbetrachter, denen viele Worte in den Sinn kommen, sobald sie über Bilder sprechen, vertreten manchmal die Meinung, daß Bilder in einer Art von Sprachlichkeit etwas darstellen. Bereits an diesem Punkt der Sprachlichkeit entzündet sich oft ein Streitgespräch, welches den Orientierungsbedarf verdeutlicht, der nötig ist, um zu beurteilen, worauf sich Gesellschaften einlassen, sobald sie ihre Kommunikation, ihr Wissen und Gedächtnis nicht mehr mit verbalen, sondern mit bildlichen Zeichen vermitteln. Doch nun kann ich hier nicht mehr viele Worte machen und möchte die Dankesworte nicht vergessen.

Zunächst danke ich meiner Lebensgefährtin Birgit Malzburg: ohne sie wäre an die vorliegende Schrift nicht zu denken gewesen; ohne sie wären die Gedanken nicht zum Versuch einer Theorie geworden.

Für hilfreiche Kritik, Korrektur und thematische Bewegungsfreiheit in meiner Auseinandersetzung danke ich Herrn Professor Dr. Peter Stromberger. Ihm und Herrn Professor Dr. Gregor Siefer danke ich besonders für die ermutigenden Gutachten, die meinem Vorhaben weiterhalfen. Dank gebührt in gleicher Weise der "Studienstiftung des deutschen Volkes", die mich mehrjährig mit einem Stipendium unterstützte. Für Diskussionen und fachliche Orientierung gilt mein großer Dank den Philosophinnen und Philosophen: Kirsten Hebel, PD. Dr. Angelika Karger, Dr. Susanne Lang, Dr. Margret Lohmann, Erik Porath, Dr. Nicole D. Schmidt und Dr. Christian Thies. Für die Endkorrektur danke ich Angelika Winkler, Caroline Schilling und nochmals Birgit Malzburg. Katharina Schill bin ich für die vielen Bücher dankbar. Ariane Epars und Hinrich Sachs danke ich für Inspirationen, die die aktuelle Kunst betreffen. Für die spontane Übernahme eines der Gutachten danke ich Herrn Professor Dr. Alexander Deichsel. Des weiteren gehört mein Dank Bernhard Reger und Michael Schill, die mich wahrlich nimmermüde all die Jahre unterstützten. Der nun nicht mehr steigerbare Dank gebührt meinen Eltern, Hanni und Günter Schelske.



# Inhalt

Vorwort zum Stand der Forschung .....	1
Einleitung: Bild .....	7
Teil I. Sehen von Zeichen in Bildern .....	14
1.1. Einführung semiotischer Kategorien .....	14
a) Code .....	15
b) Syntaktik, Semantik, Pragmatik .....	16
c) Zeichen .....	18
d) Erstheit, Zweitheit, Dritttheit .....	24
1.2. Wie stellen Zeichen in Bildern »etwas« dar? .....	34
a) Möglichkeiten der Mittel oder Zeichen auf Bildern .....	37
b) Der Objektbezug von Bildern .....	40
c) Der Interpretantenbezug von Bildern .....	44
Teil II. Sehen und Erkennen .....	56
2.1. Bedeutung und Bewußtsein in Differenz zur Möglichkeit von Wahrnehmung .....	61
2.2. Kann Sehen Sprache sein, und warum figurieren Bilder nicht ausschließlich wie Zeichen? .....	77
a) Semiotischer Exkurs zur Wahrnehmung von Zeichen .....	90
2.3. Wie entsteht visuelle Wahrnehmung? .....	91
2.4. Wie gelingt visuelle Kommunikation? .....	111
Modell zur visuellen Kommunikation .....	129
a) Bedeutung und Bezeichnung bei der visuellen Kommunikation .....	136
b) Bezeichnung als kulturelle Semiotik der Signifikation .....	141
2.5. Wie muß man etwas kennen, um nicht blind zu sein? .....	148
a) Erkennen eines ikonischen Signifikationscodes .....	156

2.6.	Der Sinn der Form .....	173
	a) Konsens und Konventionen im Sinn der Form .....	184
	b) Emotionsmotivierter Sinnkonsens .....	195
2.7.	Wie wissen Bilder etwas von etwas? .....	204
	a) Wissen als Distanz zur Natur .....	206
	b) Tradition und Konvention der kulturellen Form "Wissen" .....	216
	c) Tradition, Konvention und figurative Erkenntnis .....	233
	d) Kulturelle Sedimentierung von ikonischem Wissen .....	243
2.8.	Aufmerksamkeit als kommunikative Praxis von Bildern .....	244
2.9.	Bildkultur als anwesende Umwelt .....	252
	a) Exkurs zur Beziehung zwischen Kultur und Gesellschaft .....	253
	b) Anwesende Bildumwelt .....	262
	c) Wie unterliegt eine anwesende Bildumwelt sozial-pragmatischen Bedeutungen? .....	271
2.10.	Wie kommt Gedächtnis und Unbewußtes in Bildkulturen vor? .....	282
	a) Exkurs zum sozialen Gedächtnis .....	293
	b) Unmöglichkeiten eines kollektiv Bewußten und Unbewußten für gesellsch .....	299
	c) Möglichkeiten eines kognitiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation .....	314
	d) Möglichkeiten eines affektiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation .....	325
2.11.	Wie wirkt die kommunikative Funktion von mimetischer Ähnlichkeit .....	337
Teil III.	Die kulturelle Bedeutung von Bildern .....	345
	a) Bedeutung der Bildkultur für Systemintegration .....	350
	b) Bedeutung der Bildkultur für Sozialintegration .....	360
IV.	Schlußbetrachtung auf den soziologischen Ertrag .....	376
	Begriffsverweise .....	382

Literaturverzeichnis .....	385
Index .....	401

## Vorwort zum Stand der Forschung

"Die Soziologie steckt in einer Theoriekrise", schreibt Luhmann [1987/7] im ersten Satz seiner Theorie "Soziale Systeme". Seines Erachtens verstehen Soziologen unter Theorie einerseits allgemeine begriffliche Anstrengungen und andererseits knappe Hypothesen, die am Datenmaterial empirischer Erhebungen getestet werden. Welche speziell empirischen und allgemein analytischen Theorien der Soziologie, die sich mit Bildern beschäftigen, befinden sich jedoch derzeit in einer Theoriekrise?

Will man soziologische Forschungsansätze finden, die sowohl eine Empirie als auch Bilder untersuchen, dann kommt nur die Massenkommunikationsforschung in Frage. In dieser soziologischen Perspektive wurde zwar empirisches Material zur Kommunikator-, Inhalts-, Medien-, Rezipienten- und Wirkungsforschung zusammengetragen, aber sie bietet meist nur oberflächliche Analysen dafür, was Bilder sind, wie Bilder Inhalte kommunizieren und was als Medium fungiert. Die Einsicht, daß Medien eine Wirkung haben und daß sie selbst eine Botschaft sein können, trägt wenig zum Verständnis bei, wie ein Medium beschaffen ist, wie visuelle Kommunikation möglich wird und wie sich spezielle Zeichen in Bildern unterscheiden lassen.

Bereits Alphons Silbermann u. Udo Michael Krüger [vgl. 1973/12ff.] sowie Michael Kunczik [vgl. 1984/1ff.] registrierten ein Theoriedefizit in der Forschung zur Massenkommunikation. An diesem Mangel, der schon bei den Begriffen "Masse", "Medium" und "Kommunikation" sichtbar wird, hat sich bis heute wenig geändert. Zwar sahen Silbermann u. Krüger [vgl. 1973/15] einen Fortschritt auf dem Gebiet der positivistisch orientierten Massenkommunikationsforschung, aber diese strebt auch gegenwärtig keine eigenständige Theorie der visuellen Kommunikation mittels Bildern an. Vielmehr übernimmt beispielsweise Sabine Holicki [vgl. 1993] einzelne Fragmente psychologischer und semiotischer Theorien, um die Wirkung von fotografischen und sprachlichen Beschreibungen dreier Politiker zu messen. Doch davon abgesehen, daß Holicki [vgl. 1993/102-107] die verbale Sprache und Bilder als "Zeichensystem" (fehl-)deutet sowie von einem "Sender-/Empfängermodell" ausgeht, möchte sie den Informationsgehalt und die Bedeutung von Bildern dem objektivierenden Konsens überlassen, den "unvoreingenommene Juroren" bzw. "Experten" unter sich aushandeln. Zweifellos entwickeln Betrachter während pragmatischer Interpretation eine Bedeutung, nur wird es keine »unvoreingenommene« Bedeutung sein, denn diese müßte von Menschen ohne Lebenserfahrung aktualisiert werden. Eine tragfähige Theorie der Bedeutung wird somit bei jenem aktuellen Ansatz nicht formuliert. Darum bekräftigen die hier beispielhaft erwähnten Aussagen in



der Medienwissenschaft, daß die Soziologie eine Bildtheorie benötigt, die pragmatische Bedeutungsinterpretationen während visueller Kommunikation präzise darlegt. Zu einem ersten Verständnis der Massenkommunikation mittels Bildern tragen die Sammelbände bei, die Bentele u. Hess-Lüttich [vgl. 1981, 1985] zum Zeichengebrauch in Massenmedien veröffentlichten.

Sieht man von empirischer Forschung ab, so bietet die Soziologie zur Massenkommunikation diverse kulturkritische Theorien an. Adorno, Horkheimer, Ortega y Gasset und Neil Postmann geben kritische Positionen vor, die bis heute tradiert werden. Selbstverständlich gibt es Gegenpositionen zur Kritik an der Kulturindustrie und zur These des Kulturverfalls durch Fernsehen [z.B. Maletzke 1988, Taylor u. Saarinen 1994]. All diese Theorien zur Massenkommunikation verzichten jedoch auf eine detaillierte Darlegung, wodurch sich die Kultur der Bilder auszeichnet und wie mittels deren Formulierungen kommuniziert wird, denn kulturkritische Theorien sind selten Theorien des kommunikativen Handelns. Teilweise befinden sich die Theorien zur Krise der Kultur sogar selbst in einer Krise, da ihre These des Kulturverfalls an Überzeugungskraft verliert. Die kritischen und unkritischen Theorien zur Massenkommunikation helfen daher nicht in jedem Fall weiter, wenn die Kommunikation mittels Bildern geklärt werden soll. Einen guten Überblick über Theorien zur Massenkommunikation bietet nach wie vor Denis McQuail, obgleich eine Bildtheorie unerwähnt bleibt und ikonische Bilder mittels eines Informationsbegriffs [vgl. McQuail 1994/249] angesprochen werden, der ignoriert, daß Bilder vollständig andere Informationen als Worte mitteilen.

Wurde innerhalb der Soziologie überhaupt eine kohärente Theorie entwickelt, die die visuelle Kommunikation mittels Bildern im allgemeinen aufgreift? Wie steht es beispielsweise um die lange Tradition der Kunstsoziologie [hierzu Silbermann 1979; Henrich u. Iser 1982]? Davon abgesehen, daß Kunstsoziologie bereits per Definition keine Soziologie aller Bilder sein will, wird sie von Adorno [vgl. 1973], Hauser [vgl. 1974] und Gehlen [vgl. 1986] weitgehend als ästhetische Erfahrung, in historischer Betrachtungsweise bzw. in der Analyse einzelner Schulen thematisiert. Zieht man z.B. Luhmanns [vgl. 1995] aktuelle Theorie zur "Kunst der Gesellschaft" exemplarisch heran, dann ist festzustellen, daß in dieser "kunstsoziologischen" Systemtheorie das »Bild« kein Thema ist. Denn Luhmanns Theorie will weder Bildkommunikation verstehen noch einzelne Kunstwerke beobachten, sondern Kunst als ein "funktionales Äquivalent zur [alltäglichen] Sprache" [Luhmann 1995/36] innerhalb seines Untersuchungsprogramms der sozialen Systeme analysieren. Luhmanns Systemtheorie trägt deshalb vor allem Grundlegendes zum gesellschaftlichen Teilsystem »Kunst« und zum kommunikativen Gebrauch von Kunstwerken

bei. Sie legt jedoch genauso wie alle anderen soziologischen Theorien zur Kunst lediglich vereinzelte Theoreme vor, die in der Frage nach der Bildkommunikation weiterhelfen. Aufgrund dieses Mangels und weil heutzutage Bilder zunehmend seltener im Kunstsystem verwendet werden, sehe ich mich in meinem Vorhaben dazu gezwungen, nur vereinzelte Aussagen der Kunstsoziologie aufzugreifen. Denn gleichwie Kunst einen Ausnahmefall in bezug auf Bilder darstellt, so betrachtet Kunstsoziologie allenfalls einen Spezialfall der Bildkommunikation.

Beabsichtigt man, etwas über Bildkommunikation zu erfahren, dann ist man auch innerhalb der Disziplin »Kunstgeschichte« unzureichend orientiert. Kunstgeschichte berichtet gemäß ihrer Namensgebung von einigen Entwicklungen, die sie künstlerischen Bildern in speziellen Epochen und Regionen zuschreibt; sie unterrichtet beispielsweise über den symbolischen Inhalt einzelner Bilder, über deren formalen Aufbau oder über deren historische Produktionsbedingungen. Die Kunstgeschichte fertigt somit oft Theorien an, die über Kunst sprechen, sie analysiert aber selten, wie Kommunikation durch Kunst zustande kommt. Allerdings begann z.B. Felix Thürlemann [vgl. 1990] erste Werkanalysen, die innerhalb der Kunstwissenschaft eine semiotische Richtung einschlagen. Doch ist die dort vertretene, für Soziologen relevante Zeichentheorie unzureichend, denn mit einer Handlungs- und Wahrnehmungstheorie setzt sich Thürlemann nicht auseinander.

Wenn schon die Kunstgeschichte kaum Theorien zur visuellen Kommunikation anbietet, so wäre zu vermuten, daß wenigstens die Lehre des Kommunikationsdesigns über adäquate Theorien verfügt. Den mir bekannten, sachdienlichsten Versuch legte Braun [vgl. 1993] unlängst mit seinen "Grundlagen zur visuellen Kommunikation" vor. Doch bleiben einerseits weite Teile seiner Schrift an Gestaltungsmaßgaben der angewandten Gebrauchsgraphik orientiert. Andererseits sind seine theoretischen Konzeptionen nicht etwa von Ansätzen des Kommunikationsdesigns inspiriert, sondern von Theorien der Psychologie (R. Arnheim, U. Neisser, J.J. Gibson, W. Metzger), der Semiotik (U. Eco, M. Krampen) und der Philosophie (N. Goodman, L. Wittgenstein). Wie ist also an den Stand der Forschung zur visuellen Kommunikation anzuknüpfen, wenn deren Lehren sich bei Theorien bedienen, die größtenteils nicht auf visuell kommunikatives Handeln eingehen? Denn die zuvor genannten Psychologen problematisieren allenfalls Wahrnehmungsphänomene hinsichtlich Bildern, die aufgezählten Semiotiker beschäftigen sich mit allgemeinen Zeichenklassifikationen, Goodman erklärt als Philosoph hauptsächlich, wie bildliche Ähnlichkeit vorkommen soll, indessen bezieht Wittgenstein vorrangig zur philosophischen Problematik verbaler Sprache Stellung.

Bei diesen Theoretikern der genannten Disziplinen werden soziologische Ansätze kaum thematisiert, obwohl ihre Theorien für die Soziologie und meine Überlegungen überaus relevant sind. Es ist deshalb interdisziplinär zu arbeiten, falls eine soziologische Theorie zur visuellen Kommunikation erstellt werden soll. Obwohl manche meinen, daß Interdisziplinarität wieder unpopulär geworden ist, kann kein anderer Weg eingeschlagen werden, weil die Soziologie bisher selten Weittragendes zur Bildkommunikation beitrug. Denn welche Theorien ergänzen die Soziologie, wenn beispielsweise das Phänomen der visuellen Wahrnehmung soziologisch relevant werden soll? Um bezüglich Wahrnehmung weiterführende Ideen in die Soziologie einzubringen, bedient sich beispielsweise der Soziologe Niklas Luhmann keineswegs der Aussagen von Soziologen. Er knüpft zum Thema »Wahrnehmung« an Forschungsergebnisse an, die innerhalb der Biologie, Kybernetik, Mathematik und Psychologie erarbeitet wurden. Daher ist der heutige, oft konstruktivistische Stand der Wahrnehmungspsychologie aufzuzeigen, wenn Wahrnehmung bezüglich Bildern interessiert. Dient zum Thema »Wahrnehmung« ausschließlich die Soziologie als Orientierungspunkt, dann ist kaum ein theoretisches Fundament zu erzielen, von dem aus beispielsweise Pierre Bourdieu Triftiges zu entgegenen ist. Denn von wo aus sollte gegen die "Elemente zu einer soziologischen Theorie der Kunstwahrnehmung" [Bourdieu 1974/159] eine Argumentation vorgebracht werden, die analysiert, ob die Bildwahrnehmung tatsächlich von einem kollektiv oder individuell Unbewußten beeinflusst wird? Für eine solche Argumentation müssen Ergebnisse der Wahrnehmungsforschung berücksichtigt werden. Die Soziologie trägt zu diesem Thema zwar eigenständige Aussagen bei, aber es ist zu prüfen, wie weit soziologische Aussagen über psychische Systeme eine Theorie der Bildwahrnehmung tragen.


Werden philosophische Überlegungen zu einer Bildtheorie herangezogen, so meint Oliver R. Scholz [vgl. 1991/12], daß der Beitrag von Nelson Goodman [vgl. 1973] aus den neueren Ansätzen herausragt. Scholz sieht in den Bemühungen Goodmans eine allgemeine Symboltheorie ausgearbeitet, die auch eine Theorie der bildlichen Darstellungen umfaßt. Wie weit reicht aber die Symboltheorie Goodmans im Vergleich zu der universal anmutenden Semiotik, die Charles Sanders Peirce [vgl. 1960] bereits weit vor der letzten Jahrhundertwende begonnen hat? Um diese Reichweite zu beurteilen, müssen die semiotischen Forschungsergebnisse zumindest partiell aufgezeigt werden. Denn die an Peirce angelehnten Arbeiten von Max Bense [vgl. 1979], Umberto Eco [vgl. 1991], Helmut Pape [vgl. 1989] und Gerhard Schönrich [vgl. 1990] differenzieren wesentlich genauer als eine reine Symboltheorie, wie sie Goodman und Susanne Langer [vgl. 1984] in bezug auf Bilder vorlegen. Soll hinsichtlich Bildern eine zeichen- und kommunikationstheoretische

Auseinandersetzung aufgefunden werden, dann führen auch die aktuellen Sammelbände kaum weiter, die Gottfried Boehm [vgl. 1994], Michael Wetzels u. Herta Wolf [vgl. 1994] herausgaben. Ebenso muß die symboltheoretisch und psychoanalytisch orientierte Auseinandersetzung von Pazzini [vgl. 1992] zurückgewiesen werden, sofern Bilder mittels semiotischer Differenzierungen typisiert werden sollen.

Warum ist überhaupt die semiotische Diskussion für eine Soziologie visueller Kommunikation relevant? Wie Soziologen wissen, hat Habermas [vgl. 1988] eine "Theorie des kommunikativen Handelns" vorgelegt. Seine Theorie geht jedoch nahezu ausschließlich von sprachlichen Zeichen aus. Hinzu kommt, daß er seine Theorie an George Herbert Mead [vgl. 1988] und dem symbolischen Interaktionismus orientiert. Diese sprachbezogene Theorielinie zieht sich durch weite Bereiche der neueren Soziologie [vgl. z.B. Joas 1989; 1985; Helle 1977], wobei Peirce meist übergangen wird. Will man aber an die Wurzeln der Theorie von Mead und Morris [vgl. 1973] heranreichen, dann ist auf Peirce zurückzugreifen. Denn dieser ist der Urheber des Begriffs »Pragmatismus« und einer Semiotik der indexikalischen (gestischen) und symbolischen Zeichen, die Mead sehr vereinfacht anspricht. Das ikonische Zeichen (Bild) berücksichtigt Mead indessen kaum, weshalb es eventuell in der Kommunikationstheorie von Habermas geringfügige Beachtung findet. Zwar wird die "Theorie des kommunikativen Handelns" gegenwärtig viel kritisiert [hierzu Bolz 1993/59ff.], aber einzelne Aspekte eines visuell kommunikativen Handelns lassen sich mit ihr trotzdem aufzeigen, wenn das ikonische Zeichen (Bild) nicht ignoriert wird. Denn die bisherige Diskussion innerhalb soziologischer Kommunikationstheorien, die oft nur indexikalische (nonverbale) Gesten und (verbale) Symbole unterscheiden, wird hinsichtlich Bildern nie und nimmer eine Verbesserung verzeichnen, wenn sie weiterhin ikonische Zeichen (Bilder) als Symbole mißversteht, keinen Begriff der (bildlichen) Ähnlichkeit entwickelt und künftig nicht zwischen Syntaktik, Semantik und Pragmatik der Zeichen differenziert. Dieses Defizit möchte ich für die Soziologie in Orientierung an Peirce beheben, obwohl seine kompliziert wirkende Semiotik eine soziologische Rezeption erschwert.

Manche Soziologen sehen gegenwärtig das Ende der Soziologie nahen. Sicherlich werden meine Überlegungen zur visuellen Kommunikation keine unbezweifelbaren Antworten erbringen, gleichwohl sehe ich außer der Philosophie nicht eine andere Wissenschaftsdisziplin, die sich ebenso, wie die Soziologie, folgende Fragen zumutet: Wie wissen Bilder etwas? Wie erweisen sich Bilder als soziales und kulturelles Gedächtnis für Gesellschaften? Was ist bildliches Wissen? Wie kommunizieren Menschen mittels Bildern? Wie und wodurch äußern sich kulturelle und gesellschaftliche Einflüsse in Bildern? Was ist das

kommunikative Prinzip von Bildern? Wo fungieren Bilder in sozialen Systemen? usw. Bevor diese Fragen nicht andere Wissenschaftsdisziplinen stellen und beantworten, verstehe ich sie als soziologische Fragestellungen. Jene Fragestellungen sind auch dann an Theorien der Kommunikationswissenschaft, Wissens-, Kultur- und Kunstsoziologie orientiert, wenn Antworten hervorragender Soziologen mit Hypothesen anderer Disziplinen kritisiert und mit mir stimmig scheinenden Weiterentwicklungen reformuliert werden. Da die Soziologie jene Fragestellungen bisher meist nur in bezug auf die symbolische Sprache beantwortete, hoffe ich mit der folgenden Auseinandersetzung einen aktuellen Standpunkt aufzubauen, der die soziologische Theorie zum Thema »visuelle Kommunikation mittels Bildern« erweitert. Warum eine soziologische Theorie zur Bildkommunikation gegenwärtig dringend erforderlich ist, muß in Anbetracht unserer gesellschaftlichen Kommunikationsbedingungen nicht weiter begründet werden, denn wir sehen fast alle täglich mehr Bilder, als wir Worte wechseln, lesen oder schreiben.



"Zuviel gesehen,  
zuwenig verstanden."

Ein trunkener Seemann  
in Hamburg

## Einleitung: Bild

»Eiswüsten« nannte Walter Benjamin das große Feld, welches es zu durchqueren gilt, sobald der Mensch am Anfang seiner philosophischen Bewegtheit den historisch gewachsenen Philosophemen gegenübersteht und sich die Einsicht des oben zitierten Seemanns schleichend in ihre Antithese wendet. Bei der Vorstellung von Bildern indessen scheint sich so mancher jener Eiswüste entledigen zu wollen. Ein jeder faßt sich als Routinier auf, der begriffslos auf der paradiesischen Bilderwooge zu surfen versteht. Der geübte Blick manövriert sich ohne Sprache durch die Bilderströme; ihm genügt das erfahrene Auge des Betrachters. Die schneller werdenden Bildsequenzen der heutigen Filmstreifen erhöhen scheinbar den Spaß an der Verdrängung des symbolischen Inhalts. Wenn die amerikanischen Raketen im Irakkrieg die Bilder des Zielfluges zeigen, aber das Geschehen nach dem Auftreffen ausblenden, dann demonstriert dies den Punkt, wo der scheinbare Verstand des hier technischen Auges nach dem Aufprall auf den Grund urteilslos aussetzt. Leichtfertig könnte man meinen, daß die Massenmedien die Schulung des Verstandes zugunsten der Schulung des Auges abschütteln. Im routinierten Bilderspaß verschwindet das manchmal lähmende, aber verstehende Moment der Reflexion. Wenn auch der Titel dieser Arbeit bei manchem, der an "die Bildergesellschaft" denkt, im ersten Eindruck die vergnügliche Seite von Bildern suggeriert, so wird trotzdem zuallererst die Eiswüste einer zeichentheoretischen Reflexion durchquert werden müssen. So wie die moderne Kunst, die sich in der Dialektik der heutigen Zeit dem bildsüchtigen Ruf nach immer mehr Bildern durch Bildentzug widersetzt, ebenso werden vorerst, dem Beispiel der Kunst folgend, die Bilder zunächst bis zur annähernden Unkenntlichkeit in semiotische Theoreme zergliedert, um danach differenzierter über die unterschiedlichsten Faktoren der Bildwahrnehmung und -produktion sprechen zu können. Dieses Vorhaben wird mit Fragen verbunden sein, wie sie die Fiktion des Ersatzes von Welterfahrung durch Bilderfahrung provoziert, d.h., soziologische und semiotische Erkundungen, die die Erkenntnisfragmente einer Welt berühren, werden nun das Ungewisse von Bilderwelten angehen. Die theoretische Reichweite bleibt somit auf kulturelle Ereignisse beschränkt.

Um aber jeglicher Pathetik und jeglichem orientierungslosen Amüsement zu entfliehen, leite ich gleich hier den Fortgang der Untersuchung mit einer Bilddefinition ein, auf die ich mich im weiteren stützen werde. Wenn ein Bild als ein Ding verstanden wird, in das man sich begriffslos einfinden kann, dann ist darin nicht geradewegs inbegriffen, daß es auch zeichenlos ist. Auch in den heutigen Bilderwelten ist ein Bild in seiner immensen Vielfalt sowohl ein Gegenstand als auch ein optisch wahrnehmbares Zeichen. Obwohl die Sichtbarkeit des Bildes eine Materialität voraussetzt, so läßt doch erst die bildliche Zeichenstruktur eine sozial orientierte Kommunikation entstehen, deren Bedeutungen innerhalb von gesellschaftlichen und kulturellen Kommunikationssituationen interpretiert werden. Ohne den Kontext einer soziokulturellen Zeichenstruktur wären Bilder außerstande, eine soziale Bedeutungssphäre auszubilden. Demzufolge wird zu fragen sein, welche potentiellen Sinnsphären Bilder in gesellschaftlicher Realitätskonstruktion erzielen. Die im folgenden zu erläuternde, definitorische Voraussetzung für alle Überlegungen lautet:

**Bilder sind flächige, sozial bedeutungsmögliche Gegenstände, auf denen Mitteilungen von Kulturen in einer unwahrscheinlichen Form von Zeichen segmentiert und sedimentiert sind, um etwas per Anschaulichkeit zu bezeichnen.**

Hinter dieser relativ strengen, an Gegenständlichkeit und Zeichenhaftigkeit orientierten Bilddefinition verbergen sich drei Prämissen, die als Grundlage der weiteren Untersuchung gelten sollen:

Die 1. Prämisse geht von Bildern aus, die sich als sozial bedeutungsmögliche Flächen mitteilen. Solche Bilder reduzieren die vier Raum-Zeit-Dimensionen auf zweidimensionale Flächen, um wiederum vier Dimensionen vorstellbar zu machen, also quasi zu einer Idee von potentiell erfahrbarer Welt rückführen [vgl. Flusser 1989/8]. Mit dieser von Vilém Flusser bemerkten Reduktion auf zwei Dimensionen der Fläche haben sich moderne sowie archaische Gesellschaften anstehende Transportprobleme von Mitteilungen erleichtert. Unter Mitteilungen will ich etwas verstehen, was innerhalb eines Zeitraumes als Zeichen transportierbar bleibt. Bilder erfüllen diese im Begriff der Mitteilung liegende Anforderung. Sinnfällig beinhalten und sind sie kulturell hergestellte Zeichen, die sie durch eine im Begriff der Kulturgeschichte erfaßte Zeitspanne transportieren.

Die 2. Prämisse lautet demzufolge: Bilder sind und tragen Zeichen. Zu Zeichen einer Kultur werden Bilder dann, wenn sich deren Verwendungsweise innerhalb einer Gesellschaft wiederholt. Unwiederholter Gebrauch eines Gegenstandes verhindert, daß dieser zum Zeichen einer und in einer Kultur wird. Umberto Eco [vgl. 1991/47f.; 1977/9ff.] unterstreicht diesen Gedanken. Seiner Meinung nach wird die Verwendungsweise eines Steines erst dann zur Kultur, wenn sich dessen Funktion und damit sein Mitteilungswert

von einem Menschen des einen Tages auch von demselben Menschen des nächsten Tages konzeptualisieren läßt. Diesem zeitbezogenen Brückenschlag im reduzierten Blickwinkel auf das Bild folgend, ermöglicht die einmalige Verwendung eines Bildes keine Kultur. Zu einem Teil der Kultur entfaltet sich das Bild, sobald dessen Funktion als Mitteilungsträger über eine gewisse Bedeutung verfügt, die ihm ein Mensch über einen Zeitraum hinweg zugesteht. Als solch konkretisiertes Zeichen der Kultur ist das Bild in seiner Funktion und möglichen Verwendungsweise von Menschen determiniert. Das Bild als Zeichen zeigt im Auftreten seine Funktion an, indem es als solches wiedererkannt wird. Ansonsten wäre die Funktion jedesmal von neuem zu bestimmen. Kultur entsteht deshalb dann, wenn die Funktion eines Gegenstandes oder eines Bildes zum Zeichen dieser Funktion geworden ist. Unumgänglich kann ein Gegenstand einzig zum Zeichen seiner Funktion innerhalb und nicht außerhalb einer Kultur werden. Dennoch existiert Kultur eigens deshalb, weil es vorgängig möglich ist, daß Gegenstände als Zeichen ihrer konkreten Funktion determiniert oder, mit Niklas Luhmann gesprochen, generalisiert werden können. Ohne Differenzwahrnehmung zur Umwelt wäre die Zeichenfunktion des Gegenstandes als kulturimmanente Kommunikationsmöglichkeit gefährdet, was zur Folge hätte, daß eine Segmentierung und Sedimentierung im Zeitverlauf verhindert werden würde, ja daß sich selbst Kultur nicht zwischen Personen entwickeln könnte.

Aus dem Dargestellten folgt die 3. Prämisse, daß Kultur durch die reproduzierte "Segmentierung" [Eco 1977/186; 1991/113ff.] und produzierte Sedimentierung von Zeichen in einer zwar wandelbaren, aber dennoch vorhandenen Funktion und Bedeutung entsteht. Diese reproduzierte Gliederung von kulturellen Formen und Inhalten wird vielfach als die "zweite Natur des Menschen" [Berger 1988/7] bezeichnet. Nimmt man die "zweite Natur" des Menschen, seine Kultur, genauer, so deutet sich an, daß sie eine »zweite Wahrscheinlichkeit« menschlichen Handelns ist, dessen kulturelle Zeichen sich gegenüber der Natur durch Unwahrscheinlichkeit anzeigen.

Eine Kulturforschung, die darauf abstellt, die Differenzierungen und Segmentierungen verschiedener Zeichen innerhalb soziokultureller Bedingungen zu untersuchen, versucht - vergeblich -, unkritisch zu sein. Sie bietet sich jedoch an, weil die Bedeutung von Bildern im Allgemeinen von Interesse ist. Orientiert ist diese Betrachtungsweise in Teilen an der Kulturdefinition von Eco, um mittels semiotischer Differenzierungskriterien eine allgemeine Beschreibung des Kulturellen von Bildern auszuarbeiten. Was dabei abhandelt kommt, ist die Ausrichtung auf kulturelle Werte innerhalb einer Epoche, wie sie beispielsweise die Kritische Theorie und, eher ungeprüft, die aktuelle Kunstkritik thematisiert. Jedoch kann in der Beschreibung der Bildverwendung kein Standpunkt der kulturel-



len Wertvorstellung eingenommen werden, weil kulturelle Wertvorstellungen unvergleichbar sind. Daß jede wissenschaftliche Beobachtungsweise einen Standpunkt beinhaltet, der sich mit einer Wertvorstellung verbindet, ist innerhalb der Wissenschaften in weiten Teilen anerkannt und im soziologischen Positivismusstreit ausführlich diskutiert worden. Wenn also gleichwohl in einigen Passagen Kritik an Kultur oder Wissenschaft auftaucht, um aktuelle Verwendungsweisen von Bildern in industrialisierten Kulturen prägnanter aufzuzeigen, sollte sie als kultur- bzw. wissenschaftsimmanent verstanden werden. Insofern wird die Untersuchung verschiedene Standpunkte und nicht durchgängig starre Positionen einnehmen, was kulturgemäß eine kritische Wertvorstellung ist, die beinhaltet, daß es nie eine einzig wahre Position ohne blinden Fleck gegeben hat. Eigentlich weiß es jeder: die kulturellen Kartographien jeder Art von Zeichenirrgärten zeigen einen Eingang ohne universalen Ausgang.

Von dem Ausgangspunkt ausgehend, daß Bilder sich als segmentierte Zeichen einer Kultur präsentieren, bleibt für den Fortgang der Überlegungen weiterhin die Frage offen, was Zeichen sind und wie sie sich unterscheiden. Diesen eingangs erwähnten, bilderlosen Pfad durch das Eis der semiotischen Theorie prägt den einführenden Teil I so weit wie nötig, um ein breites Fundament für alle weiteren Fragen vorzubereiten. Zeichen werden dementsprechend die Grundlage aller Überlegungen sein, die im Zusammenhang mit der kulturellen Bedeutung von Bildern erforderlich sind, obwohl semiotische Klassifikationen und Identifikationen wenig mehr hinsichtlich Bildern beschreiben als eben Unterschiede zwischen Zeichen.

Den Gedankengang der Untersuchung bestimmen Bilder im Besonderen und Zeichen im Allgemeinen. Deshalb wird nach der semiotischen Fundierung im ersten Teil der Teil II sondieren, welche wahrnehmungspsychologischen Voraussetzungen die Bildrezeption und Produktion erfordert. Wenn Paul Klee schreibt,

"Wenn ich ein ganz wahres Selbstporträt malen sollte, so sähe man eine merkwürdige Schale. Und drinnen, müßte man jedem klar machen, sitze ich, wie der Kern in einer Nuß. Allegorie der Überkrustung könnte man dieses Werk auch nennen." [Paul Klee 1956/8]

dann heißt dies, daß es wirklich etwas zu sehen gibt, das in der Tat gerade die zeitgenössische Kunst - anders als das Illusionsmarketing der visuellen Werbung - teilweise vergißt oder auch vergessen will, da sie aus dialektischen Gründen gegenwartsnah sein möchte. Nicht alles, was es zu sehen gibt, fällt aber der allegorischen Überkrustung anheim. Paul Klee beschreibt eine Bewegkraft, die alle Bilderwelten betrifft. Denn was der Rezipient in dem fiktiven Bild von Klee wahrnehmen könnte, wäre die Wirklichkeit der merkwürdigen

Schale, wenn er schon einmal Schalen gesehen hätte, oder er darauf hingewiesen würde, daß es eine Schale sei, was er in dem Bild sähe. Der Kern ist jedoch das, was der Betrachter nicht sehen kann; er befindet sich in seinem angeeigneten Bedeutungskontext, der ihm mitteilt, daß Paul Klee sich so symbolisiert, nämlich als Kern unter einer Schale. Genau darin liegt der weiterführende Sachverhalt: der Bilderproduzent Paul Klee hätte dieses Bild gemalt, weil die an sich sichtbare Oberfläche *seine* wahre Realität unbeschrieben läßt. Dies besagt nicht, daß *seine* wahre Realität wirklich in dem Bild für jedermann erkennbar wäre, sondern nur, daß Klee symbolisch zu verstehen gibt, wie er sich seine vierdimensionale Realität visualisiert in zwei Dimensionen vorstellt, was er über sie denkt und welche subjektiven Erfahrungen er mit ihr verbindet. Die Realität an sich bleibt auch für Paul Klee mehr, als für ihn wahrnehmbar ist, und außerdem mehr, als er verbalisiert, deshalb hat Klee dieses wahre Bild vermutlich nicht gemalt. Umgekehrt läßt sich auch mehr verbalisieren als überhaupt Wirklichkeit ist, denn sehen läßt sich Paul Klee hinter der Schale nicht. Die Frage wäre nun, wie Paul Klee dem Betrachter klarmachen will, daß er selbst der Kern ist bzw. wie er alles in allem darauf kommt, daß es hinter Schalen Kerne geben kann.

Die angedeutete Problematik demonstriert: Wenn es um die Bedeutung von Bildern geht, kommen Faktoren der Wahrnehmung, der Sprache, visueller Zeichen, der Kultur und Gesellschaft in Betracht. Der häufig unbedacht vorausgesetzte Faktor ist das visuelle Erkennen bzw. das Wahrnehmungssystem, mit dem der Betrachter einen Gegenstand als einen solchen wahrnimmt. Ungeklärt ist in diesem Zusammenhang, wie stark gesellschaftliche Einflüsse das visuelle Erkennen verändern. Die Problemstellung, die sich dem anschließt, ist, ob überhaupt und wenn wie das visuell Erkannte in Begriffe eines kulturellen Sprachcodes eingliedert ist. Notwendig wird diese Orientierung an Verbalisierungen, weil die Sprache auch einen Teil der Bedeutung von Bildern bestimmt. Ebenso scheint ungewiß, welche Strukturen in Bildern vorhanden sind, die nicht in und als Sprache zu erfassen sind. Trotz des sprachlichen Einflusses auf die Wahrnehmung von Bildern fragen die Kapitel in dem Teil II vorrangig nach der Wahrnehmung von Bildern und weniger nach den vermittelten Inhalten und Bedeutungen, also nicht nach der kommunikativen Funktion, sondern danach, wie Individuen Bilder sehen können und mit welcher Erkenntnisfähigkeit sie Bilder erstellen. Zu vermuten ist, daß Kulturen mehrere Faktoren implizieren, die für eine Ähnlichkeit in der Darstellung sorgen. Aufgrund dieser Faktoren verfolgen die ersten fünf Kapitel des Teils II in psychologischer Ausrichtung, wie Individuen Bilder wahrnehmen und erstellen, und welche Einflüsse für eine verwandte Gestaltung innerhalb von Kulturen in Betracht kommen. Das Ende des Teils II wird sich dann, sofern Begriffe der

Form im Kapitel 2.6., des Wissens von Bildern im Kapitel 2.7., des bildlichen Kommunikationsprinzips im Kapitel 2.8., der Bildkultur als anwesende Umwelt im Kapitel 2.9. und des Gedächtnisses im Kapitel 2.10. geklärt sind, mit der Problematik eines kulturell Unbewußten im Kapitel 2.11. auseinandersetzen, welches sich für die sogenannte Präsemiotik und den Vorgang der bildlichen Schöpfung und Wahrnehmung verantwortlich zeigen soll. In diesem Abschnitt wird sich zeigen, ob die wahrnehmungspsychologische Fundierung der Semiotik eine unbewußte und vorkommunikative Bildwahrnehmung zu tragen vermag. Ein Ziel dabei ist, die Darstellung und Wahrnehmung eines optischen Codes durch ein kulturgeprägtes Unbewußtes aufzuhellen. Das Kapitel 2.11. wird den Begriff der mimetischen Ähnlichkeit, der für Theorie der visuellen Kommunikation eine sehr umstrittene Rolle spielt, in zusammenfassender Betrachtung darstellen.

Der letzte Teil III dieser Arbeit beschäftigt sich mit den Zeichen, die in Bildern auf verschiedene Bedeutungen hinweisen. Hier ist nicht allein die kommunikative Funktion aufgehoben, sondern gleichfalls das Problem, welche Funktionen die Bilder außerdem übernehmen. Da die Frage nach der Bedeutung von Bildern eng an den Sinn von Bildern gekoppelt ist, wird sich zeigen müssen, in welchem Sinn sie als ein Kulturobjekt Orientierung leisten. Denn gerade Sinnlosigkeit und Orientierungslosigkeit findet sich in der modernen Gesellschaft ebenso wie in bildnerischen Zeichen. Der Teil III wird darlegen, wie Zeichen in Bildern Sinn erhalten, um innerhalb einer Kultur kommunikative Bedeutungen zu formulieren. Möglicherweise setzt sich gerade ein Teil der Kultur aus permanenter Subjektivierung von gesellschaftlichen Strukturen zusammen, die objektiv sinnlos oder zumindest orientierungslos erscheinen. Für eine solche Untersuchung sind die sozialen Kontexte der pragmatischen Zeichendimension anzusprechen. Denn semiotische Strukturen erweisen sich insoweit als gesellschaftlich bestimmt, wie davon ausgegangen wird, daß Zeichenkommunikation an die ko-orientierte Praxis von Personen gebunden bleibt. Die unterschiedlichen sozialen Herkunfts- und Verwertungskontexte von Bildern lassen auch verschiedene Bedeutungszusammenhänge entstehen. So kann sich die Bedeutung eines Fotos, das den damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker zeigt, beispielsweise dadurch verändern, daß es Verwandten als persönliche Erinnerung dient, Patrioten als Zeichen der Vaterlandsliebe gilt, Kindern einen sympathischen Onkel veranschaulicht und ausländischen Gästen die Wiedererkennung Weizsäckers erleichtert. Welche kulturelle Bedeutung die privaten Malereien an Hochschulen, Graffities einer jugendlichen Subkultur oder aber Bilder in Museen haben, hängt sicherlich von ihren sozialen Herkunfts- und Verwertungskontexten ab. An diesen Beispielen läßt sich erkennen, daß soziokulturelle Zusammenhänge die Kontexte der Bedeutung, Wahrheit und

Geltung von Bildern leiten. Vorerst sei behauptet, daß Bilder verschiedene Zeichen mit einer kulturellen Bedeutung vermitteln, die im Teil III aus soziologischer Sicht betrachtet wird.

Insgesamt wird die folgende Untersuchung soziologische, semiotische, psychologische und philosophische Thematisierungen in Anspruch nehmen. Diese sich gegenwärtig wieder trennenden Wissenschaftsperspektiven ermöglichen dann Aussagen darüber, wie Bilder verstanden werden, warum Bilder betrachtet werden und welche Bedeutungen sie in der Kultur vermitteln bzw. welche Kultur für sie eine Verwendung hat<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> **Instruktionen:** Übernommene Klammern und Anführungszeichen in **Zitaten** werden durch diese Klammern ( ), diese Anführungszeichen ' ' oder diese » « gekennzeichnet. *Kursive Schreibweisen* sind in Zitaten übernommen. Diese Klammern [ ] und diese Auslassungskennzeichnungen ... sind in Zitaten eigenständig gesetzt. Außerhalb von Zitaten sind tragende Begriffe bei erster Einführung durch eine solche Linie \_\_\_\_ unterstrichen und durch solche » « Klammern vereinzelt hervorgehoben. Undeutliche oder doppeldeutig gemeinte Sprachbildungen sind durch solche " " Anführungszeichen hervorgehoben. Um Begriffe zu kennzeichnen, die einer philosophisch durchgehaltenen Begriffsbestimmung folgen, aber manchmal auch im Alltag verwendet werden, sind diese Begriffe teilweise *kursiv* geschrieben, wie z.B. *Möglichkeit*. Die kursive Schrift kennzeichnet ebenfalls, daß die Begriffe meist im Index aufgenommen wurden. In einigen Fällen kennzeichnen *kursiv* geschriebene Wörter nur besondere Betonungen der Bedeutung. Auf Texte beziehe ich mich näher mit [vgl. ...] und entfernter mit [hierzu ...]. Querverweise sind im vorliegenden Text durch solche Bemerkungen [s.S. 9] angegeben.

# Teil I. Sehen von Zeichen in Bildern

## 1.1. Einführung semiotischer Kategorien

Die Prämisse, daß Bilder bedeutungsmögliche Flächen sind, auf denen mimetische Mitteilungen in einer kulturellen Form von hergestellten Zeichen segmentiert sind [s.S. 8], involviert die zeichengebrauchende Begabung des Menschen. Der Austausch von kulturellen Zeichen stiftet Gesellschaft, und umgekehrt bringt Gesellschaft kulturelle Zeichen hervor. Ohne Zeichen wäre der Mensch dem Augenblick seiner Wahrnehmung ausgeliefert. Ohne sie wäre ihm eine interaktive Möglichkeit genommen, die für ihn eine Zeit- als auch eine Raumdistanz im sozialen Handeln überbrücken könnte. Wer am Leben der Gesellschaft teilhaben will, für den bleibt es unumgänglich, sich eines Zeichenrepertoires in der Kommunikationssituation zu erinnern. Kulturelle Zeichen stellen daher das erinnerungsfähige Mittel der Gesellschaft bereit, um auf jeweils neue Situationen kommunikativ zu reagieren. Verschwände dieser erinnerungsfähige Halt im kulturellen Zeichen, so würde jede andersartige Situation eine Aktualisierung und angemessene Erzeugung eines völlig neuen Zeichenrepertoires erfordern. Dies besagt nicht, daß Zeichen keiner interpretatorischen Veränderung unterliegen. Kommunikation an sich beinhaltet schon Veränderung, sobald sich ihr Verständnis als fruchtbar erweisen kann.

Wenn auch Kommunikation und Gesellschaft aufeinander angewiesen sind, so versteift sich dies nicht darauf, daß Worte die einzigen Zeichen wären, denen soziale Relevanz zukommt. Gerade die Zeichenverständigungen, die außerhalb von Wortfeldern liegen, implizieren eine hohe Affinität zum soziologischen Begriff der Sozialintegration und zu deren Gegebenheit. Insbesondere Zeichenverständigungen in visuellen, taktilen und olfaktorischen Bereichen setzen eine große Nähe der Lebensbereiche voraus, um auf ein "Verständnis" hoffen zu können. So läßt sich beispielsweise der Parfümduft mit dem systemtheoretischen Begriff der Differenzwahrnehmung noch bestimmen, verweigert sich aber der Chance einer Systemintegration, die eine operativ verwendbare System/Umwelt-differenz benötigt. Um sich solchen systemfernen Vermittlungsvorgängen von Zeichen zu nähern, und im späteren die Mitteilung von optischen Zeichen in Bildern aus einer gesellschaftstheoretischen Sicht zu erhellen, befaßt sich folgender Teil mit einer semiotischen Fundierung des Problemkreises. Eine Zeichentheorie ist für denjenigen erforderlich, der visuelle Kommunikation verstehen möchte. Sie bietet einen erklärenden Ansatz, indem sie die Verbindung zwischen Bildern, Sehen, Erfahrung und Sprache detailliert aufzeigt. Die semiotische Theorie wird deshalb die Basis für alle weiteren Untersuchungen sein, damit

unterscheidbar bleibt, ob zur Sprache gebracht wird, wie Bilder zu ihren Formen kommen, wie sie sich auf ein Objekt beziehen oder wie sie interpretiert werden können.

## a) Code

Gemessen an der Vielfalt von Zeichen und Zeichenrelationen wäre es nicht nur eine Engführung, sondern für die angekündigte Fragestellung schlichtweg irreführend, Bilder in Analogien zu sprachlichen Zeichen aufzugreifen. Der Begriff der Sprache hat in bezug auf Bilder wenig anderes als Verwirrung in den entsprechenden Theorien entfesselt. Der bedeutendste Code ist zwar die Schrift und das Sprechen, trotzdem führen diese Verbalisierungen nur eines unter den vielen Zeichenphänomenen vor, in denen der kommunikative Akt auf einem präliminierten Code basiert. [vgl. Eco 1972/236]. Nicht jeder vorverhandelte Code muß eine Sprache sein, und selten verharrt er im Gebrauch unverändert. Unter einem Code, wie er sich von Kodex, Gesetz und der Verabredung eines Normenschlüssels ableitet, verstehe ich relational invariante Informations- und Zeichenstrukturen, die verhältnismäßig regelhafte Produktions- und Reproduktionsabläufe von Informationen, Nachrichten und Zeichen erwarten lassen. Ein dementsprechender Code entsteht aus der Konstruktion einer *Regel*, die ausschließlich in und von Kollektiven konstruiert wird, da einem privaten Subjekt die Kongruenz einer Regelbefolgung aus einer Fremdposition unkontrollierbar ist.

Es lassen sich eine Reihe von Phänomenen der Kommunikation aufzählen, die einem Code folgen. So sind beispielsweise Gestik, Mimik, Tanz, Ritus, Sprache, Bilder, Kunst, Poesie, Theater, Handels- und Geldverkehr über einen Code geregelte Zeichen. Der Unterschied zwischen Bildern und Kunst oder Sprache und Poesie beispielsweise besteht in der Regelung der Codes innerhalb der soziokulturellen Verwendungsweisen. Nach Bystrina [vgl. 1981/305f.; 1983/51ff.] und Bentele [vgl. 1984/132ff., 295f.] sind Bilder und die natürliche Sprache in erster Gliederung durch den primären Code der Form bzw. des Lautes geregelt. Der primäre Code strukturiert »informationelle Prozesse«, wie z.B. Erkennungs- und Produktionscodes von Bildern auf der Ebene der Form- und Farbwahl. Von besonderem Interesse ist der primäre Code, weil er Invarianten der Form- und Farbwahrnehmung benennt und dadurch soziokulturelle Komponenten der Erkennungsgewohnheiten und Regeln unter dem Einfluß semiotischer Kontexte aufgreift. Mit einem sekundären Code wird im Fall der Bilder die aktualisierte Kompositionsregel von kommunikativen Zeichen innerhalb einer Bildgattung bestimmt. Mit ihm entschlüsselt sich

die lebenskontextbezogene Komposition einer privaten Erinnerungsfotografie oder eines religiösen Bildes, welche nicht gleich Kunst ist und auch nicht sein soll. Erst die durch sekundäre Codes geregelten Bilder ermöglichen Kommunikation, weil hier die Farbe und Form eine *zeichenhafte* Einheit bilden, die mit einem Signifikat und einer Bedeutung verknüpft werden kann. Ist der sekundäre Code erkannt, so strukturiert der tertiäre Code die spezielle Gattung, die ein Werk z.B. als Kunst, Kult oder Poesie markiert.

Mit dem sekundären und tertiären Code sind bereits spezifische Verwendungskontexte und Zuordnungsvorschriften von Zeichen angesprochen. Grundlegend für Verwendungsweisen von Zeichencodes ist jedoch, und dies ist die allgemein akzeptierte Minimalbedingung für den Zeichenbegriff in semiotischen Theorien, daß in einem relationalen Bezug eine zeichenhafte Einheit für eine andere Einheit steht, im Sinn der scholastischen Formulierung "aliquid stat pro aliquo" (etwas steht für etwas) folgend. Ein Code beinhaltet demnach eine Zuordnungsvorschrift, so instabil sie auch sein mag, die angibt, welche zeichenhafte Einheit in welcher Relation zu etwas anderem steht, wie z.B. Worte hinsichtlich Gegenständen Orientierung leisten, das christliche Kreuz auf das Christentum verweist, Geld den Tauschwert von Waren angibt oder eine Erinnerungsfotografie einen Freund zeigt. Überdies regelt ein Code, wie Zeichen in Beziehungen zu Zeichen gleicher Art stehen, z.B. die Grammatik, Syntaktik und Phonetik der Sprache.

## b) Syntaktik, Semantik, Pragmatik

Damit ein Zeichen für etwas anderes stehen kann, gehorcht es häufig, aber insbesondere in Bildern, keineswegs in jeder Hinsicht einer Regel oder einem Code. Der Begriff des Codes verallgemeinert in zu umfassender Weise. Er übergeht einzelne Dimensionen, in denen ein Zeichen codiert ist. Um einen Code zu lokalisieren, muß man fragen, welche Dimensionen des Zeichens er ordnet. Für die Beschreibung eines Codes möchte ich daher differenzieren, ob ein Zeichen in seiner materiellen Segmentierung, in seiner Bezeichnungsfunktion oder in seiner Bedeutungsfunktion codiert ist. Diese drei Dimensionen, die die Zeichen auf Codes in Syntaktik, Semantik und Pragmatik prüfen, werden später offenlegen, daß Bilder selten in der semantischen und pragmatischen Dimension codiert sind. Wie die Zeichendimensionen aufzufassen sind, klärt folgende Begriffsdefinition.

Die erste Dimension des Zeichens beschreibt der Begriff der Syntaktik. Mit Syntaktik wird angesprochen, ob und wie Zeichen, bzw. Zeichenmittel in formaler Relation untereinander verknüpft sind. In dieser Dimension werden z.B. Bilder danach beurteilt, welchen Dar-

stellungsstil sie im Verhältnis zu anderen Bildern aufweisen und ob deren materielle Einteilungen einem *primären Code* folgen.

Ohne den langen Streit zu explizieren [hierzu Apel 1973/9ff.; Morris 1988/68ff.], wie die zweite Dimension des Zeichens, die Semantik, aufgefaßt werden könnte, möchte ich sie mit Bense u. Walther [vgl. 1973/19, 88; Walther 1974/70] etwas rigoroser als Morris [vgl. 1973/324] definieren. Mit ihnen fasse ich die zweite Dimension des Zeichens als *Bezeichnungsfunktion* eines Zeichens auf. Sie schildert die bezeichnende Beziehung des Zeichens zum Objekt als Semantik. Mit Semantik beschreibt die von Peirce abgeleitete Semiotik, erheblich abweichend vom alltäglichen Sprachgebrauch und linguistischen Theorien, ausschließlich die *Bezeichnungsfunktion ganz und gar* ohne Bedeutungsfunktion von Zeichen. Die semantische Dimension thematisiert, obwohl dies auf Bilder nicht in allen Zeichenschichten zutrifft, daß das Vorhandensein einer Zeichenrelation durch ein Verhältnis zwischen zwei Einheiten (ein Zeichen u. ein Objektbezug) im Begriff der Signifikation bestimmt ist, also eine zeichenhafte Einheit mit etwas anderem, einem kulturellen Objekt, einer kulturellen Idee oder einem Erlebnis korreliert und somit *bezeichnet*. Die Überlegenheit dieser Bestimmung liegt darin, wie sich jedenfalls für Bilder zeigen wird, daß *Bedeutung* auf die pragmatische Kompetenz eines Interpretierenden und auf die Institutionalisierungen einer Gesellschaft zurückgeht, aber niemals in den Zeichen selbst verortbar ist.

Georg Klaus [vgl. 1968/565] und Wulf Hund [vgl. 1976/39ff.; Kritik v. Vigener 1979/51ff.] drängen darauf, daß neben der Semantik auch die *Sigmatik* beachtet werden sollte. Unter dem sigmatischen Aspekt greifen sie die Beziehung zwischen Bezeichnung und bezeichnetem Objekt *ohne* Interpretation auf. Obwohl gerade bei Bildern die interpretationslose Bezeichnungsfunktion eine Rolle spielt, löst sich die Bezeichnung grundsätzlich nie von interpretierten Bedeutungen ab. Aus diesem Grund, und weil Klaus bzw. Hund mit der Sigmatik zu einer widerspiegelungstheoretischen Version der Semiotik gelangen, die - sicher unrichtig - Zeichen als Wahrnehmungsabbilder der Wirklichkeit beschreibt, verschwindet die Sigmatik in der Semantik.

Im dritten Aspekt wird, Benses und Walthers [vgl. 1973] Auslegung der Morrisschen Theorie folgend, die pragmatische *Bedeutungsfunktion* eines Zeichenmittels dadurch bestimmt, daß der Zeichenverwender vermöge von Interpretationen einen Interpretanten aktualisiert. Denn mit dem Interpretanten konstituiert der Interpret einen Gedanken, einen Begriff, der das Zeichenmittel in seiner Bedeutungsfunktion für etwas anderes interpretiert, also eine Bedeutung für semantisch bezeichnete Objekte feststellt. Insofern spricht Pragmatik die Beziehung an, die zwischen dem Interpretanten und dem bezeichneten



Objektbezug eine Bedeutungsfunktion entstehen läßt. In dieser Dimension der Pragmatik fungiert alles das als ein Zeichen, was innerhalb einer sozialen Konvention von einem Rezipienten "... als etwas aufgefaßt werden kann, *das für etwas anderes steht*" [Eco 1991/38]. Noch genauer trifft die von Eco vorgenommene Erweiterung das Verständnis von Bildern, indem er den Begriff der »Konvention« durch »mögliche Interpretation« ersetzt. Dadurch ergibt sich, daß "... die Interpretation durch einen Interpreten, die anscheinend das Zeichen charakterisiert, als *mögliche* Interpretation durch einen *möglichen* Interpreten zu verstehen ist" [Eco 1991/39]. Der Begriff der *Möglichkeit* unterstreicht den Sachverhalt, daß ein Interpret ohne weiteres von sozialen Konventionen der Bedeutung abrücken kann und er in Bilder jeweilige Bedeutungen hineinlegen kann, mit denen der Bildproduzent und niemand sonst rechnet. Insbesondere Bilder unterliegen einer Pragmatik, deren Möglichkeiten oft von keiner Konvention dirigiert werden, weshalb sie einem vielfältigen Bedeutungswandel ausgesetzt sein können.

Ein ontologischer Nachteil, welcher der Pragmatik von Bildern entspricht, besteht darin, daß ein Zeichen erst infolge der Bedeutungszuweisung eines Rezipienten zum Zeichen erhoben wird. Ohne die Interpretation eines Zeichens als Zeichen befände sich dieses als solches außerhalb jeder Realitätskonstruktion. Insofern geht die pragmatische Zeichendimension auf die *Bewußtseinserlebnisse* von Rezipienten ein, die kulturgemäß in verschiedenen *sozialen Herkunfts-, Verwertungs- und Verwendungskontexten* differierende Bedeutungszusammenhänge interpretieren und dementsprechend variierende Wirkungen des Zeichens aktualisieren, also verschiedene Handlungsmöglichkeiten konkretisieren. Dieser Blickwinkel einer Pragmatik, die als "offene Frage" [Putnam 1995] in Kontexten eines unabschließbaren Ungefährens nomadisiert, wird in allen weiteren Teilen den kommunikativen Bedeutungsaspekt von Zeichen ansprechen. Konsequenterweise müssen dabei ebenfalls Aspekte der Semantik und Syntaktik beachtet werden. Erst alle drei Dimensionen führen zum vollständigen Verständnis von Zeichen und Bildern.

### c) Zeichen

Unter dem pragmatischen Gesichtspunkt wird potentiell alles das zum Zeichen erhoben, was ein Individuum als mögliches Zeichen für Zeichen oder für irgend etwas anderes interpretiert. Was aber das Zeichen als Begriff implizieren soll, ist selbst innerhalb der

Semiotik, die sich auf Charles Sanders Peirce<sup>2</sup> bezieht, und ebenso in seinen eigenen Schriften uneindeutig. Zwei der genauesten Definitionen des Zeichens von Peirce lauten:

"A *Sign*, or *Representamen*, is a First which stands in such a genuine triadic relation to a Second, called its *Object*, as to be capable of determining a Third, called its *Interpretant*, to assume the same triadic relation to its Object in which it stands itself to the same Object. ... A Sign is a Representamen with a mental Interpretant."<sup>3</sup> [Peirce 1960/2.274]

"A sign, or *representamen*, is something which stands to somebody for something in some respect or capacity. It addresses somebody, that is, creates in the mind of that person an equivalent sign, or perhaps a more developed sign. That sign which it creates I call the *interpretant* of the first sign. The sign stands for something, its *object*. It stands for that object, not in all respects, but in reference to a sort of idea, which I have sometimes called the *ground* of the representamen."<sup>4</sup> [Peirce 1960/2.228]

Zusammengenommen beschreiben die Definitionen folgendes: ein Zeichen kann nur als ein solches benannt werden, wenn es in der Lage ist, einen Interpretanten für seine Funktion und/oder für etwas anderes, für sein Objekt hervorzurufen. In dieser Relation zu seinem Objektbezug schildert das Zeichen keineswegs jeden Aspekt eines wirklichen Gegenstands. Es gibt bezüglich diesem eine reduzierte Orientierung, indem es im Objektbezug nicht den Gegenstand nochmals präsentiert oder widerspiegelt, sondern ihn in konstruierter Hinsicht *repräsentiert*<sup>5</sup>, vertritt, darstellt und kartographisch schildert. Bilder und Zeichen sind Kartographien, die konstruierte Realitäten einer Welt repräsentieren. Der

<sup>2</sup> Eine kurze, aufschlußreiche Einführung zu Peirce gibt Nagl [vgl. 1992].

<sup>3</sup> "Ein Zeichen oder *Repräsentamen* ist ein Erstes, welches in einer solch wirklichen triadischen Relation zu einem Zweiten steht, das sein *Objekt* genannt wird, um dadurch imstande zu sein, ein Drittes, das sein *Interpretant* genannt wird, dahingehend zu bestimmen, daß dieselbe triadische Relation zu seinem Objekt, in der es selbst zu dem gleichen Objekt steht, vorausgesetzt ist. ... Ein Zeichen ist ein Repräsentamen mit einem geistigen Interpretanten ["Interpreten"]."

<sup>4</sup> "Ein Zeichen oder *Repräsentamen* ist etwas, welches für jemanden in einer gewissen Hinsicht oder Fähigkeit für etwas steht. Es adressiert sich an jemanden, d.h., es erzeugt im Bewußtsein jener Person ein äquivalentes oder vielleicht ein weiter entwickeltes Zeichen. Das Zeichen, welches es erzeugt, nenne ich den *Interpretanten* des ersten Zeichens. Das [erste] Zeichen steht für etwas, sein *Objekt*. Es steht für das Objekt nicht in jeder Hinsicht, sondern in bezug auf eine Art von Idee, die ich manchmal den *Grund* des Repräsentamens genannt habe."

<sup>5</sup> Ich möchte den mittlerweile umstrittenen Begriff des »Repräsentierens« als eine Eigenschaft von Zeichen und Darstellungen beibehalten, obwohl er auf kognitiver und jeder anderen Ebene sicherlich keiner "primitiv-naiven Abbildtheorie" oder tatsächlichen "Abbildung der Außenwelt" entspricht, wie Oeser [vgl. 1988/46] klarstellt. Auf der Bewußtseinssebene meint Repräsentation modifizierte Vorstellung, »eine Art von Idee« und kognitive Konstruktion einer Außenwelt. Auf der Kommunikationsebene meint Repräsentation kommunikative Konstruktion einer Außenwelt, der gegenüber repräsentierende, vertretende "Kartographien" Orientierung bieten, ohne daß in ihnen die präsenste Außenwelt widergespiegelt wäre.

Objektbezug des repräsentierenden Zeichens korrespondiert demzufolge nie mit dem wirklichen Gegenstand; er ist selbst ein vorgestellter Bezug auf diesen. Mit Eco greife ich deshalb später den Objektbezug auch als »kulturelle Einheit« [s.S. 143] auf, weil sich mit ihr verdeutlicht, wie Zeichen auf kulturell erzeugte Merkmale von existenten und in-existenten Gegenständen hinweisen. Das Objekt einer Zeichenrelation kann auch ein anderes Zeichen sein, z.B. ein Wort, ein anderes Bild. Weder Zeichen noch Bilder sind darauf angewiesen, daß ihre Objektbezüge an empirischer oder körperlicher Erfahrung orientiert sind. Auch Bilder präsentieren repräsentierende Objektbezüge, in denen allenfalls alltägliche Wahrnehmungskonstruktionen eines wirklichen Gegenstandes wiedererkannt werden. Zwecks des einfacheren Verstehens von Zeichen gebe ich aber manchmal den Anschein vor, als ob in Bildern stets Objektbezüge wiedererkannt werden, die auch in der Alltagswelt schon einmal als wirkliche Gegenstände gesehen wurden, obwohl dessen Merkmale niemals identisch in bildlichen Kartographien aufzufinden sind. Ebensowenig, das weiß jeder, bezeichnen Bilder stets Gegenstände, die schon einmal irgendeine Existenz hatten.

Im weiteren geht das Zeichen eine Beziehung zum interpretierenden Individuum ein, das während seines Erlebens, Verhaltens oder Denkens den Interpretanten des Zeichens konstituiert. Der Interpretant beschreibt die vom Individuum als Vorstellung und Bedeutung aktualisierte Verbindung des Zeichens mit dessen Objekt. Ein Zeichen ist daher an das Bewußtseinserlebnis eines Interpretanten gebunden, der jene Relationen des Zeichens herstellt. Deshalb steht das Zeichen selbst als Element<sup>6</sup> innerhalb einer Relation, deren zwei andere Komponenten das repräsentierte Objekt und der Interpretant sind [vgl. Greenlee 1973/25]. Für das vollständige Zeichen ist grundlegend, wenn es als ein solches Sinn und Bedeutung erhalten soll, daß es die dreistellige bzw. triadische Relation erfüllt, indem Zeichen, Interpretant und Objektbezug untereinander in drei wechselseitige Beziehungen treten, die der Interpret sich erschließt.

<sup>6</sup> Der Unterschied zwischen Zeichenelement und Zeichenrelation könnte hier schnell überlesen werden. Deshalb sei auf Benteles [vgl. 1984/87-91] Darstellung verwiesen, in der er bei einigen Semiotikern (u.a. M. Bense, E. Walther, K. Oehler) bemängelt, daß sie die gesamte Zeichenrelation zwischen Repräsentanten, Objekt und Interpretant als ein Zeichen benennen. Obwohl die beiden herangezogenen Zitate von Peirce Benteles Einwand, daß das materielle Zeichen ein Element der dreistelligen Relation ist, bestätigen, differenziert Peirce [vgl. 1960/1.540] an anderen Stellen weniger genau, indem er dort die gesamte triadische Relation als ein einziges Zeichen benennt [vgl. Greenlee 1973/44].

In der beschriebenen Semiotik wird die Relation von Zeichen, Objektbezug und Interpretant als ein Dreieck dargestellt [s. Abb. 1]. Das Zeichen steht dort als Zeichenträger, das als materielles Mittel seine Funktion erfüllt. Dieses Zeichensmittel tritt in Beziehung zum zweiten Korrelat, also zum vorgestellten Objekt. Insofern stellt das Zeichen sein Objekt dar, verweist auf dieses, aber ohne tat-

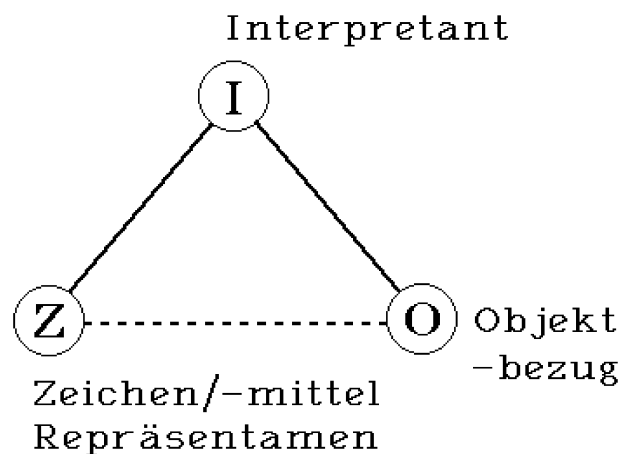


Abb. 1: Zeichen als Element einer Relation

sächlich die Kenntnis des Gegenstandes zu vermitteln. Ausschließlich die direkte körperliche Erfahrung des *wirksamen Gegenstandes* kann - was für die kulturelle Bedeutung von Bildern sehr weittragend wird - eine echte Kenntnis desselben vermitteln [vgl. Peirce 1960/2.231]. Die Wirkung des Zeichens oder sogenannten Repräsentamens ermöglicht es einem Betrachter, daß er - beispielsweise infolge eines Bildes - eine Vorstellung vom Objekt des Zeichens entstehen läßt. Im Blick des Interpreten evoziert hier also das Zeichen einen Interpretanten, woraufhin es als die Bezeichnung eines semantischen Objekts aufgefaßt und in seiner pragmatischen Bedeutungsfunktion aktualisiert wird, um Orientierung gegenüber einem Gegenstand zu bieten. Erst die Idee eines Interpretanten stiftet die Bedeutung eines Zeichens und dessen bezeichnende Beziehung zum Objekt. Die Relation von Zeichen und Objekt ist demzufolge eine Beziehung, die sowohl mit dem Interpretanten erst hergestellt wird als auch voraussetzt, daß das Zeichensmittel sich im Sinn auf ein Objekt bezieht, weshalb diese Relation in der Graphik gestrichelt wurde. Zeichensmittel ohne eine "Reihe von Sinnen" [Eco 1991/92] bezüglich eines Objekts enthalten sich ihrer Bedeutung. Um ein Zeichen in seinem Interpretanten, in seiner Bedeutung zu verstehen, muß man also vorgängig wissen oder zumindest enträtseln, worauf sich der Sinn des Zeichens im Objektbezug bezieht.

Obwohl manchmal Peirce, ebenso wie viele andere Semiotiker, die ganze Zeichenrelation [s.S. 20 Fußn. 6] als ein Zeichen benennt, werde ich zwecks der Deutlichkeit versuchen, daß das Zeichen als materielles Mittel, dessen Objektrelation und dessen Interpretant einer Bedeutung gesondert angesprochen wird. Manchmal kann ich diese Eindeutigkeit nicht durchhalten, weil der Interpretant im Bewußtsein des Menschen als scheinbares Zeichen vorkommt und dort wieder durch einen anderen Interpretanten in seiner Bedeutung interpretierbar wird, wie sich gleich zeigt.

In der Peirceschen [vgl. 1960/2.303] Theorie, die auch Denken als Zeichenvorgang beschreibt, liegt ein zentraler Ausgangspunkt darin, daß sich die Bedeutung eines Zeichens oder eines Gedankens erst infolge eines weiteren Zeichens oder Gedankens näher be-

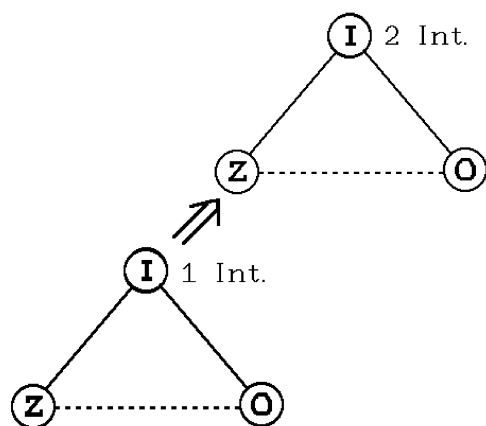


Abb. 2

bestimmen läßt. Zumindest im Zeichenverlauf könnte das Wort »Hund« beispielsweise als »vierbeiniges, kläffendes Säugetier« interpretiert werden, was wiederum als »auf vier Pfoten laufender, nichtmenschlich jaulender Milchdrüsenwarmlüter« erklärbar wäre usw. Wie nebenstehend schematisiert, wird in jener Zeichenabfolge ein Interpretant von einem zweiten Interpretanten als Zeichen (Repräsentamen) aufgefaßt, wodurch ersterer als Zeichen einer Reflexion mit neuem Objektbezug im zweiten Interpretanten interpretiert wird. Diese Zeichenabfolge ließe sich ohne Ende der Semiose, d.h. des Interpretationsgeschehens, fortführen. Im Handlungszwang des Menschen bricht dieser Regreß ad infinitum notwendigerweise ab, obwohl er theoretisch in immer allgemeineren oder scheinbar ursächlicheren Abstraktionsklassen möglich wäre. Das iterative Fortschreiten der Zeicheninterpretation belegt, daß zwar die Bedeutung eines Zeichens in einem Interpretanten verstanden wird, daß aber dieser Interpretant wiederum zum Zeichen wird, sobald die Bedeutung seiner Bedeutung in einem nachfolgenden Interpretanten geklärt werden soll. Und damit begründet sich der "... semiotische Beweis für die prinzipielle Endlosigkeit jedes Interpretationsprozesses ..." [Oehler 1981/26; vgl. Simon 1989/6; Eco 1991/92, 102]. Zeichen bedeuten also erstens nichts anderes als Zeichen und Interpretationen von etwas anderem. Und zweitens kann ihnen entgegen den Theorien von Habermas [vgl. 1971/189; 1988b/29], Mead [vgl. 1988/90ff.] und Morris [vgl. 1973] keine intersubjektiv stabile und endgültige Bedeutungsidentität zugewiesen werden, solange gesellschaftliche "Lebenszeichen" dem definitiven Stillstand entgehen. Dies trifft gleichfalls auf Bilder dann zu, wenn sie ausschließlich als Zeichen behandelt werden, obwohl ihre Materialität zeitweise Vorzeichenhaftes eröffnet. Denn zumindest ganz allgemein leistet die Materialität von körperlich erfahrbaren Gegenständen einen Widerstand, der einem "idealistischen Interpretationsabsolutismus" [Oehler 1994/72] Einhalt gebietet, sobald direkte Erfahrungswirkungen der zeichenhaften Eigenrealität kraß entgegenstehen. Die interpretative Dehnung von Zeichenketten mißglückt daher mitunter beim idealistischen Versuch, sie in

bestimmen läßt. Zumindest im Zeichenverlauf könnte das Wort »Hund« beispielsweise als »vierbeiniges, kläffendes Säugetier« interpretiert werden, was wiederum als »auf vier Pfoten laufender, nichtmenschlich jaulender Milchdrüsenwarmlüter« erklärbar wäre usw. Wie nebenstehend schematisiert, wird in jener Zeichenabfolge ein Interpretant von einem zweiten Interpretanten als Zeichen (Repräsentamen) aufgefaßt, wodurch ersterer als Zeichen

Gegenwart von Dingen ins gummihaft Beliebige zu verformen, obwohl die Dinge selbst in Relativität zur psychischen Konstruktion existieren.

Vor dem Hintergrund der Peirceschen Zeichentheorie formuliert Max Bense [vgl. Walther 1974/131; Bense 1976/26ff; Peirce 1960/5.473], daß das menschliche Bewußtsein stärker von Zeichenwelten als von einer Welt wirksamer Gegenstände geprägt sei. Obwohl ein Individuum sich mit größerer Aufmerksamkeit nach interpretierten Zeichen verhält und in geringerer Aufmerksamkeit zu Gegenständen, wird eine Unterscheidung zwischen diesen beiden Orientierungen doch notwendig, weil Bilder selbst Gegenstände sind, auf denen sich Zeichen befinden. Zwar erscheint im Zeichen mehr als die bare Materialität des Dings für uns, sofern es als solches figuriert, dennoch sind Bilder sowie Zeichenmittel auf Materialität angewiesen. Als Materialität des Zeichenmittels verstehe ich im Zusammenhang mit Bildern sämtliche Gegenstände, Materialien, Farben, Apparate und Instrumente, die der Bildproduktion dienen. Materialität und deren Formen, die als Zeichen- bzw. Bildmittel bezeichnet werden, sind die Basisvoraussetzung jeder Bildkommunikation.

Diese wirklich mit Augen und Körper erfahrbare Materialität nenne ich im weiteren einen **Gegenstand**. Infolgedessen verwende ich den Begriff des semiotischen »Objekts« weiterhin immer dann, wenn mit einem Zeichen auf ein künstliches Objekt oder auf einen realitätskonstruierten Gegenstand in Zeichenwelten Bezug genommen wird. In einer solchen Situation wird unentwegt ein finaler Interpretant des Zeichens gebildet. Der Begriff »Gegenstand« wird sich indessen im folgenden immer mehr dahingehend bestimmen, daß er etwas kennzeichnet, was vom Individuum nicht als triadisches Zeichen interpretiert, sondern faktisch erlebt, empfunden und wirklich gesehen wird. Diese Unterscheidung zwischen Gegenstands- und Zeichenwelt ist für eine soziologische Bildanalyse unumgänglich. Es wäre eine theoretische Schwäche, wenn Sprach- oder Zeichen-Kommunikation die einzigen Brennpunkte sein sollten, die ein Individuum zur Welt aufnimmt. Denn für *visuelle Erfahrungen oder Wahrnehmungen* ist sein Körper "... das Werkzeug all ... [seines] 'Verstehens' überhaupt" [Merleau-Ponty 1966/275 u. hierzu Crespi 1991/112].

Das zeichenrelevante Strukturmerkmal, welches der präsenten Materialität eines Bildgegenstandes eigen ist, gibt sich zu erkennen, sobald ein Bild als Ganzes schon mitrepräsentiert, daß es in seiner Funktion weitere Zeichen repräsentieren wird [vgl. Schönrich 1990/24]. Mit diesem demonstrativen Kommunikationsmerkmal erreicht das Bild den Status eines Zeichens für die Repräsentation von optischen Zeichen. Gesetzt den Fall, daß das zeichentragende Merkmal des Bildes unbekannt wäre, bliebe es für ein Individuum ein flächiger Gegenstand ohne Zeichenrelevanz. In weiterer Reduktion würde der Gegenstand Bild sogar in seinem Gegenstandsdasein unbemerkt bleiben, sofern es dem

Menschen unmöglich wäre, auch nur eine seiner Eigenschaften, z.B. die Farbigkeit oder Härte der Fläche, wahrzunehmen oder zu messen. In Anlehnung an die Kategorien von Peirce muß der Betrachter eines Bildes, die aufgezeigte Abstufung wieder aufbauend, als ein »Erstes« eine optische Eigenschaft sensorisch empfinden, um im »Zweiten« das Bild als einen Gegenstand wahrzunehmen. Erst in einem »Dritten« versteht er die wahrgenommenen Eigenschaften des Gegenstandes als Zeichen für Repräsentation, um damit das Bild in Beziehung zum veranschaulichten Objekt interpretieren zu können, wodurch er ein Bewußtsein von Zeichen erlangt. Das Bewußtsein eines Individuums orientiert sich nur dann mehr an einer Zeichenwelt als an einer Welt der Gegenstände, wenn, wie mit Bense gesagt, immer ein Drittes, also ein verbindender Interpretant konstituiert wurde.

Die Gegenstandswelt dauert in der Wirklichkeit von erfahrbaren und faktischen Gegenständen an, die unabhängig davon existieren, wie sie durch Zeichen dargestellt, interpretiert oder vorgestellt werden. Die innerhalb der theoretischen Semiotik verwendete Differenzierung zwischen Realitätsthematik und Zeichenthematik beleuchtet diese Unterscheidung zwischen der Gegenstandswelt als Problematik der Erkenntnistheorie und Zeichenwelt als Problematik der Zeichenwahrnehmung. Um mit der anstehenden Untersuchung auf die kommunikative Situation von Bildern einzugehen, lasse ich die ontologische Bestimmung des Bildes unbeachtet, da sie aus pragmatischer Weltanschauung bekannt ist. Bilder sind für den Betrachter unbefragt vorhanden. Zu beachten bleibt, daß für den Wahrnehmenden der Bildgegenstand einer der Kontakt-Erfahrung sein muß, damit er als Träger von Zeichen fungieren kann. Deshalb kann die Bildbetrachtung dort mehr ein Phänomen der Zeichenwelt als eines der Gegenstandswelt sein, wo die ontologische Entität des bezeichneten bzw. des veranschaulichten Sachverhalts für die kulturelle Bedeutung von Bildern keine Rolle spielt. Insofern wird der Übergang von einer seinsthematischen zu einer zeichenthematischen Auffassung des Bewußtseins reduktiv abgewendet, indem die ontologische Realität veranschaulichter Gegenstände weitgehend unberücksichtigt bleibt [vgl. zur Realitätsthematik Bense 1976; Bense 1979].

#### d) Erstheit, Zweitheit, Drittheit

Eine Untersuchung der Wahrnehmungs- und Kommunikationssituation von Bildern kommt an der zeichenthematischen Auffassung des Bewußtseins nicht vorbei. Im Bewußtsein des Individuums laufen alle Stränge der Bildgegebenheiten zusammen. Die zeichenthematische Auffassung des Bewußtseins baut auf drei ("universalen") Kategorien auf, die

implizit in der Triade: Zeichen (Zeichenmittel), Objektbezug und Interpretant vorausgesetzt wurden. Ein Zeichen als Ausdrucksmittel wurde als ein Erstes bezeichnet, welches auf ein Zweites, das Objekt, hinweist und in einem Dritten seinen Interpretanten findet. Diese Stufenfolge basiert auf den Peirceschen Kategorien Erstheit, Zweitheit und Drittheit, die im folgenden erklärt und für alle weiteren Untersuchung fundamental sein werden.

Erstheit bezeichnet die Kategorie eines einstelligen Seins, das selbständig für sich allein existiert, das weder auf etwas verweist noch hinter etwas anderem steht; z.B. die Qualität (das Gelbliche) der gelben Farbe an sich, die unabhängig davon vorausgesetzt wird, ob sie wahrgenommen wird oder nicht. Mit der Erstheit beschreibt Peirce [vgl. 1960/1.302, 1.1365, 1.531] auch die Kategorie eines Unmittelbaren, das unanalysiert zu einem Gefühl oder einer Empfindung führt, welche beide noch unverwirklichte Möglichkeiten in der Qualität beinhalten. Die Erstheit von unverwirklichten *Möglichkeiten* (Freiheiten) benennt die qualitativen Eigenschaften, die bei visuellen Zeichen als Mittel empfunden werden. Unter dem Aspekt des Bildes werden als Zeichenmittel alle Gegenstände, Dinge, Farben und visuellen Ereignisse aufgefaßt, soweit sie dem Betrachterauge allein *potentiell* visuelle Empfindung ermöglichen. Diese Möglichkeitsbedingungen der visuellen Empfindung einerseits und der *Qualität* von Farbe und Form andererseits beschreiben die beiden Pole, die die Erstheit von potentiellen Bildqualitäten betreffen.

Die absolute Qualität beinhaltet eine Problematik. Sie charakterisiert als solche kein pragmatisch verwendbares Zeichenmittel, sondern kennzeichnet von diesem nur seine abstrakte Möglichkeit und Potentialität. Denn ein Individuum erlangt optische Empfindungen von *Qualitäten* allein der Möglichkeit nach, weil es unfähig ist, in einer undissoziierten Erstheit irgendeine Differenz zu erfahren. Insofern hinterläßt die visuelle Empfindung als der Stift auf dem Blatt des Bewußtseins seine unsichtbaren Erregungszustände [vgl. Peirce 1986/109]. Ein Bewußtsein von kommunikationsdienlichen Zeichenmitteln, dem wir optischen Informationsgewinn zuschreiben, verwirklicht sich erst in der Wahrnehmung von Differenzen auf der nächst höheren Stufe der Zweitheit [vgl. Peirce 1983/56; Luhmann 1987/13]. Empfindungen und Qualitäten können demnach nicht als Wahrnehmung gelten, da wir in verwirklichter Wahrnehmung von Rot und Grün auf bereits empfundene Qualitäten oder Eigenschaften abstraktiv schließen. Dies betonen Peirce [vgl. 1960/1.422] sowie Merleau-Ponty [vgl. 1966/22] ausdrücklich, wenn sie Qualitäten nicht den Status von Bewußtseins-elementen zuschreiben, sondern sie als rein abstrakte Potentialität von möglichen Eigenschaften eines Gegenstandes beschreiben. Insofern beschreibt der Begriff »Qualität« die abstrakte Voraussetzung, daß diverse Möglichkeiten



dafür bestehen, wie wir Bildmittel wahrnehmen und bildliche Materialorganisationen für Informationsvermittlungen produzieren.

Definitionsexkurs: visuelle Empfindung oder Wahrnehmung?

Von visueller Empfindung läßt sich sprechen, wenn eine überschwellige Reizenergie eine Antwort im sensorischen Apparat des Auges verursacht. Sobald dieser Empfindungszusammenhang gemäß der individuellen Struktur des kognitiven "Apparats" zur Gestalt gegliedert ist, kommt es zum Bewußtsein einer visuellen Wahrnehmung. Ein Individuum kann demnach visuelle Empfindungen [Erstheit] erlangen, ohne daß es etwas wahrgenommen [Zweitheit] hätte oder auf etwas aufmerksam geworden wäre. Ein weiterer Aspekt liegt darin, daß Wahrnehmung im beschriebenen Sinne immer auch mit der unmittelbaren Überzeugung der augenblicklichen Existenz eines Objekts verbunden ist. Mit einem Satz: *Wahrnehmung ist differenzierte Empfindung*. Visuelle Empfindungen lassen sich demnach nicht sehen, sondern nur Differenzierungen sind wahrnehmbar [s.S. 93ff.].

Peirce beschreibt hier die Kategorie der Zweitheit oder Wirklichkeit als eine Erfahrung, die aus der Unterscheidung zwischen zwei Situationen *qualitativer Empfindung* resultiert [vgl. Pape 1989/175]. Zweitheit meint hier keine Vorstellung oder Idee, das wäre Drittheit, sondern die Aktualität der körperlichen Erfahrung eines Gegenstandes. "Zweitheit gibt es nur, während es sie aktual gibt. Dasselbe kann niemals zweimal passieren" [Peirce 1983/56]. Die Aktualität der Erfahrung involviert für Peirce das, was er und auch jeder andere ganz pragmatisch als alltägliche *Existenz* des Gegenstandes erleben. Insofern schichtet sich aus den möglichen Qualitäten in der Erstheit der Gegenstand für das *Subjekt* dahingehend auf, daß diesem in der Zweitheit der Gegenstand als eine körperliche Erfahrung von Unterschieden widerfährt. Das Individuum erzeugt also *Informationen* über einen Gegenstand, indem es Unterschiede der Form/Farbe in der Materialität des Bildes wahrnimmt. So kann die Möglichkeit der Qualität »Härte einer Wand« unbemerkt bleiben; läuft man jedoch dagegen, wird die Qualität »Härte« in unsere Erfahrung von deren *Existenz* einfließen. Zur Zweitheit gehören daher Erfahrungen, die innerhalb spezifischer Raum-Zeit-Koordinaten reaktiv erfolgen und die infolge individueller Differenzerlebnisse eine Wirklichkeit erzeugen. Diese visuell wahrgenommene *Wirklichkeit* schreibt die Kategorie Zweitheit dem Subjekt als unwiederholbare Erfahrung zu, weil der Gegenstand Bild sich für das Subjekt jeweils aktual aus vorab unüberblickbaren Möglichkeiten der Erstheit ereignet. Die subjektive Erfahrung in der Zweitheit gehört damit nicht zur Welt der

Zeichen, "... sondern es ist eine Grenze der Welt" [Wittgenstein 1990/Nr. 5.632]. Dies meint, daß das Subjekt zwar private Erfahrungen macht, diese aber grundsätzlich nicht in kommunizierbare Zeichen und Bilderwelten gleichwertig überführen kann.

Der Begriff des *Subjekts* kennzeichnet die Erfahrung, die zwar vermöge dessen Bewußtseins erlebt wird, aber noch nicht im intentionalen Denken reflektiert wurde. Erfahrung ist vielmehr das, was das Denken in Zeichen überraschen kann. Die Erwartung einer vertrauten Erfahrung, die sich ein Individuum erdenkt, besteht nach Peirce in der inneren Welt, welche sein Ego ausmacht. Die äußere Welt liegt im Non-Ego einer direkten Erfahrung von Gegenständen [vgl. Peirce 1967 II/285, 319; Karger 1981/150]. Der Unterschied zwischen Non-Ego und Ego liegt darin, daß im Ego eine direkte Erfahrung nicht realitätsgemäß in Zeichen und Bildern vorgestellt werden kann, woraufhin die Wahrnehmungsinhalte der Erfahrung das Ego überraschen. Denn "nur unter Bezugnahme auf Nicht-Identität ist es möglich, die wesensbestimmende Ambivalenz zu erfassen, die für die Beziehung zwischen Subjekt und symbolischer [Zeichen-]Ordnung charakteristisch ist" [Crespi 1991/114]. Mit dieser Unterscheidung wird betont, daß sich einerseits die Identität (Ego) von kulturellen Sozialisationsmedien ableitet, daß sich aber andererseits individuelle Erfahrungen nicht bruchlos in sozialen Zeichen und Bilderwelten wiederfinden. Aus diesem Grund erfüllen Bilder eine Funktion, die das Ego mit optischen Konzepten über die Welt benachrichtigt, obwohl sich die kommunikativen Entwürfe nicht mit der Non-Ego-Erfahrung einer realen Welt decken müssen. Das wirksam *Reale* überrascht das zeichenhaft Veranschaulichte oder Gedachte.

Beispielsweise teilen Massenmedien Bildkonzepte mit, aus denen sich oft unzutreffende Vorstellungen herleiten, die sicherlich die Migrationsbewegungen von Ost nach West bzw. Süd nach Nord und die die Tourismusbewegungen in Gegenrichtung partiell provozieren und lotsen. Ein Europäer hat beispielsweise Fotografien und Filme über die indische Stadt Neu-Delhi gesehen und möchte nun das unverdorben Land der Maharadschas, der duftenden Gewürze und leuchtenden Seide besuchen; er vermutet zwar eine chaotisch anmutende Lebenspraxis der Menschen in diesem Land, dennoch wird er aufgrund unzureichender Vorstellungskraft einen Kulturschock erfahren, wenn er auf dem Markt von Neu-Delhi inmitten eines gewaltigen Menschenknäuels bei 45°C im strömenden Regen neben einer anhänglichen Kuh stehend eigentlich nur ein Brot kaufen möchte, wobei aus dem Hintergrund zwei Fahrradrickschafahrer unablässig ihre Hilfe lautstark anbieten, indessen der vom tüchtigen Brotverkäufer längst herbeigerufene Freund an den Taschen zupft, um sie in sein rasselndes Taxi zu verfrachten. Ein weniger drastisches, aber ähnliches Szenario läßt sich im übrigen erfahren, wenn man statt Fotografien von Gemäl-

den die Gemälde direkt ansieht. In allen Vorfällen ist es die äußere Welt des Non-Ego, welche die innere Welt der Vorstellungen und Erwartungen eines besseren belehrt. Die Gedanken des Ego sind außerstande, den realen Erfahrungen vorzugreifen, weshalb das Ego in der primären Wirklichkeitserfahrung überrascht bleibt. Abstrakter formuliert, *entsteht* die Erfahrung von Gegenständen in der Zweitheit als eine erste Differenzwahrnehmung ohne Denken, Vorstellungen und Zeichen. Gleichfalls können Bilder in der Wirksamkeit ihrer Gegenständlichkeit bewußt erfahren werden und ein Ego (z.B. im Kino) überraschen.

Drittheit charakterisiert die eigentliche Kategorie der Zeichen, des reflexiven Denkens vermittelt Zeichen und der Kommunikation durch Zeichen. Sie kommt als Realitätskonstruktion überall dort vor, wo ein Erstes mit einem Zweiten in einer Relation zum vollständigen Zeichen verbunden wird. Das Sein der Relation in der Drittheit besteht nach Peirce [vgl. 1960/1.342; 1983/57] darin, eine Zweitheit zu differenzieren, also zu unterscheiden und zu bezeichnen. Diese abstrakte Beschreibung verfremdet den im gewissen Sinne einfachen Vorgang, daß zum Beispiel das gedachte Wort Eisen in seiner Bedeutung die Relation zwischen dem Gegenstand Eisen und der Qualität seiner Härte herstellt, also Gegenstand und differenzierte Eigenschaft im Begriff bezeichnet und in Beziehung setzt. Die Drittheit umschreibt grob die Weltkonstruktionen des Ego, in der Denken, Vorstellung, Erkenntnis, Regelmäßigkeit, Gesetzmäßigkeit und Repräsentation aufgehoben sind, wie beispielsweise das Denken des Begriffs Eisen gezeigt hat. Als Form der Drittheit ereignet sich Denken als relationaler Faktor einer Erkenntnis in verbalen Begriffen, individuell motivierten Vorstellungen, Bildern und interpretierten Zeichen, also Interpretanten. Insofern involviert jedes vorstellend Geistige Drittheit, da hier eine Wahrnehmung aus einer Empfindungsqualität differenziert und mit einem realitätskonstituierenden Zeichen belegt wurde [vgl. Peirce 1985/149]. Zeichen reduzieren demzufolge die Komplexität der Wahrnehmungswelt auf kommunizierbare Merkmale, so wie manchmal kinematographische oder fotografische Bildzeichen von der wirksamen Wahrnehmungswelt einige unterschiedene Aspekte kartographieren. Ohne Realitätskonstruktionen in der Drittheit wäre eine Reduktion auf kommunizierbare Zeichen verhindert. Folglich gilt für das reflexive Ego "..., daß ohne bestimmte Identität Bewußtsein nicht zu denken wäre" [Crespi 1991/118].

Reflexive Identität erreichen Individuen teils über individuell motivierte Vorstellung und vorrangig über *verallgemeinerte Vorstellungen* der kommunizierten Zeichenwelten ihrer Kultur. Was aber nicht zum Ausdruck bringt, daß Denken bzw. Vorstellen "... einfach ein nach innen verlegtes oder implizites Gespräch des Einzelnen ..." [Mead 1988/86, vgl. 222]

wäre, wie Mead in der Annahme von zwei Ich-Instanzen meinte. Ein Individuum verfügt in seinem Denken nicht über zwei Ich-Instanzen, die eine Lüge im inneren Dialog so adressieren können, daß eine bewußte Instanz wissentlich eine Falschaussage kommuniziert, die die andere als symbolisierte Wahrheit bewußt annimmt, ohne selbst etwas von der Lüge zu wissen [Zur Lüge vgl. Ekman 1989]. Ein wirksam Unbewußtes kann zwar das Bewußtsein und die bewußte Selbstbeschreibung täuschen, aber dies wäre kein inneres Gespräch, das sich im Zeichengebrauch durch die Möglichkeit der *bewußten* Falschaussage bedingt. Etwas, mit dem man nicht lügen kann, ist kein Zeichen; man kann mit ihm weder eine Lüge noch eine Wahrheit darstellen: "man kann es überhaupt nicht verwenden, um »etwas zu sagen«" [Eco 1991/26]. Wenn ein Individuum sich in seinem Denken nicht bewußt *und gleichzeitig unbemerkt* belügen kann, dann kann es auch nicht innerlich so mit sich selbst reden, wie zwei Individuen; es stellt sich das allenfalls in Unkenntnis der Lüge, d.h. der Täuschung, so vor. Kommunikation mittels Zeichen bleibt vom Denken infolge der Zeichen unterschieden. Und dennoch sind kommunizierbare Zeichen von gedachten "Fiktionen (Vorstellungen) geprägt" [Derrida 1979/111] bzw. überführen Zeichen und "Sprache ... soziale in psychische Komplexität" [Luhmann 1987/368] und umgekehrt. Diese "Interpenetration" [Luhmann 1987/558, 566] zwischen Kommunikations- und Bewußtseinsleistungen räumt Luhmann trotz seiner Kritik an Mead und der Vorstellung eines inneren Dialogs ein, obwohl er den Zeichengebrauch mit Derridas Analyse des Husserlschen Zeichenbegriffs als pure Ausdrucksfunktion begründet. Vorstellungen sind demnach keine gegenständlichen und kommunikativen Bilder, sondern jene werden von diesen beschrieben. Allerdings nähern sich Bilder und Zeichen manchmal jenen Vorstellungen an, wenn sie dem Weltmodell eines vorstellenden Ego entgegen kommen [vgl. Wittgenstein 1990/235(301.), 255(367.)].

Zusammengefaßt sollen mit Drittheit die erörterten Situationen beschrieben sein, die sowohl das denkende Ego als auch seine kommunikativen Äußerungen mittels Zeichen kategorisieren. Zeichen können aus konzeptualisiertem Denken oder spontanen Reaktionen hervorgehen, sie müssen jedoch stets aus der Drittheit als Zeichen der Kommunikation erdeutet werden, um als solche zu fungieren. Gegenstände der ausschließlichen Wahrnehmung [Zweitheit] sind keine Zeichen; sie sind allenfalls Wahrnehmungs-Täuschungen. Wenn also Zweitheit die Kategorie des vorkommunikativen Subjekts und der Non-Ego-Erfahrung umgrenzt, dann folgt daraus für kommunizierte Zeichen und das reflektierende Ego: "Kommunikation [von Zeichen] ist die Verdrängung des Subjekts" [Schulte 1993/111].

Die Drittheit spielt für die kulturelle Bedeutung von Bildern eine tragende Rolle. In ihrer Kategorie figurieren Bilder als intentionale Konzeptionen einer optisch zugänglichen Erfahrungsdarstellung, die den kulturbedingten Zugang des Individuums zu seiner Welt in visualisierten Zeichen (Bildern) dokumentiert. Nämlich erst in der Drittheit kann ein Zeichen erklärt, erstellt bzw. *semiotisiert* werden. Zur Geltung bringt ein Individuum das Zeichen, sobald es mit dessen Interpretanten die Relation zum Objekt vervollständigt hat. Ein Zeichen ohne Relationierung, ohne Bezug zum Interpreten wäre zwar ein Zeichen, aber es wäre keines, welches durch einen Menschen als solches interpretiert wäre. Kein Zeichen entsteht unabhängig von seinem Interpreten, der über den Interpretanten verfügt oder bei dem er ausgelöst wird. Trotzdem sucht der Interpretant die Gültigkeit des Zeichens zu sichern, auch wenn der Interpret sich woanders aufhält. Ohne Drittheit, ohne einen Zeichen setzenden Menschen könnte das kulturelle Zeichen (z.B. das Bild) zwar nicht entstehen, jedoch bleibt es bestehen, sogar wenn es mit der menschlichen Existenz vorbei ist. Diese Beständigkeit intendierte vermutlich die NASA, als sie ein Bild auf Nimmerwiedersehen in den Weltraum schoß.

Bentele und Bystrina [vgl. 1978/26f.] verweisen darauf, daß Walther [vgl. 1974/48] eine aufgefundene Tafel unrichtigerweise nicht als Träger von Zeichen auffaßt, wenn kein Mensch den Zeichenkomplex auf der Tafel entziffern kann. Mit einer solchen von Walther eingenommenen Haltung wären nur wenige Kunstwerke, steinzeitliche Tontafeln oder jene besagte NASA-Tafel noch Zeichenträger, weil für ihre Zeichenkomplexe selten vollständige Interpretanten gefunden werden. Insbesondere bei Kunstwerken liegt ein ausgeprägter Sinn darin, daß sie die *Möglichkeit oder spontane Freiheit* bieten oder es schaffen wollen, die dargestellten Zeichen für Erfahrungen und Interpretationen offenzuhalten. Gerade ein unverstandenes Zeichen erweckt die Frage, wie es zu verstehen sei. Mit dieser Frage ist das Zeichen in seiner Zeichenfunktion interpretiert, obwohl möglicherweise unverstanden bleibt, wie dessen weitere, kommunikative Bedeutung zu interpretieren sei. Im Anschluß an Josef Simon [vgl. 1989/39] bedeutet ein Zeichen das, was wir von dem Zeichen verstehen, auch wenn wir nur verstehen, daß es ein Zeichen ist. Von einer vollständigen Zeichenrelation läßt sich sprechen, wenn die Materialorganisation des Ausdrucks- oder Zeichenmittels [Erstheit] ein Objekt [Zweitheit] so darstellt, daß sie von jemandem in dieser Folge interpretiert werden kann und damit Zeichenbedeutung [Drittheit] erlangt. Dies gilt überdies, sobald das unverstandene Zeichen als Zeichen erkannt ist, obwohl das Zeichen in diesem Fall nur seine Funktion im Objektbezug repräsentiert. Auch ein Interpretationsversuch eines unbekanntes Zeichens verläuft in der triadischen Relation, indem jedes korrekt oder inkorrekt interpretierte Zeichen ein Phänomen der Drittheit

bleibt, welches das Denken des Individuums involviert [vgl. Peirce 1960/2.274]. Mit dieser pragmatischen Wendung zeigt Peirce, warum nicht das Zeichen als Mittel seine Bedeutung erlangt, sondern erst in der Zeichenrelation von Zeichen <-> Objektbezug <-> Interpretant in seiner Bedeutung interpretiert wird. Denken vollzieht sich demnach in einem Dritten der interpretierten und eventuell verstandenen Zeichen. So gewendet werden Bilder bzw. Zeichen sowie deren Objekt- und Interpretantenbezüge im Gebrauch von Individuen bestimmt. Es waltet deshalb absolut keine Garantie und Notwendigkeit, welche die Gültigkeit der triadischen Zeichenrelation bis in alle Zukunft gewährleistet. Die mannigfaltigen Bildinterpretationen von Kunsthistorikern bekräftigen, daß Bilder (Zeichen) einen interpretativen Möglichkeitsüberschuß aufweisen. Historiker können immer wieder anderes verstehen und interpretieren. Infolgedessen kommen Interpretationen (Interpretanten) selbst zeitlich zustande, gleichwohl der erfahrbare Gegenstand »Bild« (Zeichenmaterial in seiner Zweitheit) gegen Zeitlichkeit und Interpretationen resistenter auftritt [vgl. zu "zeitlich" Simon 1989/178; Luhmann 1992a/187f.].

Unter dem Gesichtspunkt der semiotischen Definition, welche eine logische und ontologische Bestimmung unberücksichtigt läßt, gehören Denken und Drittheit zur Klasse der Notwendigkeit [vgl. Bense 1976/48]. Mit Notwendigkeit ist zwar auch ein kommunikativer Code, eine erwartbare Gesetzmäßigkeit von Zeichen mitgemeint, aber entscheidend ist für sie, daß sie ein anschließbares Weitermachen impliziert, welches das Ende von Kommunikation gerade verhindern will. Aufhören wäre dann "... Zufall, und Weitermachen ist deshalb Notwendigkeit" [Luhmann 1987/396]. Insofern die repräsentative Kraft mancher Zeichen einem inhärenten - wenn auch zeitlichen - Code unterliegt, zeigt sich in diesem Sinne die Drittheit als Notwendigkeit einer anschlussfähigen Fortsetzbarkeit. Beispielsweise hängt die Sprache von einer solch inhärenten Gesetzmäßigkeit aus Gründen der Notwendigkeit ab. Jedoch tritt desgleichen die repräsentative Kraft eines Stuhlfotos als eine Notwendigkeit auf, bei der sich kommunikatives Weiterführen selten zufällig ereignet. Nahezu nie tritt der Zufall ein, daß ein Betrachter, der unserer Kultur angehört, die optischen Eigenschaften jenes Stuhlfotos nicht als Hinweis auf die kommunikative Realität dieses Objekts interpretiert, sofern er die repräsentative Kraft des Bildes und die diesem eigene optische Gesetzmäßigkeit (Notwendigkeit) als Zeichen versteht.

Um abschließend den Überblick zu gewährleisten, stelle ich die bisher verwendeten Begriffe entsprechend der Kategorien wie folgt dar:

Erstheit:	(Sinnes- oder Gefühls-) Empfindung	Qualität	Eigenschaft	Möglichkeit
Zweitheit:	Wahrnehmung <sup>7</sup> in der Erfahrung/ Aktion/Reaktion	Aktion/Reaktion auf Präsenz	Gegenstand »Objekt«	Wirklichkeit Existenz
Drittheit:	Denken/Vorstellen Zeichen/Zeichen- <i>Interpretation</i>	Repräsentation Darstellung Kartographie	Relation (Beziehung) Zeichen	<i>Realität</i> Konstruktion Notwendigkeit Regel, Code

[In Anlehnung an die Tafel von Walther 1974/46]

Gewiß müssen die Kategorien als durchlässige Einteilungen verstanden werden. Sie kommen als Wirklichkeit in Form von Vorstellungen [Drittheit] über die Wirklichkeit vor. Was läßt sich mit ihnen hinsichtlich Bildern wiedergeben? Wie jeder empfinden, erfahren und denken kann, finden sich alle drei Kategorien in Bildern wieder. Die *Semiotisierung* baut sich wie folgt auf: in der Erstheit empfindet der Betrachter eines Bildes eine Farbe oder Form, eine Qualität also. Die Qualität bietet ihm die Möglichkeit, ein Bild wahrzunehmen und zu erfahren [Zweitheit]. Somit kommt eine Reaktion hinzu, die ihn das Bild als wahrgenommenen Gegenstand erfahren läßt. Bis zum Ereignis der Reaktion spielt sich eigentlich alles so ab, als ob das Bild ein Gegenstand der Natur wäre. Wie aber bekannt ist, stellt der Bildgegenstand ein kulturelles Zeichen dar. Es gibt sich als ein durch Drittheit entstandenes Zeichen zu erkennen, welches Momente der Zweit- und Erstheit in sich trägt. Drittheit ist auch nach Peirce [vgl. 1973/135] nichts anderes als ein Synonym für Repräsentation. Das Bild repräsentiert sich als Zeichen für die Repräsentation von Zeichen einer visualisierten Vorstellung eines Malers beispielsweise. Sofern der Maler alle Zeichen auf diesem Bild eigenständig gesetzt hat, muß er über ein Zeichenrepertoire verfügen, welches Zeichen der Erst-, Zweit- und Drittheit beinhaltet. Desgleichen verfügt der Betrachter über ein solches Repertoire, wenn er das Bild in allen Kategorien nachvollziehen will. Sofern im Idealfall<sup>8</sup> der gemalten Bilder jeder Schritt der Bildgestaltung durch

<sup>7</sup> Bei Walther steht Wahrnehmung in der Erstheit. Diese Darstellung ist aus wahrnehmungspsychologischer Sicht unrichtig, weil Wahrnehmung bereits die Widerständigkeit einer Gegenstandsexistenz beinhaltet und auf der anderen Seite die Differenz von *zwei* Empfindungen bemerkt wird, welches bereits eine Erfahrung darstellt [vgl. Walther 1974/45; Stadler 1975/23]. Wie die fundierte Analyse der Peirceschen Philosophie von Pape aufzeigt, ergibt sich die Wahrnehmung "... nicht nur durch die Formung von Empfindungsqualitäten, sondern durch den dyadischen Charakter dieser »Reaktion« selbst" [Pape 1989/191]. Aus diesem Grund sind die Wahrnehmungsurteile von Zweitheit begleitet.

<sup>8</sup> Auf jeden Fall gibt es hier reichlich Ausnahmen, wie beispielsweise die expressive Malerei oder die

das Bewußtsein des Bildproduzenten gelaufen ist, gibt "... es kein Zeichen ..., dessen sich das Denken nicht bedient" [Keiner 1978/68]. Daher liegen Zeichen sowie die Kategorien in der Natur des Geistes begründet. Peirce behauptet somit aus gutem Grund:

"Die Idee von Zweitheit und Erstheit wird nicht nur von Drittheit vorausgesetzt und involviert, sondern es wird nie möglich sein, irgendeine Zweitheit oder Erstheit in dem Phänomen zu finden, die nicht von Drittheit begleitet wird." [Peirce 1973/123]

Eine eingehende Untersuchung dieser Auffassung wäre an dieser Stelle verfrüht, jedoch verdeutlicht sie, daß ein »Finden« von darstellenden Zeichen allein in der Drittheit möglich ist. In gewisser Weise läßt sich deshalb jene Auffassung auch mit der übermütigen Picassos vergleichen, der sagte: "Ich suche nicht, ich finde." Beide Sätze implizieren, daß das zeichenkonstituierende Bewußtsein des Menschen selbst als eine Drittheit vorkommt. Im Sinne der Erst-, Zweit- und Drittheit reagieren Individuen auf Gegenstände und versuchen, diese Reaktion in unterschiedlichen Zeichen der Drittheit darzustellen oder zu begreifen. Ausgehend von der Empfindung [Erstheit] hat ein Künstler beispielsweise ein Perzept, das er im Wahrnehmungsurteil [Zweitheit] als sinnliche Erfahrung anerkennt. Dennoch malt der Künstler nicht das, was er gesehen hat, sondern das, was er innerhalb seines Denkens als die adäquate Beschreibung des Gesehenen im weitesten Sinne betrachtet. Insofern findet und bildet der Künstler eine "... Theorie dessen, was gesehen werden *sollte*" [Peirce 1973/41]. Ähnliches vollzieht sich in der Repräsentation einer Erfahrung und eines Gedankens. Eine Erfahrung oder ein Gedanke wird mittels eines Zeichens so dargestellt, wie der Künstler die Erfahrung oder den Gedanken selbst in bewußter Erinnerung konzeptualisieren kann. Repräsentationale Darstellung setzt demnach grundsätzlich Drittheit von Zeichen voraus.

Werden die abstrakten Kategorien nochmals zueinander in Beziehung gebracht, entstehen folgende Verbindungen. Nicht jede Erfahrung und jede visuelle Empfindung muß gleich von einem Denken in der Drittheit begleitet werden. Eine visuelle Empfindung kann ganz unabhängig bestehen. Sie wird jedoch, und dies wird sich klären, in der Erfahrung und im Denken unbemerkt bleiben. Körperliche Erfahrung setzt eine visuelle oder sensuelle Empfindung voraus, sie wird aber nicht notwendig vom einem Denken begleitet. Ein Gedanke kann zwar unabhängig von einer Erfahrung und einer Empfindung entstehen, doch erst dann, wenn ein Individuum *jemals* vorher eine Empfindung hatte und daraufhin zur Erfahrung oder Wahrnehmung kam.

Für die weitere Untersuchung der kommunikativen Situation, in der Bilder wahrgenommen und produziert werden, ergaben sich bisher folgende Ergebnisse:

    fotografische und elektronische Bildherstellung dokumentiert.



- Bildgegenstände können von einem Rezipienten in der Erstheit von Qualitäten visuell empfunden werden.
- Bildgegenstände bewirken in der Zweitheit eine körperliche Reaktion oder Erfahrung, die das Wahrnehmungsbewußtsein des Rezipienten einschließt, ohne daß er ein Zeichen notwendig registriert haben muß.
- In der Drittheit sind Bilder von dem Rezipienten in ihrem gedanklichen Inhalt der *Zeichen* erfaßbar und erzeugen Vorstellungen/Interpretanten von »etwas anderem«, etwas Realem oder Unrealem in kartographischen Darstellungen.
- Sofern Bilder selbst durch Drittheit entstandene Zeichen sind, muß der Bildproduzent über ein Repertoire an Zeichen verfügen, das ihm gestattet, eine Erfahrung visualisiert in Zeichen darzustellen.
- Zeichen sind nicht unabhängig von Drittheit durch einen Interpreten zu setzen, da sie nur in der dreistelligen Relation als solche fungieren können. Potentiell kann alles zum Zeichen(-Mittel) werden, wenn ein Interpret, also der Betrachter, irgendeine Relation zwischen Zeichen, Objektbezug und Interpretant herstellt.

Die drei Kategorien treffen zwar deutliche Unterscheidungen zwischen einzelnen Phänomenen der Wahrnehmung und des Verhaltens zu Zeichen, dennoch klären sie nicht, ob sie durch die Wahrnehmungspsychologie begründet werden können. Eine solche Untersuchung wird nach der Einführung der Zeichen geleistet werden. Von großer Tragweite ist die Wahrnehmungspsychologie, weil Betrachter ohne visuelle Wahrnehmung keine Reaktion auf Bilder zeigen könnten. Daß eine solche Reaktion partiell von einer kulturgeprägten Perzeption geleitet wird, soll dann begründet werden. Schwieriger, aber auch schwerwiegender wird die Darlegung sein, warum selbst der Bildproduzent und Künstler diese kulturgeprägten Perzeptionen reproduziert. Um diese Thesen zu begründen, müssen die Zeichen differenziert werden. Bei einer dreistelligen Relation bringt dies ein komplexes Verfahren mit sich, aber die angestrebten Differenzierungen sind genauer als die der Theorien, die Zeichen einzig nach Signifikant und Signifikat unterscheiden können.

## 1.2. Wie stellen Zeichen in Bildern »etwas« dar?

Eine Reihe von Theorien analysiert Bilder in Analogieschlüssen zur verbalen Sprache, z.B. Wedever [vgl. 1985] "Zur Sprachlichkeit von Bildern". In solchen Theorien heißt es, wie sogar auch Eco [vgl. 1972/236] schrieb, "... daß eine Photographie bereits einer langen

Reihe von Worten entspricht ..." [Bitomsky 1973/149]. Genaugenommen meinen diese nomenklatorischen Theoretiker, die häufig die französische Semiologie saussurescher Prägung (vage) beerben, daß die Gegenstände oder Dinge der Welt in einer langen Reihe von Worten sprechen. Solch linguistische Erklärungen, die Bilderwelten in Sprache transformieren und dann diese Transformationen untersuchen, sagen selbstredend wenig über bildliche Zeichen aus. Für die weitere Untersuchung von Bildern ist z.B. Friedrich zu widersprechen, daß keineswegs alle Semiotiker vor und nach Saussure "... vom logischen System der Sprache aus[-gehen], um andere Zeichensysteme zu analysieren" [Friedrich 1994/26]. Weder ist Sprache ein System, ein erwartbar vorgeordnetes Ganzes, noch ist sie eine komplett aussagenlogische Ausdrucksweise, noch ist davon auszugehen, daß überhaupt die meisten "... *Kommunikationserscheinungen mit den Kategorien der Linguistik erklärt werden können*" [Eco 1972/197]. Bilder figurieren für etwas anderes weder als Sprache noch als System [s.S. 77, 350, 321 Fußn. 111]. Im Unterschied zur verbalen Sprache, bei der durchaus Unsystematisches (z.B. Worte, Gesten, individuelle Darstellungsstile, Fehler) sowohl Sinn wie auch kommunikative Bedeutung erhält, wurzeln wesentliche Merkmale von Bildern innerhalb der Möglichkeiten und Qualitäten der Mittel, also in der unabhängigeren Wahl und augenscheinlichen Ähnlichkeit der materiellen Gestaltung. Diese materielle Umsetzung beschreibt eine Theorie allgemeiner Zeichen adäquater, als unzutreffende Analogien zur verbalen Sprache und zu Systemen es vermögen.

Beispielsweise konkretisieren Verbalisierungen eine sinnliche Wiedererkennbarkeit ausnahmslos onomatopoetisch, also lautmalerisch. Wenn ein Bild einen Hund zeigt, der an einem Hahn vorbei geht, könnte dies in Lautmalerei übertragen heißen: wau wau tip tap tip kikeriki. Diese Transformation wäre aber schon stark symbolisch konventionalisiert, indessen Bilder weniger generalisierte Formen verwenden. Eine auf die konkrete Situation bezogene, halbkonventionelle Onomatopöie kommt recht selten vor; sie könnte z.B. lauten: waha waha tabab tabab kokruikrui. Eine nichtkonventionalisierte Onomatopöie wäre vorhanden, wenn ein Hörer meint, er hätte draußen auf der Straße seinen eigenen Hahn gehört, obwohl er simuliert wurde. Bei dieser Situation würde wahrscheinlich kaum jemand behaupten wollen, es wäre eine Sprache im alltäglichen Sinne gesprochen worden. Und gerade Bilder zeigen manchmal in ihrer Ähnlichkeitsbeziehung zum Gegenstand gerade jene zuletzt genannte Situation. Sie beziehen sich vielfach ganz konkret auf ein situatives und einzelnes Objekt, welches sie manchmal bei ungenauem Hinsehen sogar täuschend echt als Gegenstand imitieren. Bereits dieses Beispiel bekräftigt, daß es wenig Sinn macht, Sprache und Bilder zu vergleichen, weil verbale Sprache bei der sinnlich

erfahrbaren Darstellung der Farben und dem Großteil aller sonstigen singulären Objekte bzw. Töne verstummt. Sprache vermittelt nie onomatopoetische Erlebnisqualitäten von stummen und selten welche von geräuschvollen Gegenständen. Außerdem werden verbale Zeichen grundsätzlich nie für eine spezielle Situation hergestellt, sondern sie werden trotz differierender Ereignisse wiederverwendet, um etwas zu bezeichnen. Moderne Bilder bezeichnen etwas oft situativ. Denn ihr farb- und formmalerischer Objektbezug kann nur etwas bezeichnen, was genau so zu existieren scheint, wie er es selbst darstellt [hierzu Morris 1973/296].

Um Bilder zu verstehen, müssen auch andere Zeichentypen berücksichtigt werden als diejenigen, die in verbalen Sprachen vorkommen. Dies meint zweifellos nicht, daß das Dreieck auf Seite 21 verbale Zeichentypen ignoriert und diese nicht als vollständige Zeichenrelationen beschreibt. Jedes Zeichen verkörpert im Mittelbezug eine Qualität, die in ihrem Objektbezug für eine Relation steht, in der das Zeichen im Interpretantenbezug eine Bedeutung vom Interpreten zugesprochen bekommt. Diese triadische Relation der Zeichenbezüge, die ich jetzt auf Bilder anwende, leitet sich aus den drei Kategorien der Erst-, Zweit- und Drittheit her. Das heißt, Erstheit beschreibt ein Bild als »Bildqualität« seiner materiellen Eigenschaften. Sie charakterisiert das Zeichen bezüglich seiner syntaktischen Mittel im Mittelbezug ("Signifikant"), indem sie unterscheidet, wie das Zeichen in Form und Material gegliedert ist. In der Zweitheit wird das Zeichen im Bild unter dem Aspekt betrachtet, wie es sich auf ein Objekt bezieht. Diese Beziehung umfaßt die semantische Bezeichnungsfunktion des Zeichens. Hier wird aufgegriffen, wie das *bezeichnete und hingewiesene* Objekt ("Signifikat", "Denotat") im Objektbezug des Zeichens vorliegt, d.h., was für ein Objekt die Bezeichnung, der Objektbezug darstellt. In der Drittheit werden die Zeichen im Bild durch den Interpretantenbezug gemäß ihrer pragmatischen Interpretationsstruktur der *Bedeutung* des Zeichens bestimmt. Mit anschaulicheren Worten: die Erstheit charakterisiert das Bild in seiner Struktur der Farben und Formen; sie beschreibt also, wie die Zeichen oder Bilder in ihrer Syntaktik aufgebaut sind. Die Zweitheit charakterisiert, wie die Zeichen (Farbe, Form) sich auf ein Objekt semantisch beziehen, z.B. durch ein Symbol oder eine nicht-symbolisch veranschaulichende Bezeichnung. Mit der Drittheit wird darauf Bezug genommen, wie ein Interpret den Interpretantenbezug zwischen Zeichen und Objekt herstellt oder als Bedeutung pragmatisch interpretiert, ob er beispielsweise das Bild durch ein Gefühl interpretiert oder ein Bild im verbalen Kontext der Kunstgeschichte versteht.

## a) Möglichkeiten der Mittel oder Zeichen auf Bildern

Aus der Erfahrung der Bildbetrachtung und Produktion ist bekannt, daß Bilder auf ein Medium der materiellen Realisation angewiesen sind. Bilder sind mittels Druckerfarbe in Zeitschriften gedruckt, mittels der Ablenkung eines Elektronenstrahls in der Bildröhre eines Fernsehers erzeugt oder durch das Auftragen von Pigmenten auf Leinwand hergestellt. Alle aufgezählten Möglichkeiten von Materialorganisationen sichern kommunikative Sichtbarkeit, indem sie sich nach den visuellen Empfindungskanälen des Menschen in spezifischen Zeitintervallen und Stofflichkeiten richten. Die visuelle Empfindung und die Zeichen als solche in ihrem Mittelbezug erscheinen als eine Erstheit von materiellen Qualitäten. Insofern bietet das Zeichen als ein Erstes die *Möglichkeit*, sich auf ein Objekt durch *Bezeichnung* zu beziehen. Solche Möglichkeiten von Qualitäten, in denen das Zeichenmittel oder Zeichen realisiert wird, lassen sich nach drei Klassen ihrer *syntaktischen* Erscheinungsweise semiotisch ordnen.

Als allererstes muß jedes Bild eine visuelle Empfindung verursachen können, es muß eine Farbe haben. Diese empfundene Farbe nennt Peirce [vgl. 1960/2.243; Walther 1974/56] ein Qualizeichen. Ein Qualizeichen ist eine Qualität, die vom Zeichen verkörpert wird. Es ist eine Qualität, die im Farbfleck oder im Bildpunkt des Fernsehens vorkommt. Qualizeichen sind somit *Zeichen*, die auf die Qualitäten eines Objekts hinweisen. Daher verfügen Qualizeichen nicht über die Qualitäten der wirklichen Welt, sondern über die von wirklichen Bildern. Genaugenommen kann ein solches Qualizeichen nicht wahrgenommen werden, weil es als einzelnes eine undifferenzierbare visuelle Empfindung erzeugt. In der wahrnehmbaren Eigenschaft des Qualizeichens bleibt seine *Qualität* [s.S. 25f.] schon vorausgesetzt, wenn der ereignishafte Charakter eines Farbflecks in der Erfahrung festgestellt wird. Zu jedem Farbfleck und Bildpunkt gehört die Unterscheidung, die ihnen Wahrnehmbarkeit beimißt, sobald sie sich in Farbe, Form oder Struktur von einem Hintergrund abheben, so wie die Stille aufgrund eines Pfeiftons bewußt wird. Ein Qualizeichen beschreibt demzufolge die Potentialität oder *Möglichkeit* der Materialorganisation.

Sobald Farbflecken, -punkte und -strukturen in Bildern zu Unterscheidungen führen, werden sie als Sinzeichen definiert "... (wobei die Silbe *sin* in der Bedeutung von »nur einmal vorkommen« aufgefaßt wird, wie singular, simpel, Lateinisch: *semel* usw.) ..." [Peirce 1983/123; vgl. 1960/2.243ff.; Walther 1974/57]. Ein Sinzeichen benennt eine einmalig realisierte Materialorganisation, die trotz aller *Regellosigkeit* als ein Zeichen zu erkennen ist. Um diese Erkennbarkeit zu erfüllen, beinhaltet jedes Sinzeichen Qualizeichen, weil Farbqualitäten die Voraussetzung für die *wirkliche* Einteilung von Farb-

flecken sein müssen. Beispielsweise ist das Porträt der Mona Lisa ein Sinzeichen. In diesem singulären Bild stehen Farbpigmente in einer Einteilung, die auf einzigartige Weise die Mona Lisa als unwiederholtes Zeichen-*Exemplar* darstellt. Auch andere Bilder der Kunst oder des Kults z.B. treten vorwiegend singulär auf. Ihre unikale Realisation in singulären Zeichen-*Exemplaren* macht sie als individuelles Sinzeichen bestimmbar, weil es von ihnen - im Gegensatz zur Fotokopie beispielsweise - keine weiteren identischen Exemplare gibt und geben soll. Im Sinzeichen formuliert sich somit die künstlerische Freiheit, die eine *Möglichkeit* [Erstheit] zu einer subjektiven *Wirklichkeit* [Zweitheit] formiert. Das Sinzeichen ist deshalb durch sein *aktuales* Auftreten in Zeit und Raum definiert.

Indem sich allerdings das Bild der Mona Lisa so darstellt, *als ob* es dem Code der *künstlichen* Perspektive folgt, betrachtet man es semiotisch unter dem Aspekt des Legizeichen (lat. legis: das Gesetz) [vgl. Peirce 1960/2.246; 1983/124; Walther 1974/57]. Dieses kulturell konstruierte Gesetz, oder besser, dieser Code der Zentralperspektive wird nicht nur im Bild der Mona Lisa verwendet, sondern in sehr vielen Bildern innerhalb des Okzidents seit der Renaissance. Insofern impliziert ein Legizeichen Quali- und Sinzeichen. Es stellt eine *Regel* bereit, die die Orientierung dafür bietet, wie einzelne Bild-*Exemplare* in Form eines Sinzeichens wiederholt werden können. Ein Legizeichen benennt infolgedessen die regelhafte Materialorganisationen des Bildmediums, die als sogenannte »*Replica*« im Bildexemplar/Sinzeichen nachgeahmt oder *exemplifiziert* wird. Wenn Zeichen einem *Code* folgen, welcher die Wiederholbarkeit relational gleichförmiger Darstellungsweisen stabilisiert, dann sind sie Legizeichen, die sich z.B. in graphischen Konventionen materieller Gestaltung wiederholen. Einen solchen gesetzhaften Code gibt die Zentralperspektive vor. Sie wurde kraft ihres unzweideutigen Hauptfluchtpunktes der optimalen Wahrnehmung zu einem Darstellungsimperativ, der den Menschen seit der Renaissance in einen verwissenschaftlichten Blick trieb, wodurch sich seine Individualisierung (im Sinzeichen) bei gleichzeitiger Kollektivierung (im Legizeichen) entwickeln konnte. Das Legizeichen drängt hier darauf, daß bildliche Veranschaulichungen kulturellen Darstellungscodes folgen, um ad hoc visuell kommunikativen Kontakt zum Betrachter herzustellen. Gleichfalls bleibt auch das christliche Kreuz, welches in irgendeiner Zeit, an irgendeinem Ort und irgendwie exemplifiziert wurde, fortwährend ein konformes Legizeichen. Desgleichen treten Verkehrszeichen oder Buchstaben als gesetzmäßig verwendete Zeichen auf, die mit inhärenter Selbstähnlichkeit dargestellt oder exemplifiziert sein müssen, wenn sie ihre Bezeichnungsfunktion bewahren sollen. Legizeichen geben demgemäß kulturelle Orientierung vor, wie die *Exemplifizierung oder Replicabildung* im Sinzei-

chen konkretisiert werden kann, damit ein Kommunikationspartner vergleichsweise zu regellosen Zeichen zügig an den kommunikativen Sinn in einer Materialformation Anschluß findet.

Die dreistellige Stufenfolge der Zeichen unter dem Aspekt des Mittelbezugs zeigt, in welcher Weise das Material geordnet sein muß, um etwas so zu transportieren, daß es für visuelle Sinne wahrnehmbar wird. Ohne eine materielle Realisation (Qualizeichen), bliebe beispielsweise das christliche Kreuz im Imaginären, auf das es zwar hinweisen soll, aber niemand könnte den Hinweis sehen. Um gesehen zu werden, muß das Kreuz wenigstens einmal in einer Einteilung von Pigmenten zu einem Sinzeichen aktualisiert werden. Wenn nunmehr das Kreuz als Sinzeichen immer kreuzähnlich dargestellt wird, läßt sich diese syntaktische Konvention als Legizeichen beschreiben. Diese drei genannten Zeichenbezüge, die als Mittel Sichtbarkeit ermöglichen, gehören zur Kategorie der Erstheit, indem sie *Möglichkeiten* der Qualitäten bieten, um sich auf ein Objekt zu beziehen. Diese Möglichkeiten der Erstheit orientieren sich allerdings wiederum an den drei Kategorien, was sicherlich nicht ganz einfach nachzuvollziehen ist. Denn das Qualizeichen bezeichnet eine Erstheit in der Erstheit, weil es nur die Möglichkeit eines Mittels benennt. Unter diesem Gesichtspunkt taucht das Sinzeichen als Zweitheit in der Erstheit auf, indem das Zeichen als Mittel in einer konkreten Form *existiert*. Und die Drittheit in der Erstheit zeigt sich im Legizeichen dadurch, daß ein syntaktischer Code oder eine graphische Konvention die kulturelle *Notwendigkeit* einer bestimmten Farbe und Form erkennen läßt.

Der Künstler Gerhard Merz bestätigt die Unterteilung der bildnerischen Mittel, wenn er feststellt: "Für mich gibt es nur drei Sachen in der Bildenden Kunst: Maß, Farbe, Licht. Das sind die nackten Waffen der Kunst; mehr ist nicht los. Kunst als Anordnungs[-not(?)]wendigkeit, eine Grammatik innerhalb gesetzter Horizonte" [Informationsblatt zu seiner Ausstellung in Hamburg 1992]. Semiotisch abstrahiert meint Merz, daß er die Qualitäten Licht, Form und Farbe in Sin- bzw. Legizeichen segmentiert, um sich innerhalb gesetzter Bezugsrahmen der Kunst mitzuteilen. Ein "Kunst[-werk] gibt nicht das Sichtbare wieder, sondern macht sichtbar" [Paul Klee in: Hess 1988/131]. Und ihr vergleichbar kommunizieren auch Bilder nicht etwas Sichtbares aus der Welt, sondern beziehen sich auf etwas, was sie innerhalb ihrer Gliederung der Zeichenmittel sichtbar machen können. Die Welt bleibt in Bildern unsichtbar. Sie schimmert in ihnen nicht wie durch eine transparente Folie hindurch. Was man im Bild sieht, bestimmt sich deshalb mit der Sichtbarkeit, die zeichenhafte Bildmittel ermöglichen.

## b) Der Objektbezug von Bildern

Korrespondierend zur visuellen Wahrnehmungsfähigkeit eines Menschen präsentieren dessen Bilder mittels Farbe, Form und Licht eine optische Einteilung von Zeichen. Diese Bildmittel stehen oft für etwas, worauf sie sich in ihrer Semantik, d.h. Bezeichnungsfunktion, beziehen. Das Fernsehbild vom Nachrichtensprecher beispielsweise will im Objektbezug zeigen, wie er zum Zeitpunkt seiner Visualisierung auf dem Stuhl im Studio sitzt und spricht. Ebenfalls bezeichnet das Bild der Mona Lisa ein Objekt, nämlich die Gattin des Florentiners Piero Francesco del Giocondo. Im Objektbezug bezeichnen Zeichen auch unwirkliche oder imaginäre Dinge, die sich in der Vorstellung des Zeichenverwenders ereignen. Sie beziehen sich z.B. auf bisher ungesehene Sachen wie Einhörner, kriegerische Marsmenschen, schwarze Löcher, genetische Codierungen, Atome, Engel und den Teufel. Für das kommunikative Funktionieren eines Zeichens ist es unerheblich, ob Dinge im wirklichen Wahrnehmungskontakt existieren oder inexistent sind. Außerdem kommt es im Objektbezug nicht darauf an, wie etwas als Bedeutung verstanden wird, sondern darauf, wie sich auf etwas bezogen wird. Wenn auf einen männlichen Menschen etwa mit seinem Porträt, mit einem darauf zeigenden Finger oder mit diesem Marsymbol ♂ Bezug genommen wird, dann liegen offenkundig verschiedene *Themen* vor, die die Bezeichnung darlegt. Das Zeichen steht für etwas, was es bezeichnet (signifiziert). Auf dieses Signifikat oder Objekt "männlicher Mensch" kann in vielfältiger Hinsicht Bezug genommen werden. Der Objektbezug des Zeichens kann zweifellos nur das Objekt thematisieren und nicht das Kennenlernen jenes Menschen ersetzen. Wie Barthes [vgl. 1987/37] subsumierte, offenbart das Signifikat eines Zeichens keinen Gegenstand, keinen leibhaftigen Menschen, sondern eine »psychische« Vorstellung von einem solchen. Der Objektbezug, das Signifikat hat seinen Bezug nicht in der wirklichen Welt, sondern in der psychischen Vorstellung des Betrachters, dessen interne Konstruktion ihn zur Interpretation der externen Welt bewegt. Die Bezeichnungsweisen, wie Objekte in Zeichen vorliegen, können mit Peirce in drei Bezügen zum Objekt unterschieden werden, die alle in der Zweitheit stehen, weil sie eine körperlich erfahrbare oder vorgestellte Kenntnis von Objekten *bezeichnen* [s.S. 21 (Dreieck)].

Den ersten Objektbezug nennt Peirce Ikon, welches sich vom griechischen *Eíkōn/Éísko* (vergleiche, mache ähnlich) herleitet [vgl. Keiner 1977/35; Peirce 1960/2.274]. Ein ikonischer Objektbezug bezeichnet etwas mit seiner ähnlichmachenden Beziehung zum Objekt. Ein Bildzeichen impliziert das Ikon, sobald es visuell wahrnehmbare Ähnlichkeitsrelationen seines Objektbezugs augenscheinlich werden läßt. Das Bildzeichen gibt mit seinem ikonischen Objektbezug also nur vor, *als ob* es eine dem Objekt ähnelnde

Farbe und Form repräsentieren würde. Außerdem bezeichnet das Ikon per Ähnlichkeit sein Objekt manchmal so, daß wir annehmen, es könnte die Präsenz eines vertrauten Gegenstandes imitieren, weil wir in der Bezeichnung etwas wiedererkennen, was wir schon einmal in Wirklichkeit gesehen haben. Diese Erinnerung an einen wirklichen Gegenstand ist für die kommunikative Funktion, die das bezeichnende Ikon per Ähnlichkeit verwirklicht, aber vollkommen unerheblich. Das Ikon richtet eine ihm eigene Kommunikation aus. Seinen bezeichneten Inhalt enthüllt es, sobald wir seine bezeichnende Ähnlichkeit als Sichtbarkeit des Objekts wahrnehmen, obwohl wir eventuell ein solches Objekt niemals vorher oder in gegenständlicher Wirklichkeit gesehen haben. Ikonen in Bildzeichen machen etwas sichtbar, ohne die Sichtbarkeit einer Wirklichkeit widerzuspiegeln oder homöomorph (in Form und Struktur gleichgestaltig) zu duplizieren. Peirce meint: als Ikon erscheint ein solches, "... weil es als ein wahrgenommenes Ding eine Idee wachruft, die naturgemäß<sup>9</sup> mit der Idee verbunden ist, die das Objekt hervorrufen würde" [Peirce 1986/205]. Diese wachgerufene Idee muß keine einzige Eigenschaft eines tatsächlich erfahrbaren Gegenstandes aufweisen. Sie benennt, daß das bildliche Ikon im Individuum eine Vorstellung wachruft, wie diese in ihm möglicherweise reale oder fiktionale Merkmale von Objekten evozieren würden. Die Kongruenz eines Bildzeichens und seines ikonisch bezeichneten Stuhls mit dem wirklichen Gegenstand Stuhl ist eine Idee, keine Faktizität. Ein Ikon stellt demzufolge etwas anderes so dar, wie dieses andere selbst im materiellen Bildmittel und dessen Segmentierung zu erkennen ist. Insofern sieht Peirce an jener Stelle, an anderen aber nicht, daß Bilder und das Ikon auf keiner faktischen Ähnlichkeitsrelation beruhen, sondern auf einer kulturellen Idee/Vorstellung von Merkmalen einer möglichen Ähnlichkeitsbeziehung [s.S. 337]. Die wachgerufene *Idee* von bildlicher Ähnlichkeit basiert darauf, daß wir die Selbstähnlichkeit von zeichenhaften Bildmitteln *wiedererkennen* und daraufhin ein bisher ungesehenes Objekt in ihnen *erkennen*, oder sie basiert darauf, daß wir einen alltäglichen Gegenstand im Bild *wiedererkennen* und erst danach *erkennen*, daß wir keinen Gegenstand, sondern ein Bild von ihm wiedererkannten.

In Abweichung zu den semiotischen Schriften von Peirce und zu denen, die sich darauf beziehen, erfüllt ein Bildzeichen seine Bestimmung als Ikon pragmatisch, sobald Ähnlichkeitsurteile einem optischen *Wiedererkennen* folgen. Ohne Wiedererkennen, wie sich noch zeigt [s.S. 158f.], bahnen sich keine ikonischen Ähnlichkeitsbezüge an. Ikonische Ähnlichkeit generiert ein Interpret deshalb erstens dann, wenn er die optische Struktur des Bildmittels *wiedererkennt*, um etwas ikonisch zu erkennen, oder zweitens

<sup>9</sup> Für Bilder muß es hier in fast allen Fällen "kulturgemäß" heißen.



dann, wenn er in einem Gegenstand etwas von etwas anderem ikonisch *wiedererkennt*. Erst kraft der Wiedererkennung kann etwas zum (ikonisch bildlichen) Zeichen seiner Funktion oder zum (ikonisch bildlichen) Zeichen für etwas anderes werden [s.S. 8 (zweite Prämisse der Bilddefinition)].

Ikonische Bilder können zwar im logischen Sinne weder wahr noch unwahr sein, weil Unähnlichkeit nicht als negierte Ähnlichkeit gelten kann und zudem keineswegs irgend etwas anderes als das Präsenste *optisch* mitteilt. Desto mehr können ikonische Bilder, die eine Idee von Ähnlichkeit wiedererkennen lassen, jedoch täuschen. Denn im ikonischen Objektbezug sind Qualitäten<sup>10</sup> repräsentiert, von denen ein Betrachter es im Fall von Bildern für *möglich* hält, sie könnten solch "täuschend" ähnliche Empfindungen erzeugen, wie sie ein wirklicher Gegenstand oder visionäres Objekt womöglich selbst verursachen könnte. Wenn Bilder, die der Betrachter im Augenschein nachkonstruiert, irgendwie einem Objekt ähneln könnten, dann befördern sie eine ikonische Bezeichnung konstant positiver Ähnlichkeit. Insofern kennzeichnet der ikonische Objektbezug die *Möglichkeit* für eine dem Gegenstand ähnelnde Erfahrung. Beispielsweise ermöglicht ein Bild von einer schönen Landschaft eine wiedererkennbare Anschauung, die vorgibt, sie sei der Landschaft ähnlich.

Bereits hier präzisiert sich in ersten Schritten, wie das Bildhafte am Bild infolge seines ikonischen Objektbezugs sichtbar wird. Die ikonische Wiedererkennbarkeit verlangt vom Betrachter, daß ihm eine große *Vertrautheit* mit den bildlichen Repräsentationsformen seiner Kultur zu eigen wird. Der ikonische Objektbezug, der in seinen ästhetischen Bezügen vielfältig dimensioniert sein kann, impliziert eine Fähigkeit der Nachempfindung, die der Betrachter am Bild selbst entwickelt. Je größer die Kohärenz der Lebensformen von Bildproduzent und Rezipient allerdings ist, um so leichter wird letzterer die ikonische Darbietung visuell verstehen. Nimmt die Kohärenz ab, erfordert dies vom Betrachter ein stärkeres Assoziationsgeschick. Er muß sich ersinnen, worauf sich das Bild ikonisch bezieht. Im Anschluß an Wollheim [vgl. 1982/114ff.; Knobloch 1988/156] erfordert das Verstehen von ikonischen Zeichen ein *Können*, das im Training visueller Wahrnehmungs- und Wiedererkennungsfähigkeit innerhalb einer Bildkultur erworben wird. Wo Asso-

<sup>10</sup> Die Eigenschaft von Qualizeichen und Ikon mißversteht Habermas [vgl. 1973/136; Pape 1989/183 Fußn. »Sprachlogik-Kritik«]. Er vollzieht nicht nach, daß ein Zeichenmittel selbst über eine Qualität verfügt, die als Zeichen für eine ikonische Qualität stehen kann. Erzeugt ein Qualizeichen eine Idee eines ikonischen Objektbezugs der Qualität, dann hat es Darstellungscharakter. Erzeugt ein Qualizeichen aber eine Idee von Selbstähnlichkeit, indem es einen anderen Gegenstand dupliziert, also eine identisch scheinende Kopie ist, dann hat sein ikonischer Objektbezug einen Abbildcharakter, der keinen anderen Gegenstand darstellt, sondern ein wiedererkennbarer Gegenstand der gleichen Sorte zu sein scheint.

ziationen durch augenblickliches *Verstehen* ersetzt werden, wo die Ähnlichkeit des Zeichens zu seinem ikonischen Objekt sofort erkannt wird, dort ist das ikonische Zeichen ein Teil einer äußerst gut *vertrauten* Bildkommunikation.

Im Unterschied zum Ikon beschreibt der Index einen Objektbezug, bei dem das Objekt nicht per Ähnlichkeit, sondern im hinweisenden, gestischen, anzeigenden und messenden Sinn bezeichnet wird. Die Zeichen Rauch und Hitze, die aus einer Feuersbrunst herrühren, besitzen einen indexikalischen Objektbezug, weil dieser kraft einer wirklichen Verbindung zum Flammenmeer "... den Geist dazu zwingt, sich mit diesem Objekt zu befassen" [Peirce 1986/206; vgl. 1960/2.305; 1983/65]. Diese kausale Verbindung vom Zeichen zu seinem indexikalischen Objekt gibt zumindest vor, als sei sie auf das interpretierte Objekt empirisch zurückzuführen, obwohl möglicherweise der indizierende Rauch auf Rauchbomben beruht. Auch bei Fehlinterpretationen zeigt das Zeichen im indexikalischen Objektbezug stets eine kausale und wirksame Verbindung an. Insofern weist ein Index auf etwas *Singuläres* hin, was seine Generalisierungskraft im Vergleich zum Ikon vermindert. Ein Index erfordert, daß er selbst wie ferner das indizierte Objekt für eine persönliche Erfahrung ausprobierbar vorhanden sein soll, z.B. ein Dreieck, welches auf eine Gefahr aufmerksam macht, Rauch, der Feuer indiziert, oder ein Fieberdiagramm, das Meßwerte eines Thermometers darstellt. Jeder optische Index teilt auf Grund von Konventionen oder von erlernten Erfahrungen mit natürlichen Wahrscheinlichkeiten etwas mit. Einen Index trägt ebenfalls das fotografische Lichtbild. Dessen reaktive Oberfläche spricht auf Wechselwirkungen mit Lichtintensität an, wodurch es kraft des technisierten Zwangs eine direkte und singuläre Verbindung zur Wirklichkeit *ausmißt*. Obwohl Lichtbildnerie auch ikonische Momente beinhaltet, scheint gerade der indexikalische Bezug zur der (früher für göttlich gehaltenen) Lichtseite physikalischer *Wirklichkeit* ein großes Interesse beim Betrachter zu erwecken. Die andere Seite physikalischer Wirklichkeit, also die (teuflische?) Dunkelheit findet in der Lichtbildnerie keine Berücksichtigung. Daß die fotografische Wirklichkeitsbeschreibung vom Licht dem Unerfahrenen nicht die "wahre" Realität vermittelt, zeigte das Beispiel des Touristen in Indien [s.S. 27]. Aufgrund ihrer Unerfahrenheit wollen so viele Leute Bilder von Toten sehen, weil sie das Reich des Todes und des Dunkels nicht ohne Umstände besuchen können. Welchen Motivationen die Bildbetrachtung jedoch unterliegt, wird noch beantwortet werden.

Im Vergleich zu den beiden vorangegangenen Objektbezügen ist die Bestimmung des Symbols allgemein bekannter. Ein Symbol teilt etwas unabhängig von Ähnlichkeit oder direkter Verbindung zu seinem Objekt mit. In ihm ist das Objekt vollständig unabhängig von dessen Existenz bezeichnet, also gänzlich arbiträr ("beliebig") benannt, so wie die

verbale Sprache ihre Objekte symbolisiert. Im kommunikativen Geschehen fungiert das Symbol als ein Objektbezug, der Kraft eines Codes, d.h. in stark konventionalisierter Weise, einige Merkmale eines Objekts benennt, um so meist bekannte Assoziationen von allgemeinen Ideen in bezug auf das Objekt zu erwecken [vgl. Peirce 1960/2.247]. Beispielsweise symbolisiert das Zeichenmittel des christlichen Kreuzes das Christentum oder eine Sonnenuhr die Zeitmessung, obwohl die Zeit von indizierenden Zeigern (Schattenwürfen) abzulesen ist. Symbole messen nichts, auch nicht die Zeit. Aufgrund der großen Generalisierungskraft sind Symbole oft in Bildern aufzufinden, weil sie ihre Sinnorientierung nicht aus sozialkonstruierter Ähnlichkeit zur Welt oder direkter Erfahrbarkeit einer Wirklichkeit erhalten, sondern aus den sozialen Konstruktionen der verbalen (diskursiven) Symbole. Symbole können weitgehend, jedoch nicht vollständig unabhängig von jenen beiden vorgängigen Weltbezügen konstruiert werden. Nichtsprachliche Hinweise auf vorsprachliche Weltkonstruktionen setzt die sprachliche Weltkonstruktion voraus, weil Drittheit absolut ohne Zeit- und Erstheit ungenerierbar ist [s.S. 33, 66 Fußn. 19].

### c) Der Interpretantenbezug von Bildern

Mit dem Zeichen im Mittelbezug [s.S. 37 (Kap. 1.2.a)] verdeutlichte sich, innerhalb welcher Möglichkeiten das Material syntaktisch geordnet ist. Wie das bezeichnete Objekt/Signifikat in diesen Zeichen vorliegen kann, beschrieb die semantische Zeichen-dimension von Ikon, Index und Symbol. Bleibt somit noch offen, wie der syntaktisch-semantische Zusammenhang interpretiert werden kann, welche Wirkung und Bedeutung er also im Denken, Verhalten und Erleben des Interpreteten hat. Mit der Interpretation eines Zeichens verwirklicht sich letztlich die *Bedeutung* eines Zeichens für den Interpreteten. Dieser Interpretantenbezug steht in der Drittheit, d.h., er wird von der Kategorie beschrieben, in der das Zeichen als solches erst erkannt wird und eine Zeichenbedeutung erlangt. Insofern die Interpretation und damit die Bedeutungsfunktion von Bildern erst durch den Interpreteten, der einen Interpretanten konstituiert, geleistet wird, kommen hier auch gesellschaftliche Einflüsse und Systembezüge zur Sprache, die ein Interpretanten- oder Bedeutungsfeld des Zeichens einbringen, also die soziale Pragmatik im Umgang mit Zeichen.

Die Bestrebung von Peirce [vgl. 1960/5.472ff; 1967 II/470ff.] war es, eine *universale* Semiotik aufzubauen. Darum hat er die visuelle Empfindung [Erstheit] und die Wahrneh-

mung bzw. Reaktion [Zweitheit] eines Individuums ebenfalls als Interpretanten bestimmt. Der erste Interpretant eines Zeichens basiert natürlich auf einer "korrekten" Empfindungsmöglichkeit des Zeichenmittels und eines undifferenzierten Gefühls. Diese Empfindungsmöglichkeit eines Individuums nennt Peirce einen »*unmittelbaren oder emotionalen Interpretanten*« eines Zeichens. Um die begriffliche Kompatibilität zu anderen Theorien zu vereinfachen, beuge ich den Peirceschen Sprachgebrauch und möchte den unmittelbaren Interpretanten der Qualität des Zeichenmittels notgedrungen wie bisher als Erstheit der sinnlichen Empfindung oder des interpretierenden Gefühls benennen. Aus demselben Grund soll auch die aktualisierte Wirkung eines Gegenstandes nicht allein »*dynamischer oder energetischer Interpretant*« heißen, sondern auch Reaktion, Erleben und Verhalten während einer Wahrnehmung, welche in der Zweitheit aufgrund eines Bildgegenstandes erfolgt. Nur den letzten »*finalen Interpretanten*« eines Zeichens nenne ich weiterhin Interpretant, weil hier die eigentliche Interpretation eines Zeichens als Zeichen für etwas anderes von einem Individuum vervollständigt wird [s.S. 21 (Dreieck)].

Zur Verdeutlichung des sogenannten finalen Interpretantenbezugs stelle man sich das Bild eines bestimmten demokratischen Politikers vor, der in der expressiven Malweise von Francis Bacon so dargestellt ist, als ob er der Papst wäre. In diesem Bild thront der Politiker im Meßgewand und mit den päpstlichen Insignien auf einer herrschaftlichen Sitzgelegenheit.

Zuallererst wird ein naiver Betrachter in jenem Politikerbild etwas wahrnehmen, was er als die ikonische Beschreibung eines möglichen Aussehens von einem sitzenden Mann erkennt. Er würde das Bild also so wahrnehmen, wie dessen Präsenz etwas ikonisch repräsentiert. Jener Betrachter hat eigentlich nur einen visuellen Eindruck und ein Gefühl von dem, was er sieht. In seiner sozialen Orientierungslosigkeit wird er nicht wissen, welche indexikalischen und symbolischen Kontexte das Bild einbezieht. Entsprechend seiner Alltagserfahrungen wird er einfach einen Mann in seiner bildlich dargestellten Struktur erkennen. Insofern bleiben mitgemeinte Objektbezüge und der Interpretantenbezug offen, weil der visuelle Eindruck mit keinem oder mit einem willkürlichen Kontext verknüpft wurde. Auf dieser ersten Stufe erscheint dieses Bild, wie auch jedes andere als Einzelzeichen oder Rhema [vgl. Peirce 1960/2.250, Walther 1974/71].

Das »Rhema« (griechisch "Wort", "Einzelzeichen" "singulärer Begriff") repräsentiert etwas so, "... als ob es eine Eigenschaft oder Merkmal wäre (oder als ob es so sei)" [Peirce 1985/153]. Ein Rhema beinhaltet somit ein Urteil, das aussagenlogisch weder wahr noch unwahr ist. Es behauptet ohne Widerspruchs- und Negationsmöglichkeit [s.S. 42] im ikonischen Bild die augenscheinliche Identität von etwas, weiter nichts. Aufgrund der offenen

Interpretationsmöglichkeit und der widerspruchslösen Identitätsbehauptung von etwas Veranschaulichtem sind ikonische Bilder in ihrem Interpretantenbezug als prälogisch aufzufassen. Kunstwerke und andere Bilder zeigen vielfach für die Interpretation offene, prälogische Zeichen, aus denen Erfahrungen und Bedeutungen resultieren, die vom Bildrezipienten nicht notwendigerweise, sondern möglicherweise Bedeutung in seinen willkürlich gebildeten Kontexten erhalten. Der intendierte Kontext des Bildproduzenten wird daher allenfalls zufällig berührt. Dies läßt sich leicht nachvollziehen, wenn man bedenkt, daß die Daseinsweise des Rhemas sich als ein Urteil über ein wahrgenommenes Gefühl in offener Bedeutung beschreiben läßt. Aus diesem Grund ist ein Rhema ein Interpretant, der die Möglichkeit der finalen Interpretation eines Bildes als offene Bedeutung oder Bedeutungsmöglichkeit charakterisiert. Abstrakter gesagt, ist er eine Erstheit in der Drittheit, eine Möglichkeit des Gedankens.

Wenn sich Ästhetik vom griechischen »aistetike« - die Sinne betreffende Wissenschaft<sup>11</sup> - ableitet, dann hat sie ihren finalen Interpretantenbezug im Rhema, das die beliebigen Möglichkeiten des Verstehens als eine Erstheit der Drittheit charakterisiert. Denn ästhetische Schönheit stützt sich auf eine Interpretation, die sich vorwiegend einer Sinnlichkeit verbunden meint und die ihre Bedeutung zumeist in Begleitung eines offenen oder zufälligen Gefühls erhält. Das Urteil über Schönheit, die sich in einer wahrgenommenen, kulturell geprägten Codierung (Gestaltung) wiederfinden soll, wird deshalb aufgrund kontext- und kulturwillkürlicher Entscheidung gefällt. Infolgedessen läßt sich über Schönheit auch streiten: sie ist ohne allgemein anerkannte Entscheidungskriterien. Aus gleichem Grund ist Schönheit niemals *Wahrheit*. Die Plausibilität von kulturgemäßer Schönheit kann weder bewiesen noch widerlegt werden. Der Wahrheitsbegriff berührt kulturgemäß viele Problematiken, von denen die wesentliche schlicht die ist, daß keine universalgültigen Wahrheiten und niemals welche ohne formale Aussagenlogiken postuliert werden können.

Im Zusammenhang von Schönheit und ästhetischen Kriterien geht es mir um die Feststellung, daß ihre separierten Kennzeichen keinen objektivierbaren Operationsregeln gehorchen, die eine binäre Einordnung von wahr/unwahr, richtig/falsch und künstlerisch/unkünstlerisch ermöglichen würden. Aus der Schönheit eines Bildes folgt nicht, daß es auch Kunst sein wird. Deshalb perfektionieren Schönheit und emotionale

<sup>11</sup> Für den Begriff der Ästhetik ist es notwendig, zwischen sinnlicher Wahrnehmungsseite (gr. *aístesis* "Wahrnehmung") und dem Gedankengebäude des Erhabenen (Ästhetik) zu unterscheiden [vgl. Welsch 1993/9]. Erstens ist das Gefühl *während* der Wahrnehmung nicht selbst die Instanz, die eine Entscheidung von schön/häßlich trifft, und zweitens ist Wahrnehmung kein ausschließlicher Denkvorgang in Begriffen, die kategorischen Rahmen der Kultur folgen.

Ästhetisierungen von Bilderwelten eine Immunisierungsstrategie gegen alle kommunikativen Richtlinien, die logischen, apodiktischen, fremdbestimmten, deindividualisierten und glaubensbegründeten Entscheidungsparametern folgen. Das rhematische Geschmacksurteil über Schönheit formuliert sich ohne fremdfixierte Regelmäßigkeit im Interpretanten, obwohl das Zeichenmittel eventuell einer kulturell orientierten Codierung folgt, die beständig als ein Exemplar von Schönheit akzeptiert wird. Jedoch fällt ein Individuum Geschmacksurteile angesichts spezieller Einzelfälle, die lediglich subjektive Gültigkeiten besitzen [hierzu Scheible 1984/109f.]. Es ist deshalb zu betonen, daß das Gefühl einer subjektiven Bedingung gehorcht. Diese subjektive Bedingung ist ausschließlich in einer "innenorientierten Sinnggebung" [Schulze 1993/99] bzw. innenorientierten Bedeutungsgebung behauptet, die mit einer außenorientierten Erlebnisverwirklichung korrespondiert, in der etwas Kulturelles als spannend, entspannend, faszinierend oder eben schön erfahren wird. Das Besondere des ästhetisch interpretierenden Gefühls, welches sich das sinnlich Schöne erschließt, ergibt sich, indem es unvorhersehbare Möglichkeiten in einer Art Spiel eröffnet. Dieser Spaß am spielerisch Schönen schließt einerseits nach *Möglichkeit* kein wahrnehmendes Individuum aus, andererseits bindet er aber auch kein Individuum mit regelhafter *Notwendigkeit* ein [hierzu Bubner 1973/67]. Vorlieben, Neigungen, Stimmungen, Lust usw. befreien sich aus gebräuchlicher und gebotener Weiterführung mit selbstfideler Leichtigkeit. Wenn also kulturell geprägte Bildcodierungen existieren, dann entwickelt sich das subjektive Urteil »Schönheit« aus einer kulturell etablierten Täuschung ohne einlösbaren Wahrheitsanspruch, der verbindliche, allgemeine, interpersonale und interkulturelle Plausibilität besitzen könnte. Letzteres hat Adorno aufgrund seiner einführenden Liebe zu mancher Kunst enorm verzerrt. Er war der Meinung: "Große Kunstwerke können nicht lügen. Noch wo ihr Gehalt Schein ist, hat er als notwendiger eine Wahrheit, für welche die Kunstwerke zeugen ..." [Adorno 1973/196]. Doch spielen Bilder und Kunstwerke einem im Wahrheitsgehalt grundsätzlich dort etwas vor, wo dieser sich vom Zeichen bestimmen läßt. Wären Kunstwerke indessen Gegenstände, die sich von Zeichen emanzipiert hätten, wären sie zwar lügenfrei, aber gleichfalls ohne Gehalt von irgend etwas anderem als dem präsenten Schein; sie wären unnegierbare Gegenstandspräsenz. Wie sollte aber Kunstpräsenz ohne Zeichencharakter einen kollektiv konvergierenden Allgemeinheitsgrad von verbindlicher Wahrheit und von kommunikativem Anschlußvermögen überhaupt erhalten? Kunst, die noch indiziert oder noch symbolisiert, "... sie könne Lüge nicht sein, muß ... [eben im Zeichen] lügen" [Adorno 1973/200]. Kunst verwirklicht erst dann mimetische Magie, sobald sie sich von der Lüge befreit, zeichenvermittelte Wahrheit zu sein

[vgl. Adorno 1993/298]. Lediglich in diesem Verzicht auf Verbindlichkeit, in dieser Entsaugung von regellogischen Wahrheitskontexten und gegenständlicher Unterschreitung der Zeichenwelt kraft Mimesis drängen Bilder auf ästhetische Erfahrungen, die insbesondere in Gefühlen prälogische Orientierung ohne Beachtung von widersprüchlichen Konsequenzen im sonstigen "rationalen" System-Alltag ermöglichen. Hier erretten sich Kunstwerke in ästhetischen Gefühlserfahrungen ohne Frage ein wahrheitskritisches Potential, welches Adorno zutiefst wesentlich war, weil es jenseits von wissenschaftlich und kollektiv überprüfbareren Wahrheitsgehalten eine Idee von regelwidrigen und kontrastierenden *Wirklichkeiten* inszeniert, die fern jeglicher Norm außergewöhnlich zeitsensibel entstehen können [vgl. Adorno 1973/86]. Gleichwohl ist der ästhetische Zugang zur Welt ein innenorientiert *möglicher*, ein potentiell subjektiv allgemeiner, aber kein mit folgerichtiger Notwendigkeit interpersonal<sup>12</sup> nachvollziehbarer Zugang zu Wahrheitsgehalten. Eine solche "negative" Wahrheit des ästhetischen Zugangs widerstreitet somit dem, was die an Wahrheitskontexten orientierte Kommunikation an normativen Geltungsansprüchen einem Individuum aufnötigen will. Von daher fordern Kunstwerke die Lernbereitschaft der Betrachter heraus, da jede normative Erwartung gegenüber neuen und innovativen Kunstwerken ins Leere läuft. Es darf in der Kunst eben doch etwas sein, was nicht oder noch nicht sein kann. Dies kann problemlos soweit reichen, daß Kunst ihre gewollte Nichtkunst wiederum als Kunst unkünstlerischer Kunst behauptet.

Auf ein anderes Problem möchte ich kurz hindeuten. Wie Luhmanns Systemtheorie behauptet, werden Kunstwerke über die binäre Differenz schön/häßlich codiert. Diese Einschätzung zeigt, daß seine Theorie zwar Kunst als Teilsystem im Gesellschaftssystem zu erfassen sucht, aber nicht als Empfundenes, Wahrgenommenes oder Erfahrenes

<sup>12</sup> Hier greife ich weit vor [s.S. 192]. Den Begriff der »Intersubjektivität« lasse ich fallen. Denn würden Subjekte im "Inter", im "Zwischen" zur innerlichen Einheit verschmelzen, verlören sie ihre Vielheiten und fänden sich in einem einzigen Bewußtsein wieder. Statt dessen meine ich, daß sich im "Inter" manche Einheiten stabilisieren, die der Vielheit von Subjekten äußerlich sind. Infolge dieser *wiedererkannten* Äußerlichkeiten im "Inter" nehmen sich Subjekte als Personen und wechselseitig als Zeichensendende wahr. Denn ein Subjekt ist für ein anderes uneinsehbar. Deshalb übertrage ich das kommunikative Verhältnis zwischen Subjekten auf Personen [lat. auch Masken, Rollen von Schauspielern]. Personen sind die Grenze zu dem kommunikativen Zwischenraum, in dem sie Zeichen stabilisieren. Sind diese Zeichen so aufgebaut, daß sie viele Personen erwartungssicher ansprechen, nenne ich das »Interpersonalität«. Inspiriert ist diese Auffassung von Luhmann [vgl. 1992/34, 111; 1995/142ff.], der nicht mehr Subjekte, sondern Personen als die Referenz- "Adressen für Kommunikation" angibt. Von daher begründet sich, daß eine kommunikative Adressierung allein dann *erwartungssicher* ihren personalen Bestimmungsort erreicht, wenn bereits wechselseitige Anerkennungsprozesse von Personen stattgefunden haben, die zumindest zum pragmatischen Konsens über erwartbare Zeichencodes in Kollektiven führen. »Interpersonalität« beinhaltet somit einen kommunikativ stabilisierten Zeichencode zwischen Personen und die bereits kommunizierte Anerkennung zwischen diesen. Im Gegensatz zur "Intersubjektivität" berücksichtigt "Interpersonalität" somit die kommunikative Dezentrierung des Subjekts.

beschreiben will. Deshalb übergeht er Kunsterfahrung und deren interaktionistische Kontexte systematisch [vgl. Luhmann 1991/245]. Die von Luhmann verwendete Begrifflichkeit, die vom binären Medien-Code im stabilisierten System ausgeht, setzt zunächst einen semiotischen Code voraus, der wahrzunehmen und zu erleben ist, sobald der binäre Nachruf blindlings zum Urteil gerinnen soll. Unterlaufen wird der Transfer von Erleben in binär codierte Wertentscheidungen, sobald ästhetische Erfahrungsweisen sich in unreduzierter Komplexität mehr an das Werk als an das System verschenken. So überrascht Luhmann zwar mit der Feststellung, daß "es ... nicht mehr unwahrscheinlich [ist], daß durch Auswirkungen von Kommunikation Leben und Bewußtsein von Menschen gänzlich ausgelöscht wird" [Luhmann 1992/23], möchte aber andererseits für ästhetische Kommunikation wenig mehr am Leben lassen als den finalen Binarismus schön/häßlich. Neben dem, daß für die Systemtheorie (Er-)Leben nur eine Umweltvoraussetzung ist, die als Marginalität des Systems vorkommt, reduziert diese Theorie unzweifelhaft die gefühlsmäßige Ursache ästhetischer Urteile und Wahrnehmungserfahrungen auf Begriffe wie Kunst-"Geschmack" und Kunst-"Identifikation" in doppelter Ordnung [vgl. Luhmann 1995/117, 326]. Sie übersieht dabei, daß, wollte man binäre Codierungen "... ästhetisch nennen, man einen Verstand haben würde, der sinnlich urteilt, oder einen Sinn, der durch Begriffe seine Objekte vorstellte, welches beides sich widerspricht" [Kant 1974: X/B48 A47,48].

Die Systemtheorie identifiziert zwar soziale Systeme [s.S. 350], aber sie registriert offenkundig wenig von dem, was qualitative Bilderfahrungen für ästhetisch bewußte Personen und ihre subjektive Innenorientierung beinhalten können. Genaugenommen hätte die Systemtheorie dies beachten müssen, da sie Bewußtsein, Wahrnehmung, Imaginationen etc. nicht in Kommunikation aufgehen läßt. Es bleibt die Frage, wozu Bilder und künstlerische Bilder die Wahrnehmung provozieren. Die Wahrnehmung von ihnen findet in Kommunikationssystemen zwar ihre Grenzen, aber nicht ihre motivationalen Inhalte und subjektiven Bedeutungen. Im sozialen System, wie Luhmann es versteht und wie es im "Kunstsystem" vorkommt, erreichen nur finale Interpretanten eine Relevanz für das System, wobei für das westliche Kunstsystem seit Duchamp weiterhin die öffentliche Differenz Kunst/Nicht-Kunst und systemimmanent wichtig/unwichtig prozessiert werden. Die finale Wertdifferenzierung schön/häßlich schnürt indessen jede Verständnisbemühung von ästhetischen Bilderfahrungen ab. Dies erfolgt auch außerhalb des Kunstkontextes, in dem seit der Moderne sowieso auch Häßliches schön sein darf, um im Vergleich zu nur Schöner individuelle Reflexivität zu steigern.



Nach dem Exkurs zur Schönheit und dessen offene Bedeutungsmöglichkeit im Rhema möchte ich nun das Politikerbeispiel [s.S. 45] weiterführen. Nach kurzer Betrachtungszeit erkennt der Interpret, daß das Bild einen real existierenden Politiker bezeichnet, der seiner Gesellschaft angehört. Er stellt somit einen Sachverhalt von Bedeutungen her. In diesem konstruierten Sachverhalt erscheint ihm das Bild als eine indexikalische Bezeichnung, die sich auf die reale Existenz des Politikers in ungewöhnlicher Kleidung bezieht. Das Bild würde der Betrachter insofern als wahr einschätzen, als daß er den Politiker identifiziert und meint, er hätte zum Zeitpunkt der Darstellung vermutlich so ausgesehen. Doch ist das Bild, das in positiver Ähnlichkeit wiedererkannt wird, auch bei dieser Interpretation weder wahr noch unwahr. Lediglich für eine von außen herangetragenene Erwartung einer bestimmten Entscheidbarkeit, kann sich ein Bild als unzutreffend herausstellen. Es könnte zum Beispiel ein Bekannter des Papstes kommen und feststellen, daß das Bild nicht den amtierenden Papst zeigt. In diesem Fall wäre das Bild des Politikers selbst weder wahr noch unwahr, obwohl es gewiß das unzutreffende Bild ist, wenn man mit ihm das Antlitz des tatsächlichen Papstes visuell kommunikativ mitteilen möchte.

In dieser weiteren Formulierung, in welcher der Betrachter das Objekt identifiziert und einen Bezugsrahmen oder Sachverhalt herstellt, kommt der Interpretantenbezug hinzu, den Peirce »Dicent« nennt [vgl. Peirce 1960/2.250, 2.320; Walther 1974/72]. Ein Dicent (lat. dico: zeigen, sagen, behaupten) sagt etwas über das Objekt aus, auf das das Beispiel hindeutet, indem das Objekt des Bildes, also der Politiker eine reale Tatsache sein soll. Als Dicent behauptet das Bild eine Wirklichkeit, die die Existenz des Politikers in der Kleidung des Papstes konstatiert. Im Christentum waren lange Zeit Ikonen ein Dicent, weil sie die Wirklichkeit von Christus als stattgefundene Existenz darstellten und seine Wahrheit behaupteten [vgl. Belting 1990/176]. Heutzutage fungieren nicht mehr gemalte Bilder, sondern Fotografien im allgemeinen als ein echter Dicent. Von fotografischer Lichtbildnerie wird noch geglaubt, daß deren chemophysikalische Reaktion auf die Lichtabstrahlung des Gegenstandes unverfälscht dargestellt wird. Insofern das Belichtungsmaterial zu seinem Objekt eine direkte Wechselwirkung eingeht, behauptet das Foto kulturgemäß die Existenz seines Objekts. Eine solche Behauptung kann wahr oder unwahr sein, weil sie potentiell entscheidbar ist. Die Interpretation eines Dicents bedingt sich durch die Herstellung eines potentiell entscheidbaren Sachverhalts, was ihn als Zweitheit in der Drittheit kennzeichnet, also als Zeichen oder Repräsentation für eine behauptete Existenz bzw. Wirklichkeit.

Der letzte Interpretant des Zeichens, das Argument, ist vorab wieder am Beispiel des Politikerbildes zu verdeutlichen. Der Betrachter hat das Bild inzwischen innerhalb der

Möglichkeit seines Auges wahrgenommen, als schön befunden und den Politiker in seiner Existenz identifiziert bzw. auch die merkwürdige Aufmachung realisiert. Der nächste Schritt, den der Betrachter im Idealfall machen wird, besteht darin, daß er sein kulturelles Kontextwissen um formale Beziehungen zwischen den Zeichen einbringt, d.h., er versteht die Syntaktik und Semantik auf codiertem Niveau seiner pragmatisch interpretierten Kultur. In einem solchen Fall weiß der Betrachter um die gesellschaftliche Position des Politikers und weiß zudem, daß das Meßgewand und das Pallium<sup>13</sup> normalerweise der Papst als konfessionelle Insignien mit sich führt. Der Betrachter kennt demzufolge neben dem syntaktischen und semantischen auch den pragmatischen Code, also das gesamte Bedeutungsfeld, welches den Hintergrund für seine spezielle Interpretation liefert. Aufgrund dieses Hintergrundwissens stellt er fest, daß der Politiker entweder sich selbst überschätzt oder daß das Bild eine satirische Karikatur darstellt. Zu dieser Meinung wird er bezüglich des Politikers neigen, weil dieser mit der Kleidung des Papstes symbolisiert, seine Entscheidungen wären ebenfalls mit päpstlicher Unfehlbarkeit getroffen. Der Interpretant *Argument* tritt in seinem Objektbezug immer als Symbol auf. Denn erst mit einem codierten Symbol kann sich das Argument auf einen Kontext stützen, der sich als ein gesetzmäßiger Zusammenhang behauptet, in dem das Argument als »notwendig wahr« oder »immer wahr« Gültigkeit beansprucht. Innerhalb des christlichen Bedeutungsfeldes fungiert die Unfehlbarkeit des Papstes als ein Gesetz, welches als Argument verwendet wird, das immer wahr sein soll. Für den Politiker gilt dieses Argument nicht, was daran liegt, daß Fehlbarkeit die Voraussetzung seines demokratischen Verständnisses ausmacht, welches in einem anderen gesetzmäßigen Zusammenhang so behandelt wird, als ob es »immer wahr« wäre.

Wenn man der Meinung ist, daß sogar der Papst nicht unfehlbar ist, liegt das daran, daß ein Argument aus der Prämisse des Dicents hervorgeht. Im Dicient kann die Prämisse statuiert werden, der Papst ist - wie man sieht - ein Mensch, woraufhin ein anderer Gesetzeszusammenhang folgt, der das Argument verwendet, daß jeder Mensch fehlbar ist. Bei Argumenten kommt es demnach darauf an, welchen interpretativen Gesetzlichkeiten sie unterstellt werden. Zum Beispiel ist Geld ein häufig sehr schlechtes Argument für Liebesbekundungen, wenn man davon ausgeht, daß Liebe in ihrer bedeutungsvollen Wirkung emotional durch Gefühle oder aus der Erfahrung von Handlungen interpretiert wird; und aus diesen beiden Prämissen folgen andere Argumente, als sie für den Gesetzeszusammenhang des Geldes notwendig sein sollten. Wenn sich der Wert von Bildern der Kunst mehr und mehr über die Gesetzlichkeit des Geldes bestimmt, dann kann man hier in

<sup>13</sup> Das Pallium ist ein weißwollenes, mit sechs schwarzen Seidenkreuzen besticktes, um die Schultern gelegtes Band.

gleicher Weise erkennen, daß die Prämissen der Ästhetik und der gesellschaftlichen Bedeutungen in sozialintegrativen und künstlerischen Kontexten kaum als Bezugspunkte für die Ausbildung von Argumenten herangezogen werden.

Wie verdeutlicht, ist das allgemeine Merkmal des Arguments dadurch charakterisiert, daß es innerhalb einer ihm eigenen Gesetzlichkeit oder Regel fungiert, in der es sich unter dem Gesichtspunkt der inneren *Notwendigkeit eines Zeichencodes* darstellt. Aus diesem Grund versichert Luhmann [vgl. 1992/167] zutreffend, daß Symbole bzw. Sprache beharrlich wahres Wissen behaupten wollen. Ein Argument verwendet man nämlich als Drittheit in der Drittheit, indem es in sozialkonstituierten Gesetzesrelationen eine Notwendigkeit im symbolischen Denken repräsentieren soll. Die bedeutungsvolle Wirkung des Zeichens wird im Argument als Gedanke einer aussagenlogischen Interpretation innerhalb einer als plausibel geltenden Bezugsordnung aufgefaßt. Im Dicent ist die Existenz von etwas behauptet, wohingegen im Argument dessen Wahrheit, oder besser, dessen kontextabhängige Plausibilität behauptet wird [vgl. Peirce 1960/2.250ff.; Schönrich 1990/159ff.].

Mit dem Interpretanten »Argument« sind die möglichen Zeichenklassen abgeschlossen. Das Zeichen wurde selbst in drei Mittelbezügen beschrieben, welche in ihren drei Objektbezügen wiederum mit drei Interpretantenbezügen versehen werden können. Von diesen Zeichenklassen wird die weitere Untersuchung ausgehen. Für eine soziologische Betrachtungsweise, die sich mit der kulturellen Bedeutung von Bildern beschäftigt, wird es im weiteren auch erforderlich sein, die gesellschaftlichen Kontexte der Zeichenbezüge einzubeziehen. Ich denke, mit der semiotischen Gliederung von Peirce wird deutlich zur Sprache kommen können, ob und wie die Mittel der Bildherstellung, die Objektbezüge und die Möglichkeiten der Interpretation in Dependenz zu Kultur- und Gesellschaftsformen stehen. Wie diese Abhängigkeiten im genauen innerhalb der soziologischen Betrachtung von Sozial- und Systemintegration stehen, läßt sich jedoch noch nicht an dieser Stelle beschreiben. Es sollte aber vorstellbar sein, daß die Bildherstellung in Volkshochschulkursen andere Mittel, Objektbezüge und vorrangig Interpretantenbezüge mit sich bringt als die Bilderzeugnisse, die von Künstlern, Fotografen oder afrikanischen Malern erstellt werden. Warum diese Unterschiede bestehen, was die Gründe sind, und wie dennoch Sinn und Bedeutung von all jenen Bildkonzepten auf unterschiedliche Art und Weise entsteht, behandeln die folgenden Kapitel. Für diese Betrachtung muß man sich jedoch in zeichentheoretische und allgemein wissenschaftliche Denkkordnungen hineinbegeben, ansonsten führen die Argumente zu Fehlbeurteilungen. Falls Argumente vorgeben, sie beruhen auf »Tatsachen«, aber Tatsachen nur wieder aus den Möglichkeiten

von Tatsachen geschöpft sind, bleibt auch diese Arbeit ein Versuch, das Phänomen der Bilder zu verstehen, auch wenn die vorgestellte Semiotik meines Erachtens nach besser geeignete Argumente liefert als andere Standpunkte. Ob jedoch etwas als eine Tatsache behauptet werden kann, sollte nicht die Überzeugungskraft des Arguments liefern, sondern die eigene Erfahrung mit Bildern, Kultur und Gesellschaft. Weil die semiotischen Zeichenbezüge sozusagen die Betriebstheorie aller weiteren Untersuchungen darstellt, sind hier nochmal alle wichtigen Begriffe schematisch in Beziehung gesetzt.

<b>Darstellung der Zeichen in Kategorien</b>	Erstheit <b>Zeichenmittel</b> ("Signifikant") Eigenschaft <u>Syntaktik</u>	Zweitheit <b>Objektbezug</b> ("Signifikat") Objekt, Thema, wie es in der Bezeichnung vorliegt <u>Semantik</u>	Drittheit <b>Interpretantenbezug</b> <b>Bedeutung</b> Relation <u>Pragmatik</u>
[Erstheit] <b>Möglichkeit</b> in der:	<b>Qualizeichen</b> Farb- u. Formqualitäten <i>Farbqualitäten</i>	<b>Ikon</b> kulturelle Ähnlichkeit, Wiedererkennbarkeit <i>Bild des Objekts Mona Lisa</i>	<b>Rhema</b> mögl. Existenz offene Bedeutung, Gefühlsinterpretation <i>Bild als Einzelzeichen</i>
[Zweitheit] <b>Wirklichkeit</b> <b>Einmaligkeit</b> in der:	<b>Sinzeichen</b> aktuale Einteilung <i>Bild d. Mona Lisa</i>	<b>Index</b> direkte Beziehung zum Objekt <i>Rauch, fotograf. Lichtbild</i>	<b>Dicent</b> Existenz, wahre o. unwahre Behaupt. <i>Bild im Verhältnis zur Tatsache</i>
[Drittheit] <b>Notwendigkeit, Regel</b> <b>Code</b> in der:	<b>Legizeichen</b> Code, Gesetz graphische Regel <i>Gesetz der Perspektive</i>	<b>Symbol</b> ikonographische Konvention, arbiträre Regel <i>christliches Kreuz im Bild</i>	<b>Argument</b> "Wahrheit" logische Interpretation <i>Kontext eines Bildes, Interpretant im symbolischen Bedeutungsfeld</i>

Obwohl die weitere Betrachtung selten darauf eingehen wird, ist darauf hinzuweisen, daß die vollständige Zeichenrelation grundsätzlich durch das Zeichenmittel, seinem Objektbezug und den Interpretanten bestimmt ist. Das gemalte Selbstporträt von Vincent van Gogh ist, um nur ein Beispiel zu nennen, ein rhematisch-ikonisches-Sinzeichen; d.h., die einmalige Struktur des Mittels (Sinzeichen) bezieht sich durch ikonische Ähnlichkeit auf das Objekt, wobei die Interpretation offen ist und einem Gefühl entspringt. Peirce nennt zehn mögliche Kombinationen der Subzeichen in den drei Bezügen. Es sind zehn, obwohl rein rechnerisch 27 möglich wären, denn nicht jede Kombination führt zu sinnvollen

Ergebnissen. Beispielsweise kann kein argumentisch-ikonisches-Sinzeichen vorkommen. Denn dies würde heißen, daß eine unikale Darstellung seinem Objekt ähnelt und gleich innerhalb eines Gesetzeszusammenhangs als regelhafte Wahrheit interpretiert wird. Für ein Argument bleibt es notwendig, daß die Zeichenmittel und ebenso die Objektbezüge von einem "Gesetz" geregelt sind, wie es im Legizeichen und Symbol der Fall ist. Die zehn Kombinationen der Subzeichen sind folgende:

Für die Interpretation offene Einzelzeichen:

- 1) rhematisch-ikonisches Qualizeichen (regellos)
- 2) rhematisch-ikonisches Sinzeichen (regellos)
- 3) rhematisch-ikonisches Legizeichen (regelfolgend im Legizeichen)
- 4) rhematisch-indexikalisches Sinzeichen (regellos)
- 5) rhematisch-indexikalisches Legizeichen (regelfolgend im Legizeichen)
- 6) rhematisch-symbolisches Legizeichen (regelfolgend im Symbol und Legizeichen)

Zeichen, die sich auf ein aktuales Faktum oder einen Sachverhalt beziehen:

- 7) dicentisch-indexikalisches Sinzeichen (regellos)
- 8) dicentisch-indexikalisches Legizeichen (regelfolgend im Legizeichen)
- 9) dicentisch-symbolisches Legizeichen (regelfolgend im Symbol und Legizeichen)

Zeichen, die innerhalb eines symbolischen Kontextes als wahr gelten:

- 10) argumentisch-symbolisches Legizeichen (vollständig regelfolgend)

[vgl. Walther 1974/78ff.]

Diese Kombinationen gehen aus dem nebenstehenden Schema hervor. In der gleich folgenden Untersuchung der visuellen Wahrnehmung werden die Zeichen von eins bis sechs maßgeblich sein, weil erstens der grundsätzlichen Offenheit des visuellen Sinns Rechnung getragen wird, und zweitens, die ersten Klassen - wie Walther [vgl.1974/79] schreibt - einen stärkeren "Weltbezug" ausdrücken, also näher am Material orientiert sind als die letzten Klassen, eben wie die visuelle Wahrnehmung auch.

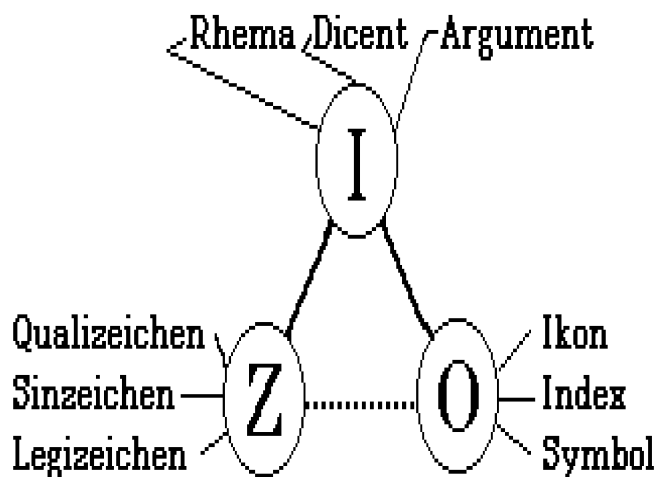


Abb. 3: Relationen von Zeichen

## Teil II. Sehen und Erkennen

Die Frage, "wo das gesehene Bild entsteht" ist zwar nicht so alt wie die Bildkommunikation, vor einigen Jahren meinten jedoch manche: Bilder entstünden im Auge des Betrachters. Der Diskurs in der Kunst dokumentiert vergleichbare Schwierigkeiten der Lokalisation, wie bzw. von wo aus Bilder gesehen und verstanden werden. Programmatisch zeigt dies folgender Text eines öffentlichen Plakats auf:

"Kunst-Betrachtung ist keine begriffliche Beurteilung des künstlerischen Objekts (ob es denn noch Kunst sei),  
sondern die ästhetische Selbst-Erfahrung des betrachtenden Subjektes (wie es seine Phantasie entfaltet und proportioniert)." [Lingner 1986/72]

Dieses Statement meint, es käme weniger darauf an, was verstanden wird, als darauf, welches Gefühl in der sinnlich wahrnehmbaren Selbsterfahrung eigendynamisch aktualisiert wird. Nicht der begriffsorientierte Verstand soll der Ort der Kunst sein, sondern das emotionalisierte "Auge", in welchem sich die Bildperzeption dank intentionaler Bildproduktion autonomer Individuen mobilisiert [hierzu Bockemühl 1985/91]. Oft zeichnen sich Thematisierungen durch ihren dialektischen Charakter aus, so auch die der Kunst. Beat Wyss fordert: "Kunst sei nicht Gegenstand des Sehens, sondern des Denkens"<sup>14</sup> [Wyss 1992/9]. Wie die Beteiligten das Thema auch drehen und wenden, die Ortsbestimmung, wo Kunst entsteht, behauptet gleich mit, daß Kunst entsteht. Es scheint, daß die Betreffenden in der Kunst zwar wissen, was getan wurde, aber kaum erinnern, wie sie es vollbrachten. Ebenso unsicher sind sie sich darin, wie Bilder in der Kunst wahrgenommen werden oder werden sollen. So bleiben im speziellen Fall der Kunst, aber auch im allgemeinen Fall der Bilder insgesamt, die bildbezogenen Theorien auf der Suche danach, ob Bilder im Sehen, in der Erfahrung oder im Denken entstehen bzw. wahrgenommen werden. Semiotisch gesprochen lautet die zu beantwortende Frage: Entstehen Bilder in der Erst-, Zweit- oder Drittheit, also aus einer Möglichkeit, einer Wirklichkeit oder einer Notwendigkeit heraus?

Nun ist weder jedes Kunstwerk ein Bild, noch ist jedes Bild ein Kunstwerk. Gleichwohl verharret die Frage, wo das Bild entsteht und vor allem wie. Der äußere Anlaß einer Wahrnehmung ist bekannt, nur dem Auge ist ermöglicht, visuelle Phänomene zu empfinden. Aber wie wird das in Bildern Gesehene zum Erkannten und das Erkannte zum Gesehenen;

<sup>14</sup> G.R. Koch pointiert in der FAZ vom 28.9.1992 bezüglich der Documenta 9 eine aktuelle Entwicklung: "Wer Kunst erfahren wollte, muß sich vieles dabei denken, am Ende sie selbst." Offenbar wird Kunst vorrangig als finaler Interpretant in einem Zeichencode verstanden, in dem Kunsterfahrung eher entfernt angestrebt wird. Wie der Künstler Ilya Kabakov [vgl. 1993/22] meint, gilt das Interesse nicht mehr der Herstellung eines Kunstwerks, sondern dem Diskurs, der erst das Kunstwerk erzeugt.

sieht der Bildbetrachter etwas, was er wußte, was er sich in seiner Phantasie vorstellte oder auch etwas, was ihm unvorstellbar war und er nicht wußte? Die Fragen, die in den folgenden Kapiteln das Problem zwischen Wissen und Sehen aufgreifen, lauten: Wie werden Bilder gesehen? Was ist visuelle Wahrnehmung? Entstehen Bilder in der Wahrnehmungserfahrung oder im Denken? Warum weisen Bilder eine kulturgebundene Selbstähnlichkeit in der Darstellung auf? Wie prägt die Kultur manche Sehgewohnheiten des Individuums?

Um diese Fragen zu beantworten, wird mit dem Einfachsten (sic!) begonnen werden, dem Sehen von Bildern. Obwohl die anatomischen und psychischen Voraussetzungen des Menschen innerhalb soziologischer Erklärungsmodelle rasch dem Verständnis des Biologismus oder Psychologismus anheim fallen können, sind Bedingungen des visuellen Wahrnehmungssystems doch zu beachten. Ließe man dies aus, führe man mit den soziologischen Suppositionen fort, die gesellschaftliche Einflüsse auf visuelle Wahrnehmung typisieren. Verkehrt wäre der Reduktionismus, Soziologie unbegrenzt aus Psychologie herzuleiten. Trotzdem ist für visuelle Wahrnehmung der Ansatz nicht zurückzuweisen,

"... daß mittels sozialpsychologischer Theorien die Probleme des Sozialwissenschaftlers besser gelöst werden können als mit ad hoc - meist aufgrund des Alltagsverständnisses - formulierter Hypothesen oder mit bereits vorliegenden Aussagen der Soziologen." [Opp u. Hummel 1971/85]

Vorwiegend läßt Psychologie zwar das Bewußtsein im soziologischem Sinne aus, aber "... sie befaßt sich mit den Erfahrungen des Einzelnen in ihrer Relation zu den Voraussetzungen, unter denen sie auftreten. Um Sozialpsychologie handelt es sich dort, wo die Voraussetzungen sozialer Natur [Wahrscheinlichkeit] sind" [Mead 1988/79].

Wenn auch viele Voraussetzungen der Bildwahrnehmung im sozialen Austausch geschaffen werden, so werden doch auch manche von ihnen im psychischen System des Individuums konstruiert. Gesellschaft und Kultur wären ohne Kommunikation undenkbar; Wahrnehmung allerdings läßt sich vom Individuum vorkommunikativ entfalten. Den einzigen, vorerst sozialen Sachverhalt, der visuelle Wahrnehmung motiviert, eröffnet die Geborgenheit des Kindes. Ohne sie würde sich das Kind in keiner Weise mit seiner Umwelt befassen [vgl. Metzger 1975/656]. Ansonsten betont Metzger, daß Kinder zuallererst unabhängig von Gesellschaft und sozialen Voraussetzungen wahrnehmen.

"Wer behauptet, daß die gesellschaftlichen Umstände nicht nur eine unter vielen Bedingungen, sondern die entscheidende Voraussetzung des Wahrnehmens seien, muß auch behaupten, daß schon die ersten Wahrnehmungen des kleinsten Kindes gesell-

schaftlich bedingt seien. Tut er das, so hat er sich mit der Tatsache auseinanderzusetzen, daß beim Kind die Fähigkeit, einfache Dinge, Formen und Vorgänge wahrzunehmen, erwiesenermaßen *lange vor* der Fähigkeit zur Wahrnehmung sozialer Sachverhalte ausgebildet ist." [Metzger 1975/656]

Im weiteren hebt Metzger hervor, daß der innovative Erkenntniswert immer geringer würde, sobald Wahrnehmung unentwegt von gesellschaftlichen Einflüssen gewährleistet sein sollte. Schlösse Wahrnehmung die Kreativität aus, die sich in individuellen Eigenbeiträgen als *Möglichkeit* für unterschiedliche Erfahrungen offen hält, dann würden von vornherein gesellschaftlich konstruierte Schablonen jede Wahrnehmung derart lenken, daß der Interpretierende eines Bildes ausschließlich das sehen könnte, was er bereits vorher erfahren oder gedacht hat, was sicherlich alltäglicherweise oft vorkommt. Was Metzger trotzdem übersieht, ist, daß einfache Gegenstände, Formen und Vorgänge selbst zur sozialen Weltkonstruktion gehören. Das Gegenständliche und insbesondere das Kulturelle bilden eine offene Umwelt, die mehr umfaßt, als lediglich die Sachverhalte, die über sie mittels Interpretanten erdeutet werden.

Wenn fortwährend kommunizierte Zeichenbedeutungen das Sehen dirigieren würden, wäre dies ungefähr so, als ob jemand angefüllt mit sozialen Konstruktionen über Bilder spricht, aber diese niemals mit eigenen Augen sah und subjektiv deutete. So erstaunlich es klingt, so gehen dennoch manche Theoretiker davon aus, daß das Sehen kontinuierlich von kommunizierten Bedeutungen gelenkt sei. Solche Positionen scheinen sich aus den Realitätskonstruktionen der westlichen Welt herzuleiten, in denen das erfaßt wird, was als erfahrene Existenz zur dicentischen Behauptung genügt und als logisches Argument brauchbar scheint. Alles das, was ohne Zeichenbedeutung verweilt, wird kaum benannt werden, weil - systemtheoretisch gesprochen - Prozessieren ohne Differenzerlebnis im System keine kommunizierbare Realität ausbildet. Trotzdem entsteht im Sehen mehr, als sozial kommunizierte Bedeutungen zulassen. Daß dieses "Mehr" sich in den Bedeutungen verflüchtigt, beschreibt Chris Marker in seinem Film »Sans Soleil« als "die unerträgliche Eitelkeit der westlichen Welt, die nicht aufgehört hat [mit Bildern derzeit aber doch aufhört], das Sein gegenüber dem Nicht-Sein und das Gesagte gegenüber dem Nicht-Gesagten zu privilegieren" [Marker 1983/26]. Das Nicht-Gesagte, das Nicht-Bedeutete und doch Gezeigte fällt mit dem Bild vorsprachlich und vorsozial in die Kultur ein. Denn mit der Zweitheit der Wahrnehmung konstituiert sich kulturelle Wirklichkeit [Zweitheit], ohne daß diese von Zeicheninterpretanten der Bedeutung in die gesellschaftliche Pragmatik hineingeholt wären. Springt jedoch dem Sehen ein finaler Interpretant bei, wird kaum mehr alles wahrgenommen. Die Individualität der Wahrnehmung gehorcht dann der



Zeichenbedeutung, mit der dasjenige zur Anschauung kommt, was über soziale Relevanz verfügt. Umgekehrt fällt es uns schwer, etwas zu sehen, was bisher noch keine Zeichenbedeutung hatte. Daß diese Bedeutungen kulturabhängigen Plausibilitätskriterien unterliegen, wird z.B. noch bei der Betrachtung scheinbar "realistischer" Veranschaulichungen, d.h. Fotos oder Television, präzisiert werden.

Aus jenem Beschriebenen folgt nicht der Schluß, daß nichts gesehen wird, sobald Interpretanten hinzutreten. Vielmehr sollte darauf aufmerksam gemacht werden, daß sich Sublimes in soziale Gefüge einschleicht, was zwar visuell wahrgenommen wird, aber kaum notwendigerweise in kommunikative Realitäten der Zeichenbedeutungen verwoben ist. Beispielsweise liest der Nachrichtensprecher im Fernsehen neuerdings die neuesten Meldungen vom Teleprompter ab. Die Bedeutung des Bildes vom Nachrichtensprecher bleibt unverändert. Dennoch sitzen sich Sprecher und Betrachter nun Auge in Auge gegenüber, was zwar die Bedeutung des Gesprochenen kaum berührt, was jedoch die Eindringlichkeit des Gesprochenen verstärkt. Der intensivierte Blickkontakt läßt sich auf die Funktion unbemerkter Bedeutung ein, indem der Sprecher, ohne mit der Wimper zu zucken, das Gefühl seiner eigenen Aufrichtigkeit erzeugt, wodurch sich die Glaubwürdigkeit der Nachricht erhöhen soll.

Eine andere Erscheinungsweise des gleichen Phänomens zeigten Besucher der Documenta 1992. Sie interessierten sich selten dafür, wie etwas dargestellt ist, sondern wollten erkennen, was dargestellt ist. Oft waren Feststellungen folgender Art zu hören: das ist ein Mensch, das sind Exkremente, da ist ein Stuhl, das sind Ameisen usw. Die in diesen Worten bekundeten Bedeutungen waren in der Lage, jedes ikonisch Sublime mit einem Wort zu erledigen, woraufhin sich jene Betrachter beruhigt den nächsten Vergegenständlichungen zuwendeten. Man kann sicher sein, daß, wenn die Besucher gefragt würden, wie ein Bild aussah, sie nur wenige Details des Bildes neben dem der singulären Namensnennung des veranschaulichten Objekts angeben könnten. Um handlungsfähig zu bleiben, verkürzten viele Ausstellungsbesucher die Bilder der Kunst auf be- und erkannte Zeichen (Formen) und Bedeutungen, genauso wie sie es in der Alltagswelt praktizieren<sup>15</sup>, in der sie dem Wahnsinn unbeendbarer Bedeutungssuche entgehen müssen. Noch drastischer verkürzt manchmal der Kunstkenner das Bild auf seine Bedeutung im Kunstsystem, indem er es beispielsweise sofort dem Expressionismus zuordnet und es demzufolge kaum noch betrachtet. Was dem Kunstkenner und auch dem unverblendeten Betrachter selten als Bedeutung bewußt wurde, ist die Tatsache, daß sie binnen sehr kurzer Zeit in der Lage

<sup>15</sup> Ohne die Abstraktion von Umweltereignissen auf kognitiver Ebene ist eine Steuerung sinnvollen Handelns unmöglich [vgl. Roth 1991a/247].

waren, die Bilder visuell zu erfassen und augenblicklich erkannten, wie sie einzuordnen sind. Wie noch zu begründen ist, wurde es den Betrachtern zur *visuellen Gewohnheit*, die Zeichenmittel ihrer Bildkultur (Quali-, Sin- und Legizeichen) augenblicklich zu decodieren. Ebenso wie ein Bildbetrachter seine Nase<sup>16</sup> in seinem Blickfeld nur problematisiert, wenn sie stört, ebenso verfolgt er die optische Struktur eines Bildes bewußt, sobald sie ihm ungewohnt scheint. Gewohnheiten erzeugen selten Differenzerlebnisse. Darum bleiben sie auch unhinterfragt und stabilisieren sich.

In Bildern wird durchaus mehr wahrgenommen, als in sozial ko-orientierten Bedeutungen aktualisiert wird. Die Betrachter von Bildern können Dinge sehen, denen sie in subjektiver Bildbetrachtung eine für sie allein gültige Bedeutung zugestehen, obwohl sich diese jeder gesellschaftlichen Bedeutung entsagt. Eine solche Wahrnehmung wäre nicht notwendigerweise an gesellschaftlichen Bedeutungen orientiert, sie wäre unvergesellschaftet. In welchem Bewußtsein kann jedoch etwas gesehen werden, was nicht auch schon in gesellschaftlichen Bedeutungscodierungen existiert, und wie kann etwas wahrgenommen werden, ohne als Zeichenbedeutung bewußt zu werden? Die Begriffe »Bedeutung« und »Bewußtsein« kennzeichnen die ungeklärten Pole, um die sich die Theorien zur visuellen Wahrnehmung drehen. Im folgenden wird zu klären sein, wie Bedeutung und Bewußtsein zueinander stehen bzw. wo Voraussetzungen der visuellen Wahrnehmung als Konstituens der Bedeutung übergangen werden. Wenn nämlich allgemein Bilder und speziell Bilder der Kunst, wie eingangs formuliert, im Auge des Betrachters oder aber im Denken entstehen, dann impliziert dies vermutlich differierende Bedeutungsinhalte und Bewußtseinsstufen. Notwendig ist diese Analyse, um zu begründen, in welchem Bewußtsein die Bildbetrachtung ohne kommunikative Zeichen auskommt, d.h., wo sie unvergesellschaftet ist. An dieser Frage interessiert mich vor dem Hintergrund der Wahrnehmungspsychologie, die der visuellen Form (Gestalt) allein keine Bedeutung beimißt, warum Bilder in Kulturen häufig ähnlich sind, also gleichartige Formen darbieten. Im weiteren kann die Thematisierung der kulturellen Bedeutung von Bildern ohne einen Begriff der Bedeutung nicht auskommen, obwohl die kulturelle - und damit die kommunikative - Bedeutung erst im Teil III ausführlich erörtert wird.

<sup>16</sup> Man muß sich seine Nase nur farbig anmalen, und man wird sehen, wie sehr sie eigentlich im Blickfeld stört bzw. wie sehr man sich an diese Störung gewöhnt hat. Man sieht nun, daß man nicht gesehen hat, was man schon immer gesehen hat.

## 2.1. Bedeutung und Bewußtsein in Differenz zur Möglichkeit von Wahrnehmung

Die semiotische Einführung setzte Zeichen und Gesellschaft in eine Beziehung, in der der kommunikative Austausch von Zeichen Gesellschaft stiftet, und umgekehrt Gesellschaft Zeichen entwickelt [s.S. 14]. In dieser Relation sind und tragen Bilder ebenfalls Zeichen. Soll nun die Bedeutung von Bildern und das Wahrnehmungsbewußtsein von Rezipienten beschrieben werden, muß die Bezugsordnung bestimmt werden. Denn es bleibt unmöglich, wie Luhmann [vgl. 1990/54f.; 1992/63f.; s.S. 57] bemerkt, den Wissensbestand einer Gesellschaft auf Bewußtseinsvorgänge psychischer Systeme zu reduzieren und oder aus diesen zu rekonstruieren. Umgekehrt lassen sich jedoch Bewußtseinsvorgänge von psychischen Systemen von gesellschaftlicher Kommunikation (sozialen Systemen) beeinflussen, wie es in dem Meadschen Begriff der Sozialpsychologie intendiert ist. Somit spitzt sich eine Hypothese darauf zu, daß Voraussetzungen der Bildwahrnehmung und -produktion kulturellen Merkmalen folgen, die pragmatische Bedeutungen sowohl in als auch außerhalb sozialer Bezugsrahmen stabilisieren. Bilder fungieren bereits innerhalb kultureller Konstellationen als kommunikative Zeichen, wodurch sie zumindest potentiell auf Bewußtseinsvorgänge von Individuen wirken. Wenn Wahrnehmung bzw. Wahrnehmungsmechanismen des individuellen Bewußtseins das Bezugssystem sein sollen, dem soziokulturelle Einflüsse zurechenbar sind, dann verstehe ich dies als sozialpsychologische Problemstellung. Eine rein soziologische Untersuchung betrachtet eher, für wen, wann und aufgrund welcher Interessen Bilder zur Bedeutung und zu Bewußtsein kommen. Was beiden Ausrichtungen zweifellos zugrunde liegt, ist die Frage nach der Bedeutung, oder auch, was kommt als Bedeutung zu Bewußtsein, und vor allem wie und wodurch kommt Bedeutung zu Bewußtsein. Zunächst bedarf das sozialpsychologische Verhältnis zwischen Bedeutung, Bewußtsein und Wahrnehmung weiterer Erörterung.

Auch wenn Bilder Zeichen tragen und sind, so haben sie ebenso eine Gegenstandswirklichkeit inne, die zwar anzeigt, daß visuelle Zeichen oder Bilder zur Präsentation kommen, die aber auch eine Wirkung erweckt, die kein Zeichen sein kann. Gewiß ließe sich meinen, daß beispielsweise Brot selbst als ein Zeichen für die Funktion von Brot verstanden wird, also der Gegenstand und das ihn identifizierende Zeichen seiner Funktion zur bedeutungsgleichen Orientierung führen. Diese Betrachtungsweise ist für den an Zeichen gebundenen Verstehens- und Erkenntnisprozeß berechtigt, reicht aber nicht aus, weil wir das Brot selten ausschließlich als Zeichen beanspruchen, sondern auch essen. Zeichen verderben eventuell den Appetit, aber sie machen nicht satt. Die Vielfalt

sinnlicher Blickwinkel, die ein optischer Gegenstand ermöglicht, wird auch deshalb nie mit seinem Zeichen identisch sein, weil wir sonst ebenso viele Zeichen wie Wahrnehmungsaspekte nötig hätten, wodurch Kommunikation und vor allem soziale Bedeutungsverwandtschaften beträchtlich boykottiert wären. Genauso wie Brote, sind Bilder Dinge, die man nahezu immer anfassen kann, die man real in ihrer Körperlichkeit erfahren und visuell wahrnehmen kann. Bilder stellen aber auch Dinge dar, die sie mittels visueller Zeichen *re*-präsentieren. Es kommen also zwei Objektbegriffe vor. Erstens ist das Bild ein materielles Ding, welches wirklich vorhanden als Gegenstand gegeben ist, und zweitens illustriert es Objekte, auf die es mittels Zeichen hindeutet. Deshalb ist zu unterscheiden, ob ein Bewußtsein vom Gegenstand Bild oder ein Bewußtsein der Zeichen auf einem Bild infolge der Wahrnehmung entsteht. Bilder zeigen etwas, auf das sie hinweisen, während sie es im Gegenstand wahrnehmbar "verkörpern" [hierzu Zimmermann 1980/42]; sie repräsentieren also etwas konstant gegenstandshaltig.

Das Bewußtsein des Gegenstandes erfordert, daß dessen Kontakt-Erfahrung eine Wirkung eröffnet [s.S. 28]. In dieser direkten Wahrnehmungserfahrung kommt dem Gegenstand Bild wirksame Existenz [Zweitheit] zu, in der sich nicht das Kantsche Ding an sich, sondern die visuelle Wirklichkeit für uns konstituiert [hierzu Pape 1989/133]. Mit Husserl konkretisiert ist das Bild ein "... Rauming, das wir sehen ... [und] in seiner Leibhaftigkeit bewußtseinsmäßig Gegebenes"<sup>17</sup> [Husserl 1980/79 §43]. Somit vergegenwärtigt Gegenstandswahrnehmung kein Abwesendes, wie es vollständige Zeichen bewirken. Um diese vorzeichenhafte Präsenz zu umfassen, möchte ich die Bedeutung des Bildgegenstandes in der direkten Wahrnehmung mit dem Begriff der Gegenstandsbedeutung von Holzkamp bezeichnen. Für die Gegenstandsbedeutung bleibt es unerlässlich, daß sie im direkten Gegenüber des Gegenstandes "im Zusammenhang mit der menschlichen Lebenstätigkeit" [Holzkamp 1973/25] wahrgenommen und nicht etwa vorgestellt bzw. gedacht wird. Die Gegenstandsbedeutung erfaßt die Gegenstände, die bei körperlich wirksamer Erfahrung in räumlichen und zeitlichen Kontexten für das pragmatische Handeln individuell existieren. Was dann in dieser *Wirklichkeit* [Zweitheit] für ein Individuum "... ein Gegenstand bedeutet, besteht einfach in den Verhaltensweisen, die er involviert" [Peirce 1967 I/337], und "... welche Gewohnheiten ... [er] in sich [ein-] schließt" [Peirce 1985/66; vgl. 1960/5.400]. Insofern involvieren pragmatische Gegenstandsbedeutungen *e r f a h r e n e* Wirkungseinschätzungen [Zweitheit]. Diese entfliehen jedoch einem behavioristischen Reduktionismus, indem sie in ihrer gegenstandsbezogenen Verhaltenspraxis von gedanklichen und zeichenhaften Konzeptionen (Zeichenbedeutungen) begleitet oder auch

<sup>17</sup> "Es ist nicht statt seiner ein Bild oder ein Zeichen gegeben. Man unterschiebe nicht dem Wahrnehmen ein Zeichen- oder Bildbewußtsein." [Husserl 1980/79]

antizipiert sein können [vgl. Apel 1972/38; Oeser 1988/155; Ogden/Richards 1974/217ff.]. Und dennoch: was etwas **b e d e u t e t**, besteht darin, welche Verhaltensweisen, Gewohnheiten und Interpretationen es involviert.

Von der Wahrnehmungswirklichkeit einer Gegenstandsbedeutung spaltet sich die Zeichenbedeutung ab. Die Zeichenbedeutung eines Bildes zeigt sich nicht mit dessen wirksamer Gegenstandsbedeutung; sie demonstriert sich mit der finalen Interpretation von Zeichen und deren repräsentierenden Objektbezügen. In der konkreten Wahrnehmungssituation bieten bildlich konzeptualisierte Gegenstände (Objekte) keine Wirklichkeit, die mit ihren Möglichkeiten multiaspektischer Existenz identisch wäre; sie werden in ikonischen Bildern von monoaspektischen Zeichen bezeichnet, d.h., bildliche Zeichen deuten auf ikonisch erkannte Objekte meist in einem einzigen "Blickwinkel" hin. Im Bild sind keine Gegenstände zu sehen, sondern Zeichen, die dem Individuum optische Wirkungseinschätzungen von Objekten vorstellbar werden lassen sollen. Diese mittels Zeichen vorgestellten Objekte bezeichnet Peirce als das *unmittelbare Objekt* eines Zeichens, sofern es die (visualisierte) Idee des Objekts in der Bildbetrachtungssituation ikonisch, indexikalisch oder symbolisch hervorruft.

Der andere Fall einer Zeichenbedeutung besteht darin, daß der Bildgegenstand als Zeichen für seine Funktion wirkt. Hier drängt der Gegenstand auf seine Zeichenfunktion, indem er sich als wirklicher Gegenstand und als kommunikationswirksamer Zeichenträger wiederzuerkennen gibt. Bei diesem von Peirce als reales oder *dynamisches Objekt* benannten Faktor tritt hervor, daß ein Bild-Gegenstand als Zeichen für die Präsentation von Zeichen real wahrgenommen wurde, indem er zwar direkt wahrnehmbar die Zeichenbildung vorantreibt, aber nicht als repräsentierendes Zeichen, sondern im Wahrnehmungsbewußtsein als unabgeschlossenes Zeichen in Anspruch genommen wird, nämlich als Quali- Sin- und Legizeichen mit einer selbstindizierenden Funktion [vgl. Peirce 1960/8.183, 8.343, 5.473; 1985/151f.].

Das dynamische Objekt einer Semiose soll nach Peirce in letzter Analyse das vorbewußte, z.B. qualizeichenhafte Perzept eines direkt empfundenen Gegenstandes sein, der im Denken bestimmbar wird. Obwohl vermutlich kulturell beeinflusste Plausibilitätskriterien für die Wahrnehmung eines Gegenstandes vorliegen, wie Eco [vgl. 1991/222] betont, scheint es doch problematisch, wenn die primordiale<sup>18</sup> Wahrnehmung eines unbekanntes Gegenstandes als eine Abfolge von zeichenhaften Perzepten der Erstheit betrachtet wird, zumal die Peircesche Theorie Wahrnehmungen niemals als eine Wiederholung derselben

<sup>18</sup> Hier ist die uranfängliche Wahrnehmung gemeint, die nicht das Ergebnis kritischer Einstellung oder vorgängiger Synthese ist [vgl. Merleau-Ponty 1966/282].

begreift und Perzepte innerhalb der Phänomenologie nicht als Zeichen versteht [vgl. Peirce 1960/4.539, 8.300; Pape 1989/317; Bühler 1990/113f.]. Ebenfalls hebt Apel [vgl. 1975/208; Pape 1989/464] hervor, daß für Peirce sowohl ästhetische Kontemplation, als auch die Phänomenologie der Anschauung keine Erfahrung ist, die in den Geltungsbereich der semiotischen Erkenntnistheorie zurückzubringen sei und in ihrer Erstheit zur wahren Aussage über die Umwelt führen könnte. Obwohl Peirce und andere universalistisch denkende Semiotiker das dynamische Objekt und die Gegenstandsbedeutung eines Bildes als ein und dieselbe Sache ansehen würden, sofern bei jedem in der Zweitheit "... reaktiv bestimmten Wahrnehmungsurteil eine Zeichenstruktur vorliegt" [Pape 1989/193], möchte ich dennoch der Gegenstandsbedeutung einen phänomenologischen Teil zuschreiben, der deshalb vollständige Zeichen unterschreitet, weil er als Gegenstandserfahrung nicht in den Bereich der Drittheit, des Denkens und der Kommunikation unbeschadet zu überführen ist. Das dynamische Objekt in seiner Gegenstandshaftigkeit involviert die körperlichen Erfahrungen, die das Existieren reflexionsunabhängiger Wirkungsrelationen von Bildgegenständen verwirklicht [Zweitheit]. "Wäre [nämlich] die Bestimmung des Objekts durch die Zeichen die einzige mögliche Richtung der Semiose, so wäre innovierende [Non-Ego-]Erfahrung ausgeschlossen" [Schönrich 1990/132]. Infolgedessen entzieht sich die Gegenstandsbedeutung einem "Bezeichnungsimperialismus" [Lenk 1993/63], dem allein das Bezeichnete real sei. Dynamische Materialwirkungen von Bildgegenständen verflüchtigen sich nicht in den Bezeichnungen von ihnen, gegebenenfalls provozieren sie sogar unbezeichnete Erfahrungen.

Für eine sozialpsychologische Untersuchung (Peirceianer mögen es mir verzeihen) verdeutlicht die Unterscheidung zwischen Zeichen- und Gegenstandsbedeutung unkomplizierter als die von »unmittelbarem« und »dynamischem« Objekt, daß wir den Gegenstand Bild wahrzunehmen lernen und erst infolgedessen Zeichen in ihrer kulturellen Zeichenstruktur erkennen. Zeichen, die sich durch das Bildmaterial als dynamisches Objekt oder Gegenstand präsentieren, benötigen Kontakt-Wahrnehmungen. Demgegenüber bezeichnet der unmittelbare Objektbezug des Zeichens etwas, das ohne wirkliche Kontakt-Wahrnehmung interpretiert, vorgestellt oder verstanden wird. Im unmittelbaren Objektbezug beschreiben *bildliche* Zeichen ein Phänomen der Drittheit, des Denkens und des Verstehens von Kommunikation, deren abstraktive Explikationen sich vom Gegenstand lösen und somit oft anderes einschließen, als die tatsächliche Wahrnehmung von ihm enthüllt [s.S. 29 (Drittheit)]. Im Alltagsfall nehmen wir zwar an, daß einfache Gegenstandsqualitäten bei gleicher Bezeichnung auch gleich wahrgenommen werden, bei Bildern scheinen jedoch Wahrnehmungswirklichkeiten im ästhetischen Sinne eher

verwandte als identische Gegenstandsbedeutungen zu provozieren. Somit stabilisieren wir in zeichenvermittelten Zuschreibungen zwar Allgemeinplätze einer kooperativ kommunizierten Realitätskonstruktion, aber für vorbegriffliche Bilderfahrung heißt das dennoch nicht, wir hätten das Subjektive einer individuellen Wahrnehmungswirklichkeit miterlebt. Denn was in der Bilderfahrung außerhalb von interpersonalen Realitätsannahmen bleibt, sind private Gefühle und dynamische Erfahrungen einer (kontemplativen) Gegenstandswahrnehmung. Deshalb ist Holzkamp [vgl. 1973/181] insoweit zu widersprechen, wie für die Gegenstandsbedeutung eines Bildes, gegenüber welchem mögliche Wirkungseigenschaften und selten Notwendigkeiten gesellschaftlicher Lebenserhaltung aktualisiert werden, keine vorgegebene Objektivität behauptet werden kann, die sich aus "*gesellschafts-historischen*" Resultaten vergegenständlichter Arbeit ergibt. Die Zugänglichkeit zu gemeinsam entwickelten Zeichen bezeichnet keine Realität und erfordert keine Wirklichkeit, die auf etwas Vorzeichenhaftem basieren würde, dem gemeinsame oder "objektive" Gegenstandserfahrung in Sinne eines Identischen nachzusagen wäre [vgl. Putnam 1995/31].

Die Unterscheidung des wirklichen Gegenstandes Bild vom visualisierten Objekt bezieht im weiteren auch mit ein, daß Bilder eine höchst unwahrscheinliche Wahrnehmungssituation von zeichenhaft dargestellten Objekten verwirklichen. Neben der Dauer von unbewegten Bildzeichen, die an monoaspektischen Veranschaulichungen oft unverrückbar festhalten, entspricht ebenso der erforderliche Tunnelblick nicht der "natürlichen Weltenerfahrung" und "Weltsicht" [vgl. Fellmann 1989/111; Gibson 1982/88f.]. Die alltägliche Wahrnehmung von Farb- und Formpräsenz ist also deutlich wahrscheinlicher, das meint man oft mit "natürlich", als die Wahrnehmung unwahrscheinlicher Bildrepräsentation, deren zweidimensionale Formen oft Dreidimensionales bezeichnen. Und trotzdem existiert der Gegenstand Bild in räumlicher Umwelt, in der er eine direkte Wahrnehmungserfahrung aus der "natürlichen" Lichtabstrahlung seiner selbst präsentiert, obwohl deren unwahrscheinlich segmentierte Formen für Erfahrungen aus zweiter Hand stehen, indem sie etwas anderes repräsentieren. In dieser Hinsicht stellt die Bildhauerei eine bemerkenswerte Anwesenheit her. Ihre Skulpturen bestimmen sich stärker kraft der Gegenstandsbedeutung als kraft der Zeichenbedeutung, sofern die Skulptur im Erfahrungsmoment mehr sich selbst präsentiert, als daß sie etwas anderes zeichenhaft darstellt. Gleichermäßen benötigen aber Bilder für ihre Repräsentationen eine körperlich wahrnehmbare Bildpräsenz, die besonders für ästhetische Sinnlichkeit relevant ist.

Die Schwierigkeit, die Wahrnehmung zu konkretisieren, besteht in der Unwissenheit, nach welchen Bedeutungen sie sich ausrichtet. Zum einen hat jedes Zeichen, das vom

Bewußtsein realisiert wird, wirkliche Existenz als gegenständliches Zeichenexemplar und -träger von Bedeutung, und andererseits hat die Außenwelt eine Gegenstandsbedeutung, die nicht schon gleich als Zeichenbedeutung interpretierbar ist [vgl. Sauerbier 1985/29]. Unbeeinflusst kann die Gegenstandsbedeutung im nicht-signifikanten Verhalten und Handeln der körperlichen Situation vorkommen, sie befindet sich also nicht in zeichenhaften oder verbalisierten Formulierungen. Der rein empirische Gegenstand der Erfahrung wird überhaupt erst zur Sprache oder zum Zeichen infolge des "»jedermaligen« Gebrauchs" [Gerold Prauss 1990/108]. Zeichenbedeutungen verlaufen infolgedessen im sozialen Rahmen eines Geflechts von Zeichen, wie es die verbale Sprache und ebenfalls bildliche Zeichen durchsetzen. Dennoch konstituieren Zeichen-, Sprach- und insbesondere Bildbedeutungen keine Welt, die vollständig unabhängig von Gegenstandsbedeutungen zu erfassen wäre. Zeichenhafte Kontexte basieren auf der ursprünglichen Fähigkeit einer Reaktion auf nichtsprachliche Gegenstände, auch wenn für diese Kontexte der gegenstandshafte Ausgangspunkt selten rekonstruiert werden kann, wie es beispielsweise in Teilen der Sprache<sup>19</sup> und Bilder der Fall ist.

Wozu nun diese Unterscheidung der beiden Bedeutungskonstituierungen durch ein Individuum? Die meisten Theoretiker, die zur Wahrnehmung auf soziologischer Ebene einen Standpunkt einnehmen, gehen zutreffend davon aus, daß wahrgenommene Objekte im Bewußtsein durch Bedeutung aktualisiert werden. Problematischer wird es, sobald sie für jede Wahrnehmung annehmen, diese würde in *Abhängigkeit* von sozial segmentierter Gegenstands- oder von Zeichenbedeutung ein Bewußtsein erlangen. Im Grundtenor gehen sie entweder davon aus, daß ein Wahrnehmungsbewußtsein vorherrscht, welches sich größtenteils infolge verbaler Sprache und anderen Zeichen strukturiert, oder sie gehen von einem Wahrnehmungsbewußtsein aus, welches sich sehr an körperlicher Erfahrung der kulturellen Gegenstände und deren Gegenstandsbedeutung orientiert. Die hier getroffene Unterscheidung deutet auf Theorien, die sich um zwei Bedeutungskonzeptionen drehen: einerseits verpflichtet die materialistische Auffassung die Bedeutung eines wahrgenommenen Gegenstandes darauf, wie sie sich aus gesellschaftlichen Standorten des Individuums im Zusammenhang mit dessen Tätigkeit konstituiert, und andererseits soll in eher idealistischer Auffassung die wahrgenommene Wirklichkeit ganz und gar von Zeichenbedeutung vorgesteuert sein, d.h. hauptsächlich von verbaler Sprache und anderen

<sup>19</sup> Luhmann, Morris [vgl. 1934/18] Ciompi [vgl. 1992/146ff., 173] und die These von Willard van Orman Quine [vgl. 1980/37ff.] gaben bereits den Hinweis, "... daß Sprachlernen ohne nichtsprachlichen Hinweis auf Dinge der Außenwelt nicht möglich ist und die Sprache deshalb auch nie ganz aus sich selbst heraus Realität konstruieren kann" [Luhmann 1990/56]. Ebenfalls trifft für Bilder zu, daß sie einem Individuum ohne Wirklichkeitserfahrung und deiktische/indizierende Zeichen [Zweitheit] keine Realitätsvorstellungen [Drittheit] skizzieren werden.



vollständigen Zeichen [vgl. Sauerbier 1977/154]. Wie wird aber ein Wahrnehmungsaspekt mit Bedeutung belegt, wenn schon vorgängig immer Bedeutung dafür sorgen soll, daß der Gegenstand Bild oder das visuelle Zeichen im Bewußtsein präsent wird? In sozial-psychologischer Fragestellung lösen die gleich zu benennenden Theoretiker dieses Problem scheinbar, indem sie davon ausgehen, daß sozial konstruierte Gegenstands- und Zeichenbedeutungen unablässig individuelle Wahrnehmungsinhalte festlegen. Sobald aus dieser Fragestellung jedoch die Prämisse des Sozialen gestrichen werden könnte, wäre zumindest für Bilder eine visuelle Wahrnehmung möglich, bei der keineswegs ausschließlich sozial vermittelte Bedeutungen relevant werden. Für visuelle Wahrnehmung in ihren individuellen *Möglichkeiten*, wie von Metzger [s.S. 57] betont, besteht keine Notwendigkeit, die sie permanent mit sozialen Bedeutungen dirigieren würde. Kann sich also die visuelle Bildwahrnehmung des Individuums zumindest partiell unabhängig von gesellschaftlichen Bedeutungsmustern strukturieren?

Mit der Bedeutung greifen die beiden angesprochenen Theoriestandpunkte Wahrnehmung als ein *soziales Phänomen* auf. Mit dem Begriff »Bedeutung« wird Wahrnehmung nicht ausschließlich als psychische Informationsgewinnung verstanden, sondern im Sinne Luhmanns als eine "Artikulation doppelter Kontingenz"<sup>20</sup>, indem in diesen Theorien wahrgenommen wird, daß Bedeutung im Verhalten oder Denken des Individuums wahrgenommen wurde.

"In sozialen Situationen kann Ego sehen, daß Alter ["der andere"] sieht; und kann in etwa auch sehen, was Alter sieht." [Luhmann 1987/560]

Was also die materialistische und idealistische Auffassung beschreibt, findet sich in der sozialen Situation der doppelten Kontingenz. Die Theorie sieht in etwa, wie sich jemand

<sup>20</sup> "**Kontingenz** ist etwas, was weder notwendig ist noch unmöglich ist; was also so, wie es ist (war, sein wird), sein kann, aber auch anders möglich ist. Der Begriff bezeichnet mithin Gegebenes (Erfahrenes, Erwartetes, Gedachtes, Phantasiertes) im Hinblick auf mögliches Anderssein; er bezeichnet Gegenstände im Horizont möglicher Abwandlungen. Er setzt die gegebene Welt voraus, bezeichnet also nicht das Mögliche überhaupt, sondern das, was von der Realität aus gesehen anders möglich ist. In diesem Sinne spricht man neuerdings auch von »possible world« der einen realen Lebenswelt. Die Realität dieser Welt ist also im Kontingenzbegriff als erste und unauswechselbare Bedingung des Möglichen vorausgesetzt." [Luhmann 1987/152]

"Zum Unterbau, der im Theorem der **doppelten Kontingenz** vorausgesetzt ist, gehören hochkomplexe sinnbenutzende Systeme, die für einander nicht durchsichtig und nicht kalkulierbar sind. Dies können psychische oder soziale Systeme sein. Wir müssen von deren Unterschied einstweilen absehen und sprechen deshalb von »black boxes«. Die Grundsituation der doppelten Kontingenz ist dann einfach: Zwei black boxes bekommen es, auf Grund welcher Zufälle immer, miteinander zu tun. Jede bestimmt ihr eigenes Verhalten durch komplexe selbstreferentielle Operationen innerhalb ihrer Grenzen. Das, was von ihr sichtbar wird, ist deshalb notwendig Reduktion. Jede unterstellt das gleiche der anderen. Deshalb bleiben die black boxes bei aller Bemühung und bei allem Zeitaufwand (sie selbst sind immer schneller!) füreinander undurchsichtig." [Luhmann 1987/156]

während der Wahrnehmungssituation verhält oder verbal mitteilt. Jedoch fehlt in diesen beiden Auffassungen die Einsicht, daß Sprache, Reaktion oder Handlung nur als Indikator für das Vorhandensein von Bewußtsein gewertet werden können [hierzu Ciompi 1992/144]. Am Beispiel der Documentabesucher [s.S. 59] ließ sich erkennen, daß sie die Bilder mit verbalen Bedeutungsäußerungen sofort in die soziale Situation der Kommunikation hineinholten, und genau dies beschreiben folgerichtig auch die betreffenden Theoretiker; warum und wie sollten sie sich auch für etwas engagieren, was in der sozialen Situation scheinbar keine Relevanz hat, nämlich die psychische Informationsgewinnung durch Wahrnehmung. Man muß jedoch präsent haben, daß die visuelle Information, die für die Wahrnehmung zur Verfügung steht, radikal verschieden ist von der, die wir weitergeben und über die wir reflektieren [vgl. Gibson 1982/58; Rorty 1987/211].

Innerhalb der einfachen Kontingenz des Individuums, also einer vorsozialen Situation, läßt sich die Wahrnehmung im Peirceschen Sinne der Kategorie der Zweitheit bereits möglicher Verwirklichungen zuschreiben. Denn geht man von konstanter Materialität eines optischen Gegenstandes aus, so werden dessen optische Qualitäten (z.B. Formen, Farben) trotzdem von jedem Individuum unterschiedlich in der psychischen Wirklichkeit [Zweitheit] konstruiert bzw. die psychische Informationsgewinnung bleibt individuell vielgestaltig. Und genau dies beschreibt Luhmann als eine Kontingenz, die zwar nicht das absolut Mögliche einbezieht, sofern sie das Unmögliche ausschließt, die aber das offen läßt, "... was von der Realität [Drittheit] aus gesehen anders möglich ist" [Luhmann 1987/152; s.S. 67 Fußn. 20]. Im auch anders Möglichen behält sich das Individuum in Graden eine Situation vor, in der es seine Wahrnehmung unabhängig von kommunikativen und interpersonalen Bedeutungskontexten strukturiert. Beispielsweise legen es künstlerische Bilder darauf an, etwas zu visualisieren, was, von der kommunizierten Realität aus gesehen, eben auch anders möglich sein kann. An und mit künstlerischen Bildern lassen sich Wahrnehmungsofferten kreieren, die sich in individuell vielgestaltigen Realitätskonstruktionen von gesellschaftlichen Notwendigkeiten emanzipieren. Trotzdem formulieren Individuen künstlerische und andere Visualisierungen nach Merkmalen, die nicht ausnahmslos auf individuellen Möglichkeiten der Verwirklichung (Freiheiten) beruhen, sondern auch auf optischen (ikonischen) Darstellungscodes (Notwendigkeiten). In diesen Darstellungscodes sind Bilder so angelegt, daß sie die Möglichkeit von Bedeutungskonstruktion nicht grundsätzlich verhindern, sondern in manchen Zeichenmitteln eine kulturgebundene Codierung (Form/Gestaltung) aufweisen, die mögliche Ähnlichkeiten bedeutungsoffen wiedererkennen läßt [s.S. 37 (Zeichenmittel), 41 (Ikon)].

Das Bisherige soll nicht verschweigen, daß Individuen ihre visuelle Wahrnehmung nicht auch oft nach sozial beeinflussten Bedeutungsmustern ausrichten. Es ist sicherlich zutreffend, wenn in idealistischer Anschauung, die im wesentlichen auf Benjamin Lee Whorf [vgl. 1963/100ff.] zurückgeht, dem individuellen Wahrnehmungsfeld eine Abhängigkeit vom sprachlich strukturierten Bewußtsein zugeschrieben wird. Auch die wahrnehmungstheoretischen Aussagen in der Denkweise des historischen Materialismus von Rubinstein und Holzkamp treffen mit dem Begriff der Gegenstandsbedeutung einen Teil sozial geprägter Bedeutungsmuster. Die berechtigte Kritik von Holzkamp an Whorf drängt darauf, daß das sprachlich strukturierte Bewußtsein nicht so verstanden werden darf, "... als ob das Bewußtsein mit der Sprache erst »entstünde«, wobei »Bewußtsein« generell keineswegs als selbständige Entität aufzufassen ist: »bewußt« ist vielmehr eine Qualität menschlicher Tätigkeit" [Holzkamp 1973/155]. Holzkamp [vgl. 1973/25ff.] und Rubinstein [vgl. 1966/90ff.] versuchen die Sprache als eine ideologische Einflußgröße zu betrachten, die in ihrer Ausrichtung auf die historische Entwicklung der Wahrnehmungsgegenstände bezogen bleibt; Wahrnehmung ist bei ihnen eine Frage des gesellschaftlichen Bewußtseins der Gegenstandsbedeutung, welche von ideologischer Symbol-<sup>21</sup> (Sprach-) Bedeutung beeinflusst wird. Mead [vgl. 1988/114ff.] und Morris [vgl. 1973/94ff.] hingegen meinen einen pragmatischen Berührungspunkt zu erkennen, indem sie die Wahrnehmung der Dinge an eine pragmatische Zeichen- (Sprach-) und Gegenstandsbedeutung gebunden sehen. Die Wahrnehmung hängt bei ihrer Theorie von ungleichen Bedeutungskonstruktionen im Verhalten und Denken ab.

Diese allerdings weder willkürlich noch repräsentativ ausgewählten Standpunkte lassen vordergründig vermuten, daß das Sehen von Gegenständen und Bildern seinen universellen Modus im präsenten Wissen der individuellen Zeichen- und Gegenstandsbedeutung findet. Was jedoch in diesem nach Bedeutung ausgerichteten Bewußtsein fehlt, ist die visuelle Informationsaufnahme selbst, die einer Information überhaupt erst die Möglichkeit einer Bedeutung bietet. Denn wie sollte ein des Sehens unbefähigter Mensch der Bedeutung eines Bildes, einer Farbe oder eines Gegenstandes bewußt werden und sich daraufhin verhalten oder verbal mitteilen. Auch wenn ihm die Bedeutungen der Farben kommunikativ mitgeteilt würden, so bliebe es für ihn dennoch dunkel. Deshalb kommt Luhmann zu dem treffenden Schluß,

"... daß das Bewußtsein im Wahrnehmen bzw. in der anschaulichen Imagination eine für Kommunikation unerreichbare Eigenart besitzt. Die Wahrnehmung selbst ist nicht

<sup>21</sup> Symbol- (Sprach-) Bedeutung bei Holzkamp erreicht nicht die begriffliche Weite der bisher genannten Zeichenbedeutung, weil das Symbol und das ikonische Symbol nicht alle Formen des Objektbezugs kennzeichnen [vgl. Holzkamp 1973/25 u. 148].

kommunizierbar, denn nur Kommunikation ist kommunizierbar. Sicher kann sich Kommunikation wie auf alles so auch auf Wahrnehmung beziehen; aber dies nur, weil diese Möglichkeit durch vorherige Kommunikation schon entwickelt worden ist, also nur im rekursiven Netz der durch Kommunikation ermöglichten Kommunikation." [Luhmann 1992/20]

Um sich in diesem theoretischen Sinn eines Bildes bewußt zu werden, bedarf es neben den aus der Kommunikation hergeleiteten Bedeutungen auch der visuellen Wahrnehmung optischer Bildstruktur. Als Bewußtseinsereignis geht die visuelle Informationsaufnahme nicht in kommunizierbaren Mitteilungen auf. Sie verläuft in individuellen Bereichen der einfachen *Kontingenz* (Möglichkeit) bei hoher Komplexität, d.h., man sieht im Rahmen seiner visuellen Möglichkeiten mehr, als man in Mitteilungen kommunizieren kann. In dieser Wahrnehmungssituation entpflichtet sich das Bewußtsein von Kommunikation oder ist möglicherweise auch außerstande etwas mitzuteilen. Das bewußte Individuum ist somit durchaus befähigt, sich *vorkommunikativ* seiner Wahrnehmung hinzugeben. Wenn aber das individuelle Wahrnehmungsbewußtsein als solches mittels Zeichen unkommunizierbar ist, dann fällt es aus dem gesellschaftlichen Zusammenhang (sozialen System) heraus, es wäre unvergesellschaftet. Und genau dies ist der Sachverhalt: die visuelle Kommunikation<sup>22</sup> mittels von Bildern arbeitet mit optischen Informationen, die nicht ausschließlich auf der Ebene von Zeichenbedeutungen (Mitteilungen) sichtbar werden, sondern auch auf der Ebene der Wahrnehmung von Bildern selbst, und hier auch noch höchst abhängig von kulturgeprägten Fähigkeiten des Individuums. Aus diesem Grund kann die visuelle Informationsgewinnung als unvergesellschaftet betrachtet werden, obwohl Individuen und Bilder für gewöhnlich nicht unvergesellschaftet sind. Wie ist dies zu verstehen?

Beispielsweise würde ein unbekanntes Objekt auf einem Bild noch eine Zeichenbedeutung erreichen, wenn es durch Unbekanntheitsbekundungen eingegrenzt wird. Probleme gäbe es, sobald die visuelle Informationsgewinnung im Mittelbezug (Farbe, Form) chaotisch oder natürlich wäre, dann nämlich könnten auch keine Zeichen kommuniziert werden, obwohl etwas gesehen wird, nämlich nichts von einer Zeichenbedeutung. Dieser Fall zeigt: aus dem Sehen selbst entspringt als Fähigkeit der Informationsaufnahme keine kommunizierbare Bedeutung; das Sehen stellt lediglich die *Möglichkeit* bereit, Bedeutungen der visuellen Kommunikation zu interpretieren, es ist der »vorobjektive Bereich« der visuellen Empfindung, wie Merleau-Ponty [vgl. 1966/31] schreibt. Daß Bilder in Kulturen diese

<sup>22</sup> Hier muß ich dem Kap. 2.4. "Warum ist Wahrnehmung keine Kommunikation ...?" vorgehen, indem hier schon Information als sensuelles Ereignis (psychischer Informationsgewinnung) im Unterschied zur Nachricht als kommunikatives Ereignis aufgegriffen wird [s.S. 115].

kommunikative Möglichkeit fast fast immer anbieten, verweist einerseits auf die kulturelle Abhängigkeit der Bildproduktion und andererseits auf die visuelle Vertrautheit des Betrachters mit den Möglichkeiten der optischen Darstellung, konkret beispielsweise auf die perspektivische Anschaulichkeit des uns so vertrauten ikonischen Zeichens (scheinbare Ähnlichkeit des Fotos mit dem Objekt) [vgl. Wollheim 1982/117; s.S. 43]. Diese kulturellen Möglichkeiten der Form und Farbe sind es, die uns die Wirklichkeit des Bildes wahrnehmen lassen.

Vor dem bisher unbegründeten Hintergrund, daß sowohl die Wahrnehmung als auch die Produktion von Bildern partiell in kultureller Dependenz steht, kann die visuelle Informationsgewinnung insofern nicht als unvergesellschaftet beschrieben werden, als Kultur und Gesellschaft jedes individuelle Bewußtsein mit ihrem unzertrennlichen Band umgarnen. Als unvergesellschaftet lassen sich Wahrnehmungen aber dort charakterisieren, wo sie sich - wie Luhmann [vgl. 1992/63, 38, 21] hervorhebt - ausschließlich innerhalb des psychischen Systems ereignen, dessen visuelle Informationsgewinnung kaum an kommunikative Zeichenbedeutungen und soziale Systemen orientiert ist. Wenn aber kulturelle Bildformen (scheinbar oder unbewußt) ausschließlich ohne Zeichenbedeutung wahrgenommen werden würden, dann wäre diese visuelle Informationsgewinnung außerhalb sozialer Bedeutungskontexte einem vorkommunikativen Bewußtsein zuzurechnen. Das vorkommunikative Bewußtsein zeichnet sich dann dadurch aus, daß es als Wahrnehmungsbewußtsein die Wirklichkeit für Gegenstandsbedeutungen bereitstellt, ohne als solches in kommunikativen Zeichenbedeutungen aufzugehen. Damit die Kommunikation der Zeichenbedeutungen in Gang kommen kann, muß uns nämlich der optische Aufbau des kulturellen Bildmediums, also eine *erste Ordnung*, vorkommunikativ vertraut werden. Insofern steht das vorkommunikative Bewußtsein in der Kategorie Zweitheit (Wirklichkeit in der Drittheit)<sup>23</sup>. Ohne diese Wahrnehmung bildlicher Codierungen wäre visuelle Kommunikation, die Zeichenbedeutung interpretierbar macht, aussichtslos. "... Jedes Wahrnehmungssystem [muß] für sich die Raum- und Objektwelt, die Körperwelt usw. konstituieren ..." [Roth 1991/363], bevor es in die Kommunikation der Zeichenbedeutungen eintritt. Trotzdem sind *Bedeutungen* (Bewertungen) und *psychische Informationsgewinnung* des visuellen Systems auf neuronaler Ebene untrennbar verbunden, wie Roth [vgl. 1991/366] betont. Ein vorkommunikatives Bewußtsein kommt demnach nicht ganz und gar ohne Bedeutungen aus.

<sup>23</sup> S.S. 33 Bewußtsein ist selbst eine Drittheit, da der Mensch im Sinne der Erst-, Zweit- und Drittheit auf Gegenstände reagiert.

Nachdem Implikationen von Bedeutung und Wahrnehmung in groben Zügen umrissen sind, kann dies vom Bewußtsein nicht gesagt werden. Wenn im folgenden das Wahrnehmungsbewußtsein im vorkommunikativen Sinne beschrieben wird, dann muß der von Merleau-Ponty erwähnte »experience error« vermieden werden, "... indem man, was wir von den Dingen wissen, unserem unmittelbaren Bewußtsein von den Dingen zuschreibt" [Merleau-Ponty 1966/23]. Das, was von den Dingen gewußt wird, wird häufig als das beschrieben, was in finalen Interpretanten registriert wurde, aber nicht als das, was nach der Empfindung von Qualitäten [Erstheit] wahrgenommen wurde; d.h., der finale Interpretant geht an dem vorbei, was wir in der visuellen Strukturierung wahrgenommen haben. Auch hier tritt nochmals die Luhmannsche Trennung zwischen Bewußtsein (psychischem System) und Kommunikation (sozialem System) auf. Die *Qualitäten* (Farbe, Form s.S. 25) werden nämlich nicht selbst als Bedeutung kommuniziert. Um das Wahrnehmungsbewußtsein von *Qualitäten* zu erläutern, müssen hier phänomenologische Begründungen herangezogen werden.<sup>24</sup>

Wenn man ein Bild betrachtet, sieht man meistens auch »etwas« auf dem Bild; dieses »Etwas« ist normalerweise ein Zeichen, das »etwas« anderes darstellt, z.B. ein Ding oder eine Vorstellung. Das Zeichen erscheint selbst als »etwas«, was für »etwas« anderes steht. Die Frage bleibt jedoch, wie es dazu kommt, daß das Zeichen als etwas gesehen wird, was wir bewußt wahrnehmen. Denn bevor das Zeichen als Zeichen bewußt wird, muß es schon etwas sein, weil es erst dann zu etwas wird, was etwas anderes bezeichnet, wenn es bereits gesehen wurde. Dieses Problem spricht die Phänomenologie von Merleau-Ponty [vgl. 1966] und Husserl [vgl. 1980] an. Bei ihnen ist Bewußtsein immer ein »Bewußtsein von etwas«, von einer Sache, einem Ding, einem Gegenstand, einem Bezug und auch von einem Bild. Zum »Bewußtsein von etwas« gehört, daß es das Fürwahrhalten der gegenständlichen Anwesenheit impliziert, insofern es auf einen Gegenstand gerichtet ist, also auch Bedeutung konstituiert.<sup>25</sup> Demnach tritt auch die Gegenstandsbedeutung als eine Kategorie des Bewußtseins auf. Da aber der Gegenstand Bild in erster Wahrnehmungserfahrung »etwas« ist, was nicht notwendig als Zeichen wahrgenommen werden muß, kann das »Etwas« ein Zeichenmittel oder aber auch ein Gegenstand sein. Der Begriff

<sup>24</sup> Selbst Luhmann versucht Phänomenologie mit Systemtheorie zusammenzuführen [vgl. Luhmann 1987/153ff.]

<sup>25</sup> Vgl. die sprachanalytische Untersuchung von Ernst Tugendhat [vgl. 1976/102f.], in der er sprachanalytisch zeigt, daß "Bewußtsein-von-etwas" immer in dem Fürwahrhalten eines Existenzsatzes fundiert ist. Dennoch räumt Tugendhat ein, daß dies für vorzeichenhafte Bewußtseinsweisen nicht gilt. "Aber das Bewußtsein kann sich desselben Gegenstandes, das ihm durch das Zeichen vergegenwärtigt wird auch ohne das Zeichen bewußt sein" [Tugendhat 1976/180].

»etwas« kennzeichnet somit eine erste Unterscheidungsleistung, die das Wahrnehmungsbewußtsein als Zweitheit einer bewußten Seherfahrung herbeiführt.

Worauf es außerdem ankommt, ist die Ebene des Bewußtseins, die vor dem »Bewußtsein von etwas« liegt. Auf dieser vorbewußten Ebene basiert das Moment, welches in der Phänomenologie Merleau-Pontys, der Wahrnehmungstheorie Gibsons bzw. Holzkamps und der Theorie des radikalen Konstruktivismus, grob vereinheitlichend gesagt, als eine kognitive Organisation/Konstruktion von Wahrnehmung erfaßt wird. Sofern wir die kognitive Organisation von Wahrnehmung nicht selbst wahrnehmen können, gehört sie zur Erstheit. Über sie und ihre Möglichkeiten kann nur Spekulatives gesagt werden.

Unter dem Gesichtspunkt der Möglichkeit [Erstheit] für eine Wirklichkeit [Zweitheit] kommt die kognitive Organisation des Sehens vermutlich einer visuellen Konstruktion gleich, in der sich ein »Etwas« bewußt vergegenwärtigt. Und auch Husserl macht hier eine ähnliche Unterscheidung. Er geht davon aus, daß die sinnlichen Stoffe oder Empfindungsinhalte (von Qualitäten) die primären Inhalte dafür sind, ein Erlebnis im intentionalen »Bewußtsein von etwas« zu haben [vgl. Husserl 1980/172 §85].

"»Alle Erlebnisse sind bewußt«, das sagt also speziell hinsichtlich der intentionalen [von Repräsentation begleiteten] Erlebnisse, sie sind nicht nur Bewußtsein von etwas und als das nicht nur vorhanden, wenn sie selbst Objekte eines reflektierenden Bewußtseins sind, sondern sie sind schon unreflektiert als »Hintergrund« da und somit prinzipiell w a h r n e h m u n g s b e r e i t in einem zunächst analogen Sinne, wie unbeachtete Dinge in unserem äußeren Blickfelde." [Husserl 1980/83f. §45]

Mit der von Rorty [vgl. 1987/35ff.] bemerkten Einschränkung, daß Intentionalität an Repräsentation gebunden ist, deutet Husserl darauf hin, wie in jenem (kognitiven) Hintergrund phänomenale (Bild-)Wahrnehmungen vorliegen, die zumindest ohne Zeichenbedeutung potentiell in ein erlebendes »Bewußtsein von etwas« hinüberschwappen, also zumindest noch ein Erlebnis von Gegenstandsbedeutung und gegebener Anwesenheit erwecken. Merleau-Ponty macht einen Vorschlag zum Wahrnehmungsbewußtsein der Dinge. Er schreibt:

"Nichts ist schwerer zu wissen, als was wir eigentlich sehen. ... Doch wenn es auch das Wesen des Bewußtseins ist, seine Phänomene zu vergessen, um dadurch die Konstitution der 'Dinge' zu ermöglichen, so ist doch diese Vergessenheit nicht eine einfache Abwesenheit, vielmehr die Abwesenheit von etwas, das das Bewußtsein sich zu vergegenwärtigen vermag. M. a. W.: das Bewußtsein kann die Phänomene nur vergessen, weil es sie auch zu erinnern vermag, es geht über sie nur hinweg zugunsten der Dinge, weil sie die Wiege der Dinge sind." [Merleau-Ponty 1966/82]

Merleau-Ponty beschreibt gewissermaßen das Beispiel der Documentabesucher, die die veranschaulichten Dinge sehen und ihnen Bedeutungen zuschreiben, aber nicht mehr wissen, wie es dazu kommt, daß sie das Dargestellte im Bild sehen können. Die "Wiege der Dinge", also der Prozeß der psychischen Konstruktion von Wahrnehmungen, ist durch die Dinge und deren Bedeutung verschüttet. Hier findet sich der blinde Fleck, den wir nicht sehen, weil wir nicht sehen, wie wir sehen, sondern nur, daß wir »etwas« sehen. Augenfälliger gesagt: wir sehen nicht, was wir nicht sehen, da wir den perspektivischen Ausgangspunkt, von wo aus wir sehen, nicht ins Blickfeld bekommen. Was also nicht gesehen werden kann, sind die unsichtbaren, vor dem Bewußtsein liegenden kognitiven Strukturen<sup>26</sup> der Konstruktion von visueller Wahrnehmung und die Kriterien, nach den zwei Empfindungen in Differenz zueinander wahrgenommen werden. Denn erst die Differenz oder Unterscheidung von visuellen Empfindungen (Farben/Formen) ermöglicht die Realität/Wirklichkeit von »etwas« Gesehenem [s.S. 28 (Zweitheit), 28 Fußn. 8 (Zitat Luhmanns)]. Zum Beispiel wird man bei einem monochrom schwarzen Bild nicht vermuten, daß dort schwarz gekleidete Personen bei Nacht illustriert sind. Erst wenn sie vom Hintergrund farblich unterscheidbar sind, können sie tatsächlich als »etwas«, als undefinierbare Einheiten oder Personen erkannt werden. Die Einheit von »etwas« bleibt mit der Fähigkeit des Unterscheidens selbst verbunden.

Daß diese Fähigkeit der Unterscheidung von Einheiten kulturell und lebensweltbezogen differiert, weiß man z.B. von den viel zitierten Eskimos, die vielleicht noch immer viele verschiedene Schneesorten aufgrund ihrer vielen Worte für Schnee unterscheiden. Entgegengesetzt dazu erreichen senegalesische Wolof-Kinder lebenspraktisch eine stärkere Differenzierung von Farben, als ihre Sprache<sup>27</sup> eigentlich hergibt [vgl. Greenfield 1971/336], aber auch Künstler (z.B. Ad Reinhardt) nehmen Farben häufig differenzierter wahr als Nicht-Künstler. Nicht nur die Bedeutungsstrukturen hängen vom Standort und Gesichtspunkten ab, sondern auch die Herausbildung spezifischer Wahrnehmungsfähigkeiten. Und insofern diese Wahrnehmungsfunktion nicht selbst bewußt wird, ist sie dennoch ein vorbewußtes »Ereignis« mit phänomenalen Eigenschaften. Um Bilder und visuelle Kommunikation zu verstehen, darf die Frage nach dem Phänomen des Sehens

<sup>26</sup> Als eine »kognitive Struktur« des psychischen Systems verstehe ich ein unspezifisches, aber organisiertes System von Transformationen früherer Wahrnehmungen und Erfahrungen [vgl. Neisser 1974/358ff.].

<sup>27</sup> Vgl. auch H. und B. Bayer, die in materialistischer Perspektive davon ausgehen, "... daß alle Arten der Sensibilität von der praktischen Tätigkeit abhängen, bei der sie entstanden sind ..." [Bayer 1980/262f.]. Dementgegen verweist Barbara B. Lloyd [vgl. 1972/42] darauf, daß in der Sprache der Zuni die Farben Gelb und Orange in einer Kategorie erfaßt werden, und demzufolge keine Differenz wahrgenommen wird, weil die Sprache diese Realitätskonstruktion nicht bietet.



nicht fortfallen, da wir nur schwer nachvollziehen können, wie wir es gelernt haben, Bilder und Unterschiede/Differenzen wahrzunehmen. Sehen soll deshalb zunächst nicht als Zeichenkonzeptualisierung, sondern als vorkommunikative Sinnesschöpfung, d.h. vom visuellen Sinn her, betrachtet werden. Für diese Untersuchung des Sehens muß man präsent haben, daß die Wahrnehmung für das Individuum selbst im Zeitverlauf nicht dieselbe bleibt, und überdies jedes Individuum (psychisches System) unterschiedliche Wahrnehmungsfähigkeiten erreicht, obwohl kommunizierte, hauptsächlich verbale Zeichen repetitiv gleichartig geäußert werden.

Das Bisherige rekapitulierend, wurden Theorien angesprochen, die die soziale und kommunikative Dimension des Sehens unter der Prämisse des bewußten Wissens um Bedeutung thematisieren. Sehen unter dieser Prämisse ist vermutlich - wie sich zeigen wird - partiell von Kultur inspiriert. In der Weise nämlich, wie die betreffenden Theorien sich zur Wahrnehmung stellen, kann die vergesellschaftete Kultur durchaus die vom Bewußtsein abhängige Wahrnehmung durch Bedeutungen dort beeinflussen, wo sie dem individuellen Bewußtsein Gegenstands- und Zeichenbedeutungen<sup>28</sup> präsentiert, ohne daß das Individuum unbedingt realisiert, welche Wirkung diese Bedeutungen auf seine Wahrnehmung ausüben. Wie sich jedoch gezeigt hat, bleibt in diesen Theorien unbefragt, ob nicht eine visuelle Konstruktion für das Individuum vorherrscht, die sich der Frage einer Gegenstands- oder Zeichenbedeutung aufgrund der Unsichtbarkeit entzieht. Mit anderen Worten, unbefragt bleibt, wie die Wahrnehmung strukturiert sein muß, damit ein »Bewußtsein von etwas« möglich wird, um Bedeutungen und Kommunikation zu interpretieren. Zu diesem Zweck soll das Sehen von Bildern zunächst auf der Ebene der visuellen Wahrnehmung des Individuums untersucht werden. Diese Ebene möchte ich als Erstheit eines visuellen Vor-Bewußtseins kennzeichnen, damit ein Bereich der *Möglichkeiten* in Betracht gezogen wird, wie und in welcher Weise eine Wahrnehmungspraxis des »Bewußtseins von etwas« [Zweitheit] sich über die Bedeutung eines Gegenstandes oder Zeichens informieren kann.

Gibson vermutet:

"Bedeutung und räumliche Charakteristika sind nicht völlig voneinander zu trennen; Bedeutung ist von Farbe, Form und Textur nicht ganz und gar ablösbar. Symbolische [Zeichen-]Bedeutungen aber scheinen von ihren Gegenständen ablösbar zu sein und sind vermutlich gelernt." [Gibson 1973/311]

<sup>28</sup> "Wahrscheinlich gibt es eine 'embryonale Bedeutung', die mit einer 'embryonalen Wahrnehmung' einhergeht" [Gibson 1973/305]. Folglich kommen vermutlich ungelernete Bedeutungen vor, dennoch ist jene "embryonale Bedeutung" keiner kommunikativen Zeichenbedeutung gleichzusetzen.

Diese Vermutung verweist darauf, daß das visuelle Vor-Bewußtsein wahrscheinlich über Strukturen verfügt, die nicht nur in der Bedeutung repräsentiert sind, sondern auch im Vor-Bewußtsein von Farbe und Form, also vor dem »Etwas« liegen.

Im Grunde genommen beschäftigen sich die folgenden Kapitel damit, ob, und wenn wie, ein kulturell geprägtes Unbewußtes in der visuellen Wahrnehmung zum Tragen kommt. Sozusagen ist der Stil oder die Struktur gemeint, wie Merleau-Ponty [vgl. 1966/517] es nennt, die mit der Existenz zu existieren beginnt und dem Individuum die »Mittel« und Möglichkeiten gibt, in die Kommunikation bzw. visuelle Kommunikation einzutreten. Ein Indiz für eine kulturgeprägte Struktur findet sich in den wiederkehrenden Formen und Farben von Bildern verschiedener Kulturen und kultureller Epochen. Für eine solche Untersuchung muß jedoch analysiert werden, welchen Abhängigkeiten und Beeinflussungen das visuelle Bewußtsein des Betrachters und des Produzenten von Bildern ausgesetzt ist, um Bedingungen für eine kulturelle Homogenität der bildlichen Gestaltung aufzuspüren. Für Aussagen über die Struktur eines visuellen Bewußtseins ist bisher offen geblieben: 1) inwiefern das visuelle Bewußtsein in der Bildbetrachtung von sprachlich strukturierter Bedeutung in seiner Ordnung bestimmt ist; 2) ob es kraft der Gegenstandsbedeutung des Bildes in seine Struktur gedrängt ist; 3) wie die optische Segmentierung von Bildern es in seiner Struktur bestimmt hat; 4) oder in welcher Weise ein Bewußtsein vorhanden ist, das sich in selbstreferentieller Strukturierung seine Voraussetzungen geschaffen hat. Diese vier Aspekte werden den weiteren Fortgang der Untersuchung bestimmen. Evident sollte sein, daß die beiden letzten Ungewißheiten bezüglich des Bewußtseins, entgegen der beiden ersteren, nicht die Strukturierung allein durch Bedeutung betreffen, sondern die psychische Eigenstrukturierung der visuellen Wahrnehmung. Wenn diese Punkte geklärt sind, dann zeigt sich auch die soziologische Relevanz, dann nämlich läßt sich ersehen, wie und wann Regeln und "Wahrheiten" im speziellen Fall von Bildern an Kultur, Gesellschaft, Wahrnehmung oder an Lebenstätigkeit des Individuums gebunden sind; und im weiteren wird sich auch verdeutlichen, wie und wann individuelle Bewußtseinskonstruktionen auf soziale Lebenskonzeptualisierungen bezogen bleiben. Daß diese zwei letzten Sätze der Husserlschen Phänomenologie ähneln, ist nicht zufällig, sondern beruht auf den Ausführungen von Brauner [vgl. 1978/96f.].

## 2.2. Kann Sehen Sprache sein, und warum figurieren Bilder nicht ausschließlich wie Zeichen?

Gewiß ist einsehbar, daß dem jetzt folgenden Kapitel die sprachphilosophische Untersuchungen, die die Verflechtungen von Sprache, Zeichen, Denken und Sehen ermitteln, im Zusammenhang mit Bildern zu fern liegen, als daß sie hier gründlich erörtert werden könnten. Die verhältnismäßig mühelose Bildbetrachtung macht zumindest deshalb von sich reden, weil ihre patrouillierende Erkundung des Bildes niemals vollständig durch Worte ersetzt oder gar übersetzt werden kann. Nicht zu jedem Bild gibt es verbale und andere Ausdrücke, und nicht zu jedem Ausdruck gibt es ein Bild. Beispielsweise ringen Nachrichtenredaktionen des Fernsehens täglich darum, passende Bilder zu Worten zu finden, um die rabiate Ambition audiovisueller Technik einzulösen. So halten Redakteure manche verbalisierten Nachrichten zurück, wenn ihnen deren ikonische Illustration des Zeitgeschehens fehlt oder zu unspektakulär scheint. Auf der anderen Seite bleiben Bilder sozusagen postlagernd zurück, weil sie von Sprache nicht abgeholt werden können. Wo diese sprachliche Abholung der Botschaft am unübersichtlichsten scheint, stehen Bilder oft in Kunstkontexten. Denn künstlerische Bilder halten dem Ersatz durch Worte stand, weil jedes Wort zwar die Bilderfahrung zum Verschwinden bringt, aber nicht das Bild. Andererseits geht die Motivation, ein Bild für die bildende Kunst oder für Televisionsanstalten zu produzieren, oft aus der Sachkenntnis hervor, daß für Bilder adäquate Worte unauffindbar sind, die das gleiche *zeigen* und als Erlebnis erzeugen. Bilder *zeigen* in den häufigsten Fällen etwas, wofür es an adäquaten Worten mangelt und selten etwas, wofür auch Worte stehen könnten.

Jene vagen Verwendungsbeziehungen von Sprache und Bildern beschreiben bisher wenig. Wie unterscheiden sich diese beiden zunächst formal voneinander? Für den Begriff der »*Sprache*« definierte Morris [vgl. 1973/113f.] fünf Kriterien, die für Bilder hier im Widerspruch aufgenommen werden. Erstens setzen sich bildliche Zeichen nicht aus einer Vielzahl von Zeichen im ikonischen Sinne zusammen; ein Bild, d.h. die visuell wahrnehmbare Bildfläche, bietet sich oftmals in einteiliger Singularität dar, obwohl es in der syntaktischen Form in variiert Replikation zu anderen Bildern steht. Dagegen inszenieren Individuen Sprache, indem sie auf eine Sammlung von symbolischen Zeichen zurückgreifen. Zweitens verfügen ikonische Objektbezüge selten über interpersonale Bedeutungen, die von Mitgliedern einer Interpretengruppe relational *übereinstimmend* nachvollzogen werden. Bilder bezeichnen etwas *ohne* jegliche Bedeutungsstabilität. Verbale Symbole führen zumindest in gewissem Grad zu übereinstimmendem Bedeutungs-

verstehen. Drittens sind Bilder und Sprache von Mitgliedern der Interpretengruppe in der Syntaktik interpersonal herstellbar, obwohl selten *g l e i c h e* Signifikationen semantischer Objektbezüge anzutreffen sind, wie in der symbolischen Sprache. Viertens können Bilder zwar plurisituationale Zeichen sein, oft - eigens in Massenmedien - signifizieren sie aber unisituational, weshalb dasselbe Bild in anderer Konstellation selten nochmals anderes bezeichnen kann. Sprache bezeichnet mit relativer Signifikationskonstanz unterschiedliche (Wahrnehmungs-)Situationen. Fünftens verlaufen Bildzeichen in keiner restriktiven Codierung, die sich aus wechselseitig verbundenen Zeichen konstituiert und vordefinierte Ausdruckskombinationen vorgibt. Außerhalb poetischer Kunstformen geben Sprachcodierungen alltäglicherweise Einschränkungen vor, die die Sprachgemeinschaft bei Mißachtung sanktioniert. Eine ikonische Bildgemeinschaft ist in puncto Bildvariationen und -kombinationen oft aufgeschlossen, doch existieren z.B. syntaktische Restriktionen für bildlichen Realismus. Wenn Sprache dadurch zu ihrer Bestimmung gelangt, daß sie über interpersonale Signifikationen (Symbole) verfügt, die in einer Interpretengruppe zu halbwegs signifikanten Bedeutungen gelangt, dann grenzen sich Bilder davon ab. Bilder stellen meist personalisierende Signifikationen (Ikons) dar, die ohne sprachliche Unterstützung kaum zu interpersonalen Bedeutungen gelangen. Sprache und Bilder haben formal nur eins gemeinsam: beide basieren auf einer kulturellen Darstellungsregel oder Syntaktik. Alle diese Behauptungen klären sich eingehender im weiteren Verlauf.

Diese formalen Überlegungen lassen zumindest Unterschiede zwischen Worten und Bildern in den jeweiligen Verwendungsweisen bemerken. Die per Bild vermittelte Informationsmenge ist in kurzer Zeit nicht nur wesentlich komplexer als die von Worten, sondern sie ist tatsächlich eine gänzlich andere, worin sicherlich ein Impuls des Überlebens dieser unersetzbaren Kommunikationsweise liegt. Im weiteren übermittelt die an Worte gebundene Sprache Nachrichten, die vom Hier und Jetzt des sinnlich Gegebenen oft gelöst und im operationalen Denken, d.h. in verallgemeinerter Struktur eines kognitiven Plans, vergegenwärtigt werden. Die aus Bildern gewonnenen Informationen werden indessen in ihrer Eigensinnlichkeit direkt vom Auge verfolgt, also kraft des Wahrnehmungssystems vergegenwärtigt, gerade weil Bilder etwas mitteilen, was vom sinnlich Gegebenen unablösbar ist. Um es auf den Punkt zu bringen, der Unterschied ist folgender: bei Worten ist die geforderte Fähigkeit mehr das operationale Denken; bei Bildern ist es mehr das Wahrnehmungssystem. Unabhängig von interpretierten Bedeutungen ihrer Bezeichnungen ermöglichen Bilder bereits ein sensuelles Erlebnis ihrer Objektbezüge [hierzu Wersig 1986/57]. Sprache vermag ihren symbolischen Objektbezug, ihr Signifikat

nahezu nie sensuell erfaßbar vorzubringen. Daher finden sich Bilder niemals vollständig im Gehege der Sprache ein. Ihre ikonische Informations- "... Dichte ist das (von der verbalen Sprache aus gesehen) *Leerste* am Bilde ..." [Boehm 1978/463]. Aufgrund der Leere ikonischer Fülle könnten diejenigen, die in Spracherwartungen meinen, man sollte Bilder von linguistischen Sprachtürmen aus zur »sprachlosen Sprache« paradoxieren, schon jetzt dorthin mitkommen, wo Bilder sich in ihrer »sprachlosen Nichtsprache« entparadoxieren.

Unwidersprochen folgen der Anschauung von Bildern häufig Gedanken, die von einer verbalsymbolischen Sprachlichkeit inspiriert sind und die sich in Wortkonzepten artikulieren. Das Sehen von Bildern bleibt somit nicht gedankenlos; der Betrachter von Bildern, insbesondere von Gemälden, gibt sich bei fixierten Ansichten der Suche nach Deutung oder Reflexion hin, die beide nach Fellmann<sup>29</sup> die einzigen Möglichkeiten sein sollen, dem Anblick des unbewegten Bildes standzuhalten. Aber auch diese sicherlich oft zutreffende Behauptung täuscht nicht darüber hinweg, daß das Sehen nicht allein aus seinen Prämissen im Denken erzeugt ist. Merleau-Ponty verdeutlicht den Sprache werdenden Blick:

"Das Denken des Sehens vollzieht sich nach einem Programm und einem Gesetz, das es sich nicht selbst gegeben hat, es ist nicht im Besitz seiner eigenen Prämissen, es ist kein ganz gegenwärtiges, ganz aktuelles Denken, es trägt das Geheimnis einer Passivität in sich. Die Situation ist demnach folgende: Alles, was man über das Sehen sagt und denkt, macht aus ihm ein Denken." [Merleau-Ponty 1967/28]

Ebenfalls stützt Ciompi diesen unbedachten Wahrnehmungsraum, indem er Sprache und operationales Denken als ein **S y m p t o m** des Bewußtseins in der kognitiven Entwicklung begreift. "Die präverbale »Logik des Tuns« [und »die konkrete Aktion«] geht ihrem Ausdruck in irgendeiner Zeichensprache lange voraus" [Ciompi 1992/142f.]. Die Unterscheidung zwischen Gegenstands- und Zeichenbedeutung hatte gezeigt, daß sich an beiden Bedeutungskonstituierungen ein »Bewußtsein von etwas« beteiligt [s.S. 62, 72]. Bedeutung von etwas ist jedesmalig ein wirksames Bewußtseinsphänomen. Die Vollendung der Zeichentriade - Ciompi nennt sie ähnlich wie Piaget Semiotik<sup>30</sup> - geht jedoch über das ursprüngliche Bewußtseinserebnis des wahrgenommenen Gegenstandes hinaus. Denn die

<sup>29</sup> Fellmann [vgl. 1989/111] behauptet, daß die Reflexion bei der Betrachtung von fixierten Bildern in einer Notwendigkeit erfolgt. Diesem vermeintlichen Zwang widersprechen zumindest indische Meditationsbilder, die, korrekt verwendet, gerade nicht zur Reflexion führen sollen. Ebenfalls erläuterte Walter Benjamin [vgl. 1963/38] die Erfahrung einer kontemplativen Bildbetrachtung ohne Reflexion. Als einen Augenblick der ästhetischen Kontemplation beschreibt Seel recht treffend die rücksichtslose "... Aufmerksamkeit für etwas, das durch die Art seiner Wahrnehmung aus jeder denkbaren praktischen und intellektuellen Kontinuität herausgerissen wird" [Seel 1993/36].

<sup>30</sup> Im Peirceschen Sinne wäre dies eine unrichtige Verwendung des Begriffs "Semiotik", weil Peirce Empfindung und Aktion/Reaktion als Semiose beschreibt [s.S. 45].

finale Semiotisierung von Gegenständen kommt erst dann zur Geltung, wenn "... der Zusammenhang von [visueller] Information über diachron in Raum und Zeit ablaufende Geschehnisse (bzw. Aktionen und Erlebnisse) einen so hohen Grad an Kompaktheit erreicht hat, daß sie in eine einzige »Vorstellung«, und damit auch in ein knappes »Zeichen« *komprimiert* zu werden vermag" [Ciompi 1992/157]. Deutlicher formuliert: *vollständige Zeichen entstehen als ein Symptom des Bewußtseins*. Erst solche *konzeptualisierten* Zeichen ermöglichen ein operationales Denken, Sprechen, Veranschaulichen und Kommunizieren von etwas Abwesendem. Wenn man nicht meint, die Zeichen würden der Erfahrung entsprechen, läßt sich hier Schütz [vgl. 1974/170] dahingehend interpretieren, daß jede Zeichencodierung einen Rahmen bietet, unsere Erfahrungen einzugliedern, also die Symptome des Bewußtseins für verbal oder visuell kommunikative Zwecke zu ordnen. Individuen konzeptualisieren Zeichen auch unabhängig von soziokulturellen Verwendungsweisen. Dies untermauern beispielsweise Furths [vgl. 1972/41f.] Beobachtungen von gehörlosen Kindern. Diese, so schreibt Furth, entwickeln einen kognitiven Plan von individuell motivierten Zeichen, die interpersonal verständlicher Sprache enthoben sind. Darum bindet sich das in Zeichen operationalisierte Denken keinesfalls notwendig an die verbale Sprache einer Kommunikationsgemeinschaft. "Intelligentes Denken ist nach innen gerichtet, wenn es symbolisches Verhalten zur Folge hat, das durch subjektiv motivierte Zustände gelenkt wird" [Furth 1972/230]. Zeichen, Furth nennt sie Begriffe, verraten, daß der Mensch eine Vorstellung von einer Bedeutung entwickelt hat. So kann der Mensch Vorstellungen von Bedeutungsebenen besitzen, ohne daß diese Zeichen in der Spur einer kulturellen Sprachcodierung laufen. Insbesondere ikonische Objektbezüge verweisen auf eine individuell motivierte Bezeichnungsform, die zwar partiell einem symbolisch-begrifflichen Schematismus folgt, die aber dennoch nicht der kulturell gesprochenen Sprache vergleichbar ist [vgl. Piaget 1978/483, 502; Furth 1976]. Symbolisch-begrifflich heißt hier lediglich, daß ein Individuum ein individuelles Bezeichnungskonzept konstruiert hat, dem eine individuell motivierte und auch emotionale Bedeutung beigeordnet ist, wie z.B. ein Porträt der geliebten Mutter. Ikonische Objektbezüge folgen in einer Reihe von Merkmalen jenen individuell motivierten Bezeichnungskonzepten mit interpretativ offenen und emotionalen Bedeutungsbildungen; dazu jedoch später.

Auch in bezug auf die Wahrnehmung zeigt die beobachtbare Alltagserfahrung von Kindern, daß sie ein ehemals visuell wahrgenommenes Objekt wiedererkennen, also eine Gegenstands- oder Zeichenbedeutung erkennen, obwohl sie noch kaum über Mittel verfügen, um symbolische Objekte kommunikativ zu artikulieren. Dieser Vorgang liefert nach Neissers [vgl. 1974/178] Meinung den Beweis dafür, daß visuelle Information

unabhängig von Einflüssen der verbalen Sprache gespeichert wird. Die kindliche Alltagserfahrung stützt demnach die Annahme eines vorsprachlichen Bewußtseins und "nichtverbalen Speichermediums". Sprache ist daher für visuelle Wahrnehmung keine unausweichliche Voraussetzung. Vielmehr werden Strukturen der visuellen Welt in antizipierten Schemata konstruiert, "... die den Wahrnehmenden darauf vorbereiten, bestimmte Arten von Information eher anzunehmen als andere, und die so das Sehen steuern" [Neisser 1979/26]. Zeichen und kommunikative Konzepte der figurativen Darstellung von etwas folgen erst einer erfolgreichen Gegenstandswahrnehmung.

Sofern Zeichen zumindest *anfangs* auf Wahrnehmungserfahrungen aufbauen, bestätigt auch dies die grundsätzliche Differenz zwischen Zeichen- und Gegenstandsbedeutung. Die menschliche Wahrnehmungserfahrung wäre verkannt, wenn man wie Faltin [vgl. 1985/3f.] meinen würde, der Mensch könnte ohne Begriffe und Zeichen keine erfahrenen Bedeutungen entwickeln oder bemerken. Trotz dieser Behauptung räumt Faltin selbst eine Ausnahmestellung ein. Ähnlich wie Sauerbier entdeckt er bei der Wahrnehmung von ästhetischen Zeichen/Gegenständen eine schöpferische Bedeutungskonstituierung, die die Gegenstandserfahrung erst durch einen schöpferischen Vorgang in eine Zeichenbedeutung überführt, wie z.B. "... bei der Semiotisierung von Dingen oder Vorgängen in Arte Povera, Fluxus-Events und -Objekten, Ereignissen und Objekten des Nouveau Réalisme" [Sauerbier 1989/345; vgl. Faltin 1985/62].

Offenbar, sofern man sich entsprechende Theoretiker herbeizitiert, ist es vom wahrnehmungspsychologischen, als auch vom kunsttheoretischen Standpunkt her zutreffend, die Bildbetrachtung als eine aufzufassen, die tatsächlich unabhängig von abstrahierendem Denken, Sprache und Zeichenbedeutung temporär aktualisierbar sein kann. Dinge und Bilder ermöglichen ihre optische Wirksamkeit zwar nicht unabhängig von individuellen Voraussetzungen, aber sie ermöglichen Wahrnehmungen unabhängig von konzeptualisierten Zeichen einer Kommunikationsgemeinschaft. Bilder lassen sich als ein Gegenstand wahrnehmen, der zwar etwas zeigt, was er nicht selbst ist, der aber nicht etwas zeigt, was ausschließlich kraft Sprache zu verstehen wäre. Gegenstandserfahrung bzw. Wahrnehmung disponiert die Wirklichkeitsbedingung von Bildern, in denen sich etwas vorsprachlich und zeigen kann [hierzu, trotz knapper Begründung: Berghaus 1986]. Wie begründet sich diese Schlußfolgerung?

Eine empirische Begründung eines vorsprachlichen Bilderkennens bieten Maturana u. Varela [vgl. 1987/243ff.] mit dem Hinweis auf Patienten, deren Epilepsie mit einer Durchtrennung des Balkens (Corpus callosum) zwischen rechter und linker Hirnhälfte eingeschränkt wurde. Solchen Personen ist es nach Maturana völlig unmöglich, mit der

rechten Hemisphäre<sup>31</sup> gesprochene und geschriebene Sprache zu verstehen. Sie verstehen Sprache ausschließlich in der linken Hemisphäre. Unter einer speziellen Versuchsanordnung, die nur die rechte Hemisphäre anspricht, wurde den Patienten - ich nehme an, sie waren männlich - die bildliche Darstellung einer nackten Frau vorgeführt. Infolge dieses Bildes erröteten Versuchspersonen oder reagierten verlegen, ohne eine für den Beobachter adäquate Erklärung ihrer Reaktion zu haben.

"So sagt sie [die Person] vielleicht nur (wie tatsächlich geschehen): «He Doktor, da haben Sie aber einen schlimmen Apparat!» Hier ist folgendes geschehen: Das erotische Bild wurde der rechten Hemisphäre präsentiert, der Patient antwortet auf unsere Fragen aber über die linke Hemisphäre, die als einzige Sprache erzeugen kann und die das Bild nicht «gesehen» hat. Alles, was die linke Gehirnhälfte tun kann, ist auf eine Weise zu antworten, die sich aus ihrer Verbindung mit dem Rest des Nervensystems und des Körpers ergibt. Dort finden die Aktivitäten von Erröten und Verlegenheit statt, die durch die rechte Gehirnhälfte erzeugt wurden." [Maturana u. Varela 1987/247]

In diesem Beispiel ist es jenem Menschen erstens möglich, auch unabhängig von sprachlichen Formulierungen auf ikonisch Gezeigtes zu reagieren. Und zweitens bekräftigt jenes Experiment, daß abstrahierendes Denken ohne verbale Sprache von einem Individuum als Bedeutung realisierbar ist, denn das Bild konnte im ikonischen Objektbezug emotional interpretiert, also gefühlsmäßig gedeutet werden [vgl. Maturana 1972/30; Pöppel 1985/157]. Eine Besonderheit bleibt: das Bild war ein Zeichen, obwohl es nicht als Zeichen interpretiert wurde, sondern als ein Gegenstand (schlimmer Apparat). Den Unterschied zwischen Zeichen und Gegenstand übersah jener getäuschte Betrachter. Er hatte das Bild nicht als Zeichen für etwas anderes betrachtet, sondern *direkt* auf das in der Wahrnehmung Interpretierte reagiert. In diesem Sinne ist Wahrnehmung bereits selbst die erste Stufe der Interpretation eines Bildgegenstandes. Visuelles Wahrnehmen und visuelles Erkennen sind ein und dieselbe Handlung [hierzu Zeki 1992/63]. Ohne adäquate Wahrnehmung oder sinnliche Erkenntnis der optischen Struktur hätte der betreffende Betrachter nicht mit Verlegenheit reagieren können.

Ähnliches wie in dem angeführten Beispiel von Maturana kann genauso jedem anderen passieren, falls er ein Bild nicht als Zeichen versteht, sondern infolge einer Augentäuschung das Bild mit der möglichen Wirklichkeit verwechselt. Solange, wie jemand auf solch ein Trompe-l'œil hereinfällt, hat er das Bild nicht als Zeichen verstanden, gleichwohl

<sup>31</sup> Die Zuordnung von Sprach- und Bildverstehen zwischen linker und rechter Hirnhälfte ist vermutlich zu grob. Sprache und Anschauung können hirnhysiologisch auch in anderer Verteilung organisiert sein. Trotzdem geht die Hirnforschung bisher davon aus, daß Bilder und Sprache in unterschiedlichen Modi bzw. Zentren verarbeitet werden, worauf es mir in jenem Beispiel ankommt.



er es als Gegenstand *direkt* wahrgenommen hat, wenn auch nur als virtuellen Gegenstand, den der ikonische Objektbezug des Zeichens simulierte. Um dennoch dem modischen Simulationsgedanken<sup>32</sup> vorzubeugen, versteht gewiß trotz allem jeder Bilder spätestens dann als Zeichen, sobald er aufsteht und seine Wirklichkeit verändert oder die Frau (den Apparat) in dem Beispiel von Maturana zu küssen versucht. Selbst in einem Panoramabild oder Film finden wir uns mit einem Realitätsprinzip ein, das uns zumindest erinnern läßt, daß vertraute Kommunikationsmedien, die uns mögliche Wirklichkeiten simulieren, vollkommen Ungefährliches für Leib und Leben darstellen. Echte Simulation simuliert keine zeichenhafte *Realität* [Drittheit], sie simuliert *Wirklichkeit* [Zweitheit]. Deshalb muß man schmunzeln, wenn Bolz [vgl. 1993/149, 105] meint, die alte, bildliche Gegenständlichkeit kann der neuen virtuellen Realität nur störend dazwischenfunken, weil deren phantasierte Bilder nicht mehr Wirkliches (Reales) repräsentieren wollen. Doch befreien sich auch virtuelle Realitätsdarstellungen nicht schon dann von ihrer zeichenmöglichen Lüge, wenn sie Wirkliches (Reales) in desillusionierter Täuschung der Zeichen lügen, sie bleiben darstellende Zeichen. Virtuelle, simulierte oder bildliche Realitätsdarstellungen sind allesamt Zeichen, die praktische oder unpraktische Karten für (soziale) Orientierung liefern. Das alltägliche, wissenschaftliche und pragmatische Realitätsprinzip, dem apodiktische »Wahrheit« über Reales fehlt, läßt sich von virtuellen Realitäten kaum plausibel in seiner semiotischen Konstruktion unterscheiden, obwohl das letztere Orientierungsinteresse, das unsere Weltkonstruktion vermeintlich zu verlassen meint, vermutlich irritierendere Karten für die Koordinierung in einer irdischen Wirklichkeit bietet. Mit der Erörterung von Entpragmatisierung komme ich darauf zurück [s.S. 241].

Zum Realitätsverlust führen virtuelle Realitäten nur in Ausnahmesituationen. Einen solchen Verlust erfährt ein Individuum dann, wenn diesem erstens Wirklichkeiten mit deren Bezeichnungen permanent zusammenrücken, und ihm zweitens die *Erinnerung* an Wirklichkeiten ehemals erfahrener Gegenstände verlorengeht. Zumindest den ersten, also unvollständigen Fall, erträumen sich manche für die Zukunft. Wenn es irgendwann möglich sein sollte, virtuelle Realitäten im Cyberspace so perfekt zu simulieren, daß *absolut* kein Unterschied zwischen alltäglich wahrnehmbarer und virtueller Umwelt bemerkbar wäre, dann würde diese simulierte Umwelt auf keinen Fall ein Bild von einer Wirklichkeit vorführen, sondern sie würde den Beobachter in eine fiktive Wirklichkeit

<sup>32</sup> So neu ist der Simulationsgedanke nicht. Selbst Michelangelo versuchte in der sixtinischen Kapelle schon um 1510, die Architektur an der Decke zu simulieren. Ein noch stärker beeindruckenden Simulationsversuch der Aufhebung zwischen Zeichen und Raumarchitektur zeigt das um 1685 gemalte Deckenfresko von Andrea Pozzo in der römischen "Sant'Ignazio di Loyola" Kirche.

entführen. Die *unsachgemäße* Anwendung von Cyberspace wäre dann imstande, einer technischen "Droge" gleichzukommen, die wie LSD oder Heroin einem Individuum als sogenannte »Cyberonauten« eine Realitätsbewältigung fiktiv vorgaukelt bzw. überhaupt erst ermöglicht. In diesem Zusammenhang ist es schon ein wenig auffällig, wenn eine Gesellschaft die vom Individuum täglich wahrzunehmende Zeichendosis deshalb erhöht, weil mit den beständig weiterentwickelten Zeichen- bzw. Bildcodierungen die Wirklichkeit besser zu bewältigen sein soll, obwohl sich gerade infolge steigender Dosis die gesellschaftlichen Überlebensrisiken mit gleicher Wucht steigern. So denkt der journalistische "Cyber-Punk" Howard Rheingold, daß bei einer Bevölkerung von 10 Milliarden Menschen virtueller Techno-Sex "... vielleicht kein schlechter Ort [ist], um dem größten Teil der Bevölkerung den größten Teil der Zeit über relatives Glück zu ermöglichen" [Rheingold 1992/539]. Ein solch körperloser Mensch, der sein intimes Glück in die Platinen computerisierter Schaltmomente einschreiben darf, wird sowohl um eine soziale Realität gebracht als auch um die Erfahrung einer mit seinem Gegenüber teilbaren Wirklichkeit. Zweifellos erkennen wir mit unserem Körper auch nur eine unter anderen Wirklichkeiten, aber der Vorteil dieser interpersonal verwandt bleibenden Wirklichkeitskonstruktion ist, daß sie zwischenmenschliche Kommunikation zu tragen vermag. Und dennoch verdeutlicht die Idee der Cyberspace-Technik eine Tendenz heutiger naturwissenschaftlicher Forschung. Denn als verstanden will all das gelten, wie z.B. in der Gentechnik, Medizin oder Chemie, was in *synthetischen* Wirklichkeiten hergestellt werden kann. Es bleibt selbstverständlich mehr als fraglich, ob wir Wirklichkeiten von uns selbst und Gegenständen verstanden haben, wenn wir sie im Cyberspace simulieren können.

Auch wenn es für Gesellschaften unmöglich wäre, so würden doch Individuen in einer *absolut*<sup>33</sup> perfekt simulierten Umwelt Zeichen nicht mehr als Zeichen wahrnehmen, sondern als Gegenstände einer ganz anderen Umwelt erfahren und bewältigen. Mit einem Satz von Mihai Nadin: "Wenn alles Zeichen ist, dann ist nichts mehr Zeichen."<sup>34</sup> Demnach läßt sich keiner von virtueller Umwelt täuschen, solange sie weiterhin als bildliches Zeichen verstanden oder erinnert werden kann, da es Zeichen inhärent ist, daß sie Wirklichkeiten überschreiten. *Perfekt* simulierte Virtualität kann kein Bild sein, *unperfekte* indessen schon. Jedes bildliche Zeichen erinnert daran, daß es ein Bild von »etwas« und nicht dieses »Etwas« selbst ist. Allein infolge dieser Unterscheidung, die ein unterrichteter

<sup>33</sup> Die heutige Cyberspacetechnik scheint noch weit davon entfernt zu sein, Druck, Wärme, Gerüche, Geschmack, also alle sensorischen Felder des gesamten Körpers wirklichkeitsgetreu zu stimulieren [vgl. Waffender 1991].

<sup>34</sup> Mündlich auf dem Symposium "Interface II" am 7.3.93 in Hamburg auf die Frage, wo der Unterschied zwischen Erfahrung und Zeichen liegt.

Betrachter macht, ermöglicht ihm das Bild Verhaltensweisen, die ihn in der Alltagswirklichkeit oder in perfekt simulierter Virtualität in die Bredouille führen würden. Beispielsweise erwecken pornographische Fotografien bei ihrem Betrachter gerade deshalb ungeniert sexuelle Bedürfnisse, weil das zeichenhaft dargestellte Lustobjekt keine auf den Betrachter bezogene Interaktionsdynamik entwickelt, wie es sich nämlich in Wirklichkeit und auch in virtueller Wirklichkeit ereignen würde [hierzu Buddemeier 1981/152f.]. Gerade aufgrund dieser gewollten Abwehr von tatsächlicher Nähe, vor der der "Bildschirm" schützt, ist es unglaublich, daß perfekt simulierte Wirklichkeiten (z.B. Flugsimulationen) eine ähnliche Wirkung wie Bilder erlangen. Denn körperlich erfahrene Wirklichkeit, sei sie tatsächlich oder simuliert wirksam, wird weder als Zeichen noch als Bild erfahren, solange sie als die einzig erfahrene Tatsächlichkeit wahrgenommen wird. Daher sind perfekte Simulationen, die ihren Zeichencharakter restlos verbergen, völlig ungeeignet für visuelle Kommunikation. Die virtuelle Verdoppelung der Wirklichkeit enthält sich jeglichen kommunikativen Werts. Sie teilt Wirklichkeiten unreduziert mit. Allerdings besteht die Wahrscheinlichkeit, daß virtuelle Wirklichkeiten als ein Aktionsraum verstanden werden, wo jemand mit dem Wissen einsteigt, daß jetzt die Verletzung kultureller Werte und Normen unsanktioniert ermöglicht ist, wie z.B. in Kriegssituationen, in denen sich an Frauen ohne moralische Gewissenshürden vergangen wird. Optische Computerspiele deuten darauf hin, daß unterdrückte Angst, verdrängte Sexualität und Autoritätsfurcht am leichtesten in Ausnahmezuständen und Phantasieräumen Entlastung finden.

Sofern man sich selten von einem Trompe-l'œil und perfekt simulierten Virtualitäten täuschen läßt, könnte man meinen, daß Bilder immer wie Zeichen erfahren werden. Diese Auffassung läßt sich aber nur solange aufrecht erhalten, wie man verleugnet, daß Bilder ausnahmslos mittels Gegenständen vorkommen oder zumindest Gegenstandscharakter haben. Wenn das Bild selbst »etwas« ist, dann ist es dies als dinglicher Gegenstand im Raum. Bilder, die nicht auf irgendeine Art und Weise materiell vorlägen, wären nicht sichtbar, weil visuelle Reizungen mit Lichtenergie keine Wahrnehmung verwirklicht. Ausschließlich Licht, das "ungeformt" ist, ist kein Wahrnehmungsmedium; erst die vom unsichtbaren Medium *Licht* erleuchtete, materielle Form ist sichtbar [vgl. Gibson 1982/56f.]. Insofern erzielen auch vom Laserlicht erzeugte Luftbilder aufgrund der Schwebeteilchen Sichtbarkeit. Deshalb gehe ich davon aus, daß *Bilder selbst konkrete Gegenstände sind*. In diesem gegenständlichen Sinne sind Träume, gedankliche Vorstellungen, Einbildungen, Halluzinationen, Hirngespinnste und die Sternchen, die die Faust aufs Auge flimmern läßt, keine Bilder, sondern Metaphern für bildhafte Bewußtseins-

konstruktionen, an denen niemand aufgrund ihrer externen Immaterialität visuell kommunikativ Anteil nehmen kann. Und ebenfalls sind bildhafte Übertragungen symbolisch gemeinter Ähnlichkeiten, also sprachliche Metaphern keine Bilder, weil ihr symbolischer Objektbezug für optische Erfahrungsweisen und damit für visuelle Kommunikation unsichtbar ist.

Wenn Bilder keine wahrnehmbaren Gegenstände wären, lösten sich die Diskussion über Bildwahrnehmung in nichts bzw. in sprachliche Zeichen auf. Im körperlichen Umweltkontakt kommt das zeichentragende Bild als ein Gegenstand vor, der in der Wahrnehmung erfahren wird, ganz egal ob die veranschaulichten Objekte - z.B. Einhörner oder Atome - existieren oder nicht. Das Bild ist tatsächlich immer direkt wahrgenommene Wirklichkeit. Wenn ich ein rotes Bild sehe, reagiere ich nicht, weil Rot in der referierten Wirklichkeit erfahrbar sein könnte, sondern weil das Rot des Bildes als solches für mich in der Wahrnehmung als Rot existiert und wirksam ist. Das Rot des Bildes bezeichnet nicht nur Rotes, sondern ist in seiner Röte präsent. Hinsichtlich dieser Ursache des Rötlichen ist es nicht einerlei, ob ich sich gleichende ikonische Zeichen im Medium des Fernsehens, der Kinematographie, der Fotografie, der Holographie oder der Ölfarbe sehe. Die Wahrnehmungserfahrung von Bildgegenständen kann deshalb nicht sinnlos sein. Sinnlosigkeit erreicht schlimmstenfalls das, was vor oder nach der Erfahrung gedacht wird; "Sinnlosigkeit ist [deshalb] ein Spezialphänomen ... der Zeichen und besteht in der Verwirrung von Zeichen" [Luhmann 1987/96]. Erfahrungen werden erst dann sinnlos, wenn nichts wahrgenommen wird, und selbst das wird fraglich, wenn jemand Meditation betreibt. Erfahrung erreicht somit selbst einen Sinn, der sich nicht in gedachten Vorstellungen oder in der Codierung schön/häßlich erfüllt. Die offene Wahrnehmung beinhaltet selbst keine intentional wertende Entscheidungsinstanz, sie nimmt keine Sinnlosigkeit wahr und konstruiert kontinuierlich unnegierte Wirklichkeit. Welchen Sinn Wahrnehmung konstruiert, wird sich klären.

Wenn Bildgegenstände eine direkte Wahrnehmungserfahrung verursachen, was ist dann mit dem, was die Zeichen zum Ausdruck bringen? Werden Zeichen mit Gegenständen verwechselt, so zeigte das *Trompe-l'œil*, sind Bilder als Zeichen unverstanden. Wie Josef Simon bemerkt, machen wir den Unterschied zwischen Gegenstand und Zeichen, insofern wir etwas *nicht* "unmittelbar" verstehen [vgl. Simon 1989/76]. Was wir an einem Bild nicht "unmittelbar" oder besser direkt verstehen können, sind die Zeichen; denn die Zeichen sind Mittel, die *vermitteln*, was verstanden werden soll. Anhand von Zeichen vermitteln Bilder - ein wenig allgemeiner formuliert -, wie *etwas* repräsentiert oder bezeichnet wird, was ein Mensch wahrgenommen, sich vorgestellt, erfahren oder erdacht hat. Oft ver-

stehen wir die ikonischen Zeichen auf Bildern scheinbar unvermittelt; selten heißt dies aber, wir hätten den zeichenhaften Charakter von Bildern vergessen und würden nunmehr denken, sie wären mit der Wirklichkeit identisch. Das scheinbar unvermittelte Verstehen von Fotografien, in denen wir beispielsweise sofort den Stuhl in einem Stuhlbild erkennen, rührt aus dem Umstand, daß die visuelle Information ohne Irritationen in der optischen Struktur des Bildes wahrgenommen, ohne *nach*-zudenken erfahren und auch verstanden wurde. Die Frage, wie oder als was diese "realistische" Fotografie verstanden werden soll, ist schon lange beantwortet. Die Interpretationsregeln für solche Fotografien laufen so sehr gewohnheitsmäßig ab, daß sie überaus selten bedacht werden. Deshalb interpretiert sich der Bilderfluß eines Kinofilms so leicht per Wahrnehmung. Es ist daher *scheinbar* möglich, bildliche Zeichen unvermittelt zu verstehen, ohne sie als Zeichen ständig zu überdenken. In der Bildbetrachtungssituation sind deshalb zwei Konstruktionen<sup>35</sup> vorhanden: erstens ermöglicht der Bildgegenstand eine Wahrnehmungserfahrung, die im Bewußtsein der Gegenstandsbedeutung aktualisiert wird; direkte Wahrnehmung ist hier eine »Konstruktion der Wirklichkeit«. Und zweitens führen die Zeichen zu einer Vorstellung, die im Bewußtsein interpretierter Zeichen verwirklicht wird; Vorstellungen, Zeicheninterpretationen sind eine »Wirklichkeit der Konstruktion« zeichenhafter Realität [hierzu Karger 1991/71]. In der ersten Konstruktion erfahren wir den Bildgegenstand in direkter Wahrnehmung, und in der zweiten Konstruktion verwirklichen wir Zeichen und Interpretationen über ihn, indem uns das Zeichen zu einer Vorstellung bewegt, die z.B. durch eine wahrgenommene Emotion, einen Begriff oder Satz interpretiert wurde. Wir sagen ja auch, die Realität, die das Bild repräsentiert, gefällt mir, oder die direkte Wirklichkeit (Wirkung) des Bildes selbst gefällt mir.

Man sollte trotz allem nicht glauben, Bilder seien wie eine Wirklichkeit aufgebaut und wären keine Zeichen. Zeichen sind immer mehr als ihre bare Materialität. Bilder sind Zeichenmittel, die als Quali- Sin- oder Legizeichen den Aufbau der Bildoberfläche bestimmen und - insofern sie wahrgenommen wurden - einen Objekt- und Interpretantenbezug vorantreiben. Worum es mir geht, findet sich in der Bemerkung

<sup>35</sup> Auch Sartre [vgl. 1971/68-71] beschreibt diese Möglichkeit der direkten Wahrnehmung, in der Trennung von Vorstellungs- und Wahrnehmungsbewußtsein. Für den Augenblick des *Trompe-l'œil* begründet Sartre ein Wahrnehmungsbewußtsein, bei dem sich ein Betrachter einer solchen Wahrnehmung bewußt wird, wie sie auch bei der Wahrnehmung eines realen Menschen entstehen würde. Im Wahrnehmungsbewußtsein spricht das Bild den Betrachter direkt an. Sobald das Bild aber als Zeichen erkannt ist, spricht Sartre von einem Vorstellungsbewußtsein, in dem das Gemälde aufhört, Objekt zu sein, da es dann als Materie eines "image" [("Eben-", "Spiegel-") Bilds, Vorstellung] fungiert. Ich denke, daß Sartres Begriffe von Wahrnehmungs- und Vorstellungsbewußtsein große Ähnlichkeit zu der von mir verwendeten Unterscheidung zwischen dem Bewußtsein der Gegenstands- und Zeichenbedeutung haben, obwohl ich das Wahrnehmungsbewußtsein hauptsächlich dem Gegenstand Bild zurechne und nicht der Augentäuschung.

Gibsons wieder: "Das Bild verlangt zwei Arten von Auffassung: eine direkte (unmittelbare) Wahrnehmung der Bildoberfläche [Zeichenmittel] und zugleich eine mittelbare Wahrnehmung von dem, was das Bild darstellt [Objekt- und Interpretantenbezug]" [Gibson 1982/313]. Gibsons Formulierung unterstreicht nochmals die Unterscheidung zwischen mitgeteilter Realitätsvorstellung, die auf optischen Repräsentationen (Bezeichnungen) aufbaut, und gegenständlicher Wirklichkeit, die direkt wahrnehmbare, weil selbst materielle, bildliche Zeichenmittel präsentiert.

Eine Komplikation bleibt bestehen: auch wenn die visuelle Wahrnehmung nicht notwendig an Zeichenbedeutung und sprachliches Denken gebunden ist, so ist zumindest die Gegenstandsbedeutung im Handeln und Verhalten an visueller Wahrnehmung beteiligt. Wir können Bilder nämlich nur sehen, wenn wir wenigstens auf den Gegenstand aufmerksam werden. Aufmerksamkeit und visuelle Informationsgewinnung, die das vorkommunikative Bewußtsein erlangt, ist nie unabhängig von Bedeutung ausgerichtet [s.S. 71]. Allerdings bleibt bei der visuellen Wahrnehmung zu bemerken, daß nicht nur Bedeutungen mit den Augen<sup>36</sup> verfolgt werden, sondern ebenso Farben, Umrisse, Kanten und Formen. Die optische Form<sup>37</sup> fällt nicht mit der Bedeutung in eins. "Die Form hat keinen eigenständigen Wert. Sie ist in der Regel nur wichtig als Merkmal für die Erkenntnis des Gegenstandes in seiner Bedeutung ..." [Rubinstein 1959/317]. Wahrnehmung bindet sich an das Für-wahr-halten von Formmerkmalen eines Gegenstandes. Wie jedoch die Wahrnehmung Qualitäten von Formen zu Tatsachen strukturiert, läßt die Bedeutung offen. Mit Bedeutung ist erkannt, aber nicht beschrieben, wie ein Gegenstand im genauen aussieht bzw. welche exakte Form und Farbe er hat. Denn Wahrnehmung von Formqualitäten gehört zu einem Bereich der kognitiven Beschreibung, den ein Beobachter in seiner menschlichen Struktur konfiguriert [vgl. Maturana u. Varela 1987/31]. Vor diesem Hintergrund der menschlichen Wahrnehmung von Farben und Formen und der materiellen Umsetzung von sichtbaren Zeichenbeschreibungen muß davon ausgegangen werden, daß ein Wahrnehmender Perzeptionsmodelle für Formmerkmale seiner Bildkultur lernend strukturiert. Wäre dies unmöglich, so würde es uns beispielsweise schwerfallen, einen Kinofilm oder Dreidimensionalität durch eine stereoskopische Linsenbrille visuell zu erkennen.

<sup>36</sup> Etymologisch bezeichnet »Sehen« "mit den Augen verfolgen" [Duden Etymologie 1989 Mannheim].

<sup>37</sup> Ich möchte bei den Begriffen der Form und Farbe bleiben, da ich denke, daß sie leichter zu kommunizieren sind. Obwohl Gibson zutreffenderweise eindringlich darauf insistiert, daß wir keine Punkt-zu-Punkt-Korrespondenz der Form auf unserer Netzhaut empfangen, also kein Abbild. "Die Information, die in der optischen Anordnung von einem Bild zum Beobachtungsort kommt, besteht aus Invarianten, nicht aus Formen oder Farben" [Gibson 1982/313]. Demnach sehen wir Invarianten [s.S. 99], die wir als Formen und Farben bezeichnen, was im weiteren bedacht werden sollte.

Ich hoffe, daß sich bisher verdeutlichte, wann Bilder als Zeichen oder Gegenstand interpretiert werden und wie sich ihre Gegenstandshaftigkeit und Zeichenhaftigkeit von Sprache und Schrift unterscheidet. Im übernächsten Kapitel 2.3. (Wie entsteht visuelle Wahrnehmung?) werde ich den Boden für eine Begründung vorbereiten, die später klärt, wie es zu einer kulturgeprägten Perzeptionen oder zu visuellen Interpretationsmodellen von Formen kommt. Wenn dies gelungen ist, dann läßt sich auch ein vorkommunikatives Bewußtsein in der Bildwahrnehmung und -produktion begründen, welches nicht in den (kommunikativen) Bedeutungen einer Kultur aufgeht, sondern auf einen ikonischen Darstellungscode von Bildformen und -merkmalen anspricht. Ein solch ikonischer Darstellungscode ist in seinen Formmerkmalen einer Sprache vollständig unvergleichlich, weil er, wie mehrfach gesagt wurde, im ikonischen Objektbezug visuell kommunikative Informationen freigibt, die sogar vorkommunikativ wie Gegenstände wahrgenommen werden können.

Wäre ein ikonischer Darstellungscode in Kulturen vorhanden, dann müßte er der Anforderung genügen, daß seine Zeichenmittel (Quali-, Sin-, Legizeichen) in ihrer optischen Struktur so geordnet sind, daß ein Betrachter in einer *bestimmten* Kultur diese Codierung als ein Merkmal bezeichnender Formen eines visuell kommunikativen Ikons wahrnimmt. Dieses Ikon zeichnet sich dadurch aus, daß der Betrachter im bildlichen Zeichen eine "graduelle Ähnlichkeit"<sup>38</sup> zum Gegenstand wiedererkennt, oder zumindest, wenn das Objekt inexistent ist, daß der Betrachter wiedererkennt, welches fiktive Objekt optisch bezeichnet wird. Ich denke, es ist ausreichend begründet worden, daß solche Objektbezüge auch ohne Sprache wiedererkannt werden. Um vor der weiteren Begründung eines ikonischen Darstellungscode ein Beispiel zu nennen, sei hier auf Fotografien verwiesen, die sich dadurch auszeichnen, daß sie häufig für *realistische* Veranschaulichungen eines Objekts gehalten werden. Dies liegt daran, daß wir es in unserer Kultur erlernt haben, *Perzeptionsschemata*<sup>39</sup> für die Zeichenmittel in Fotografien auszubilden. Aufgrund dieser Perzeptionsschemata fällt es uns in der Regel sehr leicht, den ikonischen Objektbezug der Zeichen auf Fotografien zu erkennen. Dies ist in anderen Kulturen, wo Fotografien unbekannt sind, nicht immer gegeben. "Im Extremfall sehen solche Neulinge nur einfach ein flaches Ding ..." [Arnheim 1972/ 291]. Mir geht es daher

<sup>38</sup> Der Begriff der Ähnlichkeit wird noch problematisiert [s.S. 336, Kap. 2.11. "Wie wirkt ... Ähnlichkeit?]. Vorausgeschickt sei, daß Ähnlichkeit zwischen Bild und referiertem Gegenstand für visuelle Kommunikation völlig unnötig ist. Außerdem ähneln Bilder nie vollständig einem referierten Gegenstand, sonst wären sie keine Bilder mehr. Bilder ähneln ihrem kulturellen Code [vgl. Schönrich 1990/138; Scholz 1991/43ff.].

<sup>39</sup> Der Begriff "Schemata" folgt der Theorie Neissers [vgl. 1979/48ff.] und wird noch näher erläutert [s.S. 99].

um die Begründung, warum wir es zum Teil von den Bildern selbst gelernt haben, Bilder zu sehen. In Untersuchungen zur Sprache wundert sich heutzutage fast niemand mehr, daß wir es *auch* - d.h. nicht nur - von der Sprache selbst gelernt haben, deren symbolische Kartographien sowohl akustisch als auch inhaltlich zu verstehen und nachzusprechen. Warum sollten kulturelle Bildformen nicht Bildformen erst ermöglichen?

## a) Semiotischer Exkurs zur Wahrnehmung von Zeichen

Die bisherigen Ausführungen semiotisch gewendet, deuten darauf hin, daß unwahrscheinliche Bildzeichen eine Wahrnehmung erfordern, die der Wahrnehmung natürlicher, dreidimensionaler oder wahrscheinlicher Gegenstände nur in Ausnahmefällen gleicht. Die Wahrnehmung der Zentralperspektive folgt beispielsweise einer Codierung, die in der Natur unwahrscheinlich ist. Daher weisen künstlich hergestellte Zeichen eine optische Struktur auf, die im Fall von Bildern kulturspezifischen Quali- Sin- und Legizeichen folgt. Will ein Betrachter diese unwahrscheinlichen Bildzeichen visuell decodieren, dann muß er sie visuell komprimieren, um sie zu erkennen; er muß sie mit den Augen "durchschauen", um ihren ikonischen Objektbezug zu erkennen.

Die pointillistische Malweise bietet ein Beispiel für den gemeinten Vorgang. Sie führt vor, wie ungemischte Farbpunkte nur in der visuellen Konstruktion des Betrachters zum gewünschten Hauptton, zur Form, und somit zum gewünschten Zeichen verschmelzen bzw. komprimiert werden. Semiotisch interpretiert heißt dies, die Farbpunkte, also die Qualizeichen, werden vom Auge im Zusammenhang mit der kognitiven Funktion des Gehirns als Farbe und Form konstruiert. Das Qualizeichen muß in der Wahrnehmung als (Sin-)Zeichen erkannt werden, bevor es als ikonische Repräsentation eines Stuhlbildes im Interpretantenbezug bestimmt wird. Demnach läuft die Zeichenbildung bei der Wahrnehmung genau nach der Stufenfolge ab, die mit den semiotischen Kategorien (Erst-Zweit- Drittheit) von Peirce aufgezeigt wurden. Wenn dies zutrifft, dann müßte beispielsweise ein Ikon [Zweitheit] die Repräsentation eines vorab *kognitiv* interpretierten Inhalts im Qualizeichen [Erstheit] sein, weil ein Betrachter nur die präsenten Farben und Formen (Quali- Sin- Legizeichen) sieht, die in der Möglichkeit seiner visuellen Kognition liegen. Der ikonische Objektbezug des Bildes kann daher vom Betrachter erst erkannt werden, wenn er Sinnesdaten als Farbe und Form differenziert hat. Das Qualizeichen muß erst zum Zeichen gemacht werden, wie Gerhard Schönrich [vgl. 1990/144] bemerkt. Das heißt, ein Qualizeichen hat tatsächlich immer an sich eine Qualität, die seine potentielle Sichtbarkeit



"garantiert", obwohl das Qualizeichen selbst ein Zeichen für Qualitäten in der materiellen Umwelt ist. Beispielsweise repräsentiert das Qualizeichen »Gelb« im Bild das Gelb eines gelben Regenschirms. Dennoch ist das bildliche Qualizeichen Gelb selbst als eine materielle Qualität in der gelben Farbe präsent, die vom Betrachter wahrgenommen werden muß, damit er es wirklich sieht. Ein solches Qualizeichen wird jedoch erst dann wahrgenommen, wenn der Betrachter über die kognitive Möglichkeit einer Zeichenwahrnehmung verfügt.

Es muß aber nicht nur das Qualizeichen als bildliches Zeichen, sondern jedes optische Quali- Sin- Legizeichen in seinem Mittelbezug per Wahrnehmung interpretiert werden. Erst Wahrnehmung [Zweitheit] und nicht die sinnliche Empfindung reicht für die Feststellung eines Gegenstandes aus. Idealisiert man unser konstruiertes Wissen über Licht, dann ermöglicht ein Bild in identischen Situationen, vorausgesetzt alle Augäpfel wären gleich, vermutlich allen Menschen annähernd ähnliche Reizungen (Empfindungen), in denen Informationen wahrgenommen oder nicht wahrgenommen werden können. Ein Legizeichen, wie beispielsweise die künstliche Perspektive, wird daher erst dann ad hoc wahrgenommen, wenn dies in der erlernten Möglichkeit der visuellen Kognition eines Individuums liegt; das Individuum muß die optische Zeichenstruktur im visuellen Vorbewußtsein schon erlernt haben. Daß dieses Legizeichen ein Zeichen ist, kennzeichnet dann lediglich die visuelle Gewohnheit, die sich von der faktischen Gegebenheit des Zeichens abgelöst hat, indem in informationellen Formmerkmalen sofort ikonische Objekte wahrgenommen werden.

### 2.3. Wie entsteht visuelle Wahrnehmung?

Visuelle Wahrnehmung wurde als eine Bewußtseinsweise aufgefaßt, die auf den sinnlichen Kontakt mit Bildformen angewiesen ist. Auch wenn im folgenden Wahrnehmung als kognitive Konstruktion beschrieben wird, spreche ich trotzdem mit Husserl [vgl. 1980/79 §43] das wahrgenommene Rauming in seiner Leibhaftigkeit als bewußtseinsmäßig Gegebenes an. Der Gegenstand Bild trägt zwar ein indexikalisches Zeichen für seine Funktion, doch ist der Gegenstand Bild außerdem ein Gegenstand, der erst einmal wahrgenommen sein will, bevor Zeichen verstanden werden. Das Wahrnehmungsbewußtsein ist nicht gleich ein Bewußtsein von Zeichen oder gar ein abbildendes Bewußtsein. In diesem Punkt folgt meine Arbeit nicht der Semiotik von Peirce [vgl.

1960/5.283ff.], da er dem Wahrnehmungsbewußtsein ein Gedankenzeichen<sup>40</sup> zuschreibt. Im weiteren verstehe ich die visuelle Wahrnehmung als direkte - also möglicherweise zeichenlose - Erfahrung einer individuellen Wirklichkeit, die überdies auch dann wirklich erfahren wird, wenn Wirklichkeit auf einer kognitiven Konstruktion des psychischen Systems basiert. Bewußtsein ist auch im konstruktivistischen Ansatz die Ausgangsprämisse für die Frage nach der visuellen Wahrnehmung von »etwas«, Dingen und Bildern.

Im vorherigen Kapitel 2.2. "Kann Sehen Sprache sein ..." legte ich dar, wann sich Wahrnehmung von Bildern der Voraussetzung von Sprache und Zeichenbedeutung weitgehend enthalten kann. Dennoch ist Wahrnehmung immer mit Aufmerksamkeit verknüpft, die, wenn nicht notwendig auf eine Zeichenbedeutung, zumindest auf eine Gegenstandsbedeutung und Form angewiesen ist. Da der Teil II dieser Schrift ein Erklärungsmodell für eine kulturgeprägte Wahrnehmung bieten wird, folgt nunmehr der Bereich, der eine Beeinflussung der Wahrnehmung erst ermöglicht. Dieser Bereich wird das Wahrnehmungssystem des Individuums sein, das durch Formen einer Kultur und Bedeutungen einer Gesellschaft in seiner Aufmerksamkeit beeinflusst wird. Auch wenn Wahrnehmung von Kommunikation maßgeblich inspiriert wird, darf sie nicht als eine verstanden werden, die in Kommunikation aufginge. Wahrnehmung bedarf der Kommunikation, ebenso wie Kommunikation der Wahrnehmung bedarf. Gleichwohl wird nicht jede Wahrnehmung als Kommunikation konzeptualisiert, zeitweilig dauert sie vorkommunikativ im Bewußtsein an [s.S. 71 (vorkommunikatives Bewußtsein)]. Als vorkommunikativ fasse ich den Bereich individueller Wahrnehmung auf, der außerhalb von Zeichenbedeutung erfahren wird, im genaueren also die Wahrnehmung optischer Gegenstandsform. Um dies zu begründen, geht folgender Abschnitt ausführlich auf die visuelle Wahrnehmung ein.

Die ältere Lehrmeinung innerhalb der Psychologie betrachtete visuelles Wahrnehmen als rein vom Auge in Verbindung mit dem Gehirn abhängig. Für einen Begriff des visuellen Wahrnehmens, der auch für die Soziologie und die Bildbetrachtung an Tragweite

<sup>40</sup> Der Begriff des Gedankenzeichens hätte eine Berechtigung, wenn man wie Peirce annimmt, daß jeder Gedanke ein "Zeichen" sein könnte, welches von einem anderen Gedanken wieder interpretiert wird, usw. Unter dieser Annahme würde hier die Schwierigkeit auftauchen, wo das Subjekt ist, welches die Zeichen generiert und interpretiert, da Zeichen eines Subjekts, wie mit Ciompi (s.S. 80) gesagt, lediglich das Symptom des Bewußtseins sind. Wenn ich Peirce zustimme, daß wir uns mit zeichenhaft erscheinenden Konzeptualisierungen selbst beschreiben, heißt dies dennoch nicht, unsere Hirnstruktur wäre wie Zeichencodes aufgebaut, weil ja Zeichen lediglich nur Zeichen für das sind, was wir mittels Zeichen beschreiben. Ausschließlich anhand von besonderen semiotischen Rekonstruktionsleistungen der neurobiologischen Forschung wäre zu spekulieren, in unserem Kopf würde ein intelligentes Zentrum die Zeichen eines anderen interpretieren.

gewinnen soll, ist ein umfassenderer Bezugsrahmen zu wählen. Gibson und Neisser zeigen in ihren Theorien, wie dieser Bezugsrahmen zu beschreiben ist.

Gibson versteht visuelle Wahrnehmung als eine Tätigkeit, die das ganze Individuum, also auch dessen *Körper* einbezieht. Der innovative Ausgangspunkt liegt in der natürlich bedingten Feststellung, daß sich zwei Augen in einem Kopf entgegen der Schwerkraft auf einem beweglichen Rumpf befinden und die leibliche Voraussetzung des menschlichen Sehens bereitstellen. Mit dieser Einsicht versucht Gibson [vgl. 1982/1f.] seinen ökologischen Ansatz der visuellen Wahrnehmung von der Vorstellung des erstarrten Blickfeldes zu lösen, welches nur verarmte Informationen über die Umwelt liefern kann. Sehen beinhaltet nicht die isolierte Sicht von Dingen, sondern ein panoramaartiges und während lang andauernder Fortbewegung anhaltendes visuelles Erfassen von Beziehungen zwischen den Dingen und uns selbst. Wie John Berger [vgl. 1974/9] bemerkt, richtet sich der Blick in ständiger Aktivität und Bewegung auf Dinge, wodurch sie erst für uns jeweils gegenwärtig werden. Ein solcher Begriff des Sehens drängt zum einen darauf, daß virtuelle Welten oder *erfolgreiche* Virtualitäten den ganzen Körper miteinschließen müssen, und zum anderen, daß bildliche Zeichen und Bilder in den jeweiligen räumlichen Kontexten fungieren, also kontextabhängig sind. Der durch den Leib erfahrene Raum, in dem das Bild vorhanden ist, konstituiert daher den vorkommunikativen Kontext der Farb- und Formerfahrungen des Gegenstandes Bild. Doch bedarf das Bild im Raum einiger Zeichen, denn sobald alles als Bild gesehen würde, wäre nichts mehr ein Bild.

In Verbindung mit dem Leib, dem Auge und der Funktion des Gehirns, das als zentrales Organ die visuelle Wahrnehmung koordiniert, spricht Gibson [vgl. 1982/263ff.] von einem »Wahrnehmungssystem«. Dieses geht in seiner *Eigendynamik* über die Sinnesleistung des *Sinnesapparats* "Auge" hinaus. Gibson folgend, ist das Wahrnehmungssystem durch aktive Anpassungsfähigkeit an Umweltsituationen gekennzeichnet; die Sinnesleistung der visuellen Rezeptoren ist indessen eine passive des Sinnesapparats, dessen sich das Wahrnehmungssystem bedient.

Die Unterscheidung des Sinnesapparats und des Wahrnehmungssystems verlängert sich in der psychologischen Divergenz des Empfindens und Wahrnehmens. Empfindungen beruhen auf der Sinnesleistung des Sinnesapparats, der durch die Anhäufung von Rezeptoren oder rezeptiven Einheiten definiert ist. Durch lokale Reizung auf der Sinnesfläche des Sinnesapparats, also der Retina, wird eine ebenso lokalisierte Erregung im sogenannten Projektionszentrum des Gehirns erzeugt [vgl. Gibson 1982/264]. Mit der Voraussetzung der genetisch<sup>41</sup> bedingten Sensibilität<sup>42</sup> entsteht nichts anderes als eine zweite

<sup>41</sup> Das heißt nicht, daß die genetisch bedingten Sehfähigkeiten keinem Lernprozeß unterliegen, denn sie

Form<sup>43</sup> der Reizbarkeit, die den Organismus befähigt, die Einwirkungen der Umwelt als Signalfunktion in bezug auf sich selbst wahrzunehmen.

Auf der reinen Sinnes- oder Empfindungsebene bleibt das Subjekt passiv den Reizungen ausgesetzt, die es selbst nur als Reizung empfindet. Die Stufe der Wahrnehmung von Gegenständen und besonders von Bildern stellt schon einen höheren Prozeß als die sinnliche Sensibilität dar. Denn in der Wahrnehmung werden empfundene Reize zu »etwas« gebündelt. Deshalb kann das Individuum die Empfindungen nur insoweit seinem eigenen Willen unterwerfen, wie es bereit ist, sich Reizung zu verschaffen, um Informationen zu gewinnen. Doch die *Information*, die das Wahrnehmungssystem aus Reizenergie konstruiert, steht in kaum einer Abhängigkeit, die auf die Stärke oder Beschaffenheit der Reizung zurückzuführen ist. Trotz radikaler Änderung des Reizes kann der informative Wert gleich sein. So sieht man beispielsweise im Fernsehen trotz schlechten Empfangs immer noch das Bild eines Sprechers, obwohl er nur verschwommen zu erkennen ist. Diese *visuelle Information* ist eine Fähigkeit des Wahrnehmungssystems, das Empfindungen in eigener Dynamik zu Informationen strukturiert. Darum kennzeichnet Gibson [vgl. 1982/261, 279] die wahrgenommenen Qualitäten von Gegenständen - und hier sind gleichfalls Bilder einbezogen - als Informationen, die vom Wahrnehmungssystem extrahiert werden. Bildperzeption verwirklicht sich somit mit einer quasi zweiten Bildproduktion, die im Wahrnehmungssystem und nicht im Auge konstruiert wird. Deshalb disponiert das Wahrnehmungssystem des Betrachters, welche Informationen das Bild bei Beleuchtung verwirklicht. Experimente mit halluzinogenen Drogen zeigten, wie das Wahrnehmungssystem durchaus verändert werden kann, um andere Informationen als bisher aus den Qualitäten der bildlichen Gegenstände aktiv zu konstruieren.

Wenn die Extraktion von Informationen die passive Empfindung des Sinnesapparats voraussetzt, ist damit nicht gesagt, nach welchen Leitstrukturen das Wahrnehmungssystem ausgerichtet ist bzw. ab welchem Grad von einer Wahrnehmung gesprochen werden kann.

sind optimierbar und gehören aus diesem Grunde in den Bereich des visuellen Systems [vgl. Neisser 1979/145]. Nach Sutherland sind es die folgenden acht Fähigkeiten, die als Voraussetzung der visuellen Erfahrung mitgebracht werden; Neisser [vgl. 1974/118] nennt sie "präattentive Prozesse": "1) Die Einheitsbildung und Gruppierung, 2) Die Figur-Grund-Beziehung, 3) Die anschauliche Fortdauer, 4) Die Bewegung, einschließlich der Gesetzmäßigkeiten der induzierten Bewegung, 5) Das zweiäugige Tiefensehen, 6) Die einäugige Sehtiefe durch laufende Bildverzerrung, 7) Den Zusammenhang zwischen Annäherung und Vergrößerung, 8) Die Wahrnehmung der Schallrichtung" [Sutherland 1970 zit. n. Metzger 1975/658].

<sup>42</sup> Sensibilität, und damit soll der Begriff im Unterschied zur Sensibilisierung definiert sein, sagt etwas über die Möglichkeit der spezifisch ausgerichteten Rezeptoren aus, die eine bestimmte Form von Reizenergie aufnehmen, die am Rezeptor wirksam und vom Gehirn als Empfindung registriert wird. Sensibilität "spricht" somit auf Beschaffenheiten der optischen Welt an [vgl. Bayer 1982/45].

<sup>43</sup> Die erste Form der Reizbarkeit dient der Voraussetzung des Stoffwechsels [vgl. Leontjew 1964/30ff.].

Obwohl Rubinstein [vgl. 1966/68] eine heutzutage nicht mehr akzeptable Abbild- oder Widerspiegelungstheorie der Wahrnehmung vertrat, erkannte er doch im gewissen Sinne den Übergang von der Empfindung zur Wahrnehmung. Er verstand unter Wahrnehmung nur den sinnlichen Eindruck, der uns eine Eigenschaft (Form, Größe) in Relation zum Gegenstand vermittelt. Von Wahrnehmung oder sinnlicher Erkenntnis kann (auch von einem konstruktivistischen Standpunkt aus) demnach erst gesprochen werden, wenn eine Form des Gegenstandes aus den visuellen Empfindungen extrahiert bzw. konstruiert wurde. Nach dem Dafürhalten Rubinsteins steht das Erkennen von Empfindungen dem Prozeß der sinnlichen und rationalen Erkenntnis nicht isoliert gegenüber, vielmehr betrachtet er den Erkenntnisprozeß als einheitlichen Prozeß aus unterschiedlichen Gliedern. Allerdings bemerkte er einen "gewissen Sprung" [Rubinstein 1966/65ff.] von der sinnlichen zur rationalen Stufe der Erkenntnis. Mit dieser Entgegensetzung einer in sich verquickten Gleichursprünglichkeit unterscheidet Rubinstein die rationale oder abstrakte Erkenntnis (ich nenne sie konzeptualisierte Erkenntnis) von sinnlicher Erkenntnis. Diese Sinnlichkeit eröffnet den Wahrnehmungsboden von Gegenstandsformen, der mit Hilfe von abstrakten Zeichen (Rubinstein schreibt Begriffen) in den strukturierenden Erkenntnisprozeß des Verstehens und Analysierens zergliedert wird.

Die Differenz von Wahrnehmungswelt und konzeptualisierter Zeichenwelt spricht Piaget an. Dessen Studien der Kindheitsentwicklung beschreiben, daß kindliche Malereien eine Unvereinbarkeit von visueller Wahrnehmung und figurativer Erkenntnis bemerken lassen. Die figurative Erkenntnis, die die beobachteten Kinder in den Darstellungsmodalitäten ihrer Bilder mitteilten, ist nach Piaget kaum auf ihre Wahrnehmungsfähigkeiten oder auf den perzeptiven Ursprung zurückzuführen. Vielmehr sieht er für die Kindesentwicklung bestätigt, daß auch Bilder schematisierten Konzeptualisierungen entsprechen, weil es der "... symbolische Charakter des Bildes erlaubt, sich mit ziemlich gewagten Annäherungen zu begnügen" [Piaget 1978/478; s.S. 219]. Bildliche und alle anderen Zeichen markieren daher eine Eigenständigkeit, die sich in Konzeptualisierungen von der Wahrnehmungswelt enthebt. Allerdings nimmt diese Enthebung bezüglich ikonischer Zeichen einen Sonderfall ein. In ihnen werden figurative Erkenntnisse von möglichen Ähnlichkeiten zu irgendwelchen Welten kultiviert, in dem sie wiederum ihrerseits zahllose Wahrnehmungswelten eröffnen. Bilder changieren infolgedessen zwischen Wahrnehmungs- und Zeichenwelt. Aus diesem Grund sind weitere Überlegungen zur Wahrnehmung unumgänglich.

In jener Verquickung von sinnlicher Erkenntnis und konzeptualisierter Zeichenerkenntnis liegt auch der Grund, warum Wahrnehmung nicht selbst in Kommunikation zu überführen ist. Die im Denken konzeptualisierten Zeichen benennen lediglich Gegenstände, ohne

selbst für ein Gegenstandsbewußtsein der körperlichen Erfahrung konstitutiv zu sein. So zeigen alle Zeichen, also auch die bildlichen, nicht die Gegenstände oder die Erfahrung direkt, sondern verweisen allenfalls auf wichtige Merkmale sinnlicher Erkenntnis von Gegenständen indirekt. In zeichenhafter Strukturierung obliegt es dem Individuum, wie es die Zeichen für die sinnliche Erkenntnis und Erfahrung, in Beziehung zu seinem restlichen Zeichenrepertoire und dem der Gesellschaft, zu erfassen sucht. Insofern besteht die Welt auf der letzten Stufe der zeichenhaften Erkenntnis aus Strukturen, die in Zeichen der Struktur<sup>44</sup> erfaßt sind. Auch Bilder unterliegen einer solch kulturellen Darstellungsstruktur, in der sie zum Zeichen werden. Walter Koch [vgl. 1971/3] verweist auf diese Einsicht innerhalb seiner semiotischen Untersuchungen, wenn er behauptet, daß unsere Weltkonstruktion aus Strukturen besteht.

Die als Strukturen aufgefaßten, verbindenden Relationen von Elementen stehen fortwährend in Zusammenhang mit den Elementen selbst [vgl. Klaus 1968/625]. Für das psychische System heißt dies, daß dessen Struktur dafür verantwortlich ist, welche Elemente es anerkennt, da es selbst diese Elemente konstruiert und in Relation setzt. Aus diesem Grund sind in der Struktur der Zeichen nur Zeichen anerkannt, denen eine Bedeutung im zeichenhaften Denken zugeschrieben werden kann. Ähnlich wie die Zeichen ein Element der zeichenhaften Erkenntnisstruktur sind, kann für Elemente der sinnlichen Erkenntnisstruktur vermutlich gelten, daß ihre Bedeutung vom Wahrnehmungssystem abhängt. Aufgrund der sensorischen Erregungsstruktur, die aus der visuellen Empfindung des reflektierten Lichts hervorgeht, entstehen für jedes Individuum Formen, die mit bedeutungsgeleiteter Aufmerksamkeit erforderlicherweise verbunden sind [vgl. Roth 1991/368; Rubinstein 1966/5]. Diese aktive Verbindung zur Umwelt tritt dort hervor, wo das handelnde oder verhaltende Individuum in sinnlicher Erkenntnis die visuelle Informationen strukturiert, die für die Wahrnehmung des Gegenstandes und dessen Bedeutungskontext als "wichtig" erachtet werden. Optische Information, die nicht in eine bestehende Struktur paßt oder keine nach sich zieht, geht ungenutzt vorüber, sie wird weder sinnliche und noch figurative Erkenntnis. Andererseits kann jeder aus gleichen Kontexten heraus auch unterschiedliche Bezeichnungsformen in Bildern wahrnehmen und Bedeutung beimessen, obwohl das Bild materiell (für uns) identisch andauert.

<sup>44</sup> Dieser Struktur-Begriff ist auf keinen Fall zu verwechseln mit visuellen Strukturen. Ersterer kennzeichnet Vorgänge des Denkens mit abstrahierenden Zeichen, wohingegen der zweite visuelle Strukturierung als Vorgang des Sehens von Formen erfaßt.

Das bekannteste Beispiel für eine bistabile und

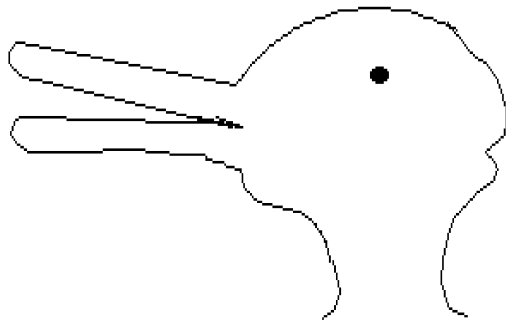


Abb. 4: Nach Jastrow

biaspektische Bezeichnungszuweisung an eine optische Struktur ist das Figur-Grund Bild [s.S. 175 Abb. 10], bei dem man zu entscheiden hat, ob man zwei weiße Gesichter vor dunklem Grund oder eine schwarze Vase auf hellem Grund wahrnehmen will. Ein ähnliches Phänomen, in dem Attraktoren des Wahrnehmungssystems bei einer Form zwei mögliche Bezeichnungen zuweisen, ist gleichfalls bei nebenstehenden Enten- oder Hasenkopf zu beobachten.<sup>45</sup>

Unrichtigerweise ziehen viele diese biaspektische Bezeichnungszuweisung als Beispiel für bistabile Bedeutungszuweisung heran, so z.B. Stadler [vgl. 1991/250ff.]. Die Bedeutung, die die Wahrnehmung der Enten- oder Hasenkopf-Bezeichnung auf zwei Aspekte lenkt, ist aber keineswegs bistabil, sondern interpretativ offen oder polypragmatisch; denn die ikonische Bezeichnung kann in der Bedeutung von Hase, Ente, Hasenkopf, Entenkopf, gezeichneter Entenkopf oder "ich sehe das jetzt als Bildhasen" [Wittgenstein 1990/369] usw. interpretiert werden.

Ein anderes, sehr gutes, weil allgemein kulturelles Beispiel, in dem tatsächlich stabile Bedeutung bildliche Konzeptualisierung vorsteuert, zeigt Metzger [vgl. 1953/184ff.] mit dem Hinweis auf Schattierungen in Bildern auf. In Bildern, die vor dem 15. Jahrhundert entstanden, wurde darauf verzichtet, die Farben von Objekten entsprechend der vorhandenen Lichtverteilung zu verändern. Schatten und Schattierungen (abgesehen von Falten) hatten keine Bedeutung und wurden nicht dargestellt, so Metzger, weil sie nicht der auch uns gewohnten Farbbeständigkeit der Dinge entsprechen. Offensichtlich konnten oder wollten die Maler vor dem 15. Jahrhundert ihre Zeichen nicht so Konzeptualisieren, daß diese ihrer anzunehmenden, sinnlichen Erkenntnis von Schattenperspektive gleichen. Dies taten sie möglicherweise, weil sie die Lichtverteilung auf den Dingen als unwichtig erachteten oder als zu flüchtige Eigenschaft ansahen. In der heutigen fotografischen Bildherstellung tritt dieses Problem so nicht mehr auf: die Kamera glaubt alles, was sie faktisch "sieht". Deshalb haben Fotografen häufig mit mißlichen Schattenwürfen zu

<sup>45</sup> Auffällig ist, daß häufig der Entenkopf zuerst gesehen wird, was eventuell mit der kulturbedingten Schreibrichtung von links nach rechts zusammenhängt oder eventuell auch nur mit den zu tiefen und zu schmalen Ohren des Hasen. Man könnte sich auch der Meinung von Ernst Pöppel [vgl. 1982/143ff.] anschließen, der eine Links-Bevorzugung bei Bildern mit stark emotionalem Charakter auf die Aktivität der gefühlsmäßig orientierten rechten Hemisphäre zurückführt, die bei einem Blick nach links angesprochen wird.

kämpfen, ganz im Gegensatz zu Ärzten, die in Tomographien vorsätzlich nach teuflischem Dunkel fahnden. Insofern z.B. indische oder chinesische Maler nicht die europäische Malerei nachahmen, verzichten sie noch heute weitestgehend auf die "natürlichen" Lichtverhältnisse in der Malerei. Sie glauben sowieso nicht an eine kraft sinnlicher Wahrnehmung zu erreichende "wahre" Erkenntnis, weshalb sie ihre Bilderwelten in spärlicher Ähnlichkeit zu Wahrnehmungswelten in *meinen* "Augen" konzeptualisieren<sup>46</sup>.

Das letztere Beispiel zeigt zwei wichtige Auffassungsgaben: erstens die sinnliche Erkenntnis in der Wahrnehmung von wirklichen Dingen, wie etwa den Gegenstand Bild, und zweitens die konzeptualisierte Umsetzung der Wahrnehmung in der Bildproduktion. Die erstere Fähigkeit zieht weder die zweite nach sich, noch legt sie die zweite in den Ausdrucksformen fest. Üblicherweise nehmen wir mehr wahr, als wir in Bildern darstellen können, und andererseits entwickeln wir mit Bildern in nahezu jedem Fall andere Formen, als wir wahrnehmen. Tatsächlich sehen Inder im Alltag gewiß Schatten, obwohl sie ihnen in Bildformierungen kaum kommunikative Relevanz beimessen.

Momentan gilt das Interesse der Wahrnehmungsseite, die die konzeptualisierte Darstellungsseite von Bildern und Zeichen unterschreitet, denn die Wahrnehmungsseite muß sich dafür verantwortlich zeigen, daß wir im semantisch bistabilen Muster des Enten-Hasenbildes zwei Bezeichnungen visuell decodieren. Wahrnehmung ist zwar an die Zuweisung von Bedeutung gebunden, aber deren pragmatische Interpretationsbreite ist deutlich geringer limitiert als die zwei sichtbaren Bezeichnungen jener semantischen Kippfigur. In dieser wird nämlich in *sinnlicher Erkenntnis*<sup>47</sup> der Form bzw. Farbe oft etwas gesehen, was in seinen Sinnesqualitäten zu Eigenschaften zweier ikonischer Objektbezüge extrahiert oder im Wahrnehmungssystem prozessiert wurde. Für die Identifikation der zwei ikonischen Objektbezüge ist weniger ausschlaggebend, welche mögliche Bedeutung interpretiert wird, sondern entscheidend ist, daß Unterschiede der Form beispielsweise zum Hintergrund wahrgenommen werden, damit der optische Objektbezug in Begleitung noch adäquater Bedeutung erkannt wird. Daher verläuft ein ausschlaggebender Teil aller Bildinterpretation innerhalb der sinnlichen Erkenntnis, die in erster Differenzierung eine Zweitheit konstruiert, um ikonische Objektbezüge und Gegenstände wahrzunehmen.

<sup>46</sup> Die chinesische Malerei versucht nach Untersuchungen von Goepper grundsätzlich nicht eine "naturgetreue" Darstellung zu erreichen, was in folgendem Zitat von Su Tung-p'o (1036-1101) zum Ausdruck kommt. "Wer über Bilder urteilt nach der Ähnlichkeit der Formen, dessen Ansicht ist der eines Kindes verwandt" [zitiert nach Goepper 1962/12].

<sup>47</sup> Wahrnehmung und sinnliche Erkenntnis sind in gewissem Sinne synonym. Die beiden Begriffe können leider nicht auf ein Nenner gebracht werden, weil die Autoren in wichtigen Begriffen, wie z.B. Wahrnehmungssystem, das Wort Wahrnehmung gebrauchen, obwohl es auch als System der sinnlichen Erkenntnis benannt werden könnte.



Konzeptualisierung von Zeichenbedeutung und Darstellung in Zeichen ist demgegenüber eine Drittheit, die erkenntnistheoretisch relevant wird [s.S. 32 (Repräsentation)]. Beschreibt man Bilder ausschließlich als Zeichenkommunikation [Drittheit], dann versteht man nur das halbe Ereignis der visuellen Kommunikation. Denn ohne sinnliche Erkenntnis enthalten sich Bilder aller visuell kommunikativen Bezeichnungen, deren sensorische Wirkungen im Augenscheinlichen informieren. Visuell unsichtbare Bilder dauern lediglich in der Vorstellung<sup>48</sup> an, und es ist vor dem Hintergrund der Hirnforschung sicher fraglich, ob sie sich dort wie wirkliche Bilder präsentieren. Mögen auch bildliche Vorstellungen und Träume, die im Träumen oft gar nicht wie Traumzeichen, sondern wie trägerische Traumwirklichkeiten erlebt werden, manchem wie Bilder erscheinen, aufgrund ihrer bewußtseinsexternen Immaterialität werden sie nicht zwischenmenschlich kommunikativ. Basiert die Bildwahrnehmung eines Individuums auf Materialität, dann kann sie in der Formulierung Gibsons als eine gelten, die Reize als Ursache der Qualitäten eines Dings empfindet und ihnen den Charakter eines Gegenstandes in der Außenwelt zuschreibt, also anfängt, in irgendeinem Verhalten der Außenwelt *aktiv* gegenüberzutreten. Durch diese Aktivität des Individuums können - müssen nicht - die Anpassungsleistungen des Wahrnehmungssystems in unterschiedlichen Stufen beeinflussbar sein. Teilweise umfassen die von Gibson festgestellten Anpassungsleistungen rein vorbewußte, organische Voraussetzungen und Bewegungen, wie etwa Kompensationsbewegungen, Konvergenzeinstellung, Fixation und Umherschauen etc. Die für die Bildbetrachtung wichtigen Leistungen sind: das Reifen und Lernen des Wahrnehmungssystems nach dem Assoziationsgesetz, Empfindungen einer Modalität mit Empfindungen einer anderen zu kombinieren und die Signale bestimmten Qualitäten der Außengegenstände zuzuordnen. Aber von besonderer Relevanz für die Bildbetrachtung ist, daß das Wahrnehmungssystem von einer Aufmerksamkeit durchdrungen wird, deren Ausrichtung und stets weitergebildete Fertigkeiten Gibson in solchen Begriffen, "... wie Mitschwingen, Extrahieren, Optimieren, Symmetrieren und auch Aktivitäten, wie sich Orientieren, Erkunden, Untersuchen oder sich Anpassen ..." [Gibson 1982/265], zu umschreiben sucht. Des Erachtens von Gibson

"... extrahiert das Wahrnehmungssystem im Fall der Beständigkeit eines Objekts einfach nur die Invarianten aus dem Fluß der optischen Anordnung: es läßt sich von den Invarianten in der Struktur anregen (resonates) oder stimmt sich ab (is attuned)." [Gibson 1982/268]

<sup>48</sup> Zu bemerken ist hier noch, daß sich Personen z.B. bei völliger Farbenblindheit (Achromatopsie / Hirnläsion) keine Farben mehr vorstellen oder aus der Zeit vor der Erkrankung in Erinnerung rufen können [vgl. Zeki 1992/59].

Invarianten [Zweitheit] bezeichnen hier die optische Struktur, die ein Individuum die Anwesenheit des Gegenstandes wahrnehmen lassen. In sprachlicher Abstraktion heißen Invarianten oft Farbe und Form. Der Unterschied ist der, daß Invarianten eine Abstraktionsleistung des wahrnehmenden Bewußtseins sind, gleichwohl die sprachliche Abstraktion jene Abstraktionsleistung mit den Begriffen Farbe und Form benennt. In der Wahrnehmung von Invarianten der optischen Struktur verläßt sich das Wahrnehmungssystem nicht ausnahmslos auf gespeicherte Erinnerungen (Gedächtnis eines "Könnens"), sondern extrahiert und abstrahiert eigendynamisch innovative Strukturen im wahrnehmungsmäßigen Sehen [vgl. Gibson 1982/278]. In diesem Sinne ist das wahrnehmungsmäßige Sehen als konstruktive, synthetisierende Aktivität aufzufassen, die Neisser [vgl. 1974/124] zufolge die Aufmerksamkeit auf bestimmte Eingangsinformationen fokussiert. Beim wahrnehmungsmäßigen Sehen lenkt das Individuum seine fokale Aufmerksamkeit auf die Beständigkeit von Strukturen innerhalb des visuellen Feldes, wodurch neue Strukturen zu einem kognitiven Schema werden können, das mit den alten Gedächtnisstrukturen zu neuen Schemata fusioniert [vgl. Neisser 1974/117].

Neisser betont ausdrücklich, daß das Sehen selbst eine konstruktive Aktivität ist. Im Ursprung arbeitet Wahrnehmung nicht mit Schemata der Erinnerung, sondern das Wahrnehmungssystem kreiert vermutlich von sich aus welche [vgl. auch Gibson 1982/274].

"Ein Schema ist jener Teil des ganzen Wahrnehmungszyklus, der im Inneren des Wahrnehmenden ist, durch Erfahrung veränderbar und irgendwie spezifisch für das, was wahrgenommen wird. Das Schema nimmt Information auf, wenn sie bei den Sinnesorganen verfügbar wird, und es wird durch diese Information verändert." [Neisser 1979/50]

Zu Beginn ist die Informationsaufnahme grob und wenig erfolgreich, erst als Produkt der individuell möglichen Wahrnehmungserkundungen entstehen im Verlauf der Entwicklung zunehmend feinere Schemata. In diesem Sinne geht das wahrnehmungsmäßige Sehen mit dem Medium Bild eine "strukturelle Kopplung" [Maturana 1991/102; vgl. 1987/186] ein. Die strukturelle Kopplung bezieht sich darauf, daß sich die Schemata im Wahrnehmungszyklus stabilisieren, um der körperlich bewegten Person eine erfolgreiche Wahrnehmung des Gegenstandes Bild bewußt werden zu lassen. Es findet hier eine erste organisatorische Konstruktion von Formen statt, die im optischen Medium Bild in Abgrenzung zum Bildhintergrund gesehen werden. Wie sich diese Entwicklung vollzieht, erklärt Neisser im Wahrnehmungszyklus, der die Grundlage für die individuelle Wahrnehmung von Bildern im weiteren Fortgang bilden soll [s.Abb. 5].

Neissers Entwurf folgend, ist die Wahrnehmung "... tatsächlich ein konstruktiver Prozeß, aber was konstruiert wird, ist nicht ein Vorstellungsbild, im Bewußtsein erscheinend und dort vom inneren Menschen bewundert" [Neisser 1979/26]. Statt dessen ist die Wahrnehmung eine vom Schema gelenkte Differenzierung der visuellen Empfindung, die es ermöglicht, daß die Wirklichkeit eines Gegenstandes in der Anschauung konstruiert werden kann. Anschauung kommt keiner Vorstellung gleich, wie der Gegenstand bei Abwesenheit aussehen könnte. Sehen basiert auf visuellen Empfindungen, aus denen die Informationen im Schema erlernt und strukturiert werden, die auch verfügbar sind. Der Mensch lernt allerdings nicht die Netzhautpunkte einander zuzuordnen, um die dritte Dimension zu sehen.

"Was wir vorrangig lernen, ist die 'Identifikation' der Merkmale visueller Reizung, die den wichtigsten Merkmalen der materiellen Umwelt entsprechen." [Gibson 1973/323; vgl. Plonner 1980/212]

Von realen "Entsprechungen" kann vom konstruktivistischen Standpunkt her zwar keine Rede sein, aber die Verfügbarkeit von »Identifikation« begründet dennoch den eigentlichen Gehalt der sinnlichen Wahrnehmung im Zyklus.

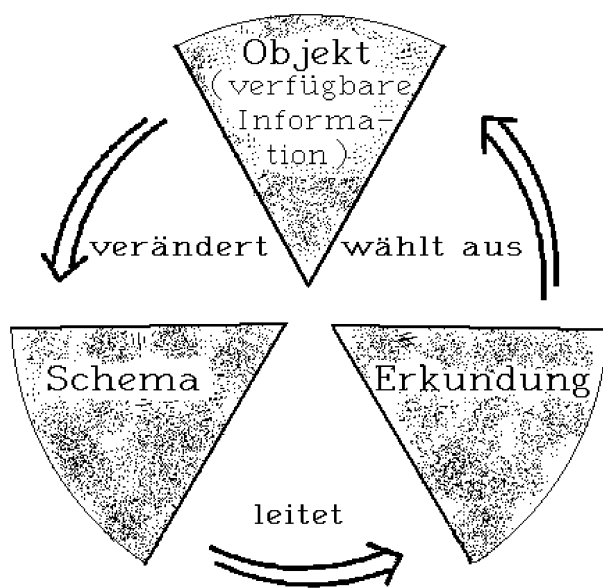


Abb. 5: Der Wahrnehmungszyklus Neisser 1979/27

Den konstruktiven Prozeß der Wahrnehmung beschreibt Neisser [vgl. 1979/26ff.] als interaktiven Fluß zwischen dem Schema, der Erkundung und dem Objekt in einem Wahrnehmungszyklus. Der Wahrnehmungszyklus beginnt mit ersten Wahrnehmungsprozessen<sup>49</sup>, in denen zunächst einfache Schemata erstellt werden. Diese ersten antizipierten Schemata der Gestalt veranlassen zu neuen Erkundungen über optische Strukturen. Indem die bereits erworbene Information bestimmt, worauf sich die Aufmerksamkeit als nächstes richten wird, erweitern die so

angeregten Erkundungen das ursprüngliche Schema in einem konstruktiven Prozeß, der ständig neue Antizipationen der visuellen Information anregt und strukturiert. Somit sind die Erkundungen von zuvor konstituierten Schemata beeinflusst, indem sie nach "vorbestimmten" Informationen fahnden. Im zeitlich ununterbrochenen Rücklauf visueller Infor-

<sup>49</sup> Zu den präattentiven Prozessen [s.S. 93 Fußn. 41].

mationen optimiert sich das Schema im Wahrnehmungszyklus, und führt so ständig neue Erkundungen aus. Dieser immerwährende Kreislauf charakterisiert den Wahrnehmungszyklus. In dessen umweltoffener und deshalb veränderlicher Selbstreferenz ist inbegriffen, daß die für das Sehen entscheidenden kognitiven Strukturen sowohl antizipierte als auch optimierte Schemata der visuell konstruierten Welt sind.

Die kognitiven Strukturen, die die Wahrnehmung ermöglichen, lassen sich natürlich nie selbst wahrnehmen, weshalb ich sie als *visuelles Vor-Bewußtsein* [Ersttheit] verorten möchte. Indessen soll Wahrnehmung als Zweitheit eines Bewußtseins aufgefaßt werden, wie es auch für soziologische Untersuchungen relevant wird. Wenn Handeln heißt, Beziehungen stiften, bewußten und unbewußten Motiven oder Antrieben folgen, dann kann auch die Leistung der sinnlichen Erkenntnis im Wahrnehmungszyklus als Handeln erfaßt werden, denn die Schemata werden von den Erkundungsbewegungen in unbewußter und bewußter Weise motiviert. Dies erklärt sich nach Neissers Ansicht daraus, daß die im Zyklus eingebetteten Schemata herausgelöst werden können, und von diesem Ursprung aus in die höheren geistigen Prozesse, wie Planen, Vorstellen und Vorhaben, eingegliedert werden [vgl. Neisser 1979/28]. Dennoch erfolgt bei jenem *Wahrnehmungshandeln* oder visuellem Handeln (Wallbott [vgl. 1979/59ff.] schreibt "Verhalten") keine "visuelle Interaktion", wenn wechselseitige oder kulturgeleitete Zeicheninterpretationen zunächst ausbleiben.

Wenn Wahrnehmung eine Handlung sein kann und Planen, Vorstellen bzw. Vorhaben von Zeichenkonzepten angeleitet werden, dann kann auch Zeichenkommunikation zur Übernahme einer bestimmten Handlung, sprich Wahrnehmung, auffordern. Diese Formulierung folgt Hubert Zimmer, mit dem Unterschied, daß er den handlungsstiftenden Einfluß der Sprache betrachtet, und dabei die Einflußnahme von bildlichen Zeichenverständigungen vernachlässigt. Unter dem Handlungsaspekt der Wahrnehmung kann man "... einem Wahrnehmenden das Handlungsziel, d.h. die Strukturen und Beziehungen, die er herstellen soll, angeben" [Zimmer 1983/72]. Dieser Standpunkt skizziert, wie die Einflußnahme auf Wahrnehmungshandlungen des psychischen Systems durch Gegenstände, Bilder, Sprache und andere Zeichenvorgänge ermöglicht wird, sobald Aufmerksamkeit von kulturellen Zeichen- und Gegenstandsthematisierungen auf optische Strukturen gelenkt wird. Die bildbezogene Wahrnehmungshandlung eines Individuums bleibt zwar selbst kontingent, also eine mögliche Wirklichkeit [Zweitheit], sie wird jedoch innerhalb pragmatischer Kommunikation nur insoweit toleriert, wie aus ihrer Konzeptualisierung noch kommunikativ anschußfähige Zeichen folgen. Ein Phantast beispielsweise, der das christliche Kreuz auf einem Bild als Farbfleck oder als ungewöhnlichen Stuhl wahrnimmt, wird

sicherlich schnell darüber aufgeklärt werden, wie dieser Farbleck als Kreuz-Zeichen wahrzunehmen ist und wie dieses als Symbol interpretiert wird. Dies gilt nicht notwendigerweise für künstlerische Bilder. Sie sind in mancher Hinsicht darauf angelegt, eine Reihe von möglichen Wirklichkeiten dem Betrachter offenzulassen, um ein großes Spektrum von Gefühlsinterpretationen (Möglichkeit der Drittheit) zu gewähren. Daher erretten sich Kunstwerke einen kontingenten Wahrnehmungsbereich, der sich kaum durch interpersonale Bildinterpretation definiert, sondern der sich hauptsächlich infolge subjektiv allgemeiner Interpretationshandlung - d.h. noch legitimer Subjektivität - den kommunikativen Anschluß in Zeichen sichert. Der gesellschaftliche Umgang mit der Malerei von "Geistesgestörten" (Art brut) führt vor, wo die Klippe der legitimen Subjektivität und damit des kommunikativen Anschlusses an unsere Zeichenkultur unterschritten wird, denn diese Malerei zerfließt ohne Kunststatus und Historie im Dasein [hierzu Spitz 1991/114ff.].

Vor der Schwelle zur semiotischen Funktion (Zeichen) kann das »Bewußtwerden der Umwelt« als ein privates Phänomen des Individuums beschrieben werden, da es sich im individuellen Engagement eigene Strukturen in primordialer Erfahrung [s.S. 63 Fußn. 18] erarbeitet. In diesem von Piaget [vgl. 1974a/345] benannten »optischen Realismus« erscheinen auch bildliche Gegenstände in direkter Wahrnehmung so, wie jemand sie sich selbst vergegenwärtigt, bevor sie in eine Codierung von Zeichen eingegliedert und damit semiotisiert werden. Die Interdependenz von Bild- und bildaffirmativen Wahrnehmungsstrukturen erhält hier eine gewisse kreative Autonomie, also eine Selbstgesetzlichkeit, der notwendigerweise keine Strukturen des Gedächtnisses vorgegeben sein können. Vorschnell darf jedoch nicht gefolgert werden, daß Individuen in ihrer Entwicklung eigener Wahrnehmungsstrukturen von der optischen Ordnung der Umwelt und Bildumwelt unabhängig sind. Mit dem Entwurf des Wahrnehmungszyklus folgt Neisser [vgl. 1979/49] der Theorie Piagets, indem er vermutet, daß das Kind und - wie ich denke - jeder andere naive Betrachter in seinen visuellen Schemata die figurativen Aspekte der Umwelt im Prozeß der Akkommodation konstruiert und speichert, ohne daß diese Schemata schon in interpersonalen Konzeptualisierungen begriffen werden, obwohl sie von optischen Gegenständen und gerade Bildern einer Kultur geprägt sein können.

In visueller Akkommodation ("Angleichung") verändert das Individuum seine bisherige Sichtweise [vgl. Piaget 1983/32ff.; 1974/38ff.; Glasersfeld 1994/32f.; Buggle 1993/24f.]. Es paßt sich den optischen Gegebenheiten eines kulturellen Bildes an, indem es dessen Umrisse, Kanten, Formen, Einheiten, also Invarianten neu gliedert, entdeckt und erstmalig konstituiert. Im Wahrnehmungsergebnis behält die Akkommodation unaufhörlich einen

geringen Grad an konstitutiver Neuheit, sofern die vorkonstruierte Erwartungshaltung des Individuums partiell unerfüllt bleibt. Demgegenüber versteht Piaget das sich selbst-erfüllende Wahrnehmungsereignis als Assimilation ("Ähnlichmachung"). Bei diesem operativen Tun werden Umweltdaten in bestehende Schemata quasi einverleibt. Im assimilierenden Wahrnehmungshandeln formt oder konstruiert sich das Individuum seine (Bild-)Wirklichkeit - im überzogenen Sinne - selbst. Für Bilder folgt daraus: das Individuum nimmt die Bild-Elemente (-*Einheiten*) wahr, die mit bereits vorkonstruierten Wahrnehmungsschemata harmonieren. Das Bild ermöglicht zwar visuelle Empfindungen, aber wahrgenommen wird das, was im Wahrnehmungszyklus "um-gestaltet" wird. Bild-perzeption verwirklicht hier eine zweite Bildproduktion, indem das Individuum solche assimilierten Schemata nutzt, die ihm schon einmal die Wahrnehmung einer Bildwirklichkeit ermöglicht haben. Es sieht also mit den Augen seines Gedächtnisses, das nach eigenen Plausibilitätskriterien verfährt. Insofern wird das Bild bei der *Assimilation* der erlernten Wahrnehmungsfähigkeit des Individuums unterworfen [vgl. Piaget 1974/38f.]. Vielfach durchbricht aber die kulturelle Welt unstimmmige Assimilationsschemata eines Individuums. Aus pragmatischen Gründen hat es sich den bildlich-perspektivischen Zeichenstrukturen anzugleichen, wenn es ohne negative Sanktionen an Kommunikation teilhaben will. Wobei gegenüber künstlerischen Bildern der besagte Freiraum toleriert wird, so daß gerade nonkonforme Sichtweisen positiv sanktioniert werden.

Im Entwicklungsprozeß eines Individuums verfeinern sich die Schemata im Wahrnehmungszyklus durch den gerichteten Prozeß auf besondere Wirklichkeitszustände, wodurch jede neue Situation die alten Strukturen verändert und Identifikations- und Vergleichsorientierungen ermöglicht werden. Die vergangenheitsabhängige Strukturierung findet mit Hilfe von Akkommodationen statt, die assimilierte Schemata spezifizieren, weshalb sie nicht vollständig neu sind, sondern nur einen Grad von Neuheit mit sich bringen. Falls wir Dinge wiedererkennen, also nicht immer komplett neuartige Schemata erstellen, und andererseits aber auch nie gesehene Dinge wahrnehmen lernen, kann es "... keine Assimilation ohne Akkommodation und umgekehrt keine Akkommodation ohne Assimilation geben ..." [Piaget 1974/38].

Formuliert man den Wahrnehmungszyklus in seinen akkommodierenden und assimilierenden Prozessen semiotisch, folgt daraus: in der visuellen Akkommodation konstruiert das Individuum kognitiv Quali- und Sinzeichen als (einmalige) Erstheit eines Bildes, und in der Assimilation möchte ein Individuum Quali- und Sinzeichen als Legizeichen in der Erstheit "bestätigt wissen", es versucht das zu sehen, was ihm zu einer *visuellen Gewohnheit* oder internalisierten Regel der Kultur geworden ist. Denn "die gesellschaft-

lichen Gewohnheiten, die am unmittelbarsten mit der Wahrnehmung von Gemälden zu tun haben, sind visuelle Gewohnheiten" [Baxandall 1987/135]. Die semiotische Interpretation der visuellen Gewohnheit oder des "kognitiven Stils", wie ihn Baxandall nennt, bekräftigt Piaget, indem dieser sowohl die "Assimilation als auch die Schemata, die ihre Ergebnisse darstellen, dem *Allgemeinen* zugewandt [sieht], während jede Akkommodation, und insbesondere die Erinnerungsbilder, die sich daraus ergeben können, dem *Besonderen* zugewandt sind ..." [Piaget 1974/39]. Da Piaget die Akkommodation für den Ausgangspunkt der *figurativen Erkenntnis* hält, kann dies mit dem Bemerkenswerten eines bildlichen Sinzeichen, also eines Besonderen, verglichen werden. Wenn sich aber ein *Erkennungscode*, und somit ein regelhaftes Erkennen von optischen Strukturen bei Individuen einer Kultur auffinden läßt, dann müßte dies ein Produkt der Assimilation diverser legizeichenhafter Strukturen sein, wie z.B. die Perspektive. Solche Organisationstendenzen von assimilatorischer Wahrnehmung finden sich dort, wo das Individuum versucht, "... möglichst viele Einzelmeldungen unter möglichst wenigen Qualitäts-, Lage-, Form- und Änderungsprinzipien zu subsumieren" [Plonner 1980/157], also kulturelle Gesetzmäßigkeiten wiederzuerkennen und quasi in Bilder hineinzusehen. Denn nach Piaget [vgl. 1974a/348] ist unter *sozialen* Gesichtspunkten die Akkommodation nichts anderes als die Sozialisation des Individuums, welches sich den Vorbildern und hier figurativen Imperativen der Gruppe unterstellt. Infolge dieses soziokulturellen Einflusses wäre es dem Individuum möglich, daß es seine Kognitionsspuren wieder als assimilatorische Realität seines Ichs aufnehmen kann. Selbst das durch Akkommodationen sozialisierte Gefühl von Schönheit oder Häßlichkeit, also der sogenannte Geschmack, kann ein Produkt assimilatorischer Wahrnehmung sein, sobald legizeichenhafte Strukturen in die beobachtete Bilderwelt derart hineingesehen werden, daß diese die innere Struktur zufriedenstellt, in ein inneres Gleichgewicht führt oder, wie Boesch [vgl. 1983/308] mit kybernetischem Duktus schreibt, den "inneren Sollwerten" nahekommt [vgl. Baxandall 1987/47].

Das Wechselspiel von Assimilation und Akkommodation zeigt, wie der Wahrnehmende vergangenheitsabhängig eine strukturelle Kopplung mit den figural-qualitativen Eigenschaften eines Bildgegenstandes eingeht, obwohl ihm dies nicht als Lernprozeß bewußt werden muß. Wahrnehmung verändert den Wahrnehmenden in seinen Fähigkeiten zur Wahrnehmung. Für diesen "pragmatic turn" [Apel 1990/20] bleibt es aber fraglich, ob die "... Wahrnehmung nicht die Welt verändert ..." [Neisser 1979/49], da sie nämlich als Fähigkeit einer Wirklichkeitsbeobachtung erst »etwas« zur Wirklichkeit erhebt. Was sollte die Welt sonst verändern, wenn nicht neben Zeichencodes auch die Kontingenzen und

Perturbationen, die wir als empirische Wirklichkeit erfahren. Was ein Betrachter wahrnimmt, sind Gegenstände und Bilder, die ihn umgeben und deren dynamische Wirkungen er auch erfährt. Die akkommodierende Wirklichkeitskonstruktion eines Individuums erhält durchaus eine gesellschaftliche Relevanz, sobald sie die Kraft hat, legizeichenhafte Strukturen einer kulturellen Realitätskonzeption zu durchbrechen. So wurde beispielsweise die Bedeutungsperspektive von Bildern durch die Zentralperspektive abgelöst, weil diese etwas über eine Dreidimensionalität kommunikativ kartographierte, an der man sich auch alltäglicherweise wahrnehmungsmäßig orientierte. Kulturelle Zeichencodierungen geben zwar den nichthintergehbaren Horizont für visuelle Kommunikation vor, aber sie setzen nicht pausenlos durch, was im Wahrnehmungsbewußtsein als perzeptive Evidenz gilt. Dies erklärt sich dadurch, daß für das Wahrnehmungsbewußtsein der nichthintergehbare Horizont keinesfalls davon abhängt, was kommuniziert werden kann, sondern davon, welche kognitiven Möglichkeiten als Bedingung dafür gelten können, was körperlich erfahren wird. Die Grenzen kultureller Zeichen belaufen sich nicht auf die Grenzen der visuellen Wahrnehmung. Denn im »pragmatic turn« lernt der Wahrnehmende die perzeptive Evidenz von (Bild-) Gegenständen kennen, aber - sofern ihm möglich - auch auf jeweils neue Weise wahrzunehmen bzw. manchmal sogar optisch darzustellen.

Zweifelsohne drängen Gegenstände, wie auch Bilder, im »pragmatic turn« die Wahrnehmungsleistung des Individuums in akkommodable Bahnen. Ein Individuum muß vorwiegend lernen, wie optische Strukturen des Gegenstandes Bild adäquat zu differenzieren sind. Und diese einmal ausgeführte Handlung wird sich vermutlich in kognitive Schemata einprägen. Das Individuum behält naturgemäß nicht jedes Bild im Gedächtnis, aber es akkommodiert und assimiliert, wie eine stimmige Wahrnehmung von einer zweidimensionalen Bildfläche seiner Kultur erlangt werden kann, um das Bildliche am Bild zu durchschauen. Diese Wahrnehmungsfähigkeit charakterisiert das visuelle Vor-Bewußtsein, da das Individuum nicht sehen kann, wie es visuell empfindet, sondern ausschließlich anerkennt, daß es »etwas« erfolgreich auf der zweidimensionalen Fläche wahrnimmt. Die Bildwahrnehmung unterliegt zwar den allgemeinen Wahrnehmungsmechanismen, dennoch benötigen der Wahrnehmungsgegenstand Bild und dessen figural-qualitative Merkmale eine Fähigkeit, die in speziell ausgebildeten Wahrnehmungsoperationen die besonderen Eigenschaften einer deskriptiven Bildoberfläche (z.B. einer künstlichen Perspektive) durchschauen kann. Ohne diese kulturelle Wahrnehmungsprägung, die sich an Bildern selbst entwickelt, wird das Erkennen von Bildern sicher von praktischen Komplikationen begleitet sein [hierzu Holzkamp 1985/312; Hagen 1980a/22].



Wie die beschriebene Einflußnahme durch Zeichen und Gegenstände auf die Wahrnehmungshandlung im weiteren gemeint ist, zeigen folgende Fälle. Zum Beispiel kann ein Betrachter bei dem Enten-Hasenkopf (s.S. 97) den Hasenkopf sehr wahrscheinlich spätestens dann erkennen, wenn er sprachlich oder gestisch darauf hingewiesen wurde. Es ist aber fernerhin möglich, von bildlichen, hauptsächlich ikonischen Objektbezügen, instruktive Wahrnehmungshandlungen zu übernehmen. Anatomische Zeichnungen in Biologielehrbüchern sind teilweise darauf angelegt, daß jemand beim Mikroskopieren einer Zelle schon in etwa eine "ikonisch/bildliche" Vorstellung von der optischen Struktur des Präparats hat, damit er dann auch wirklich z.B. den Zellkern im Lichtmikroskop findet und von anderen Zellorganellen unterscheiden kann. Nach rein sprachlicher Beschreibung, oder ganz ohne zeichenhafte Hinweise, wäre es sehr viel schwerer bzw. für den Laien nahezu aussichtslos, die angestrebte Wahrnehmungshandlung auszuführen. Beispielsweise verließ sich Galilei nicht auf die Zeichen seiner Kultur, denn er konnte die Unregelmäßigkeiten der Mondoberfläche als erstes nahezu künstlerisch entdecken, obwohl er bei weiteren Teleskop-Beobachtungen den "Ring" des Saturns in den Jahren 1609-1619 aufgrund mangelnder Vorkenntnisse nicht als Ring wahrnahm, sondern ihn als dreiteiliges Objekt sah. Heutzutage "... fällt es ... selbst einem Hobby-Astronomen mit einem billigen Warenhausfernrohr schwer, den Saturnring ... nicht als 'Ring' zu sehen" [Kanngießer 1983/91].

Sprache und andere Zeichen können auch in den erkenntnistheoretischen Irrtum führen; wenn sie ewig gültige Vorstellungen darstellen sollten, war dies vielfach der Fall. So hat Dürer seine Darstellung eines Nashorns aus einer narrativen Realität heraus konstruiert, was dazu führte, daß Dürers Nashorn für uns heutzutage, die wir ein Nashorn oder ein zeitgenössisches Nashornfoto gesehen haben, nicht mehr als realistische Veranschaulichung gilt. Ähnlich wie Dürers Nashorn, wird es sehr wahrscheinlich auch Darstellungen des bisher ungesehenen Atoms oder der Doppelhelix der Chromosomen gehen. Ein wenig spekulativer meine ich, daß ebenso Fotografien in fernerer Zeit als unsachgemäße Darstellung in Kulturen gelten werden, wenn sich z.B. Holographien, Lasersimulationen, Cyberspace oder andere dreidimensional wirkende Darstellungen durchsetzen.

Ein weiteres, für Wahrnehmungs- nicht für Darstellungshandlungen zu nennendes Beispiel, welches aufzeigt, wie wir tatsächlich vom Gegenstand Bild unvermittelt Wahrnehmungshandlungen lernen, ist die Schnittgeschwindigkeit von Filmsequenzen. Diese jüngste Wahrnehmungshandlung, die wir von Bildern - also direkt vom Gegenstand als neues Legizeichen - gelernt haben, besteht darin, daß wir drei Filmschnitte in der Sekunde *wahrnehmen* und nicht nur empfinden können. Laut Schivelbusch [vgl. 1977/62] hatte die

Erfindung der Eisenbahn den Blick in ein Panorama gezwungen, in dem sich die Existenz des bewegten Vordergrundes verflüchtigte. Die heutigen Filmsequenzen vernachlässigen indessen den panoramierten Hintergrund und zwingen den unbewegten Betrachterblick dazu, vor allem die im bildlichen Vordergrund stehenden Zeichen trotz ihrer zeitweise rasenden Bewegung wahrzunehmen. Nicht das Langsame, sondern das Rasende verdient heutzutage die gesteigerte Aufmerksamkeit. Die mit laufenden Bildern erst erfundene Zeitlupe kehrt sich somit um: laufende Bilder dehnen Zeiträume nicht mehr aus, sondern reduzieren sie im Zeitraffer für die heutzutage beschleunigte Wahrnehmungshandlung. Auf ähnliche Weise lernt es auch der untrainierte Computerbildschirmleser erst nach einiger Zeit, die im Vordergrund eilig abrollende Schrift zu lesen. Obwohl inzwischen fast jeder die Perspektive in Bildern wahrnehmen kann, so war auch dies ein Lernprozeß einer Wahrnehmungshandlung, die wir am Gegenstand Bild erlernt haben. Computeranimierte Bilder von Künstlern erfordern inzwischen eine Wahrnehmung, die nicht mehr auf Perspektive und die gewohnte Konstanz der Farbe/Form ausgerichtet ist, sondern die unaufhaltsame Veränderung aller gewohnten Bildstrukturen mitmacht, so daß es dem untrainierten Betrachter schwerfällt, irgend »etwas« als ein bestimmbares (Sin-)Zeichen wahrzunehmen. Offensichtlich erfordern moderne Hochgeschwindigkeitsbilder immer rasantere bzw. komplizierter auszuführende Wahrnehmungshandlungen, währenddessen Körperbewegungen<sup>50</sup> für Bildwahrnehmungen eine zunehmend geringere Rolle spielen und kontinuierlich langsamer werden.

Alle aufgezeigten Beispiele deuten darauf hin, daß der Wahrnehmungszyklus den Bereich der möglichen Beschreibung für einen Beobachter bindet [vgl. Maturana 1991/105]. In diesem Sinne erzeugt das Individuum in der Wahrnehmung eine oder genaugenommen seine Wirklichkeit, die innerhalb seines durch Aufmerksamkeit gelenkten Wahrnehmungssystems erst entsteht. Daraus geht ein ontologischer Sprung hervor, auf den Gerhard Roth verweist. Es kann nämlich nicht die Materialität eines Gegenstandes oder Bildgegenstandes dem Individuum kognitiv zugänglich sein, sondern diesem können einzig und allein die sensorischen Empfindungen (Reize) verfügbar sein, aus denen es durch die Wahrnehmungshandlung eine materielle Wirklichkeit des Gegenstandes kognitiv konstruiert. Ich denke, es kann Roth teilweise zugestimmt werden, daß, *wenn es um die Wahrnehmung von Gegenständen geht*, die kognitiv erreichbare Wirklichkeit, insofern "... die für uns einzig existierende Welt ist" [Roth 1991a/275], wie wir damit nicht unsere kommunizierten Weltkonstruktionen, sondern unser Erleben einer kognitiv konstruierten

<sup>50</sup> Den wohl ehrlichsten Anzeiger für Wahrnehmungs- und Ausdrucksphänomene einer Kultur stellt die Jugend dar. In neuerer Mode hört sie in der Schnelligkeit des Takts kaum noch zu überbietenden Techno-Pop und bewegt sich dazu in stroboskopischer "Zeitlupe".

Wirklichkeit meinen. Daß auch bei der Bildbetrachtungssituation diese kognitive Wirklichkeit des psychischen Systems von den mehr oder weniger gut ausgebildeten Fähigkeiten des Wahrnehmungssystems abhängt, sollte der Wahrnehmungszyklus von Neisser aufzeigen. Mit dem Wahrnehmungszyklus kann dann verstanden werden, daß wir als allererstes die für das Medium Bild adäquaten Wahrnehmungshandlungen vom Bildgegenstand und dessen syntaktischer Codierung von semantischen Ikonen erlernt haben, damit es mit dem Sehen von ikonischen Bezeichnungen zur Interpretation der Bedeutungen kommt.

Im weiteren zeigt der Wahrnehmungszyklus und der Standpunkt von Roth bzw. Maturana recht eindringlich, warum Bilder in ihrem visuellen Informationsgehalt kontingent sind. Denn neben den Bedingungen, in denen die Bilder auftreten, hängt die optische Information zu einem großen Teil davon ab, mit welcher visuellen Erfahrung und kreativen "Intelligenz" das Individuum visuelle Information in der Wahrnehmungshandlung konstruieren kann. Die visuellen Informationen, die dem Bild zugeschrieben werden, sind daher das Wahrnehmungskonstrukt vorbewußter Empfindungsqualitäten.

Ein Problem bleibt bestehen, welches hier angedeutet werden soll, um es im Kapitel 2.8. zur Aufmerksamkeit [s.S. 244] näher zu erläutern. Die oben angeführten Beispiele zur Wahrnehmung von Bildern und Gegenständen weisen darauf hin, welchen kommunikativen und vom Gegenstand Bild herkommenden möglichen Einflüssen die Aufmerksamkeit unterliegt. Wahrnehmungsmäßiges Sehen wurde als eine Handlung innerhalb der kognitiven Aktivität beschrieben. Dennoch möchte ich eine Trennung vornehmen, die darauf abzielt, ob diese kognitive Aktivität des wahrnehmungsmäßigen Sehens durch kommunikative und symbolisch-interaktionistische Einflüsse angeregt oder von den Gegenständen direkt stimuliert wird. Die erste Frage, die hinter dieser Trennung steht, ist, inwiefern die kommunikativ-gesellschaftlichen Einflüsse oder die kulturellen Bildgegenstände selbst die Wahrnehmung von Bildern verändern. Denn es kann davon ausgegangen werden, daß das wahrnehmungsmäßige Sehen in unserer Kultur sich selbst verändert, weil sich zum einen die zu sehenden Bilder verändern und sich zum anderen die kulturellen Kommunikationsmedien wandeln. Letzteres greift auf, inwiefern allgemein kommunikative Aspekte einer und auch unserer Kultur einen Einfluß auf die bildliche Darstellung ausüben. Für diese beiden Fragen möchte ich bereits hier zwei Formen der visuellen Wahrnehmung einführen, die später nochmals auftauchen werden.

Beispielsweise kann die Sprache, als eine unter anderen Formen der höheren geistigen Prozesse, die visuelle Erkenntnis beeinflussen. Ebenfalls sind auch die nicht an Sprache

gebundenen geistigen Prozesse der frühen sensomotorischen und späteren praktischen Intelligenz in der Lage, im nichtsprachlichen Verhalten, z.B. per Nachahmung, ein Handlungsziel der Wahrnehmung festzulegen [vgl. Piaget 1974a/345ff.]. Die höheren geistigen Prozesse definieren in diesem Zusammenhang den Bereich des in irgendeiner Weise von einer Person *motivierten Handelns*, wie motorisches Handeln, praktisches Handeln, Verhalten und letztendlich Denken mit abstrahierenden Vorstellungen (Zeichen), im weitesten, nicht nur gesellschaftlichen, sondern auch individuellen Sinne.

Mit den höheren geistigen Prozessen ist auch gleich das Feld unterschiedlicher Beeinflussbarkeit des aktiven Sehens gekennzeichnet, welches von verschiedenen Stufen der Gegenstands- und Zeichenbedeutung motiviert nach visuellen Informationen sucht bzw. sie erkennt. Wenn im folgenden Text von aktiv-wahrnehmungsmäßigem Sehen gesprochen wird, ist der angedeutete Zusammenhang der höheren geistigen Prozesse gemeint, die die Voraussetzung dafür bieten, daß die visuellen Schemata gezielt durch die Nachahmung von Sprache, Handlungen, Interaktionen und Darstellungscodierungen kulturell beeinflusst werden können, also gezielt auf eine optische Ordnung ausgerichtet werden. Dies heißt jedoch nicht, worauf Joas mit Mead hingewiesen hat, daß Nachahmung die Voraussetzung für vorsteuernde Bedeutungen wäre, sondern umgekehrt, daß die Befähigung zu höheren geistigen Prozessen und innerer "... Repräsentation ... uns sowohl [Bedeutungs-]Verstehen wie bewußte Imitation ... [erlaubt]" [Joas 1989/99]. Insofern gehört zum aktiv-wahrnehmungsmäßigen Sehen das spezielle Moment einer individuell ausgerichteten Aufmerksamkeit, die besondere Strukturen in der optischen Ordnung *b e w u ß t* und auch subjektiv kreativ verfolgt. Dieser, wenn man es unglücklich ausdrückt, aktiven Aktivität möchte ich die passive Aktivität der Wahrnehmung gegenüberstellen. Das passiv-wahrnehmungsmäßige Sehen wäre dann dadurch definiert, daß es den ausgebildeten Schemata des wahrnehmungsmäßigen Sehens verhaftet bleibt. Im passiv-wahrnehmungsmäßigen Sehen werden zwar von vornherein aktiv Invarianten von Gegenständen, Bildern und bildlichen Zeichen identifiziert, diese visuellen Gewohnheiten erreichen jedoch einen Status, der nicht als *w i r k l i c h b e w u ß t* bezeichnet werden kann.

Bei visueller Kommunikation ist das Individuum in weiten Teilen auf passiv-wahrnehmungsmäßiges Sehen angewiesen. Es muß optische Bildzeichen unbefragt in Anspruch nehmen, wenn visuelle Kommunikation überhaupt in Gang kommen soll. Es bleibt fast unmöglich, den optischen Bildaufbau bzw. die syntaktischen Medienformen aktiv wahrzunehmen und gleichzeitig den kommunikativen Aspekt des Bildes zu verstehen. Regisseure bieten hierfür ein gutes Beispiel; sie gehen gelegentlich aus dem Kino und haben zwar die gute Kameraführung und den Filmschnitt aktiv wahrgenommen, können

aber nicht sagen, was der Film eigentlich mitgeteilt hat. Ein wenig überzogen interpretiert, könnte man vermuten, daß Regisseure manchmal mehr daran interessiert sind, wie die filmischen Bilder aussehen und weniger auf den kommunizierten Bedeutungsinhalt achten; ein Phänomen übrigens, welches sich auch bei malenden Künstlern oder Werbeleuten findet, die aufgrund der aktiven Wahrnehmung zu der Meinung neigen, daß die Form die Botschaft ist. Denn man kann entweder beobachten, »was« das Bild beobachtet, oder man beobachtet, »wie« das Bild beobachtet. Als einen Fall der passiven Wahrnehmung betrachte man beispielsweise private Fotografien, vielleicht sogar seine eigenen, und man wird feststellen, daß sie lediglich zu einem sehr geringen Teil so wirken, wie Fotografien von professionellen Fotografen. Dies liegt daran, daß wie es schon im Wort der Fotografie liegt, die graphischen Normierungen des Bildaufbaus (goldener Schnitt usw.) unserer Kultur nicht aktiv wahrgenommen wurden, sondern die natürliche, dreidimensionale Raumperspektive auf die künstliche Perspektive der Kamera ahnungslos übertragen wurde. Eine andere Form der passiven Wahrnehmung fordern im besonderen Maße Musikvideos (z.B. MTV) aber auch andere Sendungen und Zeitschriften, die durch ihre besondere Organisation der Zeichenmittel ständig um Aufmerksamkeit ringen, ohne daß dem Betrachter der Bildaufbau im besonderen bewußt werden würde.

## 2.4 Wie gelingt visuelle Kommunikation?

In Anbetracht der großen Vielfalt an Theorien zur Kommunikation bleibt es ein Versuch, die wichtigsten Sachverhalte im Zusammenhang mit Bildern aufzugreifen. Das folgende Beispiel soll in erster Annäherung eine scheinbar unkomplizierte Situation der visuellen Kommunikation beschreiben.

Angenommen, eine Person besucht mit Freunden die Räume eines Fremden; in diesen Räumen nimmt die Person neben anderen Gegenständen auch einen fast weißen, flächigen, annähernd zweidimensionalen Gegenstand an der Wand wahr. Die Person hält diese helle Fläche für die Tür eines modernen Einbauschranks und reagiert nicht darauf, weil die Funktion und Bedeutung eines solchen Gegenstandes von anderen Schränken her bekannt ist. Offenkundig ist die Person befähigt, in ihrer Wahrnehmungsroutine aus den visuellen Empfindungen *Informationen* über "natürliche" Gegenstände der Außenwelt adäquat zu strukturieren. Da sie keine Gegenstände umwirft, ist davon auszugehen, daß sie den *räumlichen Kontext* im Verhältnis zu ihrem Körper in erster Orientierung wahrgenommen hat.

Plötzlich nimmt die Person in der unteren rechten Ecke des flächigen Gegenstandes eine zerquetschte Schmetterlingsraupe wahr und geht los, um sie zu entfernen. Dieser Reinigungsversuch scheitert. Die Schmetterlingsraupe ist nicht als solche, sondern tatsächlich als aufgemaltes Zeichen vorhanden. Solange, wie die Person davon ausging, daß es sich um eine reale Schmetterlingsraupe handelte, kann nicht von einem Verstehen des Zeichens gesprochen werden [s.S. 82]. Sie hatte zwar einen Begriff von Raupen, aber keinen vom Bild; erst der gescheiterte Reinigungsversuch führt sie zu der Überzeugung, daß eine aufgemalte, zerquetschte Schmetterlingsraupe vorliegt. Ohne es sofort weiter auszuführen, möchte ich behaupten, daß die Person schon vor dem Augenblick, in dem sie die Schmetterlingsraupe als Zeichen interpretiert hatte, den visuellen Gehalt des gesamten Objekts zur *visuellen Information* strukturiert hat. Erst der gescheiterte Reinigungsversuch führte sie zu der Interpretation, daß die visuelle Information als (Bild-)Zeichen zu verstehen ist.

Um den *inhaltlichen Kontext* der Raumsituation herzustellen, fragt die Person einen Freund, warum auf der Schranktür ein Raupen-Zeichen ist. Daraufhin entgegnet der Freund, daß es sich nicht um eine Schranktür handelt, sondern der Gegenstand ein Bild ist. Diese *Nachricht* führt die Person zu der Auffassung, daß der Gegenstand im Kontext des Raums als ein Medium der *visuellen Kommunikation* zu *verstehen* ist, eben als ein Bild. Mit der Identifikation des Mediums als Bild wird die erste semiotische Stufe der visuellen Kommunikation erreicht. Obwohl zwar der visuelle Gehalt der bildhaften Qualität als Zeichen strukturiert wurde, bleibt der Sachbezug und die Bedeutung des Bildes in mancher Hinsicht unklar. Die Person beginnt jedoch, die visuelle Information des Raupen-Zeichens auf weißem Flächenzeichen zu deuten, woraufhin sie zu dem Ergebnis kommt, daß es sich um nichts weiter als die Darstellung einer zerquetschten Schmetterlingsraupe auf annähernd weißem Grund handelt. Insofern könnte die Bedeutung des Bildes geklärt sein, womit auch die *kommunikative Nachricht* des Bildes verstanden wäre. Wie es Bildern eigen ist, sind sie für Interpretationen sehr offene Zeichen. Auch die Person bemerkt aufgrund des nicht alltäglichen, optischen Aufbaus (Darstellungscode) des Bildes, daß es sich möglicherweise um Kunst handelt. Motiviert von dieser Idee und aus Erfahrung mit ähnlichen Raum- und Inhaltskontexten sucht die Person rechts unter dem Bild nach weiteren Bedeutungshinweisen und liest: "Für Rémy Zaugg". Der Fremde, dem das Bild gehört, kommt hinzu und erklärt: Der Künstler Rémy Zaugg konzipiert seine fast weißen Bilder nicht selten mit sich farblich kaum abhebenden Texten über das Sehen, und Sauerbier hat dazu geschrieben: "Was ein Bild sei - die Frage stellt uns Zaugg oft und oft" [Sauerbier 1991/36]. Aus diesem Anlaß, erläutert der Fremde, malte er das beinahe weiße

Bild und fügte ein Raupen-Zeichen hinzu, wodurch die Bedeutung des Zeichens und die *Nachricht* des Bildes erst innerhalb des kommunikativen Kontextes der Kunst angemessen zu verstehen sei.

Obwohl die Bedeutungen, die der Fremde mit seinem Bild anstrebt, hier nicht weiter auszuführen sind, sollte ungefähr vorstellbar sein, wie unterschiedliche Kontexte der Bedeutungsinterpretation auf Formen der visuellen Kommunikation aufbauen. Bisher bleibt selbstverständlich ungeklärt, wie die Begriffe Information, Nachricht, Wahrnehmung, visuelle Kommunikation, Kommunikation, räumlicher und kommunikativer Kontext zueinander in Verbindung stehen. Dies möchte ich im kommenden leisten.

Kommunikationsphänomene zwischen Menschen setzen Wahrnehmung voraus, ansonsten wären psychische Systeme ohne Kontakt untereinander. Von den Wahrnehmungsfähigkeiten eines Individuums hängt es ab, welche visuellen Empfindungen zu Informationen über den Bildgegenstand verdichtet werden. Ohne Wahrnehmung wäre Kommunikation nicht *wirklich*. Als Kommunikation läßt sich die visuelle Informationsgewinnung eines Individuums jedoch nicht beschreiben, weil dessen reine Wahrnehmung die kommunikative Auffassung von Zeichen nicht versteht - das oben angeführte Beispiel hat dies gezeigt. Die Betrachtung von Bildern baut in erster Linie auf einem passiv-wahrnehmungsmäßigen Sehen auf, dem in einem zweiten, wenn auch annähernd gleichzeitigen Schritt ein Denken hinzutritt, welches das Gesehene normalerweise als Zeichen eines Kommunikationssystems versteht und im aktiv-wahrnehmungsmäßigen Sehen die Suche nach weiteren Informationen und Zeichen motiviert [s.S. 110 (passiv-aktiv)]. Und dennoch, in Kulturen, die sich vom Animismus verabschiedet haben, kommuniziert die Wirklichkeit und Weltgegenständlichkeit nicht mit wahrnehmenden Betrachtern. Die gegenständliche Wahrnehmungswelt besitzt keine Sprache. In der Lichtenergie ist kein kommunikativer Adressant verborgen, der uns Sprachliches oder Zeichenhaftes mitteilt.

"Tiere und Menschen kommunizieren miteinander durch Schreie, Gesten, Sprache, Bilder, Schrift und Fernsehen. Es ist hoffnungslos, Wahrnehmen in der Terminologie dieser Kommunikationskanäle zu verstehen; es ist genau umgekehrt. Worte und Bilder befördern Information; sie sind Träger oder senden sie aus, doch die Information selbst liegt im Meer der Energie um jeden von uns, in der Lichtenergie, der mechanischen oder chemischen Energie, die aber selbst nicht befördert wird. Sie ist einfach da. Die Ansicht, daß Information befördert und dann noch gespeichert werden kann, ist der Kommunikationstheorie angemessen, nicht jedoch der Wahrnehmungstheorie." [Gibson 1982/260]

Bilder verfügen daher über ein Potential von geordneten Informationen, obwohl die Bilder nicht selbst die optischen Informationen beinhalten. Erst unter den richtigen Bedingungen

- z.B. im Lichtmedium - erlangt ein Individuum visuelle Informationen, die es aus der vom Bild reflektierten Energie strukturiert. In vorübergehender Dunkelheit wäre der Informationsträger Bild zwar nicht außerhalb der Wirklichkeit, die optische Information indessen schon. Deshalb ist Information in Hinblick auf die Wahrnehmung eine *aktuale*, visuelle Konstruktion von Farbe und Form der Umwelt.

Man könnte meinen, es wäre möglich, sich die wahrgenommenen Informationen zu merken, wenn das Licht bei der Bildbetrachtung verlöscht. Was man sich aber allerhöchstens merken kann, ist erstens die Erfahrung, wie es war, als man noch Informationen aus der Lichtenergie wahrgenommen hat, d.h., man erinnert nicht die Information selbst, sondern eine Vorstellung von dem, was sie bewirkte.<sup>51</sup> Und zweitens erinnert man sich beispielsweise an die gemalte Raupe auf dem Bild. Diese Erinnerung an ein Zeichen mit Bedeutung wäre aber bereits eine erinnerte Nachricht und darum nicht zurückblickende Wahrnehmung, sondern erinnerte Kommunikation der Zeichen.

Um den Informationsbegriff der Wahrnehmungstheorie weiterhin verwenden zu können, ist er von der Terminologie der Theorien zur Kommunikation abzugrenzen. Die Trennung bezieht sich darauf, daß Informationen auf das Prozessieren des psychischen Systems zurückzuführen sind. Denn das Individuum ist außerstande, seine konstruierten Informationen oder gar die Lichtenergie selbst kommunikativ vorzuweisen. Was es mitteilt, sind zu Zeichen verdichtete Informationen. Deshalb ist Kommunikation mittels Zeichen das *Symptom* von Bewußtsein und psychischer Information [s.S. 80]. Aus diesem Grund akzeptiere ich Luhmanns Formulierung: "Kein Bewußtsein geht in Kommunikation auf und keine Kommunikation in einem Bewußtsein" [Luhmann 1987/367]. Ähnlich betont Schütz: "Kommunikation kann nur innerhalb der Wirklichkeit der Außenwelt stattfinden ..." [Schütz 1971a/372]. Wenn allein die zu Zeichen verdichtete, psychische Information mitteilbar ist, dann kann auch die Zeicheninterpretation des Mitteilenden und Deutenden nie absolut identisch sein. Vielmehr prozessiert jedes Bewußtsein seine aus Zeichen gewonnenen Nachrichten auf individuelle Weise wieder als Information im Bewußtsein.

Als ein Symptom von Bewußtsein übermitteln Zeichen innerhalb einer Kommunikationssituation eine »*Nachricht*«, welche sich aus den interpretierten Bedeutungen der mitgeteilten Zeichen verstehen läßt. Jede Kommunikation beruht darauf, daß eine *Mitteilung* zunächst als *Zeichen* erkannt und nachfolgend so interpretiert wird, daß die gemeinte

<sup>51</sup> Auch Husserl bemerkt: "Die Wahrnehmung? Seinen wir genauer. Wiederkehrend ist sie unter keinen Umständen individuell dieselbe. Nur der Tisch ist derselbe, als identischer bewußt im synthetischen Bewußtsein, das die neue Wahrnehmung mit der Erinnerung verknüpft" [Husserl 1980/74].



*Nachricht* von einem weitgehenden *Verstehen* begleitet ist. Von Verstehen zwischen Mitteilenden und Deutenden kann gesprochen werden, sobald für beide ähnliche Annahmedifferenzierungen einer kommunikativen Encodierung vorhanden sind. Verwenden sie stark divergierende Interpretationsschlüssel, bleibt die Verstehenserwartung des Mitteilenden enttäuscht, wenn dieser merkt, daß der Deutende nach Kriterien differenziert, die zu grob abweichenden Interpretationen oder gar keinen Reaktionen führen. Verstehenserwartungen des Mitteilenden können also auch erfüllt sein, obwohl der Deutende der visuellen Kommunikation nur schwieg, weil er nichts wahrgenommen und verstanden hat. Demnach impliziert Verstehen eine Rückmeldung, daß der Adressat nicht nur visuelle Informationen differenziert wahrgenommen hat, sondern auch erwartungsgemäß Nachricht interpretieren konnte. Diesen sehr wichtigen Unterschied zwischen Information und Nachricht möchte ich etwas genauer klären.

Unter Nachrichten verstehe ich Mitteilungen, die innerhalb der Kommunikation als Zeichenbedeutung interpretiert werden. Aus der Wahrnehmungstheorie leitet sich der Begriff »Information« ab, der sich auf vorzeichenhafte Konstruktionen bezieht. Diese Abgrenzung geht auf einen Vorschlag von Georg Klaus [vgl. 1968/276] zurück. Er bezeichnet den Austausch von Informationen zwischen Menschen als Austausch von Nachrichten. Mit der Unterscheidung zwischen Information und Nachricht läßt sich leicht erkennen, warum Wahrnehmung keine Kommunikation sein kann. Denn infolge der Wahrnehmung gewinnt ein Individuum Informationen aus energetischen Möglichkeiten im Zusammenhang mit der Gegenstandsbedeutung; hingegen kommuniziert eine Person, wenn sie Wahrnehmungen als *mitgeteilte* Zeichen interpretiert und daraus Nachrichten erwirbt. Die Trennung konkretisiert die unterschiedliche Ausrichtung des Wahrnehmungssystems und der an Nachrichten gebundenen kognitiven Strukturen; ersteres zielt darauf ab, visuelle Information durch Prozesse der fokalen Aufmerksamkeit im visuellen Feld zu erfassen. Zweiteres betrifft die an Zeichen gebundenen, höheren geistigen Prozesse. In diesen Prozessen werden einer Person die optischen Nachrichten auf der Grundlage von Zeichenbedeutungen im sozialen Rahmen verständlich, indem sie sich ihnen gegenüber kommunikativ verhalten kann. Die Trennung sieht wie folgt aus:

Nachrichten [Drittheit], im Sinne von »Danachrichten« oder »wonach man sich richtet«, ereignen sich bei nicht-signifikanter und signifikanter Kommunikation zwischen Menschen, wo sie auf der Basis von Zeichen mitgeteilt bzw. ausgetauscht werden. Nachrichten sind also "... die im Prozeß der zwischenmenschlichen Kommunikation auftretende Information" [Klaus 1968/437]. Mitgeteilte, bildliche Zeichen sind Träger von Nachrichten, also die Träger von möglicher Zeichenbedeutung, nach der man sich

richtet. Die Bedeutungen von Nachrichten bestimmen sich aus Interpretationen [Pragmatik] mitgeteilter Bilder und Zeichen in einer Kommunikationssituation und einem Kommunikationskontext.

Informationen [Zweitheit] werden vom psychischen System aus den Sinnesdaten der Außenwelt intern konstruiert. Aus Differenzerfahrungen konstruiert das Individuum Informationen, die es im Bewußtsein vorkommunikativ prozessiert und reduziert. Demnach repräsentieren Informationen nichts, sondern sie werden visuell wahrgenommen oder eben nicht. Aufgrund der Wahrnehmung von Bildgegenständen gewinnt das Individuum Informationen, die es - zu Zeichen transformiert - als Mitteilung einer Nachricht versteht. In den Peirceschen Kategorien heißt dies: das Individuum transformiert seine informationelle Wirklichkeit [Zweitheit] in die Drittheit von Zeichen oder - wenn man will - Begriffen.

Was diese Trennung für die Wahrnehmung von Bildern erbringt, erläutern die folgenden sieben Punkte, die grundlegend für das nachfolgende Modell zur visuellen Kommunikation sind.

**1) Information ist von den Schemata im Wahrnehmungszyklus abhängig.**

Visuelle Empfindungen können nicht dem Prozeß der Informationsaufnahme zugeordnet werden, weil sie lediglich die *Möglichkeit* bieten, sich Reizen der Umwelt mit dem Sinnesapparat auszuliefern [vgl. Gibson 1982/58]. Bilder befördern Informationen nur insofern, als sie unter entsprechenden Verhältnissen Reize erzeugen, aus denen neurophysiologische Informationen gewonnen werden. Die Informationen, die Menschen aus Bildern gewinnen, differieren - einerseits, weil sie in individueller Abhängigkeit der Schemata im Wahrnehmungszyklus [s.S. 101] stehen, und andererseits, weil die Wahrnehmungsverhältnisse von Bildern selten absolut identisch sind.

**2) Informationen sind radikal verschieden von Nachrichten.**

Die unendliche Menge an Informationen, die für die Wahrnehmung von Bildern zur Verfügung steht, bedingt eine hohe Komplexität der Informationsaufnahme, die mittels der Kommunikation von Nachrichten uneinholbar ist [hierzu Luhmann 1987/561; 1992/27]. Normalerweise umfaßt die visuelle Information deshalb immer mehr, als für eine Disposition der Reaktionsfolge oder differenzierten Kommunikation einer Nachricht notwendig wäre. Die durch Bilder ermöglichten Informationen sind radikal verschieden von Nachrichten, weil Wahrnehmung Informationen und Kommunikation Nachrichten bietet [vgl. Gibson 1982/67].

### 3) **Informationen werden nicht mitgeteilt**

Die Wahrnehmung ist nicht durch den Prozeß der Mitteilung von Informationen, wie z.B. Nachrichten in der Kommunikation, gekennzeichnet. Bilder sind zwar weiterhin Informationsträger, doch allein vermöge visueller Extraktion aus dem Feld der Lichtenergie kann Information gewonnen werden. Die von Bildern ausgehende optische Information bleibt von der einigermaßen entsprechenden Wahrnehmung abhängig. In der Wahrnehmung werden Bilder als Gegenstände erfahren, erst in der Kommunikationssituation werden Bilder als Zeichen für Nachrichten verstanden.

### 4) **Informationsreichtum übersteigt das Wahrnehmungsvermögen**

Moles folgend, kann man annehmen, daß sich der Nachrichtengehalt eines Bildes nach einiger Zeit erschöpft, während der Reichtum an möglichen Informationen das Wahrnehmungsvermögen eines Betrachters übersteigt [vgl. Moles 1971/217].

### 5) **Hohes Tempo der Informationsgewinnung**

Die Wahrnehmung erreicht eine "annähernde Gleichzeitigkeit und hohes Tempo des Prozessierens von Informationen ..." [Luhmann 1987/561]. Kommunikation von Nachrichten benötigt einen linearen oder »sequentiellen Modus« der Verarbeitung.

### 6) **Schwach determinierter Code von Informationen in Bildern**

Die in Bildern wahrgenommenen Informationen basieren auf einem schwach determinierten Code. Insofern sind Informationsprozesse stochastisch, d.h., wie Max Bense schreibt, "Prozesse, in deren Ablauf ... Zufallsmomente eine Rolle spielen" [Bense 1971/100]. Daher ist kaum vorherzusehen, welche Informationen ein Bildbetrachter wahrnehmen wird. Kommunikation basiert auf einer stärker determinierten Anschlußfähigkeit von Zeichen, die als unzufällige Nachrichten interpretiert werden. Zufallsmomente - man könnte sie auch Innovationen nennen - sind bei Nachrichten weniger grundlegend. Beispielsweise erkennt ein Betrachter ein Bild als die indexikalische Nachricht »Bildzeichen«, wohingegen er im Bild je nach Lichtverhältnissen unterschiedliche Informationen wahrnimmt.

### 7) **Geringe Negierfähigkeit und Rechenschaftspflicht der Wahrnehmung**

Im Vergleich zur Kommunikation verfügt Wahrnehmung über "... geringe Negierfähigkeit und geringe Rechenschaftspflicht ...", da ihre allein mutmaßlich "... hohe Sicherheit der Gemeinsamkeit eines (wie immer diffusen) Informationsbesitzes" [Luhmann 1987/561] eben nicht kommuniziert werden muß. Der "gemeinsame" Informationsbesitz bleibt schemenhaft, weil intern konstruierte Informationen des psychischen Systems nicht mitteilbar sind. Die unmitteilbare Wahrnehmungsinformation ist gezwungen, privat zu bleiben. Es ist nämlich nicht das Unaussprechli-

che dasjenige, was privat bleibt, sondern es bleibt nur dasjenige privat, was anhand von Zeichen jeglicher Art nicht mitteilbar ist. Wenn man über etwas nicht sprechen kann, muß man nicht schweigen, wie Wittgenstein [vgl. 1990/Nr.7] schrieb, man kann oftmals ein schweigendes Bild davon zeigen, obwohl die Bedeutung der Mitteilung vielfach ohne interpersonale Interpretation bleibt. Moles [vgl. 1971/170] spricht in diesem Zusammenhang auch von »ästhetischer Information«, die nicht in eine andere Codierung sprachlicher, logischer (binärer) oder anderer Zeichen übersetzbar ist, weshalb sie als persönliche Information andauert. Dieser siebte Punkt ist besonders maßgebend für die Bilder der modernen Kunst und Musikvideos. Sie erlauben dem Individuum ein freies Gefühl zur visuellen (ästhetischen) Information, wodurch sich ihre Negierfähigkeit und Rechenschaftspflicht stark verringert und sie sich kaum auf kommunikative Nachrichten reduzieren lassen. Bildzeichen teilen zwar Nachrichten mit und treten somit im kulturellen Sinne nie privat auf, aber sie verwirklichen in privater Weise vorkommunikativ Wahrnehmbares.

Anhand der aufgezeigten Thesen ist leicht einzusehen, daß Kommunikation nicht ohne Bewußtsein und Wahrnehmung in Gang kommen kann. Doch läßt sich die rein wechselseitige Wahrnehmung von Individuen nicht in jedem Fall als Kommunikation verstehen, sobald kraft ausschließlicher Wahrnehmung Informationen und nicht Nachrichten gewonnen werden. Aus diesem Grund wäre die bloße Wahrnehmung von Bildern keine Kommunikation, sondern eher eine nicht zeichenhafte Interaktion, wenn man den Begriff der Interaktion etwas dehnen mag. Damit ist gemeint, daß die Bildbetrachtungssituation in Ausstellungen oder im Kino eine kulturintegrative Wirkungsbeziehung<sup>52</sup> zwischen den Betrachtern und dem meist abwesenden Bildproduzenten stiftet. Dieses Problem sei noch zurückgestellt, um sich vorerst der Kommunikation zu widmen.

Die Antwort auf die Frage, warum Wahrnehmung keine Kommunikation ist, zeigt die Struktur der Kommunikation. Kommunikation baut in zweiter Ordnung der Zeichen auf der ersten Ordnung der visuellen Konstruktion in der Bildwahrnehmung auf. Diese Trennung der Ordnungen bezieht sich auf den Begriff des vorkommunikativen Bewußtseins [s.S. 71]. In Anlehnung an Bense' [vgl. 1976/30] Theorie entspringt die doppelte Ordnung aus dem Übergang von einer Ontologie des wahrnehmenden Bewußtseins zur einer Semiotik des Bewußtsein, dessen zeichengebrauchender Charakter hiermit angesprochen ist. Die erste Ordnung konstituiert sich im wahrnehmenden Bewußtsein, welches vorkommunikativ an sich bestehendes, als solches sinnvolles, abgeschlossenes

<sup>52</sup> Unter Interaktion soll ein aneinander orientiertes Verhalten von Individuen verstanden werden. Der Begriff der "sozialen Wirkungsbeziehung" greift bei Schütz eine Interaktion auf, bei der Individuen in größere Zusammenhänge verflochten werden [vgl. Schütz 1971a/25; Sommerfeld 1980/221].

Seiendes in der Gegenstandsbedeutung erfaßt. Hier bildet ein Individuum das Wahrnehmungsmuster aus, welches ihn beispielsweise eine gemalte Schmetterlingsraupe auf einem Bild als flächigen Gegenstand wahrnehmen läßt. Um aber die Raupe als Zeichen zu verstehen, ist für das Individuum die Informationsgewinnung unzureichend. Das Individuum muß sich in die zweite Ordnung der zeichenvermittelten Kommunikation begeben, damit es das Zeichen als Zeichen versteht und die Bedeutung des Zeichens als Nachricht begreifen kann. Diese zweite Ordnung hat Bense [vgl. 1976/30] die "zeichenthematische Auffassung des Bewußtseins" genannt, die als ein *Bewußtsein der Zeichen im Kommunikationsprozeß* zu betrachten ist.

Nachvollziehbar wird die Verbindung der ersten mit der zweiten Ordnung, wenn man sich klar macht, daß ein Bild »etwas« ist und dieses »Etwas« auf »etwas anderes« verweist. In der ersten Ordnung wird das Zeichen vorkommunikativ als »etwas« wahrgenommen oder, anders ausgedrückt, zu einer ersten *informationellen Ordnung* im Wahrnehmungssystem strukturiert. In dieser Konstruktion der ersten Ordnung verwirklichen wir visuelle Informationen ohne Kommunikation. Erst in zweiter Ordnung oder doppelter Kontingenz<sup>53</sup>, also nachdem der Gegenstand als Zeichen erkannt wurde, versteht oder artikuliert ein Individuum innerhalb der Kommunikationssituation ein Zeichen für »etwas anderes«. Demnach bringt das Individuum eine doppelte Kontingenz dadurch zum Ausdruck, daß es Farben und Formen als kommunikative Zeichen, die sich auf »etwas anderes« beziehen, einsetzt und versteht. Daß wahrgenommene Gegenstände mit Farben und Formen als bildliche Zeichen aufzufassen sind, ist keine sinnliche, sondern eine rationale Erkenntnis der Kommunikationssituation in zweiter Ordnung. Wenn man sagt, "... man muß zuerst Wahrnehmen wahrnehmen, um überhaupt von Wahrnehmung zu sprechen ..." [Förster 1989/31], dann hat man an sich selbst »etwas« wahrgenommen, was mittels Zeichen artikuliert wurde. In der Kommunikationssituation passiert Ähnliches. Denn nur Kommunikation hat die Möglichkeit zu artikulieren, wie man Wahrnehmung wahrgenommen hat. Visuelle Kommunikation läßt diesen Sprung in die zweite Ordnung dadurch erkennen, daß sie mittels optischer Zeichen oder Bilder (in-)formiert, wie Wahrnehmung von »etwas« wahrgenommen oder vorgestellt wurde. Um anzuzeigen, daß ein Bild nicht einfach als irgendein Gegenstand aufzufassen ist, verwendet die visuelle Kommunikation in zweiter

<sup>53</sup> Es mutet ein wenig widersprüchlich an, "zweite Ordnung" und "doppelte Kontingenz" in einem Atemzug gleichzusetzen. Dennoch hat es seine Berechtigung, wenn man bedenkt, daß Kommunikation wie auch Wahrnehmung ihre jeweils eigenen Wirklichkeitskonstruktionen aus einer Möglichkeit heraus schöpfen. Kommunikation schafft eine zweite Ordnung aus den Möglichkeiten wahrgenommener Wirklichkeit, und Wahrnehmung errichtet eine erste Ordnung und damit Wirklichkeit aus den Möglichkeiten der Empfindungen [s.S. 67 Fußn. 20 (Kontingenz)].

Ordnung einen primären Darstellungscode, der ankündigt, jetzt kommen kommunikative Bildzeichen und nicht etwa tapezierte Gegenstände.

Bereits an dieser Stelle ist eine Problematik der fortgeschrittenen visuellen Kommunikation anzumerken. Neuerdings konzeptualisieren nicht nur Menschen Wahrnehmungen zu Zeichen zweiter Ordnung, sondern es formen auch Maschinen optische Informationen zu Nachrichten. Dies hat Komplikationen zur Folge, denn manchmal können wir in zweiter Ordnung nur schwer nachvollziehen, wie die Maschine ihre Wahrnehmung erster Ordnung zu Zeichen zweiter Ordnung encodiert. Wir kommunizieren nämlich nicht mehr nur noch darüber, wie *wir* wahrgenommen haben, sondern wir kommunizieren oft mit Zeichen, die ein Bildautomat aus Informationen geformt hat. Das Problem zeigt sich sehr deutlich in der heutigen bildgebenden Diagnostik des medizinischen Bereichs. Die medizinische Bilddiagnostik erzeugt offenbar eine Flut von bildlichen Zeichen, die in ihrer Bedeutung nach Meinung eines Mediziners nur selten vollständig verstanden werden kann [vgl. Geisler 1993/N4]. Dieses Beispiel führt vor, daß, wenn bildliche Zeichen Symptome einer Maschine anstatt Symptome eines Bewußtseins sind, und die Heilungsversuche ausschließlich darin bestehen, die **i n t e r p r e t i e r t e n** Krankheitszeichen vom Röntgenbild zu beseitigen, der Blick auf den Menschen und den Körper verlorengelht. Die ehemals intime Beziehung zum Menschen/-Gegenstand übernimmt jetzt der Bildautomat. Der Vorteil solcher Bilder liegt aber darin, deshalb verwendet man sie, daß etwas zum Zeichen erhoben wird, was vorher keine Chance zum Zeichen (Symptom) hatte, d.h., ein Tumor wird sichtbar, bevor er seine leibliche Referenz im Schmerz bekommt. Mediziner, wie auch alle anderen Individuen variieren ihr aus dem Denken motiviertes Handeln erst dann, wenn sie Zeichen für die zu verändernde Sache kennen oder anerkennen, wodurch sich schließlich auch ihr interpretiertes Weltverhältnis ändert. Daß aber aus technisch erzeugten Bildern mehr unvollständig als vollständig interpretierte Zeichen hervorgehen, scheint nicht nur ein Problem der Medizin zu sein. Ebenfalls erstellt die Kulturindustrie visuelle Kommunikation maschinell, ohne irgendein Bewußtsein maßgeblich daran zu beteiligen. Das einzige, was bei solcher Zeichenproduktion sicher ist, bleibt die Feststellung, daß es Zeichen sind, die aus dem Apparat kommen; was sie bedeuten und wofür sie stehen bleibt dann eine andere, mitunter unbeantwortete Frage für ein Individuum mit Begriffskonzepten.

Dieser kurze Exkurs zu einer speziellen Problematik erläutert noch wenig davon, wie sich die Funktion visueller Kommunikation erfüllt. Bildkommunikation übernimmt Funktionen,

die keineswegs disfunktional verfahren und nur aufgrund technischer Möglichkeiten stärker genutzt und entwickelt werden als andere Kommunikationsmedien. Auch Bildkommunikation repräsentiert eine zweite Ordnung der Zeichen, von denen Individuen manchmal glauben, sie könnten aus realitätsgemäßen Konzeptionen einer ersten Ordnung der Wahrnehmung resultieren. Um aber ein Bild zu verstehen, müssen Betrachter notwendigerweise ihrerseits eine erste Ordnung am Bild wahrnehmen und diese Wahrnehmung als Zeichen verstehen ("wahrnehmen"). Bisher unbenannt, doch für Kommunikationssituation unentbehrlich, muß auch der Mitteilende beachtet werden. Der Mitteilende oder Adressant nutzt nämlich in gleicher Weise die doppelte Ordnung, aber anstatt eines primären Erkennungscode der Zeichen, verwendet er einen primären Darstellungscode<sup>54</sup>, mittels dem er Informationen im Medium so encodiert, daß sie sich gleich als zweite Ordnung der Zeichen zu erkennen geben und als Nachricht interpretiert werden. Um sich visueller Kommunikation anzunähern, stelle ich vorerst Kommunikation in allgemeiner Erscheinung dar.

Seitdem Watzlawick [vgl. 1969/50] und Luhmann [vgl. 1987/562] betonen, daß man in interaktionistischen Situationen nicht *nicht* kommunizieren kann, ist es trotzdem unübersichtlich geworden, was als Kommunikation gelten kann. Um die Auffassung auszuschließen, daß die natürliche Welt etwas kommunizieren würde, bezieht sich der erste Schnitt darauf, daß wir die natürliche Welt in Begriffen und Zeichen interpretieren. Interpretationen von Naturphänomenen sind für uns keine Kommunikation, sofern in unserer säkularisierten Kultur der Mitteilende, also der göttliche oder mythische Adressant, sein Dasein verloren hat. Himmel und Erde schweigen ohne den vom Menschen in-augurierten Adressanten. In einem weiteren Schnitt trennen sich Wahrnehmung und körperliches Handeln von Kommunikation dadurch, daß wir erst in letzterer, also zweiter Ordnung, Zeichen mitteilen und verstehen können. Wahrnehmungen und körperliche Primärhandlungen ereignen sich auch ohne Kommunikation. Jedes körperliche Handeln und Verhalten eines anderen kann zwar als Kommunikation interpretiert werden, dies aber erst dann, wenn wir es als Zeichen einer *menschlichen* Mitteilung auffassen. Im übertriebenen Sinne wäre Kommunikation mit sich selbst zwar scheinbar möglich, z.B. wenn ein Maler seine Bildsegmentierungen daraufhin untersucht, was sie ihm mitteilen; die eigentliche Kommunikationssituation basiert jedoch darauf, daß zwei menschliche Interaktionspartner ihre Reaktionen als wechselseitige Mitteilungen von Zeichen verstehen. Demnach kann nur dann nicht *nicht* kommuniziert werden, wenn zumindest ein Deutender das Auftreten eines Mitteilenden als Zeichen interpretiert. Sobald irgend etwas zwar visuell wahr-

<sup>54</sup> In Anlehnung an den Begriff "Darbietungscode" von Kanngießer/Kriz [vgl. 1983/93].

genommen, aber nicht als Zeichen für etwas anderes inauguriert wird, ist Kommunikation abwesend. Deshalb beginnt Kommunikation dort, wo die Syntaktik so weit erlernt wurde, daß zumindest ein Zeichen als Zeichen wiedererkannt wird, auch wenn noch unbekannt ist, wie die kulturelle Semantik interpretiert und verstanden werden soll.

Demnach basiert menschliche Kommunikation in sehr allgemeinem Sinne darauf, daß sie als ein Prozeß des Austausches von Zeichen zwischen einem Mitteilenden und einem Deutenden wechselseitig als Nachricht verstanden wird. Weil der Gegenstand Bild in seiner realen Wirksamkeit auch ohne symbolisches Verstehen auskommen kann, soll schon jetzt ein Kommunikationsbegriff eingeführt werden, der auch den gegenständlichen Erfahrungsaspekt von Bildern einbezieht. Denn im »Wie« der Darstellungsform, also in der Syntaktik, präsentieren Bilder bereits einen Index, der den Deutenden darauf hinweist, »wie« er ein Bild als ein solches zu verstehen hat; das »Wie« der Darstellungsform indiziert hier, wie eine visuell kommunikative Beobachtung beobachtet werden soll. In diesem »Wie« der Darstellungsform *wirken* Bilder in zahlreichen Nuancen auf die Subjektivität eines Betrachters ein; dieser erfährt eine Eigenkommunikation, ohne das inhaltliche »Was« im Bild schon verstanden zu haben (gleichfalls ist oft unklar und auch nebensächlich, was Musik bezeichnet). Das ikonische »Was« präskribiert die Formen des »Wie« nur mäßig, da diese vorab metakommunikative Botschaften transportieren. Nach Watzlawick [vgl. 1969/53] lassen sich die beiden folgenden Verständigungsmechanismen der Kommunikation unterscheiden: im »Wie« der Kommunikation verständigt man sich im "*Beziehungsaspekt*", wohingegen man sich im »Was« der Kommunikation über den "*Inhaltsaspekt*" verständigt. Beide Aspekte kommunizieren zwar etwas, aber ersterer kommuniziert eine indexikalische Ausdrucks-Beziehung<sup>55</sup> innerhalb des Kommunikationskontextes von Darstellungsformen, während letzterer Inhalte über etwas anderes im Interpretanten und Objektbezug vermittelt.

<sup>55</sup> Diese direkte Kommunikation im Beziehungsaspekt formulieren Oeser u. Seitelberger [vgl. 1988/163] als "'reine' Kommunikation", die ohne symbolische Repräsentation Bewußtseinsleistung integriert. Denn durch "subtile Beeinflussungen" [Watzlawick 1978/47] im Beziehungsaspekt "... wird etwas möglich, was unabhängig von der ursprünglichen Kommunikationsfunktion zwischen Individuen ist, nämlich: das interne Manipulieren mit sprachlichen Symbolen im Denken, was schon Platon als 'leises Sprechen' bezeichnet hat" [Oeser u. Seitelberger 1988/163, vgl. Scherer 1979/25ff.]. Eine semiotisch wie soziologisch unzureichende Auffassung vertreten Nöth [vgl. 1985/191], Müller und Sottong [vgl. 1993/34f.]. Sie wollen die *Interpretation* von Anzeichen (den Index z.B. einer roten Nase eines Alkoholikers) nicht als ein kommunikatives und semiotisches Zeichen verstehen, weil ein "natürliches" Anzeichen ohne *willentlichen* »Sender« und ohne Wahlmöglichkeit bleibt. Für Bilder ist es jedoch erforderlich, Wahrnehmungs-Handeln gegenüber Farben und Formen nicht als Kommunikation, jedoch die pragmatische Interpretation irgendeiner Form *als Zeichen* insofern als Kommunikation aufzufassen, wie diese vom Betrachter als solche interpretiert wird, obwohl der Adressant möglicherweise manche seiner Ausdrucksformen und -möglichkeiten nicht als Zeichen intendierte [s.S. 102, 133 (Handeln)].



Beispielsweise indiziert der syntaktische Darstellungscode von Comics im Beziehungsaspekt Scherzhaftigkeit, obwohl der interpretierte Inhaltsaspekt im ikonischen Objektbezug einen ernstzunehmenden Despoten zeigt. Manche künstlerischen Kompositionen verzichten sogar auf einen ikonischen Inhalt, um den Beziehungsaspekt der Formen stärker in den Vordergrund treten zu lassen. Neuerdings, im Zuge nomineller Ästhetisierung und Inhaltslosigkeit, lassen einzelne sogar den Inhalt einer Schrift nahezu unbeachtet, indessen sie sich dem indizierten Beziehungsaspekt des Schriftbildes mit größter Konzentration widmen. Ohne bereits jetzt die beiden Auffassungsmodi auszudeuten, sind sie dennoch für visuelle Kommunikation unverzichtbar. So wie der Ton in der Sprache die Musik macht, so teilen die Formwahl und der Farbton einen Teil der form-semantischen Beziehungsaspekte mit, über die die semantisch-pragmatische Kommunikation im Inhaltsaspekt schweigt. Beide Blickwinkel der Kommunikation verdeutlichen:

"Unter Humankommunikation soll ... weder die Nachricht selbst noch die Übersendung der Nachricht, sondern explizit die 'Verständigung', die vollzogene Bedeutungsvermittlung, gemeint sein." [Reimann 1968/75]

"Kommunikation ist derjenige Aspekt einer Interaktion, der den gemeinten Sinn [und die Bedeutung] einer sozialen Handlung verständlich macht." [Reimann 1968/74]

Insbesondere die zweite Definition geht darauf ein, daß die Präsenz von sozialen Handlungen und Bildern ihren Sinn keineswegs allein darin findet, etwas Abwesendes zu repräsentieren. Jede Kommunikation ist mit einem *interaktiven Beziehungsaspekt* ohne *symbolischen Charakter* [s.S. 219] verbunden, was in diesem Kapitel vielfach unausgesprochen im Begriff der Kommunikation mitläuft. Kommunikation erfordert neben der Aktion des Adressanten auch eine Reaktion des Adressaten, die als Annahmestätigung eines Zeichens vorab gelten kann, obwohl das Symbolische des Zeichens möglicherweise *unverstanden* ist. Bei hoher Bildvertrautheit kann die Annahmestätigung sogar weitgehend ausbleiben, wenn allein inhaltliche Merkmale/Sequenzen eine Reaktion bewirken [vgl. Scherer 1979/15]. Momentan ist erforderlich, eine übermittelte Mitteilung dann als gelungene Kommunikation zu betrachten, wenn sie vom Deutenden als Zeichen für eine Nachricht wahrgenommen und in Bedeutungen verstanden wurde. Kommunikation *überträgt* keine Bedeutung, sie teilt Zeichen mit, die in Bedeutungen interpretiert werden, um eine Nachricht zu verstehen. Welche Bedingungen für eine kommunikative Vermittlung auf visuellem Wege erfüllt sein müssen, zeigen die folgenden sieben Aspekte.

Erstens bedarf Wahrnehmung in erster Ordnung eines Mediums. Für Bildgegenstände ist der energetische Zustand des Mediums lichtreflektierend und präsentiert sich kulturgemäß

als ein zweidimensional wirkender, flächiger und farbiger Gegenstand. Das Medium wird allerdings erst durch die Form und Farbe sichtbar, ohne Form oder wahrnehmbare Differenz ist jedes Medium unsichtbar. Ebenfalls ist Form nicht ohne Farbe und Farbe nicht ohne Form sichtbar. Jede Farbe hat demnach eine Ausdehnung und jede für uns sichtbare Form eine Farbe.

Zweitens muß die dargebotene Encodierung von Informationen in Form und Farbe ungefähr den Wahrnehmungsschemata des Deutenden entsprechen, damit die vom Bild ausgehenden optischen Informationen schnell zu Zeichen strukturiert werden können. Die Encodierung und die decodierende Wahrnehmung stehen innerhalb der *ersten Ordnung*, denn einerseits werden encodierte Informationen dargeboten, und andererseits werden diese encodierten Informationen wieder durch die Wahrnehmungsschemata eines Individuums decodiert. Aller Bildkontakt des Wahrnehmenden beinhaltet somit strukturierte Decodierung, wenn visuelle Kommunikation zweiter Ordnung erfolgen soll.

Drittens setzt Kommunikation voraus, daß der Mitteilende und der Deutende über Verwandtschaftsgrade in der Zeichenkompetenz verfügen, wenn Zeichen als Nachricht verstanden werden sollen. So wie Licht das unsichtbare Medium für Wahrnehmung ist, so stellen materielle Zeichenmittel das vorkommunikative Medium für Kommunikation dar. Kommunikation benötigt deshalb verwandte Interpretationen [Drittheit] des materiellen Zeichenmediums [Zweitheit]. Denn in *zweiter Ordnung* der Kommunikationssituation sind die individuellen Interpretationen "... bis ins einzelne durch die biographische Situation und die ihr entspringenden Relevanzsysteme bestimmt" [Schütz 1971a/373]. Sobald die Unterschiede zwischen den Relevanzsystemen, für Bilder besser zwischen "Relevanzstrukturen" [Berger u. Luckmann 1980/47], des Deutenden und Mitteilenden stark anwachsen, verringert sich die Möglichkeit einer erfolgreichen Kommunikation von Nachrichten deutlich. Eine vollständige Übereinstimmung der individuellen Relevanzstrukturen existiert niemals. Beispielsweise zeigen die Bilder der neueren Kunst beträchtliche Diskrepanzen zwischen den voneinander isolierten Relevanzstrukturen des Künstlers und des Betrachters. Die angeführte medizinische Bilddiagnostik kämpft mit ähnlichen Relevanzproblemen.

Viertens bestimmten sich kommunikative Beziehungen durch mindestens zwei Partner, "... von denen jeweils mindestens einer über Sendeeinrichtungen und der andere über Einrichtungen zum Empfang verfügt" [Hund 1974/19]. Der heutzutage<sup>56</sup> größte Teil der visuellen Kommunikation geht von einer einseitigen und nicht von einer wechselseitigen,

<sup>56</sup> Bisher sind beispielsweise Video-Konferenzen und Bildtelefone noch die Ausnahme und dienen nur in untergeordneter Bedeutung dem primären Dialog mittels Sprache.

dialogischen Beziehung aus, d.h., anders als beispielsweise bei verbaler Kommunikation tauschen die Kommunikationspartner bei visueller Kommunikation die optischen Zeichen vorwiegend monologisch aus [hierzu Wersig 1985/45]. Bisher antwortete nur selten jemand auf ein Bild mit einem Bild. Wenn auf ein solches kommunikative Reaktionen folgen, dann wird in der Regel das Medium Sprache oder "stillschweigende" Gestik genutzt. Die moderne Einseitigkeit der visuellen Kommunikation beinhaltet außerdem, daß künstlerische und televisionäre Bildproduzenten sich sozialer Ko-Orientierung am Bildrezipienten entziehen, was die Möglichkeit von Fehlinterpretationen und Fehldecodierungen beträchtlich erhöht. Die Analyse von Einschaltquoten behebt diesen Mangel und dieses Risiko sicher nicht.

Der fünfte Punkt berührt ein Phänomen, welches in vielen Kommunikationstheorien - vermutlich im Anschluß an das Kommunikationsmodell von C.E. Shannon u. W. Weaver [vgl. Nöth 1985/129] - als Stör- oder Rauschquelle beschrieben wird. Es ist nicht zu verleugnen, daß die visuelle Kommunikation durch Störfaktoren, wie etwa Lichtmangel, Bildverzerrungen oder sonstige Informationsnebel, beeinträchtigt werden kann. Im Verhältnis zu den von außen hinzukommenden Störungen der Kommunikation sind die im Umgang mit der visuellen Kommunikation einsetzenden, zeitweilig störenden Innovationen wesentlich bedeutsamer. Innovation meint in diesem Zusammenhang eine Information/Nachricht, die sich von allen anderen unterscheidet [hierzu Reimann 1968/103]. Beispielsweise unterbrechen sehr innovative Farb- und Formgestaltungen bei Bildern der Kunst die stimmige Informationsgewinnung. Ebenfalls unterbinden ungewohnte Zeichen oder Zeichenkombinationen aussichtsreiche Nachrichtenvermittlung. Aus diesen Gründen führt eine Zunahme an Innovationen in erster oder zweiter Ordnung zu abnehmenden Verknüpfungsmöglichkeiten mit den Wahrnehmungsschemata oder den Zeicheninterpretationen eines Individuums. Extreme Innovationen verhindern Kommunikation.

Innovationen bei visueller Kommunikation beinhalten manche Besonderheit. In der Wahrnehmung tritt die Information nicht wiederkehrend als dieselbe auf, d.h., im eigentlichen Sinne ist jede Wahrnehmung unentwegt schöpferisch. Im weiteren fungiert die innovative oder kreative Originalität innerhalb visueller Kommunikationsmedien geradezu als Voraussetzung, weil sie Aufmerksamkeit erregt. Aus diesem Grund steht die optische Innovation in einem proportional ansteigenden Verhältnis von erweckter Aufmerksamkeit und möglichem Unverständnis. So trifft bei dem ungewöhnlichsten Bild vielfach die größte Aufmerksamkeit mit dem größten Unverständnis zusammen.

Sechstens ist der von der allgemeinen Kommunikationstheorie formulierte Punkt der Redundanz zu nennen. Redundanz liegt nach Klaus dann vor, "... wenn durch Verwendung eines geeigneten Codes eine Kürzung der Information (z.B. einer Zeichenfolge) möglich ist, ohne daß Informationsverlust eintritt ..." [Klaus 1968/515; vgl. Hund 1977/21]. Gombrich [vgl. 1984/139] hebt hervor, daß beispielsweise in einem Hundebild, welches mittels der Mosaiktechnik dargestellt wurde, tatsächlich einzelne Steinchen wegfallen könnten und der Hund trotzdem erkennbar wäre. Dies stimmt, wenn einzelne Bildpunkte verhältnismäßig redundant oder überflüssig für die Erkennung von Nachrichten sind. Bezüglich der optischen Information ist dem jedoch zu entgegen, daß bei Hundebildern aus weniger Mosaiksteinchen der Abstraktionsgrad ansteigt, und demzufolge das Bild informationell ein ganz anderes geworden ist. Diese Veränderung der möglichen Information ist genauso Luhmann zu entgegen, wenn er "Kunstwerke ... als willkürliche Erzeugung ... hoher Redundanz" [Luhmann 1992/437] versteht. In bezug auf ikonische Bildinformationen macht es wenig Sinn, von Redundanz zu sprechen. Die zunehmende Abstraktheit eines Bildes ist nicht als Unvollständigkeit oder Kürzung von Informationen einzuschätzen, sondern kommt in erster Linie einem bewußten Stilmittel gleich. Außerdem entspricht Mehrdeutigkeit von bildlichen Nachrichten nicht abnehmender Redundanz, die infolge einer Eliminierung von Zeichen eintritt. Im weiteren bleibt es für die visuelle Vorstellungskraft und für das Wahrnehmungssystem, wenn es sich *nicht* um zu überbrückende »Scheinlinien« oder »Scheinkanten« handelt, so gut wie unmöglich, während der Wahrnehmung, "... die fehlenden Einzelheiten [Zeichenmittel] selbst beizusteuern und dadurch das Bild realistisch zu komplettieren" [Arnheim 1972/136, vgl. zu "Scheinkanten" Braun 1993/109ff.].

Wie im vorherigen Punkt betont, tritt Redundanz nicht bei mehrfacher Betrachtung des gleichen Bildes auf, weil wiederholte Wahrnehmung jeweils neue Aspekte bietet. Was uninteressant und banal werden kann, ist die Redundanz der kommunizierten Nachricht eines häufig betrachteten Bildes, besonders wenn es sich um kein künstlerisches Bild handelt. Bei der bewußt massiven Wiederholung von z.B. Werbebildern gehört die Redundanz der Nachricht zur Zielvorstellung. Die starke Redundanz der Werbe-Nachricht schreibt sich in das Gedächtnis der Zielgruppe ein, weil sich die Zielgruppe zeitweise den *eben nicht* redundanten *Wahrnehmungs-* und *Bilderlebnissen* entziehen will, gleichwohl sie das Bild schon tausendmal gesehen hat [hierzu Moles 1971/165ff.; Nöth 1975/50]. Offenkundig funktioniert Kommunikation bei größter Redundanz der Nachricht am geradlinigsten.

Der letzte, siebte Punkt greift eine Bedingung der visuellen Kommunikation auf, die ich als »Handeln gegenüber einem kulturellen Gegenstand« bezeichne. Das menschliche Verhalten gegenüber dem kulturellen Gegenstand Bild soll als ein Handeln definiert sein, welches "... unabhängig davon, ob es äußerliches oder innerliches Tun, Unterlassen oder Dulden ist, von den Handelnden mit einem subjektiven Sinn verbunden ist" [Reimann 1968/32]. Das einfache Wahrnehmungshandeln eines Menschen bezüglich eines Bildes kann deshalb nicht als »soziales Handeln« beschrieben werden, weil dieses nicht an zwischenmenschlichen Beziehungen oder an Sinnstrukturen eines anderen orientiert und interessiert ist, sondern an dem Gegenstand selbst. Als ein informativer Erfahrungsgegenstand ermöglicht der kulturelle Gegenstand Bild eine Wahrnehmungshandlung, die nicht zwingend einen sozialen oder kommunikativen Sachverhalt einbezieht.

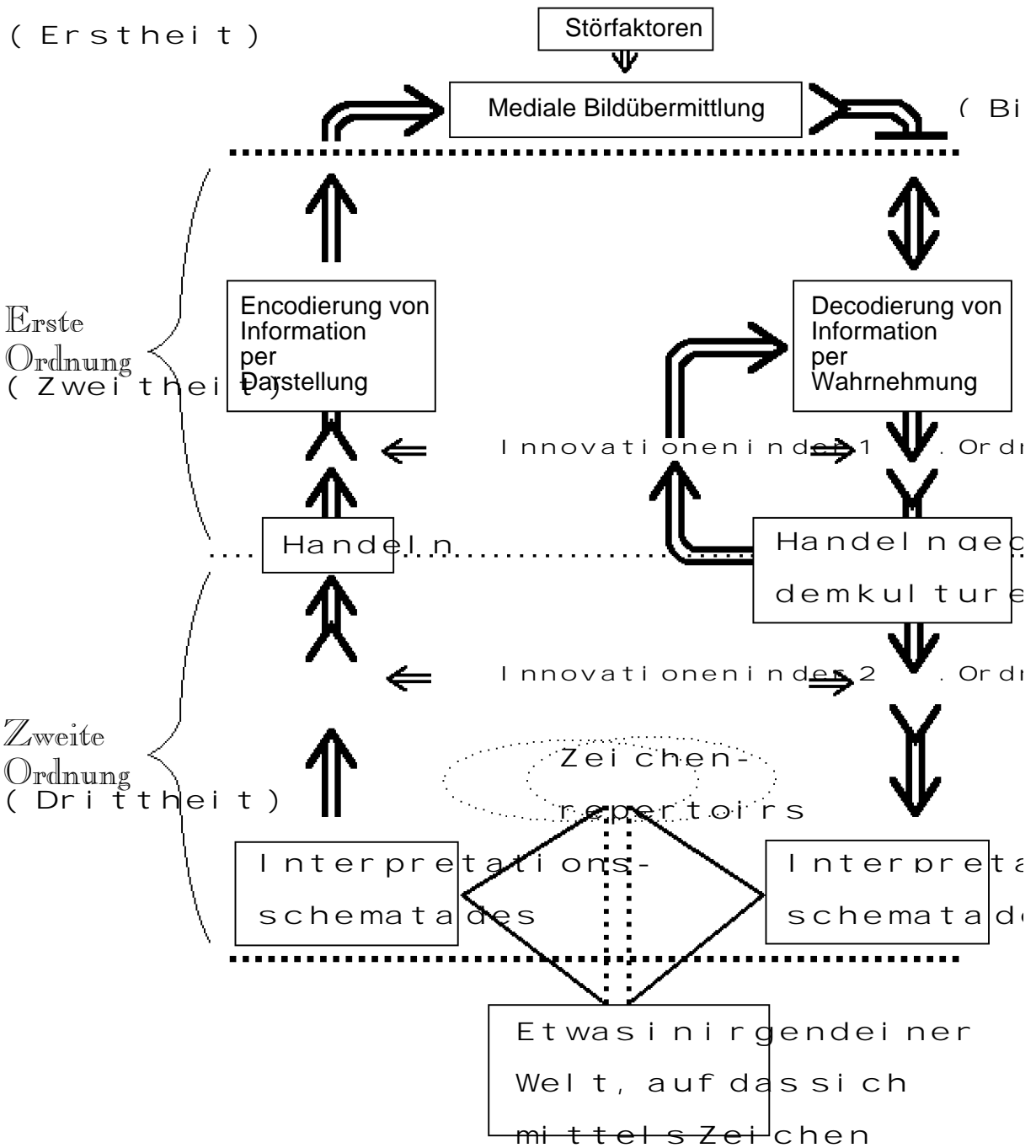
Das Wahrnehmungshandeln gegenüber dem kulturellen Gegenstand Bild bildet die Grundlage der Kommunikation. Mit ihm stellt sich ein "konsensueller Bereich"<sup>57</sup> her, den Individuen erlernen, indem sie im Wahrnehmungszyklus die Wahrnehmung an kulturellen Bildgegenständen direkt ausbilden. Insofern die Individuen einer sozialen Gruppe aufgrund ihrer Wahrnehmungserfahrungen kennengelernt haben, wie ihr Kommunikationsmedium beschaffen ist, befinden sie sich im kommunikativ bestätigbaren Konsens über die *strukturelle Kopplung* ihrer Wahrnehmungssysteme mit dem Kommunikationsmedium Bild. "Einer Kultur anzugehören heißt [auch im Fall der Bilder], eine bestimmte Welt der Faktizität mit anderen zu teilen" [Berger 1988/12]. Ein Bildproduzent kann daher darauf bauen, daß andere Mitglieder seiner Gesellschaft aus Erfahrung mit Bildern vergleichbare visuelle Informationen gewinnen wie er selbst. Ein wichtiger Anhaltspunkt besteht darin, daß der Bildproduzent und der Bildrezipient durch Wahrnehmung einen Zustand der Gemeinsamkeit verwirklichen, der zwar mit Hilfe von Kommunikation bestätigt werden kann, jedoch durch diese nicht allein verursacht wird.

Nachdem die Bedingungen der visuellen Kommunikation grob umrissen sind, möchte ich, noch bevor das gleich aufzuzeigende Modell [s.S. 129] konkretisiert wird, kurz auf dessen idealisierte Annahmen eingehen. In der massenmedialen Bildübermittlung erreicht die optische Information den Bildbetrachter üblicherweise in Begleitung eines sprachlichen Kommentars. Obwohl dieser Sachverhalt noch behandelt wird, ist darauf hinzuweisen, daß Sprache die Encodierung und Decodierung von optischen Informationen stark beeinflusst [hierzu Zimmer 1983/25]. In gewissem Sinne müßte deshalb in dem folgenden Modell von

<sup>57</sup> Der Begriff des "konsensuellen Bereichs" benennt bei Maturana [vgl. 1991/108; Roth 1991a/261, 274] in hier nutzbringender Deutung einen Bereich der "strukturellen Kopplung" [s.S. 100] von Wahrnehmungsstrukturen mehrerer Individuen mit ihrem Kommunikations-Medium.

dem Feld »Interpretationsschemata des Deutenden« ein Pfeil zurück zum Wahrnehmungs- »Handeln gegenüber dem kulturellen Gegenstand Bild« führen, da von ersterem aus ein großer Teil der Suche nach Informationen sprachlich motiviert wird. Dieser Sachverhalt wurde mit dem aktiv-wahrnehmungsmäßigen Sehen angedeutet [s.S. 110]. Ebenfalls spielt der räumliche und kommunikative Kontext, in dem eine Bildübermittlung realisiert wird, eine erhebliche Rolle für die En- und Decodierung, wie auch für die Interpretationen des Mitteilenden und Deutenden. Zum Zweck der Vereinfachung werden die soeben genannten Einflüsse nicht in aller Konsequenz ausgeleuchtet, weshalb sie im folgenden Modell zur visuellen Kommunikation unbeachtet bleiben.

# Kommunikation in der Außenwelt



Um das vereinfachte Modell zur visuellen Kommunikation zu verdeutlichen, beginne ich dort, wo die Motivation für eine Mitteilungshandlung aufkommt, d.h. beim Mitteilenden. Der Mitteilende, sofern er feste Kommunikationsabsichten hat, bedient sich solcher interpretierten Zeichen, von denen er erwartet, daß sie mit dem interpretierten Zeichen-

repertoire des Zeichenrezipienten ungefähr übereinstimmen, damit die visuelle Kommunikation Erfolg verspricht. Was aber ist ein Zeichenrepertoire?

Die kulturelle Fundstätte der Zeichen, das Zeichenrepertoire, ist für Bilder nicht so problemlos im Additionsverfahren zu konsolidieren, wie etwa für die verbale Sprache, deren Zeichenschatz nach Lewandowski [vgl. 1975/819] z.B. für die deutsche Sprache auf drei- bis fünfhunderttausend Zeichen kontingiert ist. Bilder widersetzen sich eines summativen Vokabulars. Sogar ein einziger Gegenstand läßt sich mit 400 000 unterschiedlichen ikonischen Anschauungskonzepten kartographieren, wie es demnächst die Raumsonde "Clementine", die den Mond fotografieren soll, vorführen wird. Nach einem Vorschlag von Sauerbier [vgl. 1985/177] grenzt sich die Zeichenmenge etwas ein, wenn auf die Definition des Codes zurückgegriffen wird. Unter einem Code wurden relational invariante Informations- und Zeichenstrukturen verstanden, die einer Klasse von Zeichen zugeschrieben werden, wenn sie verhältnismäßig regelhafte Zuordnungsvorschriften erkennen lassen [s.S. 15]. Das Zeichenrepertoire definiert somit die Menge von bildlichen Zeichen, die einem konventionalisierten Code folgen. Durch jede, wenn auch nur wenig innovative, Bildgestaltung vergrößert sich das Zeichenrepertoire, der Darstellungscode verändert sich jedoch selten.

Das Zeichenrepertoire<sup>58</sup> limitiert zwar die verfügbaren Zeichen und Codes eines Bildproduzenten, aber es legt nicht die Realisation des Bildes eindeutig fest. Denn der Mitteilende muß sein Zeichenrepertoire durch seine eigenen Interpretationsschemata für Zeichenbedeutungen innerhalb einer Situation als Nachricht aktual realisieren. Die »Interpretationsschemata des Mitteilenden« basieren deshalb auf interpretierten Zeichen, die er aus dem ihm bekannten Zeichenrepertoire schöpft. Trotz des Repertoires stützt sich die Bildrealisation größtenteils auf *Innovationen* der Zeichen-Kombinationen und -Gestaltungen, weil ein Bildproduzent vorwiegend den Code und weniger das Repertoire umsetzt. Mit dem von Habermas verwendeten Begriff der »kommunikativen Kompetenz«, der die pragmatische Zeichenaktualisierung impliziert, sind Bilder wie folgt zu unterscheiden: die bildbezogene *Zeichen-Kompetenz* besteht darin, die regelhaften Zuordnungs- und Gestaltungsinvarianten, also die Codes zu erfassen; sobald jedoch die konkreten Zeichenexemplare in der Kommunikationssituation vom Produzenten aktualisiert werden, betrifft dies die *Zeichen-Performanz* [vgl. Habermas 1971/101ff.; Apel 1988/264ff.; Grewendorf 1989/31]. Beispielsweise gibt es tausenderlei Weisen, ein Strichmännchen zu zeichnen und zu deuten. Das Strichmännchen-Repertoire in Bedeutung und Gestaltungs-

<sup>58</sup> Genaugenommen läßt sich unter gestaltpsychologischen und hirnpfysiologischen Gesichtspunkten nicht von einem Zeichenrepertoire sprechen. Vermutlich dauern eher prägnante Strukturen als wirkliche Elemente im psychischen Gedächtnis an. Dies schwingt im Begriff des "Repertoires" mit.



vorschrift ist daher überaus umfangreich. Sobald daher die Situation auftaucht, in der der Bildproduzent seine Zeichenperformanz aufzeigen soll, wird er vorwiegend den optischen Darstellungscode eines Strichmännchens und nicht ein Strichmännchen aus seinem Repertoire aktualisieren, weil er es kaum schaffen wird, genau das gleiche Strichmännchen zu verwirklichen. Aus diesem Grund ist das Zeichenrepertoire für den Mitteilenden - in bezug auf Bilder - eine lose, aber als Code verstandene Zeichenperformanz. Indem der Mitteilende seine Interpretation des Repertoires als optische Nachricht mittels codierter Zeichenexemplare umsetzt, tritt er in die visuelle Kommunikation ein. Die *Aktualisierung* von optisch codierten Zeichen wird dadurch als konkrete Verarbeitung einer motivierten Nachricht für jemanden wahrnehmbar und verstehbar. Um die Erwartung des Verstehens anderer zu steigern, verwendet der Mitteilende von ihm selbst interpretierte Zeichen eines kulturellen Zeichencodes bzw. -repertoires zweiter Ordnung. Eine Sonderstellung nehmen künstlerische oder sehr naive Bildproduzenten ein. Sie ahnen vielfach vor Abschluß des Bildes nicht, wie sie ihre Zeichen interpretieren werden, da sie experimentelle Codes kreieren.

Nachdem schließlich der Mitteilende eine zeichenhafte Vorstellung [Drittheit] von dem entwickelt hat, was er durch ein optisches Medium mitteilen möchte, wird er das Medium entsprechend der angestrebten Nachricht und expressiven Wirkung von Farbe und Form gestalten. Die Encodierung betrifft die erste Ordnung. In dieser wird ein primärer Darstellungscode von Farbe und Form im materiellen Medium realisiert. Die Gestaltung bringt ein körperliches »Handeln gegenüber dem Bildmedium« mit sich, indem beispielsweise der Mitteilende mit einem Bleistift ein Blatt Papier nach Vorschrift des Darstellungscodes bemalt oder mit einem Fotoapparat nach Vorschrift des *automatischen* Darstellungscodes lichtempfindliches Fotomaterial bearbeitet. Die Encodierung von Informationen in einem Medium ist mehr oder weniger mit Innovationen verbunden, da selten optisch vollständig gleiche Bilder erstellbar sind. Das Handeln an sich steht zwischen der ersten und zweiten Ordnung, weil es dem Medium gegenüber nicht als Kommunikation aufzufassen ist, anderen Personen gegenüber aber durchaus, wenn diese die Handlung der Zeichenerzeugung eigenmächtig als (An-)Zeichen interpretieren. Im günstigen Fall ist das Ergebnis des Handelns ein bearbeitetes Medium, das aufgrund seines eingezeichneten Darstellungscodes wahrnehmbare Informationen erkennen läßt. Bei eindeutig kommunikativer Absicht encodiert der Mitteilende die Informationen derart, daß sie sich als menschliche Zeichen zweiter Ordnung zu erkennen geben und als Nachricht kommunikativen Anschluß finden. Dieses kommunikative Handeln hebt sich vom sonstigen Handeln ab, indem sich hier "Aktion zu *Interaktion* [mausert]" [Engler 1992/111].

Die reine Herstellung einer ersten Ordnung, z.B. Grundieren einer Leinwand, ist keine visuelle Kommunikation, solange die weiße Farbe nicht als konkretes<sup>59</sup> Zeichen gemeint ist. Dies ist auch dann nicht der Fall, wenn ein Interpret die Grundierung als bildliches Zeichen oder als Zeichen des vollzogenen Arbeitsprozesses deutet.<sup>60</sup> Was aus dem Handeln in kommunikativer Absicht entsteht, sind spezifisch geordnete Informationen, die von einem Medium getragen eine zweite Ordnung der menschlichen Zeichen verwirklichen, z.B. Ölgemälde oder Fotografien von »etwas«. Eine Ausnahmestellung nehmen die konkrete und die informelle Malerei, ebenso wie das Rauschen des Fernsehbildes, ein. Diese Bilder, die als Bilder Bedeutung erhalten, schweigen sich über weitere Zeichenbedeutungen absichtlich aus. Schweigen unterschreitet hier die Kommunikation in solcher Bilderfahrung, die sich selbst in kommunikativer Sendepause genügt, wodurch jene Bilder als kommunikative Zeichen für Schweigen verstehbar, aber vor allem erfahrbar bleiben. In wirklicher, vielleicht kontemplativer oder meditativer Bilderfahrung fungiert Schweigen als Zeichen einer Kommunikationspraxis, in der jedes weitere Zeichen und das Zeichen des Schweigens für den Betrachter keine Zeichenbedeutung erreichen.

Das encodierte Medium, also der Gegenstand Bild als Zeichen, taucht nach dem Prozeß der Herstellung in zahlreichen Kontexten des Raumes und der Zeit als *Mitteilung* auf. Die mediale Bildübermittlung benötigt Räumlichkeit. Im technischen Sinne, z.B. des Fernsehens, überträgt die mediale Übermittlung elektromagnetische Wellen zwischen einem (Bild-)Sender und einem (Bild-)Empfänger. Da Menschen elektromagnetische Wellen (d.h. auch Licht) nicht als Kommunikation ausstrahlen und verstehen, sind sie keine Sender oder Empfänger, sondern Mitteilende und Deutende (Rezipienten) von Bildern.

Ohne Raum wäre die Körperlichkeit des Betrachters unmöglich. Die massenmediale Bildübermittlung hat allerdings die Körperlichkeit des Betrachters so stark reduziert, wie es ehemals nur von privat zu erfahrenden Andachts- oder Meditationsbildern bekannt war. Aber selbst die reduzierte Körperlichkeit verharrt im Raum. Eine echte Aufhebung der Dichotomisierung von Körper/Raum und Bewußtsein erreichen nur virtuelle Welten,

<sup>59</sup> Barnett Newman [vgl. Bockemühl 1985/50ff.] möchte seine »konkrete Malerei« zwar nicht als Zeichen für »etwas« verstanden wissen, als Bildgegenstand ist sie aber trotzdem ein Zeichen, welches schon anzeigt, daß ein Bild zu sehen sein wird. Gerade weil aber nichts begrifflich Faßbares repräsentiert ist, verweist die konkrete Malerei auf die unbegriffliche Bilderfahrung, die allen Bildern gemeinsam ist.

<sup>60</sup> Kunsthistoriker, Archäologen und Ethnologen sind in diversen Fällen damit beschäftigt, solche Dinge als (An-) Zeichen zu verstehen, die von dem Hersteller des Gegenstandes nicht als Zeichen gedacht waren. Beispielsweise wenn aus einzelnen Nägeln, Leinwänden und anderen Materialbeschaffenheiten historische Datierungen oder Indizien sozialer Zusammenhänge abgeleitet werden.

weshalb Cyberspace [s.S. 83] keineswegs zur Bildkommunikation wird. Sobald das Bild den Raum<sup>61</sup> vollständig einnimmt, verschwindet das Bild.

Raum und Zeit bestimmen neben anderen Faktoren die situativen Kontexte, in denen das Bild wahrgenommen und verstanden wird. In der Zeit schnell wechselnde Bilder, wie im Kino, ermöglichen eine ganz andere Informationsgewinnung als unbewegte Bilder. Ohne Zeitspannen<sup>62</sup> wären Bilder nicht wahrnehmbar. Unter dem Zeitaspekt ist ebenso das Überdauern von Bildern über Jahrhunderte zu bedenken. Diese Bilder sind aufgrund der veränderten Wahrnehmungs- und Interpretationsschemata heutzutage nicht mehr genauso selbstverständlich wahrnehmbar und interpretierbar, wie es zu jener Zeit intendiert war. Alte Fotografien und Filme wirken bereits nach hundert Jahren aufgrund des optischen Darstellungscodes recht ungewöhnlich und unrealistisch, für manche sogar lächerlich. Ebenso wie die Sprache unterliegt auch die bildbezogene Wahrnehmung und Interpretation einem ständigen kulturellen Wandel. Den wahrnehmungspsychologischen Zeitaspekt betreffen zeichenwirksame Zeitspannen der Decodierung [erste Ordnung], und den historischen Zeitaspekt berühren zeichenwirksame Zeitspannen der Kommunikation (Interpretation) von bildlichen Zeichen [zweite Ordnung].

Der Raum wirkt beispielsweise auf ein Ölgemälde ein, weil es unter freiem Himmel, in einer Kirche oder im Wohnzimmer, aus der Nähe oder aus der Ferne jeweils andere Informationen erlaubt. Je nach Ort verwenden Betrachter auch andere Interpretationsschemata, die sich gerade bei emotional gefärbten Interpretationen von künstlerischen Bildern außerordentlich ortsveränderlich zeigen. So ruft ein Bild, das die Geburt eines Kindes zeigt, im Krankenhaus andere Interpretationen hervor, als im Museum oder auf einem U-Bahnhof. Diese genannten Faktoren fasse ich als "zeichenwirksamen Umgebungsraum" [Bense 1992/9] auf, der die Decodierung erster Ordnung und die Kommunikation (Interpretation) zweiter Ordnung mitbestimmt.

Welche Aufgabe hat der Deutende? Der Deutende findet das Bild in der räumlichen Situation anfänglich als einen Gegenstand vor, dem er im Handeln gegenübertritt. Aufgrund seiner Aufmerksamkeit nimmt der Deutende einen Bildgegenstand im Raum wahr. Dieser Prozeß ist als die »Decodierung von Informationen per Wahrnehmung« aufzufassen. Der

<sup>61</sup> Aus diesem Grund wirken Träume oder Einbildungen manchmal sehr real. Auch Bühnenbilder des Theaters bewahren den Unterschied zum Zuschauerraum, solange wie sie die Besucher nicht selbst ins Spiel bringen.

<sup>62</sup> Ernst Pöppel [vgl. 1982/164f.; 1985/51ff.] vertritt aufgrund seiner Forschungen die Meinung, daß Musik, Gedichte oder Bildsequenzen einem oberen Zeitintervall von 2-3 Sekunden unterliegen, um vom menschlichen Gehirn noch als eine *einzig*e Bedeutung verarbeitet zu werden. Sicherlich unterliegt menschliche Kommunikation der Verarbeitungsgeschwindigkeit des Gehirns in unteren und oberen Intervallen für eine *einzig*e Bedeutung.

Deutende bewirkt nichts anderes, als die von der Fläche des Bildes empfundenen Reize per Wahrnehmung in eine für ihn erste informationelle Ordnung zu transformieren. Pöppel und Untersuchungen von Gestaltpsychologen folgend versucht unsere Wahrnehmung immer "... eine möglichst gute, prägnante Gestalt ins wahrnehmende Bewußtsein zu heben" [Pöppel 1982/169]. Von den Tintenklecksen beim Rohrschach-Test ist diese Suche nach einer informationellen ersten Ordnung der Reiz-Konfiguration bekannt. Deren subjektive Deutung<sup>63</sup> ist aber bereits als Kommunikation zweiter Ordnung einzuschätzen. Infolge der kontinuierlichen Suche nach einem »Etwas« mit Bedeutung realisiert der Deutende (annähernd) plötzlich eine erste informationelle Ordnung. Die Herstellung dieser ersten Ordnung hängt vom ausgebildeten Wahrnehmungszyklus oder der *innovativen* Wahrnehmungsaktivität des Individuums ab. Jede Anschauung eines Bildes verlangt ein aktives und manchmal innovatives Tun des Individuums, welches wahrnehmend in der "zweiten Bildproduktion" der ersten nachspürt. Als visuelle Kommunikation kann die Decodierung von Information nicht verstanden werden, weil bisher erst das Visuelle an der Kommunikation decodiert ist und noch nicht das Kommunikative. Kommunikation spielt sich erst dort ab, wo sie über die vorhergehende Wahrnehmung der Gestalt zu Zeichen zweiter Ordnung abstrahiert wird. Diesen Zusammenhang habe ich als vorkommunikatives Bewußtsein benannt, weil noch keine kommunikative Zeichenbedeutung vermittelt oder erkannt wurde [s.S. 71].

Ähnlich wie die Encodierung bleibt die Decodierung auf körperliches »Handeln gegenüber dem kulturellen Gegenstand Bild« angewiesen. Erst körperliche Anwesenheit im Gegenüber eines Bildes ermöglicht dem Deutenden die Decodierung von Informationen. Dadurch, daß er im Handeln nach weiteren Informationen sucht, kann ein Vorgang ablaufen, der ersteinmal mit (kontemplativer) Wahrnehmung und nicht mit begrifflicher Interpretation beschäftigt ist. Natürlich beschreibt Wahrnehmung eine erste Form der "*Interpretation*" von *Empfindungen* als »etwas«, aber dieses »Etwas« erlaubt eben auch eine Wahrnehmung figural-qualitativer Eigenschaften. Vorerst können Bilder wie Gegenstände in ihrer impressiven Wirkung erfahren werden, um später ihre Zeichen zu interpretieren. Beispielsweise lernt man von Strichmännchen, wie sie aussehen; aus der Erfahrung mit Menschen lernt man, wie Strichmännchen zu deuten sind. Ohne den konsensuellen Bereich, der durch Wahrnehmung eines optischen Gegenstandes erst geschaffen wird, wäre visuelle Kommunikation undurchführbar.

<sup>63</sup> Wären die Tafeln mit Tintenklecksen beim Rohrschach-Test nicht stark mehrdeutig, dann würde nichts über die subjektive Persönlichkeitsstruktur des Betrachters herauskommen.

Auch an dem Punkt, wo die visuelle Kommunikation bei den »Interpretationsschemata des Deutenden« zum Abschluß kommt, ist dieser Vorgang mit der Leistung des Mitteilenden vergleichbar. Der Deutende versucht nämlich in seiner Zeichenkompetenz gleichermaßen einen passenden Code zweiter Ordnung zu aktualisieren, mit dem er die jetzt als Zeichen verstandene erste Ordnung optischer Strukturen in ihrem Nachrichtengehalt interpretiert. Hier ist die Wirkung des Zeichens angesprochen, welche der Betrachter als eine Darbietung von einem Objekt in einer Welt interpretiert. Das Dreieck auf Seite 21 hatte gezeigt, wie das Zeichen im Blick des Geistes eines Interpreten den Interpretanten evoziert. Mit der Interpretation des Zeichens kommt das Kommunikative an der visuellen Kommunikation zu ihrem Abschluß, weil mit der interpretativen Leistung des Deutenden eine kommunikative Bedeutung des Zeichens nachvollzogen wurde.

Bis jetzt unausgesprochen ist, daß visuelle Kommunikation vorrangig den rhematischen Interpretantenbezug verwendet, d.h., der Interpretationszusammenhang bleibt offen, weshalb die aus visuellen Informationen gewonnene Nachricht<sup>64</sup> für den Mitteilenden nur *zufällig* mit der des Deutenden übereinstimmt. Ein deutliches Beispiel führt die Werbung vor: der Cowboy aus der Marlboro-Reklame wird zwar in den östlichen und westlichen Bundesländern von allen Betrachtern decodiert und als rhematisches Cowboy-Zeichen erkannt, symbolisiert aber im Osten nicht die Bedeutung von Abenteuer und Freiheit, sondern nach Meinung von Werbeleuten noch harte, lohnabhängige Arbeit.

Der Fall der Zigarettenwerbung demonstriert, daß die Erfassung eines Bildes in seinem Nachrichtengehalt von der vorherigen Kenntnis der Interpretationsschemata abhängt *oder* durch entsprechende Innovation erreicht wird. Dies gilt ebenfalls für die Decodierung der ersten Ordnung, obwohl die Decodierung für gewöhnlich weniger stark von der Intention des Mitteilenden abweicht, als die Interpretation. In vielen Fällen kann der Deutende erkennen, was das Zeichen in anschaulicher Weise *bezeichnet*, daß z.B. ein Cowboy zu sehen ist. Was das Zeichen *bedeutet*, erreicht diese Erkenntnis allerdings nicht vollständig. Die interpretierte Bedeutung eines bildlichen Zeichens leitet sich zuletzt *nicht* aus dem ab, was das Bild bezeichnet, sondern aus dem, was der soziokulturelle Zusammenhang, in dem das Bild auftaucht, an interpretativen Bedeutungen ermöglicht. "Nicht was ein Zeichen als Mittel bezeichnet, macht seine Bedeutung aus, sondern wie die Bezeichnung verstanden oder interpretiert werden kann" [Walther 1979/415]. Das Bild des Marlboro-Mannes wird zwar auf fast allen Erdteilen in erster Ordnung auf gleiche Art reproduziert<sup>65</sup>, interpretiert

<sup>64</sup> Peirce schreibt: "Vielleicht kann jedes Rheme [Rhema] etwas an Informationen [Nachrichten] vermitteln, doch wird es nicht in dieser Weise interpretiert" [Peirce 1983/125].

<sup>65</sup> Um eine Interpretationsverschiebungen innerhalb der Kunst-"Welt" zu erzeugen, spielen die Künstlerinnen Elaine Sturtevant und Cindy Sherman mit Reproduktionen von sehr bekannten Kunstwerken.

wird das, was das Bild bedeutet, an diesen Orten gewiß auf nicht verwandte Weise. Im Vergleich zum Bedeutungsinhalt, der stärker gesellschaftsgebunden ausgelegt wird, behauptete sich die Bezeichnungsform des ikonischen Marlboro-Bildes nahezu interkulturell. Der relativ stabilen Bezeichnungsfunktion eines monoaspektischen Bildes [s.S. 97 (Enten-Hasenkopf)] muß hier mit einer Begriffsveränderung begegnet werden, die die ikonische Bezeichnungsform als annähernd »monosemantisch«<sup>66</sup> auffaßt. Auf der Bedeutungsseite werden ikonische Bilder indessen als »polypragmatisch« verstanden. Bei monosemantischer Bezeichnungsfunktion sind Bilder in vielen Fällen ikonische *Polyseme*, d.h., sie erlangen kontextabhängig anhand einer gesellschaftsgebundenen "Theorie" und diverser individueller Praktiken unerwartbar viele Deutungen.

Die Unterscheidung zwischen Bedeutung und Bezeichnung deutet ein tiefgreifendes Problem an, welches ich gleich im folgenden Unterkapitel anspreche. Bisher sollte geklärt sein, daß visuelle Kommunikation, ähnlich wie die an andere Zeichenformen gebundene Kommunikation, auf vollzogene Bedeutungsvermittlung angewiesen ist. Wenn die vollzogene Bedeutungsvermittlung im Sinne des Wortes ein echtes "Verstehen" sein sollte, kann sie aufgrund der gering determinierten Bildinterpretation jedenfalls nicht mit sprachlichem Verstehen vergleichbar sein. Was zweifelsohne das wechselseitige Verstehen mittels visueller Kommunikation hemmt, sind die Zeit/Raum-Distanz zum Mitteilenden, die einseitige Richtung der visuellen Kommunikation, die Offenheit der Interpretation und starke Abweichungen (Innovationen) der Codierungs- und Interpretationsschemata vom soziokulturellen Bezugsrahmen. Diese Kommunikationsbarrieren deuten darüber hinaus auf die Veranlassung und die wesentlichen Faktoren der weitschweifigen (Fehl-)Interpretationen von Bildern im allgemeinen hin.

## a) Bedeutung und Bezeichnung bei der visuellen Kommunikation

Wie mit Einführung des *Interpretanten* in Relation zum Zeichenmittel und Objektbezug gezeigt wurde, erhalten diese durch ihn *Bedeutung*. Erst die Interpretation vor dem Hintergrund eines zeichenwirksamen Umgebungsraums oder kulturellen Zeichenkontextes

<sup>66</sup> Ich muß hier der Begriffsführung von Linguisten zuwiderhandeln, die mit »monosemantisch« die Bedeutung eines Zeichens beschreiben wollen. Wie Linguisten allerdings schlüssig begründen wollen, daß beispielsweise das begriffliche Symbol »Auto« nur eine Bedeutung hätte, scheint mir uneinsichtig. Der Bedeutung von »Auto« ist allenfalls zuzugestehen, daß sie auf wenige Bedeutungen in pragmatischen Kontexten zusammenschrumpft, obwohl ihre symbolische Bezeichnung viele verschiedene Autos bezeichnen kann, also polysemantisch ist.

realisiert die Bedeutungsfunktion eines Zeichens. Die Verflechtungen, die eine Bedeutung in Kontexten erreichen kann, wurde in den Interpretantenbezügen wie folgt charakterisiert: ein Rhema ermöglicht dem Interpretierenden eine offene, ungebundene Bedeutung des Zeichens; Im Dicent wird die Bedeutung als eindeutig und im Zeichenkontext als abgeschlossen aufgegriffen; Der Interpretantenbezug des Arguments beschreibt die Bedeutung als vollständige, weil diese in einem stark geregelten Gesetzeszusammenhang (Code) der gesellschaftlichen Pragmatik steht [s.S. 44ff.; hierzu Walther 1983/409ff.]. Der Begriff einer *polypragmatischen* Interpretation kennzeichnet somit einen rhematischen Interpretantenbezug, der bei ikonischen Bildern von einer gesellschaftlich offenen, uncodierten Pragmatik ausgeht.

Die Bezeichnungsfunktionen eines Zeichens entstehen mit der Verbindung von Zeichen und Objektbezug. Kein Zeichen bezeichnet sich selbst. Jedes Zeichen bezeichnet zumindest seine Funktion als Zeichen und oft »etwas anderes«, das bezeichnete Objekt, welches sich in einer Vorstellung von ihm verwirklicht. Diese Bezeichnungsfunktionen wurden in drei Objektbezügen aufgegriffen, die im Symbol ein Objekt durch unähnliche Konvention *bezeichnen*, die im Index ein Objekt direkt anzeigend *bezeichnen* und die im Ikon ein Objekt durch Wiedererkennbarkeit oder Ähnlichkeit *bezeichnen*. Das oben angeführte, ikonische Cowboy-Bild bekräftigte: wenn visuelle Kommunikation reibungslos funktioniert, dann werden ikonische Bezeichnungen im Bild mühelos entdeckt. Ein Betrachter findet dann relativ schnell heraus, was das ikonisch Bezeichnete eines Bildes sein soll. Obwohl sich das Wahrgenommene mit einer ersten rhematischen Bedeutung verknüpft, gilt diese erste Bedeutung der Bezeichnung jedoch selten als die intendierte Zeichenbedeutung oder kommunikative Nachricht des Bildes. Das erwähnte Beispiel von der Raupe und dem Betrachter, der einer Augentäuschung unterlag [s.S. 112], ist hier instruktiv, denn zuerst dachte der Betrachter, daß es eine echte Schmetterlingsraupe sei, was er auf der weißen Fläche wahrgenommen hat. Der ikonische Objektbezug des Zeichens war offenbar der Raupe so "*ähnlich*", daß das Zeichen nicht als Bezeichnung einer Raupe auffiel, woraufhin das eigentliche Zeichen als Gegenstand in seiner Bedeutung verstanden wurde. Unter den Umständen eines Trompe-l'œil fällt also die ikonische Bezeichnung mit dem Gegenstand in eins, und erhält deshalb keine Zeichensondern eine Gegenstandsbedeutung. Offensichtlich *verwirklicht* sich im Ikon ein optisch Bezeichnetes erst dann, wenn der ikonische Objektbezug des Zeichens auf dem Gegenstand Bild *ein- oder auffällt*, und man plötzlich sieht, was das Bild bezeichnet bzw. vorerst bedeutet. Wenn also der Betrachter das Zeichen als Zeichen erkennt und darüber hinaus

feststellt, daß das Zeichen eine Raupe lediglich bezeichnet, dann hat er auch eine erste, meist vorübergehende rhematische Bedeutung des ikonischen Zeichens verstanden.

Jene erste rhematische Bedeutung erreicht selten die vollständige kommunikative Bedeutung oder Nachricht. Denn sie erlangt man meist, wie gesagt, erst mit der Interpretation von sozialen Kontexten und von symbolischen Vertextungen einer Kultur. Die erste rhematische Bedeutung sagt nur aus, wie der Betrachter die zweite Ordnung von Zeichen oder Bezeichnungen von »etwas« vorläufig erkannt hat. Wenn der Betrachter das Bezeichnete in seiner ganzen Bedeutung verstehen will, dann wird er gezwungen, die Bezeichnung in ihren indexikalischen und symbolischen Nachrichtengehalten zu interpretieren. Und wenn man es weiter differenzieren will, läßt sich entdecken, daß die erste rhematische Bedeutung des optisch Bezeichneten bei bewegten Bildern (Film) stärker mit der kommunikativen Nachricht übereinstimmt, als bei stehenden Bildern. Diese stärkere Kongruenz ist aus Gründen der Zeit erforderlich, weil lang andauernde Interpretation den kommunikativen Anschluß an den ablaufenden Film verlieren würden. Laufende Bildfolgen bezeichnen deshalb ihr Objekt sehr viel öfter *monosemantisch*, als stehende Bilder. Morris [vgl. 1973/92ff.] schrieb, daß Zeichen signifizieren (bezeichnen) und gleichzeitig nichts denotieren (bedeuten) könnten. Diese Behauptung läßt jedoch die Frage offen: Welches Signifikat eines Signifikanten hat kein Denotat? Morris meinte dazu, daß das Denotat eines Zeichens mit der wirklich überprüfbaren Anwesenheit<sup>67</sup> eines Gegenstandes vorhanden oder verschwunden ist. Auch Goodman [vgl. 1973/37] nahm an, daß ikonische Bilder ein Null-Denotat hätten, weil sie anonyme, fiktive Personen, Orte und Gegenstände veranschaulichen würden. Wenn nun das Denotat eines Zeichens grundsätzlich einen für uns wirklich existierenden Gegenstand, d.h. den Referenten, angeben soll, dann könnte man meinen, Bilder hätten selten ein empirisch überprüfbares Denotat. Die Frage ist selbstverständlich, wie man überhaupt mit Zeichen kommunizieren will, wenn Anwesenheitspflicht von Sachverhalten und vermeintliche Referenz auf außersprachliche Wirklichkeiten die Bedingung für Kommunikation wäre - man müßte die Weltwirklichkeit in der Tasche haben, um über sie sprechen zu können. Sobald man nämlich - wie es alltäglich geschieht - unter einem Denotat etwas versteht, was aufgrund eines bezeichnenden Objektbezugs des Zeichens zur Bedeutung gelangt, dann muß die Behauptung von Goodman und Morris verworfen werden, denn Zeichen kommen selten ohne semantischen Inhalt und nie ohne Bedeutung vor. Jeder ikonische, indizierende oder sym-

<sup>67</sup> Es liegt schon ein gewisser Witz darin, wenn Morris einen Hund auf ein Futterzeichen konditioniert, aber nach einiger Zeit das Denotat "Futter" nicht mehr bereitstellt und dann selbst das signalisierte Denotat verleugnet, obwohl der Hund das Denotat, den bedeuteten Sachverhalt des indexikalischen Zeichens, durchaus noch erinnerte.



bolische Objektbezug hat entweder ein für uns "wirkliches" oder ein konventionelles Denotat, wobei die Möglichkeit der Lüge für jede Referenz auf unsere Wirklichkeit das "proprium" [Eco 1991/89] des Zeichens ist. Es ist somit egal, welche Zeichen herangezogen werden; wenn ein Zeichen etwas anderes als seine Funktion signifiziert, dann hat es ein Signifikat und auch ein kulturelles Denotat, das in sozialer Bedeutung anerkannte oder verworfene Eigenschaften von Objekten bezeichnet. Bereits an dieser Stelle stellt sich heraus: mit Bezeichnungen ohne Bedeutung kann nicht kommuniziert werden. Dies liegt daran, daß Bezeichnungen ohne irgendeine, wenn auch vielleicht inkorrekt interpretierte Bedeutung in keinem Fall als *Zeichen bewußt* sind, weil psychische Informationsgewinnung ohne Bedeutung nicht bewußt wird [s.S. 71].

Trotz allem versuchte Morris, auf eine Verhaltensmöglichkeit hinzudeuten, die auf ein final interpretiertes Zeichen verzichtet, wenn sie sich infolge eines erfahrenen Gegenstandes ereignet. Denn in der Gegenstandsbedeutung kann unweigerlich Bedeutung ohne Bezeichnung zu Bewußtsein kommen [hierzu Sauerbier 1977/158]. Wenn daher das ikonisch Veranschaulichte infolge einer Gewohnheit oder eines Trompe-l'œil direkt als Gegenstandsbedeutung wahrgenommen wird, dann *bezeichnet* das Bild *ohne* Zeichenbedeutung; das Bezeichnende (der Signifikant) fällt mit dem ikonischen Bezeichneten (dem Signifikat) in eins. Vergißt oder übersieht man beispielsweise den Zeichencharakter eines Stuhlbildes, kann sich der ikonische Objektbezug auf den Stuhl als scheinbar wirklicher Stuhl präsentieren.

Wie im Begriff des »vorkommunikativen Bewußtseins« festgehalten, heißt bezeichnen ohne bewußtwerdende Bezeichnung, daß eine ikonische Bezeichnungsfunktion *vorkommunikativ* als Gegenstandsbedeutung visuell informativ wirkt. Um die optische Information einer ikonischen Bezeichnung wahrzunehmen, benötigt der Bildbetrachter keinen Begriff des Zeichens. Die optische Information, die der bildliche Darstellungscode ermöglicht, verwirklicht die ikonische Bezeichnung direkt wahrnehmbar. Mit dieser optischen Information in der ikonischen Bezeichnungsart pochen visuelle Kommunikationsmedien auf eine Sonderstellung. Sie vermitteln kulturelle Formen, deren Verständnis manchmal kaum über das Wahrgenommene hinausgeht. Die ikonische Bezeichnungsfunktion läßt sich deshalb von Individuen, wenn ihnen der bildliche Darstellungscode vertraut ist, direkt *informativ* als Gegenstandsbedeutung wahrnehmen. Normalerweise bleibt Gegenstandsbedeutung kulturelational eindeutig dynamisch wirksam, weshalb *alltägliche* Bilder eine ikonische Ähnlichkeit bezeichnen, die vorrangig als monosemantische Gegenständlichkeit visuell *informativ* wirkt. Beispielsweise scheitert bei Bildern der Kunst eine Komponente der visuellen Kommunikation häufig schon daran, daß zwar

der Bildgegenstand, aber nicht das (mitunter ungegenständlich) Bezeichnete unverzüglich wahrgenommen wird. Sogar, wenn das ikonisch Bezeichnete erkannt ist, verbleibt für gewöhnlich ein großer Schritt bis zu dem, wie das Bild in seiner weiteren kommunikativen Bedeutung interpretiert wird. Man hat nicht sehr viel von einem Bild verstanden, wenn man z.B. in einer Kunstaussstellung die veranschaulichten Dinge identifiziert oder den primären Darstellungscode als einen bestimmten (Bild-)Stil klassifiziert. Identifikation sowie Klassifikation von Zeichen und Bildern sagen fast nichts über ihre kommunikative Bedeutung aus. Deshalb klärt auch die Semiotik keine Bedeutung von Bildern auf. Will man etwas über Bedeutung von Zeichen wissen, bedarf es eines soziologischen oder historischen Blicks auf gesellschaftliche Pragmatik.

Im Unterschied zur oft monosemantischen Bezeichnungsfunktion, die ein ikonisches Bild in einer kulturellen Zeitspanne verwirklicht, ist deren Bedeutungsfunktion äußerst anfällig für mannigfache Interpretationen. Das Beispiel des ikonischen Cowboy-Bildes [s.S. 135] zeigte, wie angesichts monosemantischer Stabilität nahezu jedes Symbol hinzuiinterpretiert werden kann, so daß die interpretierte Bedeutung des vermeintlich gesehenen Symbols von Kultur zu Kultur, von Subkultur zu Subkultur, von Kunsttheoretiker zu Kunsttheoretiker und von Individuum zu Individuum wechseln kann. Eine der wenigen optischen Bezeichnungen, die, seitdem Bilder hergestellt werden, in anfänglicher Interpretation stabil bleibt, wird möglicherweise ein sehr einfach gezeichneter Mensch sein, der nichts weiter als Mensch bedeutet. Und selbst dieser Fall scheint fraglich, weil der Deutende letztlich doch anfängt zu fragen, was das Zeichen außerdem indexikalisch oder symbolisch bezeichnen und bedeuten kann und warum der Mitteilende das Zeichen überhaupt hergestellt hat. Bildliche Zeichen provozieren nicht nur weitere Zeichenvorgänge, sondern sind auch nicht anders, als durch zusätzliche Zeichen zu verstehen.

Eine Ausnahme vollbringt das als Kunstwerk *verstandene* Bild. Es erlangt manchmal als "letztes Zeichen" [Simon 1989/22] eine nicht weiter zu differenzierende Bedeutung. Daher bleiben (sollten oder könnten) Kunstwerke in ihrer ästhetischen "Einmaligkeit" gegen weitere Interpretationen resistent, wenn man die Kommunikation über ihre bestimmte Unbestimmbarkeit verweigert und mit ihnen wahrnehmend interagiert. Die Verfehlungen von Kunstinterpretationen der Bezeichnungen boykottiert beispielsweise Ad Reinhardt [vgl. 1984/136]. Er versucht exemplarisch in abstrakter Malerei *Gegenstände* herzustellen, die die Bezeichnungsfunktion des Bildes selbst zum Schweigen bringen sollen, um sich jeglicher Bedeutung zu enthalten - außer selbstredend der, die Kunst bedeutet. Jedes Kunstwerk benötigt einführende kulturelle Zeichen als sozialpragmatischen Rahmen, ein Museum beispielsweise. Ein Gegenstand ohne Kontext wäre keine Kunst, und ein Zeichen

ohne weitere Zeichen wäre nicht als Zeichen zu interpretieren. Für Bilder jedenfalls bestätigt sich dies dadurch, daß vermutlich in phylogenetischer und ontogenetischer Sicht gesprochene Sprache vor materiellen Bildern vorhanden war bzw. ist.

Jenes Beispiel eines einfachen Menschzeichens verweist noch auf eine andere, sehr wichtige Sache. Denn ein Strichmännchen, z.B. in Hinweis-Piktogrammen, taucht interkulturell auf tausenderlei Weisen auf, und trotzdem kann die Bedeutung in sozialen Kommunikationskontexten in etwa gleich bleiben, also irgendwie auf "Mensch" deuten. Dies liegt daran, daß die *konkrete* Gestaltung eines Zeichen-Exemplars (Sinzeichen) im Rahmen des primären Darstellungscodes für Strichmännchen-Zeichen bei einer einzigen Bedeutung dennoch variieren kann [s.S. 130]. Der Buchstabe »Haus« in handschriftlicher Gestaltung verändert sich z.B. auch höchst individuell innerhalb des primären Codes, obwohl Bezeichnetes und Bedeutetes verwandt bleiben können. Das konkrete *Zeichen-Exemplar* (Sinzeichen) folgt in diesen Fällen dem primären Darstellungscodes eines kulturellen Zeichens.

## b) Bezeichnung als kulturelle Semiotik der Signifikation

Worauf ich mit allen aufgezeigten Beispielen zur Bezeichnung und Bedeutung hinaus will, findet sich in der von Eco [vgl. 1991/22ff.] getroffenen Unterscheidung zwischen der "Semiotik der Signifikation" und der "Semiotik der Kommunikation". Diese Differenzierung spaltet nach Eco die Semiotik nicht in zwei sich gegenseitig ausschließende Methoden, sondern sie analysiert die Codierung der Signifikationsbeziehung zwischen Zeichen und Objektbezug als *Kultur*, indessen sie die Bedeutung der bereitgestellten Codes als konkretisierte Kommunikation ermittelt. Da Kommunikation das Konstituens für *Gesellschaft* ist, werde ich später aufzeigen, daß die »Semiotik der Kommunikation« die Frage des sozialen Interpretanten und der Bedeutung berührt, während Kultur die Voraussetzung für sozialorientierte Bedeutung und eben Gesellschaft bietet [s.S. 253]. Zunächst soll jedoch die »Semiotik der Signifikation« als die kulturelle Bezeichnungscodierung von Bildern näher bestimmt werden.

Entsprechend der bisherigen Ausführung stellen auch gemäß Eco kulturelle Signifikationscodes "... die Regel bereit, die im kommunikativen Verkehr Zeichen als konkrete Gebilde generieren" [Eco 1991/77]. Solch ein Signifikationscode regelt zwar, womit und wie etwas bezeichnet oder signifiziert wird, also die Beziehung zwischen Signifikant und

Signifikat<sup>68</sup>, läßt aber offen, wie die Codierung der Signifikation verstanden und interpretiert wird. Offensichtlich erreicht Signifikation keinen kommunikativen Status, weil sie nicht die vollzogene Bedeutungsvermittlung in Form einer kommunikativen »Verständigung« impliziert [s.S. 123]. Eine Verständigung oder Zeicheninterpretation findet in keinem Fall ohne Interpretant statt, d.h., ein Signifikationscode ohne Interpretanten vermittelt niemals eine Nachricht [hierzu Krampen 1987/232]. Ein Signifikationscode ermöglicht zwar Verständigung in Form von Codierungsregeln, strukturiert jedoch nicht die Beziehung von Bezeichnung und interpretierter Bedeutung in einem sozial-pragmatischen Bezugsrahmen. Zum Beispiel weiß niemand von steinzeitlichen Höhlenbildern mit Sicherheit, welche Bedeutungen archaische Gesellschaften angesichts der ikonischen und vermutlich auch symbolischen Bezeichnungen entwickelten. Die Bedeutungen von kulturellen Zeichen und Objektbezügen, von Signifikanten und Signifikaten konzipiert ein Individuum immer erst dann, wenn es in interpretativer Leistung einen Interpretanten festlegt, der zudem überwiegend von internalisierten Bedeutungskontexten seiner jeweiligen Gesellschaft bestimmt ist. Notwendigerweise läuft ein kommunikativer Interpretationsprozeß erst dann ab, wenn der Signifikationscode in erster und zweiter Ordnung entschlüsselt werden kann. Denn ein Individuum muß die Bezeichnungsfunktionen in seinen Kulturkontexten kennen(-lernen), um ein Verstehen der Bedeutungen zu erwirken. Diese kommunikative Routine erwirbt der Mensch durch nichts anderes als durch Kommunikation und soziale Erfahrung in seiner Gesellschaft, dies gilt ebenfalls für die visuelle Kommunikation.

In der semiotischen Einführung [s.S. 40] wurde die *Bezeichnungsfunktion* des Zeichens erläutert: wenn das Zeichen eine Vorstellung vom Objekt beim Betrachter verwirklicht, dann erhält das Zeichen-Mittel eine Bezeichnungsfunktion, die im Objektbezug ein Objekt oder beliebiges, nicht notwendig real existierendes »Etwas« repräsentiert oder bezeichnet. Das Modell der visuellen Kommunikation definierte diese Funktion in der theoretischen Verbindung von *Zeichenrepertoire* und bezeichnetem »Etwas in irgendeiner Welt« [s.S. 129]. Bei dieser Beziehung des Zeichens zum gemeinten Objekt, also dem *Objektbezug* kommt es jedoch "... weniger auf das Objekt der Bezeichnung an [den wirklich oder

<sup>68</sup> Diese von Saussure [vgl. 1931/78] eingeführte semiologische Unterscheidung bleibt aufgrund von Ecos Verwendung und dem angestrebten »Signifikationscode« schwer zu umgehen. Unter dem Vorbehalt, daß ein Bild sich selbst als Zeichen seiner Funktion anzeigt, kann mit Schönrich für die *normale* Zeichenbeziehung zum Objekt gesagt werden: "Der Signifikant beschreibt ersichtlich den Zeichenmittelbezug, das Signifikat den Objektbezug. Für die Vermittlung beider Momente unter dem Gesichtspunkt der Drittheit reserviert Saussure den Ausdruck »Zeichen (signe)«" [Schönrich 1990/287]. Nach Nöth [vgl. 1985/65] bleibt dies umstritten, weil dann die Saussuresche Dyade zur Triade würde, was zufolge hätte, daß die Peircesche Triade als Tetrade aus Zeichen, Repräsentamen, Objekt und Interpretant aufzufassen wäre.

fiktiven Referenten] als vielmehr auf die Beziehung des Zeichens zum Objekt, das heißt auf die 'Bezeichnung' selbst" [Walther 1974/60]. Man kann schnell einsehen, wenn man sich das Dreieck auf Seite 21 in Erinnerung ruft, daß der Objektbezug des Zeichens inexistent wäre, wenn er ohne einem vom menschlichen Bewußtsein konstituierten Interpretanten bliebe. Aufgrund der zwar kulturell wirksamen, aber unwirklichen Verbindung von Zeichenmittel (Signifikant) und Objektbezug (Signifikat), bleibt ein Signifikationscode "... ein autonomes semiotisches Konstrukt mit einem abstrakten Existenzmodus, der unabhängig ist von jedem möglichen kommunikativen Akt, den es ermöglicht" [Eco 1991/29]. Dennoch "... setzt ... jeder Akt der Kommunikation in Richtung auf oder zwischen Menschen ... [einen Signifikationscode<sup>69</sup>] als seine notwendige Bedingung voraus" [Eco 1991/29], wenn er nicht erst erschaffen wird, wie z.B. bei künstlerischen Bildern.

Obwohl Eco feststellt, daß die von einer Gesellschaft akzeptierten Signifikationscodes eine "... »kulturelle« Welt setzen, die - im ontologischen Sinn - weder wirklich noch möglich ist" [Eco 1991/92; vgl. 28], weil es Zeichen sind (Drittheit/Notwendigkeit), die auch ohne Referenten ihre kommunikative Weltkonstruktion erfüllen, hat dies nichts mit der *Möglichkeit* der Interpretation eines Zeichens zu tun. Für die bildliche Signifikationsbeziehung reicht es aus, daß der Darstellungscode einen assoziierbaren Bezug zwischen dem Bild-Zeichen und dem inhaltlichen Objektbezug herstellt, ganz egal ob der gemeinte Referent, das Denotat, existiert oder nicht. Das semiotische Objekt einer Bildsemantik ist das ikonisch bezeichnete Objekt, nicht der Referent im Gegenstand [vgl. Eco 1991/93]. In allen Fällen signifiziert das Zeichen einen Objektbezug oder ein Signifikat als eine »kulturelle Einheit«. Beispielsweise korrespondiert das Bildzeichen, d.h. der Signifikant, »Bundesadler« mit einer Reihe von *kulturellen Merkmalen*, die das Signifikat bilden, indem sie die ikonische Ähnlichkeit, indexikalische Wirklichkeit, den symbolischen Stolz und Scharfsinn kulturabhängig von einem wirklichen bzw. vorgestellten Adler bezeichnen. Der von Eco [vgl. 1991/92ff.; 1972/74ff.] verwendete, hermeneutische<sup>70</sup> Begriff der »kulturellen Einheit« deutet auf die kulturell wirksame Verbindung von Signifikant und ikonischem Signifikat, also auf optisch wiedererkennbare Merkmale hin. Dabei ist es ganz egal,

<sup>69</sup> Eco schreibt hier "Signifikationssystem". Codes unterstützen zwar Systeme, sie selbst verlaufen jedoch selten in funktionalen Erwartungserwartungen eines sozialen Systems. Soziale Systeme vertragen auch uncodierte Kommunikation.

<sup>70</sup> Hier möchte ich Bense zuvorkommen, der an Ecos Begriff der »kulturellen Einheit« und "Barthes' strukturalistische Transzendierungen des Zeichenbegriffs ... [bemängelt], daß diese Autoren beständig Semiotik mit Hermeneutik verwechseln" [Bense 1979/17]. Diese Kritik trifft zu, jedoch müßte Bense sich die Frage gefallen lassen, was seine Semiotik außer den operationalisierten Klassifikationen seines Theoriezirkels beinhaltet.

ob der Adler in symbolischen Konnotationen als fette Henne, Armutsvogel, Wappentier oder Pleitegeier interpretiert wird. Die Existenz jener Verbindung vom Signifikanten zur kulturellen Einheit, die die kulturelle Semantik des ikonischen Signifikats "Adler" angibt, sichert die unablässige Verwendung in einer Kommunikationsgemeinschaft. Da jedoch Hunderttausende von Adlerbildern vorhanden sind, etabliert der repetierte Signifikationsbezug lediglich die »ästhetische« Möglichkeit, eine ikonische Adler-Semantik herzustellen. Dies begründet sich dadurch, daß bei ikonischen Bildern sowohl der Interpretant keiner Regel folgt, die eine sozialnormierte Interpretation erwarten ließe, als auch der semantische Inhalt des Ikons, also die kulturelle Einheit, in einem Spektrum verläuft, dessen unspezifische Vielfalt von der Assoziationsfähigkeit der Kulturmitglieder abhängt. Insofern etablieren Bilder mittels ihrer Signifikationscodes immer nur dann eine kulturelle Welt, wenn die Individuen durch ihre mögliche Interpretationsreaktion einen Interpretanten bestimmen, der den ikonischen Objektbezug als eine *kulturelle Einheit* von Merkmalen wiederkehrend bekräftigt. Diese Formulierung folgt dem pragmatischen Kriterium der *möglichen* Interpretation eines Bildes durch das Bewußtseinserlebnis eines *möglichen* Interpretanten, um zu betonen, daß sowohl der semantische Inhalt als auch die pragmatische Bedeutung von Bildern einem offenen Konnex folgen [s.S. 18].

Mit dem Begriff der *Möglichkeit* eines Signifikationsbezugs lassen sich einerseits auch indexikalische Anzeichen, z.B. Handlungen, als Zeichen verstehen, und andererseits reduziert der offene Signifikationsbezug eine Theorie der visuellen Kommunikation nicht auf *signifikante* Bezeichnungsfunktionen des Zeichens, wie sie eher bei der verbalen Sprache anzutreffen sind. Die Offenheit des Signifikationscodes steht zwar - wie Nöth [vgl. 1985/194] bemerkt - in einem Spannungsverhältnis zwischen Code und Nachricht, weil der signifikative Code die Interpretation von Nachrichten beeinflusst, und neue Nachrichten den Signifikationscode umstrukturieren. Diese Wechselwirkungen grenzen jedoch die Offenheit des Signifikationscodes nicht ein, denn Innovationen verändern in erster und zweiter Ordnung den Code ständig oder aktualisieren erst »etwas« als kulturelle Einheit in uncodierter Möglichkeit. Schließlich sind Menschen "nicht-triviale Maschinen" [Förster 1993/140], da sie nicht einfach ihr statisch codiertes Programm abspulen, sondern sich vergangenheitsabhängig in einer selbstreferentiellen Weise organisieren, die eine individuelle Unvoraussagbarkeit aller weiteren Kommunikationsoperationen beinhaltet.

Wie läßt sich der Signifikationscode bzw. die Funktion der Bezeichnung im Objektbezug von Zeichen und Bildern lokalisieren? Wie bereits dargelegt, bezeichnet das (bildliche) Symbol sein Objekt in willkürlicher, stark konventioneller und unähnlicher Weise. Die Verweisungsfunktion des Indexes besteht darin, daß er in direkter Beziehung zum

vorhandenen Objekt steht [vgl. Sauerbier 1977/125f.; s.S. 40]. Der ikonische Objektbezug kommt dem bildlichen Zeichen in seiner *wesentlichen* Bezeichnungsfunktion am nächsten, weil er sich in scheinbar sinnlich- augenfälliger, aber eigentlich »konventioneller« Ähnlichkeit auf das Objekt bezieht. Für den ikonischen Objektbezug ist »wiedererkennbare Ähnlichkeit« als kulturelle Einheit konstitutiv. Die Bezeichnungsfunktionen von Index und Symbol sichern andere Konventionen oder Regelmäßigkeiten.

Die ikonische Bezeichnungsfunktion erreicht für das Verständnis der visuellen Kommunikation eine so substantielle Relevanz, weil sie im Vergleich zu den beiden anderen Objektbezügen den höchsten Grad an (optischer) *Information* über die gemeinte kulturelle Einheit (Objekt) transportiert und repräsentiert [vgl. Bense u. Walther 1973/41]. Das Symbol nämlich bezeichnet sein Objekt in konventionalisiert arbiträrer Weise, wodurch es weniger als Information und mehr als Nachricht zu verstehen ist. Auch der Index bietet vorwiegend sehr wenig Informationen von seinem Objekt, weil er durch eine direkte Beziehung sein Objekt anzeigt. Ein Foto wurde zwar in seiner kausal-mechanischen Beziehung zum Objekt als Index beschrieben [s.S. 43], dies betont aber nicht den informativen Wert, sondern den hohen Grad an unterstelltem Wirklichkeitsbezug in unserer Kultur. Der informative Wert eines Fotos kommt durch die ikonische Information zustande, die für uns dem Gegenstand in der optischen Struktur zu "ähneln" scheint. Deshalb erreicht der ikonische Objektbezug für Bilder einen so besonderen Status, denn ohne daß ein Bild optische *Informationen* von einem wie immer gearteten Objekt bieten würde, wäre ein Bild für unsere visuelle Wahrnehmung unsichtbar. Im Verhältnis zu anderen Kommunikationsmedien kommt es bei Bildern darauf an, daß sie von ihrem Objekt sehr viel mehr Informationen als Nachrichten veranschaulichen. Symbole und Indizes (Hinweise) erreichen keineswegs die informationelle Substanz von wirklichen Bildern, was nicht meint, daß Bilder keine Symbole und Indizes enthalten oder nicht als solche in der *Vorstellung* (Idee) verstanden werden. Die visuelle Kommunikation benötigt Symbole und Indizes, obwohl diese im eigentlichen Sinne nicht das präsent Bildhafte der Bildfläche und die visuell wahrnehmbaren Informationen im Objektbezug kennzeichnen.

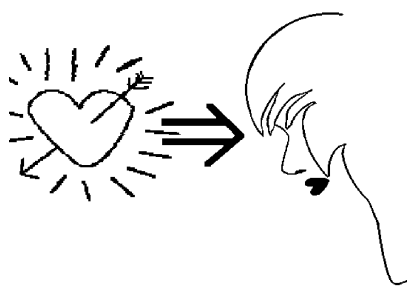


Abb. 7

Der »Grad der Präsenz des Objekts« bestimmt sich in der ikonischen Bezeichnungsfunktion durch die Zeichen-Mittel, d.h. auf Bilder bezogen, durch die materielle Farb- und Formsyntax des Quali- ,Sin- sowie Legizeichens [vgl. Bense u. Walther 1973/41; Nöth 1985/150]. Dies kann man für unsere Kultur daran erkennen, daß ein durch das Zeichen-Mittel »Farbfotografie« illustriertes Objekt

wesentlich wirklicher repräsentiert scheint als in der Ölmalerei. Die Nachricht hängt hier nicht ausschließlich von der ikonisch codierten Bezeichnungsfunktion ab, sondern auch vom qualitativen Sosein des Zeichenmittels, also dessen optischer Information. Denn hat sich über das Medium und die Realisationsform des (Foto-)Bildes ein kultureller Konsens stabilisiert, dann übernimmt die informationelle Qualität des Zeichenmittels eine authentisierende Funktion. Diese besteht darin, daß der der Anwesenheit entthobene Gegenstand in speziellen, vorab symbolisch bestimmten Zeichenmitteln (Medien) als ikonisch repräsentierte Faktizität behauptet werden kann. Es ist also die Realisationsform des Zeichens dasjenige, was im gegenständlichen Zeichenmittel (materiellen Bild) wirklich wahrnehmbar ist, damit sich die ikonisch sichtbare Bezeichnungsfunktion des Bildes erfüllt. Die optische Informationsmenge und Gestaltung erlangt deshalb für ikonische Bezeichnungen eine grundlegendere Geltung als für indexikalische oder symbolische Bezeichnungsfunktionen. Beispielsweise kann ich einem Freund mit nebenstehender, ikonischer Zeichnung [Abb. 7] auf vorrangig symbolische Weise zu verstehen geben, daß ich die Frau mit den langen Haaren liebe; er wird es aber kaum verstehen, wenn ich ihn aufgrund dieser Zeichnung mit optisch eher niedriger Informationsmenge um die Einschätzung bitte, ob er sie nicht auch sehr schön findet. Hier zeigt sich, daß bei der symbolischen Bezeichnungsfunktion eines Bildes das Zeichenmittel unbedeutender und die Ähnlichkeit (Ikonizität) wesentlich geringer sein darf als bei einer rein ikonischen Mitteilung, die über die *kulturelle Einheit* (das Aussehen des Objekts) optisch benachrichtigen will. Für die Würdigung der Schönheit jener Frau reicht zwar ein Foto nicht wirklich aus, aber es bietet in der ikonischen Bezeichnungsform so viel visuelle Information, daß sich in heutiger Zeit zahlreiche Individuen zu einer Stellungnahme befähigt fühlen würden. Wenn ich dem besagten Freund das Foto ohne weitere Erläuterung gezeigt hätte, würde er möglicherweise denken: Hübsche Frau und was weiter? Bis auf die optische Information wäre also fast nichts von den Bedeutungen kommuniziert worden, die eigentlich mitgeteilt werden sollten. Dieses Beispiel kündigt schon an, daß es mehrere Stufen der Ikonizität gibt, um nicht nur ikonische Bezeichnungsformen, sondern auch differenzierte Bedeutungen zu kommunizieren. Im weiteren beeinflußt der *zeichenwirksame Umgebungsraum* die Bezeichnungsfunktion in geringerer Weise als die Bedeutungsfunktion. Dies wird dadurch offenkundig, daß jenes Frauenfoto in meinem Portemonnaie für Individuen des westlichen Kulturkreises relativ eindeutig wäre. Sie würden es als Bild meiner Frau oder Freundin interpretieren, obwohl die monosemantische Bezeichnungsfunktion unverändert bliebe. Das Portemonnaie funktioniert de facto als ein symbolischer Kontext für solche polypragmatischen Fotos.



Allmählich wird präzisierbar, daß das Zeigen von Bildern im Unterschied zu anderen Kommunikationsformen in der Bezeichnungsart wesentlich mehr Informationen als Nachrichten über sein Objekt offeriert. Die visuelle Kommunikation bezeichnet vielfach Objekte, ohne daß eine Zeichenbedeutung vom Betrachter aktualisiert wird. Neben der Musik gibt es wenige Kommunikationscodes, welche durch ihre Bezeichnungsart mehr ästhetische Informationen ermöglichen und bezwecken als die visuelle Kommunikation. Offenbar transportieren die visuellen Medien der Kulturindustrie eine Informationsflut und nicht etwa Nachrichten, und hinzu kommt, daß sich die Informationen im Gegensatz zu den Nachrichten sogar jedesmal erstmalig präsentieren. Bereits hier wird transparent: eine *Informationsgesellschaft*, die sich der Sensation von visuellen Ereignissen hingibt, kommuniziert keine folgenreichen Nachrichten. Im hypothetischen Extremfall kommuniziert sie, bis auf den konsensuellen Bereich eines diffusen Gefühls von Gemeinsamkeit infolge der decodierten Wahrnehmungsinformation, überhaupt nichts von weiterer Relevanz. Auf einem solchen Niveau erreicht visuelle "Kommunikation" jedermann, da ihre unreduzierte Trivialität hier niemandem die Möglichkeit versperrt, komplexe Bilderwelten direkt wahrzunehmen. Phasenweise verwirklichen die Bilderwelten vermutlich sogar ein visuelles Massenerlebnis (Infotainment), an das sich eine bedingt sinnvolle Gemeinsamkeit anschließt. Bedingt sinnvoll treten die inszenierten Bildermassen auf, weil sie zwar jedermann an den Voraussetzungen für visuelle Kommunikation teilhaben lassen, letztendlich dann aber spärlich kommunikative Botschaften mitteilen. Auf dieser Stufe erreichen die Bildbetrachter ein diffuses Wir-Gefühl, indem sie sich als Erlebnissgemeinschaft an das gleiche Erfahrungsmedium ankoppeln [s.S. 368].

Es wird in den nächsten Kapiteln zu untersuchen sein, wie der konsensuelle Bereich der optischen Bezeichnungsfunktion, also vorrangig die ikonische Signifikation, sich in einer Kultur manifestiert. Wenn ich dort auf die Wahrnehmung und Produktion von bildlichen Bezeichnungsfunktionen, also auf die semantischen Aspekte eingehe, ist trotzdem nicht davon auszugehen, daß sich die semantische Dimension ohne Bedeutung bzw. ohne Pragmatik und Kommunikation ereignet. Unter dem Gesichtspunkt der Bezeichnungsfunktion wird der kommunikative Aspekt des Zeichens nicht relevant, weil es vorerst noch darum gehen soll, wie eine Kultur ihre optischen Zeichenmittel in der ersten Ordnung des Bildes anschlussfähig hält, um in der zweiten Ordnung als Zeichen eine kulturelle Einheit zu bezeichnen. Die nächsten Kapitel kümmern sich also weiterhin um Signifikationscodes und weniger um die Kommunikation infolge interpretierter Nachrichten.

Aufgrund der vielseitigen Verwendung gerät der Codebegriff ins Zwielficht. Ihn möchte ich kurz anhand des semiotischen Dreiecks spezifizieren. Wenn ein Medium in erster Ordnung so encodiert wurde, daß es in seiner primären Darstellungsform als zweite Ordnung von kommunikativen Zeichen erkannt werden kann, dann sollen die regelhaften

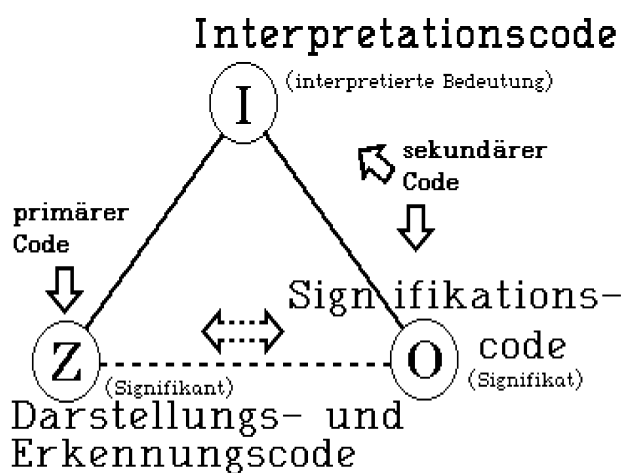


Abb. 8: Codes in zweiter Ordnung

Mechanismen der materiellen Umsetzung als primärer Darstellungscode und die regelhaften Mechanismen des Erkennens als primärer Erkennungscode von Zeichen benannt werden. Der *sekundäre Code* [s.S. 15] erläuterte sowohl eine Regel im Objektbezug (Signifikat) als auch eine im Interpretantenbezug. In zweiter Ordnung beschreibt der sekundäre Code somit die Bezeichnungsfunktion eines Zeichens,

also die Beziehung vom Zeichen zum Objektbezug, vom Signifikant zum Signifikat. Diese Beziehung wurde als Signifikationscode einer Kultur verstanden [s.S. 141]. Da Signifikationen nicht ohne interpretierte Bedeutungen auskommen, fasse ich diese weitere Beziehung als Interpretationscode einer Gesellschaft auf. Auch dieser letzte Code im Interpretanten eines Zeichens gehört zum sekundären Code, weil finale Interpretanten auf Objektbezüge im kommunikativen Bereich angewiesen sind. Ob diese, hier als Code gefaßten Zeichenaspekte, in jeder Hinsicht regelhaften Strukturen folgen, bleibt auf die Gesamtheit von Bildern bezogen fraglich. Um aber zu klären, warum es fraglich ist, meine ich, daß die vorgeschlagene Differenzierung mehr Orientierung als Desorientierung bietet.

## 2.5. Wie muß man etwas kennen, um nicht blind zu sein?

In etymologischer Beschreibung kennzeichnet das Verb »wissen« die Folgeerscheinung von »erblicken« und »sehen« als »wissen« im Sinne von »gesehen haben«. Demnach entsteht Wissen dadurch, daß etwas aus der sinnlichen Anschauung hervorgeht und erinnert werden kann. Dieses Eigentum, das sich aus persönlichen Erfahrungen kondensiert, behält ein Individuum als *etwas*, welches für das bereits vergangene »*Etwas gesehen haben*« steht. Man bemerkt hier die Definition des Zeichens: ein Individuum behält Wissen als kommunizierbares Zeichen für »etwas anderes« und »Vergangenes«, worauf es mit dem

Zeichen rekurren will. Andererseits können Individuen von etwas wissen, was sie niemals direkt mit den Augen verfolgt haben. In einem solchen Fall würde niemand behaupten, daß die Gegenstände von der sinnlichen Anschauung her *bekannt* wären, sondern man würde behaupten, daß man von ihnen *wußte*, oder daß man sich von ihnen eine bewußte Vorstellung machen könnte. Zwar spricht man heutzutage manchmal schon vom »*Kennen*« eines Gegenstandes, wenn lediglich eine Repräsentation (Bild) von ihm gesehen wurde. Dennoch merkt jeder sehr schnell im direkten Anblick des vermeintlich bekannten Gegenstandes, daß er nur gewußt wurde. Offenbar kommt Wissen ohne die direkte Anschauung aus und ist mittels Zeichen darstellbar.

Im Unterschied zum »*Kennen*«, welches seinen Gegenbegriff im »nicht Kennen« bzw. der »Unkenntnis« hat, verfügt »*Wissen*« über *zwei* Gegenbegriffe, nämlich über den des »*Irrtums*« und den des *bewußten* »*Nichtwissens*« [vgl. Ebert 1974/44f.]. Wenn man allein von Gegenständen etwas weiß, ohne sie selbst gesehen zu haben, befindet man sich mitunter im Irrtum über ihre reale Faktizität [s.S. 27 (Non-Ego)]. Beim »*Kennen*« ist das anders, der Kenner(-blick) hat durch Erfahrung etwas zur Kenntnis genommen, was er nicht kannte; wenn er es aber kennt, wird er sich nicht im Irrtum darüber befinden, daß er es auch tatsächlich erfahren hat. Er kann sich täuschen. Trotzdem wird ihm die Wahrnehmung einer Täuschung, die eventuell zum interpretierten Irrtum [Drittheit] führt, keine Erfahrung [Zweitheit] sein, die nicht erfahren wurde. Auch Sinnestäuschungen führen zu "wahrhaftigen", wirklichen Erfahrungen, indessen Irrtümer nicht zu wahrhaftigem Wissen führen. Selbstverständlich besteht die Möglichkeit, nicht mehr zu wissen, daß man etwas kennt oder weiß, was ein »*Vergessen*« wäre, und andererseits kann man bemerken, daß erstens schon etwas bekannt war, was einem »*Wieder-erkennen*« gleichkäme, und zweitens kann etwas »*wieder-erinnert*« werden, das schon »*Wissen*« war.

Worauf ich hinaus möchte, ist, daß »*Kennen*« auf der an ein Individuum gebundenen direkten Wahrnehmungspraxis eines Bildes beruht, demgegenüber »*Wissen*« nicht zwangsläufig die direkte Bild- und Gegenstandserfahrung involviert. »*Wissen*« entdeckt eine Person auch ohne die tatsächliche Wahrnehmung eines Gegenstandes, wohingegen »*Kennen*« zunächst aus dem individuellen Bewußtseinsereignis einer Wahrnehmungskonstruktion entsteht und dann als »*Wissen*« mittels Zeichen kommunizierbar wird. »Etwas *Kennen*« kann keinesfalls durch Zeichen allein vermittelbar sein, weil »*Kennen*« erst im direkten Gegenüber des Gegenstandes erlernt und internalisiert wird; »*Wissen*« benötigt den Gegenstand nicht, weshalb es auch anhand von Zeichen mitteilbar und entäußerbar ist. Dies führt zur folgenden Differenz: Wissen (Wissenschaft?) vermittelt sich durch Zeichen, *Kennen* (*Kennerschaft*) bedarf der direkten Kontakt-Erfahrung eines Gegenstandes,

weshalb sich Kennen *nicht* ausschließlich kraft Kommunikation vermitteln läßt. Auf die Gefahr hin, im Irrtum zu sein, kann man etwas von Bilder- und Lebenswirklichkeiten wissen oder sich vorstellen, ohne etwas von ihnen kennengelernt und erfahren zu haben. Im Gegensatz dazu hat man beim »Kennenlernen«, auch wenn man einer Sinnestäuschung unterlag, dennoch in der Anschauung einen Gegenstand oder eine Situation bei körperlicher Anwesenheit [Zweitheit] erfahren. »Kennen« geht also aus praktischer Anschauung und Handlung hervor, während diese spezifische Praxis für zeichenvermitteltes »Wissen« verzichtbar bleibt.

Hier bekräftigt sich: die zeichenvermittelte Kommunikation von kulturellem »Wissen« kann nicht auf die psychische Wirklichkeit eines Individuums reduziert werden, weil Kulturen mittels Zeichen bzw. Bildern vielfach unüberblickbares Wissen über solche Gegenstände angehäuft haben, die schon lange nicht mehr von einem Menschen im ursprünglichen Milieu kennengelernt werden können. Deshalb verlangen die segmentierten Zeichenspuren unentwegt nach einer Interpretation des sedimentierten Wissens durch andere Zeichen, die natürlich den Irrtum keinesfalls ausschließen, sondern ihn vielfach sogar fördern [s.S. 22].

Insofern der »*Beziehungsaspekt*« von Kommunikation dirigiert, wie der Darstellungscode selbst eine dynamisch erfahrene Botschaft übermittelt, unterstützt er die Besonderheit von »Kennen« [s.S. 122]. Zunächst muß eine Person nämlich zum syntaktischen Code eine Beziehung aufnehmen, damit ihr das Kennengelernte etwas anderes bezeichnen kann. Ohne erlernte Syntax bezeichnet ein Zeichen lediglich in Ausnahmefällen »etwas anderes«. Dieses besondere Ereignis impliziert »Kennen« eigens dadurch, daß ihm ein »Beziehungsaspekt« in der Kommunikation zugrunde liegt, der über reine Kommunikation von symbolischem Wissen keinesfalls nachholbar ist. Denn im Beziehungsaspekt der Kommunikation, im expressiven Ausdruck der Darstellungsformen selbst wird ein direktes und sinnliches Kennenlernen der Lebensweltkontexte (Sozialintegration) notwendig, über den der »*Inhaltsaspekt*« von Wissen allein Unzureichendes vermittelt. Dies stützt sich darauf, daß unter dem Beziehungsaspekt die Darstellungsweise als Index ("Signal") fungiert, der eine vage Stimmung, ein ungenaues Gefühl direkt bewirkt, weshalb er vorrangig an biographische Lebensweltkontexte und Lernsituationen gebunden bleibt. So werden beispielsweise die religiösen Malereien des Mittelalters niemals unter dem damaligen Beziehungsaspekt betrachtet werden können, weil wir heutzutage andere Darstellungscodes internalisiert haben, die jener Darstellungsform eine eher unterhaltsame Wirkung und eine unbeholfene Weltsicht zuschreiben. Der Ernst jenes tief religiösen Weltbildes dürfte deshalb heutzutage selten so nachfühlbar oder nacherlebbar sein, wie er

vermutlich damals gemeint war. Aus diesem Grund meine ich, daß *zeichenwirksame Zeitspannen* den Beziehungsaspekt wesentlich drastischer betreffen als den Inhaltsaspekt der Darstellung. Denn die Eigenkommunikation der bildlichen Darstellungscodes verändert sich in Graden ständig und bewirkt - selbst nach kurzen Perioden - jeweils andere Erfahrungen, die in der Kommunikation von Wissen nur ungleichwertig nachholbar sind. Darüber hinaus indiziert der kennengelernte Beziehungsaspekt von Darstellungscodes auch, auf welchem kommunikativen Niveau ein Bild gemeint ist. So müssen beispielsweise gegenwärtig ernst gemeinte Nachrichtensendungen auf die Bildgeschwindigkeit von alten Stummfilmen verzichten, weil deren damals unfreiwilliger Slapstick, der mit der Tücke des Objekts zu kämpfen hatte, heutzutage über eine Komik verfügt, die die emotionale Interpretation des Lachens provoziert.

Die Diskrepanz zwischen »Kennen« und »Wissen« weisen auch kunsthistorische Bücher auf, die mittels Fotografien von Bildern neben anderen Zeichen ausschließlich »Wissen« über bildliche Gegenstände ausrichten; solche Bücher kommunizieren visuelle Kommunikation über visuelle Kommunikation. Oftmals läßt sich sogar ihr kulturelles Hochglanzwissen im Hinblick auf die kennengelernten Bildwirklichkeiten kaum so bestätigen, wie es z.B. viele Kunstkataloge gegenüber dem bleichen, auf Papier getuschten Bild "Der Schrei" von Edvard Munch behaupten. Künstler indessen »kennen« das Problem der zeichenhaften Vermittlung, weshalb sie auch kopräzente Kenner schätzen, da sie ihnen mittels anderer, z.B. sprachlicher und bildlicher Zeichen, wenig und am besten gar nichts über Bildgegenstände mitteilen müssen. Um Bilder »kennenzulernen«, sind ihre metakommunikativen Beziehungsaspekte direkt zu erfahren. Dies begründet teilweise, warum moderne Kunst mit Verstehensproblemen zu kämpfen hat. Sie vollbringt es immer weniger, emotionale Erlebnissituationen so zu gestalten, daß sich ungestörte Beziehungsaspekte zur materiellen Syntaktik von Kunst und zum Künstler ergeben. Sobald diese direkten Kontakte mit bildnerischen Konzeptualisierungsakten und künstlerischen Lebenskontexten ausbleiben, erlebt das Publikum den kulturellen Beziehungsaspekt der Formen selten dem Künstler verwandt [hierzu Bourdieu 1982/120f.]. Daher kompensiert das Publikum dieses Beziehungsdefizit: es versteht manche Kunst der letzten Jahrzehnte vielfach über verbalisiertes Wissen und Inhaltsaspekte, wohingegen es Beziehungsaspekte eher als Distanzerfahrung zu Lebenskontexten von Künstlern verspürt. Doch ohne Beziehungsaspekte, d.h. frei von Eigenkommunikation der heutzutage schöpferischen und damaligen kultischen Farbe und Form, wird moderne Kunst vermutlich ihre kommunikative Anbindung an das Publikum verlieren, denn genau diese metakommunikative Ausdruckskraft war ihr kommunikatives Leistungsmerkmal. So wie Musik ohne Ton

stumm bleibt, so zieht Kunst ohne jede Ausdruckskraft niemanden mehr in den Bann, der in persönlicher Betroffenheit noch Beziehungsaspekte zum Werk oder zum Künstler verwirklicht.

Beim Massenmedium »Fernsehen« verhält es sich anders. Dessen regelhafter Darstellungscodex in der Perspektive verwirklicht einen Beziehungsaspekt, der sich nicht auf individuelle Phantasie ausrichtet, sondern über vorgetäuschte Wirklichkeit. Und zur Wirklichkeit hat erstens jeder eine Beziehung, und zweitens verführt sie in Graden jeden zur Betroffenheit. Infolge der großen Zeitspannen, die Individuen für den täglichen Konsum von Fernsehbildern aufwenden, werden die Zuschauer zur echten Kennerschaft elektrifizierter Bilderwelten verleitet, weshalb sie von der "wirklichen" Welt auch mehr »wissen« als »kennen«. Der soziale Erfolg besteht bei solcher Kennerschaft der Bilder in wenig mehr als darin, eine kommunikative Beziehungsroutine voranzutreiben, die ein Wissen darum ermöglicht, wie sich etwas dem Anschein nach in der Ferne vorgestellt werden soll. Es wird daher mehr über die Welt gewußt, als in der naheliegendsten Lebenswirklichkeit gekannt wird. Andererseits kann sich die Idee einer Weltgesellschaft nur dann realisieren, wenn sie durch Wissen über eine ansonsten in der Komplexität unerfahrbare Welt verwirklicht wird. Einem solchen Vorhaben kommen interkulturelle Kommunikationsmedien, wie die Television eines ist, zumindest entgegen. Sie verkünden aufgrund ihres hohen Bekanntheitsgrades ein annähernd weltweites und zeitgleiches »telepräsenes Wissen«. Jedoch geben die elektronisch konzeptualisierten Bildzeichen nicht nur Nachrichten in Echtzeit als »telepräsenes Wissen« weiter, sondern verbreiten außerdem auf einfachste, wenn auch vergänglichste Weise, optische Informationen. Denn der für Bilder ausschlaggebende Umstand besteht darin, daß sie mittels optischer Information eine Wahrnehmungserfahrung erzeugen, die sich nicht auf Wissen reduzieren läßt, da sie auf das persönliche Kennenlernen präsenes Bilderwelten angewiesen ist. Daher verwirklichen Bilderfahrungen im jeweiligen "Jetzt" weltweite Beziehungsaspekte zum televisionären Kommunikationsmedium, das eine Realitätskonstruktion als optische Wirklichkeit vorzutäuschen sucht.

Nachdem kulturelle Beziehungsaspekte der Kommunikation berührt wurden, haben Kennen und Wissen ebenfalls eine epistemologische Relevanz. Denn aus dem Unterschied zwischen »Kennen« und »Wissen« wird meines Erachtens verstehbar, warum Gibson behauptet, daß "... das kantische Dogma 'Erfahrung ohne Begriffe ist blind' über Bord zu werfen ..." [Gibson 1982/4] sei. Für die wahrnehmungstheoretische Position Gibsons leuchtet ein, daß wir es im Wahrnehmungszyklus in bezug auf Bilder lernen, Empfindungen als Wahrnehmung zu differenzieren. Ebenso bleibt vertretbar, wenn die

Kindesentwicklung betrachtet wird, daß das Sehen sich infolge direkter Kontakt-Erfahrungen mit figural-qualitativen Gegenständen (Bildern) spezialisiert und erste Begriffe aus einem »Kennenlernen« von Gegenständen (Bildern) teilweise hervorgehen [s.S. 57 (Metzger), S. 93 Fußn. 41, S. 66 Fußn. 19]. Allein aus apriorischen Ideen können sich Individuen ebensowenig auf Sehen spezialisieren, wie sie Steuerung eines Drei-, Zwei- oder Einrades ohne Gegenstand, ohne »pragmatic turn«, kaum mit Erfahrungssicherheit lernen werden. Mit der heutigen Gier nach Zeichen und nach vermitteltem Wissen verabschiedet sich unsere Kultur zwar scheinbar von der Selbstverständlichkeit individueller Körperlichkeit, jedoch stehen diesem Entkörperlichungsversuch die besonderen Wahrnehmungsanforderungen entgegen. Auch wenn Bilder die verbreiteten Produktions- und Perzeptionsbedingungen annehmen, die zur leiblichen Enthaltbarkeit treiben, so trainieren Bilder trotzdem das Betrachterauge beim zunehmend "entkörperlichten" »Kennen«. Selbst bei modernen Wahrnehmungsangeboten, die die Körperlichkeit in den Hintergrund drängen, verwirklicht sich eine *strukturelle Kopplung* an Bildgegenstände der direkten Umgebung. Wäre dies ausgeschlossen, könnten Individuen nichts kennenlernen bzw. keine gegenstandsbezogene Praxis realisieren. Diese Wahrnehmungspraxis basiert unverkennbar auf einer visuellen Gewohnheitsbildung (*Assimilation*). Die Wahrnehmungspraxis sollte trotzdem keinesfalls so verstanden werden, als ob »Kennen« oder Können schwankungslos vorkommen, da nach wie vor syntaktische Codeabweichungen (Sinzeichen) im Bild einen indexikalischen Aufmerksamkeitszwang hervorrufen und obendrein einen gewissen "Könnenszweifel" [Tenbruck 1989/23] übrig lassen.

Um die Komplexität von Bildern wahrnehmen zu können, benötigen Individuen eine Wahrnehmungsfertigkeit, die sie kaum durch zeichengebundene Wissensvermittlung erlernen. Fertigkeiten sind Grundelemente der körperlichen Handlungsweisen, die auch im Fall der Bilder am Gegenstand kennengelernt werden. Hierzu meinen Schütz und Luckmann recht treffend: "So sind die Grenzen des Körpers und sogar die Erfahrung des Körpers als einer Einheit nicht in gleicher Weise und nicht einmal im gleichen Grad gesellschaftlich (d.h. vor allem sprachlich) objektiviert" [Schütz u. Luckmann 1979/143]. Aus diesem Grund stimme ich Gibsons Kritik an Kant in einer Erweiterung um Zeichen zu, die dann lautet: sehen ohne Zeichen bleibt nicht blind, weil Zeichen (Vorstellungen, Begriffe) von dem, wie etwas aussieht, im Ursprung Symptome des Sehens von körperlich kennengelernten Bildern und Gegenständen sind. Um Bilder in ihren optischen Segmentierungsformen kennenzulernen, müssen sie direkt gesehen werden; ausschließlich das *unerfahrene* oder das von Vorstellungen, Zeichen und Begriffen befangene Auge sieht wenig.

Mit Blinden wird man niemals visuell kommunizieren können, da sie das Sehen nicht kennenlernen. Auf der anderen Seite wird man aber ebenfalls niemals mit jemandem erfolgreich kommunizieren, wenn derjenige gegenüber gesehene Zeichen keine oder unangemessene Interpretationen bzw. Begriffe verwendet. Mit der berechtigten Feststellung, daß wahrnehmungsmäßiges Sehen ohne Begriffe auskommt, hoffte Gibson das Kantische Dogma "Erfahrung ohne Begriffe ist blind" aus dem Weg zu räumen. Hiermit schrieb er die Sehfähigkeit dem Wahrnehmungssystem zu. In diesem verwirklichen sich optische Informationen zur Bewußtseinsfähigkeit [Zweitheit], wodurch wir *kennenlernen*, »wie« wir Informationen sehen können. Demgegenüber vernachlässigte Gibson aber, daß wir ohne Begriff, Intention, Idee oder Vorstellung nicht wissen, »was« wir sehen. Kant begründete nämlich, inwiefern eine sinnliche Anschauung [Zweitheit] zu einem Begriff des reflektierenden Verstandes [Dritttheit] wird. Dies zeigte Kant folgendermaßen auf und wurde von Peirce [s.S. 33] beachtet:

"Unsre Natur bringt es so mit sich, daß die Anschauung niemals anders als sinnlich sein kann [Zweitheit] ... Dagegen ist das Vermögen, den Gegenstand sinnlicher Anschauung zu denken, der Verstand [Dritttheit]. Keine dieser Eigenschaften ist der anderen vorzuziehen. Ohne Sinnlichkeit [Zweitheit] würde uns kein Gegenstand gegeben, und ohne Verstand [Dritttheit] keiner gedacht werden. Gedanken ohne Inhalt sind leer, Anschauungen ohne Begriffe sind blind." [Kant 1974:III/B75,76, A51,52]

Was Kant hier Begriff nennt, kann ohne Schwierigkeit als Semiotisierung eines Gegenstandes aufgefaßt werden. Denn mit dem Begriff versteht ein Individuum das wahrgenommene Bild als Zeichen. Mit dieser Erweiterung dienen - innerhalb der sinngebenden Instanz des Verstandes - die Zeichen erst dann der konzeptualisierten Erkenntnis, wenn sie sich mit der Anschauung der (Bild-)Gegenstände verbinden, und zwar der Anschauung der (Bild-)Gegenstände, deren "... Wahrnehmungen (mit Empfindung begleitete Vorstellungen) sind ..." [Kant 1974:III/B148]. So ausgelegt, ermöglicht das Wahrnehmungssystem dem Individuum Zeicheninterpretationen (Begriffe), insofern Bildgegenstände aus der Erfahrung bekannt sind oder werden. Der Verstandesbegriff von Kant, in dieser Weise interpretiert, bedeutet: Wahrnehmung ohne das Erkennen von Signifikationen versteht keine Zeichen, denn der Verstand bedient sich Vorstellungen, also eines »Wissens«, das in Zeicheninterpretationen (Vorstellungen, Begriffe) Wirklichkeit per Urteil erfaßt. Darum deutet die Feststellung Gibsons auf eine visuelle Wahrnehmung, die nicht im Sinne eines Kantschen Verstandesbegriffs existiert, sondern auf der Ebene der Kontakt-Erfahrung [Zweitheit] ein persönliches »Kennen« charakterisiert, welches aus den Qualitäten [Erstheit] eines Bildgegenstandes hervorgeht. Ohne die zeichenhafte Abstrak-



tion von wahrgenommenen Qualitäten bleiben Vorstellungen weitgehend bilderlos und annähernd unanschaulich. Die scheinbar ausschließliche Trennung einer gewissen Gleichursprünglichkeit und -zeitigkeit ist folgende:

Mit Kant erklärt sich, wie Bilder in sinnlicher Anschauung zu Zeichen der sinngebenden Instanz eines Verstandes werden, der eine Zeichenbedeutung des »Wissens« konstituiert. Gedanken [Drittheit] ohne konzeptualisierte Vorstellungen oder interpretierte Zeichen bleiben leer.

Gibson definiert hingegen die sinnliche Erkenntnis, die das empirische Individuum aufgrund der Auffassungsschemata im visuellen System als Information gewinnt. Gibson hat somit die Grundlage für den Kantschen Verstandesbegriff gebnet. Denn ohne Wahrnehmungssystem und Informationen [Zweitheit] wäre Verstand gedankenlos. Das ungeschulte Auge erkennt den Darstellungscode eines Bildes nicht, weshalb es solange in der Wahrnehmung verweilt, bis es *etwas* als Gestalt von etwas anderem erkennt<sup>71</sup>, bis es ein ikonisches Zeichen sieht.

Die Diskrepanz von Sehen und Zeichen/Vorstellen/Verstehen hat Pawek in griffiger Formel dargestellt: "... im Akt des Sehens überwältigt *uns* die Wirklichkeit - mit dem Begriff [Zeichen] bewältigen wir die Wirklichkeit (oder meinen wir, sie zu bewältigen)" [Pawek 1963/93]. Aus dieser Differenz wird ersichtlich, daß Bilder auf die sinnliche Erkenntnis eines Bewußtseins angewiesen sind, welches die Bilderwelten seiner Kultur persönlich »kennengelernt« hat. Ein Individuum, welches von Bildern »weiß«, weil es sich von diesen im Verstand einen Begriff oder eine Vorstellung machen kann, wäre in der Tat blind hinsichtlich bildlichen Darstellungsweisen und äußerst wahrscheinlich im Irrtum über das, was es zu sehen gibt. Infolge optischer Ursachen ist anzunehmen, daß Individuen einer Gesellschaft ihre Bilder kennenlernen und dadurch ihr Wahrnehmungssystem vorbewußt in *struktureller Kopplung* an das Bildmedium gewohnheitsmäßig anpassen, um so die optisch codierten Informationen zu erkennen und Zeichen in Bildern bzw. Bilder als Zeichen zu verstehen. »Kennenlernen« von Bildern bedeutet: etwas wird in der Weise gesehen, wie es in vorhandene Strukturen der visuellen Schemata bereits paßt, indem es wiedererkannt wird oder in assoziierter Relation einer Ähnlichkeit steht. Dies erreichen wir, wenn wir ein »Kennen« darüber erlangt haben, wie wir unseren Wahrnehmungskörper koordinieren müssen, "... damit eine *mögliche* Wahrnehmung zu einer *wirklichen* wird" [Pape 1989/106]. Im Kennenlernen erwirbt ein Individuum demnach die *kommunikative Zeichenkompetenz*, die es in der visuellen Kommunikationssituation benötigt, um Beziehungs- und Inhaltsaspekte von Bildern zu *sehen und zu verstehen*.

<sup>71</sup> Ein vorzügliches Beispiel hierfür geben brillenlos sichtbare 3-D Bilder [vgl. Baccei 1994].

Unumgänglich verliert ein Individuum mit der vorbewußten Kopplung an ein Bildmedium die "Unschuld" eines unverstellten Blicks, welcher als die Erfahrenheit der visuellen Auffassungsgabe und nicht - wie es häufig mit dem Begriff der Schuld geschieht - als Verfehlung beurteilt werden sollte, wie es z.B. Bourdieu [vgl. 1974/162, 180] durchschimmern läßt. Bei dieser visuellen Auffassungsfähigkeit des Blicks muß jedoch unterschieden werden zwischen einem Kennerblick, der viele verschiedene Differenzen wahrnimmt, und einem Blick, der alles als Zeichen erkennt und als Zeichen zu begreifen *weiß*, aber eigentlich wenig Differenzen wahrnimmt. Mit einer solchen Unterscheidung können wir dann Bilderwelten kennenlernend wahrnehmen und benötigen außerdem *nicht* die Ansicht, daß "... wir zwar Wörter ohne eine Welt haben [können], aber keine Welt ohne Wörter oder andere Symbole" [Goodman 1984/19]. Wer die Welt als Zeichen oder Sprache hat, hat Zeichen, sieht aber keinesfalls seine Welt oder seine Bilderwelt als Gegenstand seiner körperlichen Erfahrungen, von dessen Wirklichkeit aus er Welt erst konstruieren kann. Auch Goodman hatte dies einmal erkannt, als er feststellte: "Reden schafft nicht die Welt und auch keine Bilder, aber Sprache und Bilder sind an der Schaffung ihrer selbst und der Welt, wie wir sie kennen, beteiligt" [Goodman 1973/98]. Und wie diese zeichenhafte Welt, die nicht die Weltwirklichkeit ist, optisch in Kulturen codiert wird, dazu jetzt.

### a) Erkennen eines ikonischen Signifikationscodes

Die visuelle Wahrnehmung erlernt ein Individuum partiell unvoreingenommen. Im Gegensatz zu den Positionen von Eco [vgl. 1971/76], Kanngießler u. Kriz [vgl. 1983/93] können die allgemeinen Wahrnehmungsbedingungen von Gegenständen nicht als *Wahrnehmungscodes* aufgefaßt werden. Täte man dies, müßten sogar nie gesehene Gegenstände, das Bildhaft-Neue oder einzelne Phänomene verschiedener Blickrichtungen bereits als vorab in Zeichen codiert gelten; visuelle Akkommodation wäre dann unmöglich. Bildgegenstände konstituieren sich zwar infolge optimierender psychischer Konstruktion, trotzdem erscheint bei einer individuell kreativen oder erstmaligen Wahrnehmung das Feld der Sinnesreize nicht, wie Eco unrichtig hervorhebt, "... als Signifikant [Zeichenmittel] eines möglichen Signifikats [Objektbezugs], über das ich bereits vor dem Wahrnehmungsereignis verfüge" [Eco 1991/222]. Bourdieu mutmaßt sogar noch drastischer: "Es gibt keine Wahrnehmung, die nicht einen unbewußten Code einschliesse" [Bourdieu 1974/162]. Solche Vorstellungen, die rasch im normativen Soziologismus münden, implizieren, daß Personen bis in die Wahrnehmung hinein sozialisiert werden könnten oder bereits mit gesellschaftlichen Wahrnehmungsgewohnheiten im Kopf geboren werden. Dies würde

ihnen verwehren, daß sie angeborene Wahrnehmungsfähigkeiten im Lernen optimieren, also einüben, wie vorbewußte Empfindungen zu ordnen sind. Sie hätten von vornherein jede Unterscheidungsleistung als Regel wissen müssen. Eine erste kreative Wahrnehmung impliziert jedoch keine Regel, und deshalb auch keinen Code. So weit, wie das Auge reicht, profitieren beispielsweise künstlerische Gebilde, Satelliten- oder Röntgenaufnahmen von Möglichkeiten, die in kreativer Wahrnehmung zu einer solchen ersten Ordnung erhoben werden, die ein regelloses (Sin-)Zeichen zweiter Ordnung erkennen läßt. Wenn alles in der Welt codiert und regelhaft determiniert wäre, wie sollte jemals etwas Neues oder eine unkonventionelle Idee auftauchen. Wohlgedacht, ich meine lediglich, daß nicht jede Wahrnehmung vorab codiert ist, denn, wie mit Piaget gesagt, wird sehr vieles unbewußt assimilatorisch ("regelbestimmt ähnlichmachend") wahrgenommen [s.S. 103]. Die Begründung eines Wahrnehmungscode stößt auf die Schwierigkeit, zu erklären, wo die je nach Raum und Zeit unterschiedlichen optischen Informationen eine Regel aufweisen. Die einzige Regel, die infolge der Wahrnehmung erster Ordnung vorkommt, besteht darin, daß wir im Fluß der wahrgenommenen Informationen vielfach ununterbrochen die gleichen Zeichen zweiter Ordnung wiedererkennen. Sofern wir wahrgenommene Gegenstände tatsächlich mehr als eine Zeichenwelt begreifen - also selten hinsehen, wie etwas aussieht - erscheint der von Eco [vgl. 1971/76; 1972/204, 246; 1991/274] verwendete Begriff des Erkennungscode geeigneter. Ein Erkennungscode beschreibt eine Regelmäßigkeit der Wahrnehmung dadurch, daß die Wahrnehmungsverhältnisse von bildlichen Zeichen mit einem schon erfahrenen *Bedeutungszusammenhang* einer kulturellen Einheit/einem kulturellen Signifikat *wiedererkannt* werden. Wirkt sich im Bewußtsein nämlich eine Erinnerung aus, die sich von einem vorangehenden semiotischen Akt zweiter Ordnung ableitet, dann wird etwas als Zeichen wiedererkannt. Im Wiedererkennen bemerkt man also eine bereits erlernte Wahrnehmungserfahrung, weshalb auf dieser Stufe ein früherer semiotischer Akt den freien Assoziationsablauf mit der erlernten Bilddecodierung unterbricht. Die visuelle Assimilation übergeht hier die visuelle Akkommodation aufgrund des pragmatischen Lernerfolgs eines Wiedererkennens von bekannten Darstellungsformen mit vorrangig ikonischen Objektbezügen. Beispielsweise erkennt man ohne genau hinzusehen sehr schnell den Objektbezug (das Signifikat / die kulturelle Einheit) »Jesus am Kreuz« aufgrund der erlernten Erfahrung mit dem Darstellungscode eines bildlichen Zeichens (Signifikanten) »perspektivisches Bild von Jesus am Kreuz«, weil der Interpretant für »perspektivisches Bild von ..." schon bekannt war. Wie das Antlitz Jesu dargestellt wurde, bleibt dann vorerst unwichtig.

Zurück zum Wiedererkennen: bei diesem Vorgang steht ein erlerntes Wahrnehmungsschema dem primären Darstellungscode des Zeichenmittels gegenüber, was dazu führt, daß der Bildgegenstand schnell decodiert, als Zeichen erkannt und das Signifikat

mühe los bestimmt werden kann. Anhand des *Wiedererkennens* begründet sich ein ikonischer Signifikationscode, der erst dann wirksam wird, wenn ein Individuum kulturell vorgegebene Oberflächensegmentierungen von Bildern und ihre ikonische Beziehung zu kulturellen Einheiten »*kennengelernt*« hat. Ein solcher ikonischer Signifikationscode verwirklicht, daß »*etwas*« schlagartig als ein bestimmtes Zeichen mit ikonischem Objektbezug wiedererkannt wird. Insofern löst kein primärer Wahrnehmungscode, sondern ein primärer Erkennungscode die Signifikationsbeziehungen von Bildern aus. Infolgedessen stabilisiert dieser sich im kulturellen Gebrauch als ein *konsensueller Bereich* der visuellen Kommunikation. Der Erkennungscode verdeutlicht das, was im vorletzten Absatz mit dem von Eco unzutreffend benannten Wahrnehmungscode dargelegt wurde. Wiedererkennen beruht auf einem ursprünglich semiotischen Akt, weil die konzeptualisierte Struktur des Bildes (Zeichenmittels) tatsächlich schon vorab bekannt und erfahren war; eine signifizierende Form und Farbe fällt dann nicht mehr als Gegenstand auf, sondern als vertrauter Zeichencode wieder ein. Der Bildgegenstand wird also sofort als Zeichen einer bildlichen Darstellungsregel wiedererkannt und nicht als repräsentationsloser Gegenstand erfahren. Dieses Phänomen erleben wir täglich, indem wir in Bildern alles mögliche wiedererkennen und die Bedeutung und den Objektbezug der Zeichen angeben können, aber nicht bewußt wahrnehmen, wie die optische Struktur des Bildgegenstandes etwas veranschaulicht hat. Vergleichbar zu den von Piaget beobachteten Kindern, gilt auch für den Erwachsenen: "Wenn das Objekt zu bekannt oder ständig präsent ist, läßt die Automatisierung, die der Gewohnheit eigen ist, keine Gelegenheit zum bewußten Wiedererkennen aufkommen" [Piaget 1974a/17]. Das Wiedererkennen von Signifikationsbeziehungen in einer Kultur stabilisiert sich deshalb auf eine Weise, die dem Betrachter nur selten bewußt wird. Er teilt hier mit allen anderen Betrachtern einen konsensuellen Wahrnehmungsbereich, den sie sich im sprachlichen Konsens nur noch bestätigen, indem sie die bildlichen Zeichen ihrer Kultur aus Gewohnheit für die gegenstandsadäquatesten halten.

In diesem flüchtigen Konsens erreichen Bildbetrachter eine Gemeinsamkeit, die sie sich kommunikativ mittels weiterer Zeichen verifizieren. Dies geschieht nach der bürgerlichen Grundregel vornehmlich dann, wenn das weitere Zeichen eines des positiven Schweigens bei fortdauernder Anwesenheit ist. So fungiert z.B. Fernsehen als eine der Beschäftigungen, bei der Individuen ihre Sozialintegration gewohnheitsmäßig ertragen und bestätigen, ohne daß sie miteinander reden müssen und wollen. Gerade Gerede ließe die Nähe gemeinsamer Bildbetrachtung leicht in Konflikt umschlagen. Nur der finale Interpretant "Das war ein schöner Film" unterstützt die Gemeinschaft oder katapultiert denjenigen, der die Filmbilder nicht gegenstandsadäquat fand, auf für die Gemeinschaft *unverständliche* Weise aus der Konsensprojektion seiner naheliegendsten Sozialintegration. Auf unver-

ständige Weise deshalb, weil sich der ikonische Signifikationscode nicht logisch, sondern allein als ästhetische Gewohnheit begründen läßt; und wer der Gewohnheit und Vertrautheit entgegenhandelt oder sich diese nicht zu eigen macht, durchbricht zeitweilig jedes Gefühl von Zusammengehörigkeit. Positives Schweigen hofft daher auf soziale Immanenz, Reden riskiert Differenz. Die Zeremonie der schweigenden Immanenz läßt einen Grund dafür erahnen, daß der Signifikationscode von Foto-, Video- und Computerbildern lange Zeit nicht als Kunst gelten durfte, gemalte Bilder heutzutage unrealistisch erscheinen, die Kunst von fernen Ländern als exotisch gilt und der faschistische bzw. sozialistisch realistische Signifikationscode von Bildern eine "neue", unbefragte und wiedererkennbare Zusammengehörigkeit stabilisieren sollte. In unbefragten Ähnlichkeitserfahrungen festigen Individuen hier ihr kulturelles Kommunikationsmilieu, dessen Erkennungscode zwecks Grenzerhaltung jeden neuartigen Code als Bedrohung der Zusammengehörigkeit und schweigenden Immanenz empfinden läßt, je nachdem ob gesellschaftliche Tradition oder progressiver Wandel angestrebt wird.

Wahrnehmungstheoretisch löst sich der Erkennungscode dadurch ein, daß beim »etwas Kennen« zwar etwas wahrgenommen wird, aber lediglich insofern, daß es in assimilierte Strukturen der visuellen Schemata annähernd paßt, also wiedererkannt oder in Relation zu früheren Schemata akkommodiert wird. Infolge des ständigen Hinzukommens von visuellen Erfahrungen mit Bildern verfeinert und entwickelt sich die Struktur des »etwas Kennens« im Wahrnehmungssystem aktiv und passiv. Ein Individuum erkennt etwas durch das wieder, was es ihm selbst be-deutete, und dies kann einerseits die Gegenstandsbedeutung und andererseits die Zeichenbedeutung sein [vgl. Jörg 1978/118]. Für das Wiedererkennen von Bildstrukturen sind daher drei Aspekte grundlegend:

- Erstens sind die vorbewußten kognitiven Schemata im Wahrnehmungszyklus [Erstheit], aufgrund deren etwas wiedererkannt wird, nicht als ein Wissen über Bildstrukturen bewußt. Die Schemata der assimilatorischen Bilderkennung ermöglichen die Evokation einer Gegenstands- und Zeichenbedeutung.
- Zweitens erreicht der Gegenstand im Wiedererkennen erst durch die eigene Reaktion eine Bedeutung [vgl. Piaget 1974a/16f.]. Auf dieser sensomotorischen Stufe [Zweitheit] - Piaget [vgl. 1974a/343ff.] nennt sie "sensomotorische Intelligenz" - bemerkt eine Person die erfolgreiche Anpassung an das optische Medium Bild. Im übertragenen Sinne Piagets, kommt dieses sensomotorische Kennenlernen keiner Sozialisation des *begrifflichen* Intellekts gleich, sondern einer praktischen Intelligenz, die im körperlichen Umgang mit den kulturellen Bildgegenständen erlernt wird. Die Konstitution der Wahrnehmungswelt resultiert deshalb aus einer körperabhängigen "visomotorischen Eroberung" [Roth 1991a/237; vgl. Piaget 1974a/346]. Diesen Vorgang hatte ich als strukturelle Kopplung des wahrnehmungsmäßigen Sehens mit dem Gegenstand Bild

beschrieben [s.S. 100]. Was das Individuum hier erfährt, ist sein eigenes Wahrnehmenkönnen einer optischen Bildencodierung seiner Kultur [Zweitheit].

- Die dritte und für den Erkennungscode grundlegende Auffassung liegt darin, daß das erfolgreich wahrgenommene »*Etwas*« als Bezeichnung für »etwas anderes« wiedererkannt wird. Mit dieser semiotischen Konstruktion wird der Darstellungscode des Zeichensmittels dahingehend decodiert, daß der Bildgegenstand und seine optische Struktur sofort *als Zeichen* wiedererkannt werden und sogleich etwas Erkennbares signifizieren. Mit dieser unkomplizierten Interpretation des Zeichens und seines angestrebten Ikons realisiert sich das Bild [Dritttheit]. Selbst ein weißer, quadratisch-flächiger Gegenstand an einer Wand, also in einem zeichenwirksamen Umgebungsraum, wird üblicherweise als ungewöhnliches Bild und damit als Zeichen assimilativ wiedererkannt, weil diese *indizierenden* Merkmale für bildliche Zeichen typisch sind. Wiedererkennen instituiert somit die kommunikative Verlässlichkeit des kulturellen Darstellungscode.

Letzteres verdeutlicht, daß der Erkennungscode auf einer Erfahrungssicherheit der Betrachter aufbaut, die der Produzent infolge einer gemeinsamen Darstellungskultur von Bildern für erwartbar hält. Im alltäglichen Fall vertraut der Bildproduzent darauf, daß seine Kommunikationspartner eine assimilatorische Hypothese antizipieren, die sie als mitlaufendes intentionales Realitätsmodell bereits konzeptualisiert haben und nun angesichts der Sinnesdaten erfolgreich "testen" [vgl. Emrich 1994/116; Roth 1991/364]. Es wird sozusagen, wenn man den Peirceschen Begriff der "Abduktion"<sup>72</sup> variieren darf, mit einer »visuell kommunikativen Abduktion« vom Betrachter gerechnet, d.h., von diesem wird erwartet, daß er sich auf die visuell kommunikative "... Methode [versteht], eine allgemeine Voraussage zu bilden, ohne irgendeine positive Sicherheit dafür, daß sie entweder in einem Spezialfall [der Kunst] oder insgesamt [für alle Kulturen] erfolgreich sein wird ..." [Peirce 1983/136; vgl. 1967 I/373ff.; 1967 II/365ff.]. Ist die »visuell kommunikative Abduktion« des Betrachters erfolgreich, bestätigt er seine allgemeine Hypothese über kulturelle Darstellungscodierung. Er wird diese gegenüber dem gegebenen Bildexemplar assimilatorisch wiedererkennen. Er erwartet hier aus Gewohnheit eine kulturelle Darstellungsregel, deren *Resultat* zum Wiedererkennen des Bildes führt, woraufhin er den *Fall* schließt, daß das Bild eine Mitteilung seiner Kultur sein wird. Eine kreative Semiotisierung einer vorerst unbekanntem Darstellungsweise bleibt bei Erwartungserfüllung folglich aus. Demgegenüber ermöglicht die »visuell kommunikative Abduktion« aber auch, daß der Betrachter seine kommunikative Kompetenz kreativ erweitert. Kreative

<sup>72</sup> Im Unterschied zum Schlußverfahren der Deduktion und der Induktion benennt Peirce das Schlußverfahren der "Abduktion" als eine Hypothese folgender Art: "*Regel*. - Alle Bohnen aus diesem Sack sind weiß. *Resultat*. - Diese Bohnen sind weiß. •. *Fall*. - Diese Bohnen sind aus diesem Sack" [Peirce 1967 I/367].

Abduktion kommt vor, sobald der Betrachter von (künstlerischen) Spezialfällen etwas in akkommodierender Weise lernt, was seine Erwartungshaltung (Regel) durchkreuzt, weil es ihm zunächst unbekannt war, und nunmehr zu seiner spontanen Überzeugung oder Idee (von einer neuen "Regel") wird [vgl. Pape 1994/30ff.].

Hätte ein Bild keinen Darstellungscode, wäre es als spezifischer Gegenstand der visuellen Kommunikation schwer assoziierbar und müßte immer wieder als kommunikative Mitteilung bestimmt werden. Der visuell kommunikative Darstellungscode erfüllt seine Funktion, indem er grundsätzlich vollständige Übereinstimmungen zu Wirklichkeiten und Gegenständen verhindert. Um seinen kommunikativen Appell nicht zu verwirken, duplizieren beispielsweise auch sehr "realistisch" wirkende Bilder von Tischen nie einen Tisch. Das homöomorphe Duplikat eines Tisches verliert den Zeichenstatus, der im Darstellungscode demonstrativ »bildliche Darstellung« indiziert. Realistisch wirkende Bilder indizieren wiedererkennbare Merkmale einer bildlichen Zeichenfunktion und repräsentieren *kulturelle Einheiten*, die einem Tisch ähnlich scheinen. Solche spezifischen Bildmerkmale von dem bereits semiotisierten Gegenstand Bild erkennt jeder sofort wieder, wenn sich die Raumperspektive des Bildes bei minimalster körperlicher Bewegung oder der Umstellung von zwei- auf einäugiges Sehen nicht bewegungskonform verändert. Bei Veranschaulichungen in einem stark veränderten Darstellungscode (z.B. besondere Sinzeichen in der Kunst) müssen bildliche Zeichen jedoch erst semiotisiert werden, was einen ästhetischen Erkenntnisprozeß erfordert, damit etwas Unbekanntes als Zeichen für etwas anderes durchschaut oder gegebenenfalls wiedererkannt wird. Auf der anderen Seite können auch ikonische Objekte in Bildern wiedererkannt werden, die schon in der Alltagswelt semiotisiert waren. Jede Semiotisierung basiert aber darauf, daß es Betrachter in ihrer Kultur *kennenlernen*, wie rein optische Informationen von zweidimensionalen Bildern perspektivisch "durchschaut" werden. Denn von der dreidimensionalen Welt her sind sie nicht darauf vorbereitet, ikonische Objektbezüge in Bildern zu erkennen.

Kinder lernen es frühzeitig, den primären Darstellungscode von bildlichen Zeichen wiederzuerkennen. Sie unterscheiden, bevor sie lesen können, kleine Graphiken von Schrift, wenn sie direkten Kontakt mit graphischen Vorlagen in ihrer Kultur hatten [vgl. E.Gibson 1989/52ff.]. Eine Untersuchung von Greenfield [vgl. 1971/346] bekräftigt, daß afrikanische Kinder, die den Umgang mit Fotografien nicht erlernt hatten, keineswegs die optische Struktur sofort decodieren konnten, um Gegenstände, die in der Alltagswelt bereits semiotisiert waren, auch wiederzuerkennen. Gleichfalls hängt die Wiedererkennungsfähigkeit vom Lebensalter der Betrachter ab. Junge Betrachter erkennen im Unterschied zu älteren in Bildstrukturen weniger und langsamer spezifische Zeichen von etwas [vgl.

Potter 1971/167]. Wie mit dem Begriff des ikonischen Objektbezugs formuliert, ist in allen drei Fällen nicht referierende Ähnlichkeit zwischen Bild und Gegenstand für ein Bild konstitutiv, sondern vorrangig die erlernte Wiedererkennbarkeit von primären Darstellungs-codes und von kulturellen Objektbezügen in Bildern [s.S. 41].

Ein dem Darstellungscode gegenüberstehender Erkennungscode von Bildern wäre vorhanden, wenn der Decodierungsprozeß des Zeichenmittels so rasch voran schreitet, daß die Struktur über das Quali-, Sin- hin zum Legizeichens sofort als ikonischer Objektbezug erkannt wird. Und genau dies ist der Fall, wenn wir beispielsweise einen Kinofilm betrachten und augenblicklich Personen und sonstige Objekte wahrnehmen können. Bilder im Medium der Fotografie, der Kinematographie und des Fernsehens bereiten uns in der optischen Decodierung in der Regel keine Schwierigkeiten, weil wir aufgrund des akkommodierten Darstellungs-codes sofort kulturelle Einheiten des Objektbezugs erkennen können. Diese Beziehung wäre dann tatsächlich ein *kennengelernter* Signifikationscode, der den Darstellungscode des Bildmittels (Materials) mit dem Signifikat eines Bildes kulturell etabliert. Infolge dieses Codes kann ein Individuum das Bildmittel (Material) und dessen Objektbezug (Signifikat) sofort decodieren und als visuelle Kommunikation seiner Kultur erfassen. Obwohl der Filmtheoretiker Casebier [vgl. 1991/52ff.] zutreffend einwendet, daß in bisherigen Filmtheorien die Unterstellung von Codes wenig fruchtbar war, so basiert visuelle Kommunikation dennoch auf einem Code. Es muß lediglich unterschieden werden, was codiert ist und was nicht. Als Regel behauptet sich der ikonische Signifikationscode ausschließlich in der Darstellungsform von Legizeichen. Im semantischen Bezug zum Objekt bleibt er eine ikonische, also unregelmäßige, *nicht codierte* Möglichkeit unabsehbarer Ähnlichkeitsbeziehungen zum Objekt. Es ist die kulturelle Darstellungsregel des Bildes, die Bedeutung und Funktion signalisiert, obwohl die interpretierbare Bedeutung der ikonischen Bezeichnung selbst unüberblickbar sein wird. Aufgrund der unregelmäßigen ikonischen Objektbezüge können Pasolini und Langer versichern: "Ein Bilderlexikon wäre unendlich ..." [Pasolini 1971/40] bzw. "Photographie hat ... kein Vokabular" [Langer 1984/101]. Inkorrekt folgert Langer sogleich, daß aus jenem Grund auch kulturelle Syntaktiken, die Bedeutungen indizieren, unauffindbar wären. Die Identifizierbarkeit von Kulturen widerspricht allerdings dieser Behauptung. Ein Lexikon der Darstellungs-codes von Legizeichen, z.B. eine Katalogisierung der Kunststile, wäre für eine bestimmte Kultur keinesfalls unendlich, sie wäre sogar relativ begrenzt. Daher wären entgegen Langer [vgl. 1984/102] auch "Übersetzungen" in andere Bildstile möglich. Die Kunst dokumentiert zumindest einzelne Versuche, z.B. den von Peter Greenaway, wie ikonische Objektbezüge in andersartige Darstellungscodierungen zu "übersetzen" sind, so



man denn eine nachlässige Auffassung von bildlichen oder sprachlichen Übersetzungen hat.

Den Unterschied zwischen Zeichenmittel und Objektbezug haben beispielsweise auch Eco [vgl. 1991/272] und Gombrich [vgl. 1984/274] ungenügend beachtet. Sie hefteten bildliche Konventionen an das Ikon<sup>73</sup>, obwohl gerade Konventionen nach stark geregelten Zusammenhängen verlangen, die im Ikon unauffindbar sind. Auch Barthes [vgl. 1964/158ff.; 1988/193ff.] und Schiwy [vgl. 1973/19f., 60ff.] täuschen sich in ihren strukturalistischen Semiologien, die sie in Anlehnung an Saussures sprachbezogenen Zeichenbegriff als System entwickeln. Aufgrund mangelnder Klassifikationsfähigkeiten für nonverbale Zeichencodierungen, verwechseln ihre Theorien neben vielen anderen Faktoren stets symbolische und ikonische Objektbezüge, weshalb auch ihre Begründungen von Konventionen und historischen Bestimmungen im Ikon fehlgehen. Diese Ungenauigkeit wiederholt ebenfalls die Filmsoziologie, die z.B. bei Winter [vgl. 1992/28] mit Christian Metz<sup>74</sup> meint: Filme würden wie Sprache, wie konventionelle Symbole funktionieren. Konträr zum sprachsymbolischen folgt jedoch ein ikonischer Objektbezug keinesfalls einer kulturellen Konvention und Tradition; er folgt höchstens einer subjektiven Wahrnehmungsgewohnheit. Für ikonische Kommunikationscodes, die ja sowieso ohne arbiträren Objektbezug optisch informativ wirken, reicht eine Konvention aus, die ausnahmslos im *legizeichenhaften Darstellungscode* für kollektive Wohlbekanntheit sorgt. Der Darstellungscode läßt die kulturgebundenen Ähnlichkeitsbeziehungen zum Objekt wiedererkennen, obwohl auf dieses aus diversen Standpunkten und unzählbaren, semantischen Aspektmöglichkeiten Bezug genommen wird. Zum Beispiel gehorcht die Zentralperspektive einer Darstellungskonvention im Zeichenmittel, obwohl die unendlichen Ähnlichkeiten, also die möglichen ikonischen Objektbezüge, keine zwingende Regel aufweisen.

Sobald Individuen jedoch kulturbezogene Wahrnehmungsgewohnheiten ausbilden, folgen beispielsweise farbliche Ähnlichkeitsfeststellungen zu kleinen Graden der Kultur, da sie kulturell und subkulturell schwanken. Gewiß verbietet dies die Behauptung, assoziierte Ähnlichkeitspräferenzen kämen einer starken Konvention und kulturellen Interpersonalität

<sup>73</sup> Der Unordnung im Werk von Peirce folgte eine unzureichende Rezeption, die einen monumentalen Sumpf heraufbeschwörte, der darin besteht, daß viele Autoren die Objektbezüge (Ikon, Index, Symbol) noch nachvollziehen konnten, dann aber diese Objektbezüge als vollständige Zeichen ohne Zeichenmittel und Interpretantenbezug behandelten. Diese wissenschaftlich tradierte Konfusion mündete zuletzt darin, daß Scholz in seiner an Goodman orientierten Bildtheorie den "... Eindruck ... [hat], von der Trias Ikon - Index - Symbol bliebe nur die Unterscheidung zwischen Index und Symbol übrig ..." [Scholz 1991/150].

<sup>74</sup> Metz schrieb auch, Kino wäre eine "Sprache ohne Sprache" [Metz 1972/95] im Sinne Saussures von *langage* (menschliche Rede/Ausdrucksweise) ohne *langue* (konventionelle Sprache).

nach, die beide methodologisch allgemein nachprüfbar Standards standhielten. Doch läßt sich feststellen, daß ausgewählte Ähnlichkeitspräferenzen sozusagen *supra*-subjektiven Gewohnheiten im Sinne von *übergreifenden* Beistandsbestätigungen folgen, ohne sich allerdings standhaft umrissenen Plausibilitätskriterien zu beugen. Solche schwachen, da supra-subjektiven Konventionen der kulturellen Ähnlichkeitsbezüge zeigen sich beispielsweise dann, sobald man die alten, farblich grellen Technicolor Filme betrachtet. Diese wirken heutzutage eher unangemessen und überaus ungewöhnlich in der Farbgebung, weil viele von uns die farbliche Präsenz bei gleichzeitiger Kontrastverminderung von Sony-Videokameras aus Gründen bevorzugen, die recht instabil ästhetisch, emotional und geschmacklich motiviert sind.

Wie unkompliziert einzusehen ist, dienen nicht die "weichen" sondern die "harten" Konventionen im Darstellungscode der visuellen Kommunikation. Ausschließlich sie können auf "verabredete" Interpersonalität hoffen. Beispielsweise gelten Bilder von Picasso, Klee, Ernst, van Gogh und Kiefer vielfach als moderne Kunst, weil sie in einigen Gegebenheiten die *Darstellungskonvention* europäischer Bilder brechen. Sie bringen erfindungsreiche Sinzeichen zur Präsentation, woraufhin unvertraute ikonische Objektbezüge "von allein" sichtbar werden. Inzwischen ist es allgemeine Meinung, daß unsere moderne Kultur, wie bereits einmal in der Romantik, im Bereich der Kunst konventionell antikonventionell eingestellt zu sein hat. Infolge dieser Maßregelung, die die historische Retrospektive in der Kunst verbietet, darf z.B. kaum ein Maler, der seine zurechenbare Wertschätzung anstrebt, Anselm Kiefer im Malstil zitieren, obwohl er es technisch durchaus könnte. Die langen Stilperioden relativ gleichförmiger Darstellungscode im christlichen Mittelalter, in der Renaissance und im Barock erinnern daran, daß die Suche nach unkonventionellen, stark individualisierten Darbietungsweisen nicht ununterbrochen das dringlichste Problem war, damit zweifelsfreie ikonische Objektbezüge und Inhalte kommuniziert oder als quasi Kommunion empfangen werden konnten [hierzu Hauser 1974/36f.]. Für visuelle Kommunikation sind solche Darstellungskonventionen grundlegend.

Nimmt man Kommunikation leidenschaftslos wahr, dann kann man schwerlich meinen, wie etwa Hans Scheurer aus dem Blickwinkel einer bürgerlich kritischen Soziologie im vermeintlichen Sinne Adornos spekuliert, daß die im Qualitätsanspruch stark individualistisch ausgerichtete und sogenannte "Hochkultur" die eigentlichen Bildinhalte kommuniziert. Scheurer [vgl. 1987/142ff.], der aus pessimistischer Überzeugung Bildung und Kunst durch technische Kommunikationsmedien verhindert sieht, also gewissermaßen Kommunikation selbst schlecht findet, ignoriert neben der Tatsache, daß durchaus anspruchs-

volle Künstler technische Medien nutzen, außerdem daß Bildinhalte ohne konventionelle Darstellungsformen nur stark verlangsamt oder gar nicht vermittelt werden können. Im Sinne der Mitteilung von Nachrichten sind jedoch die Bilder einigermaßen unkommunikativ, die sich stark individualisierte Bildstile oder moderne Kunstbilder zum Vorbild nehmen. In ihnen muß man sich viele Zeichen aus dem Horizont der "höheren" Bildung ersinnen und zeitraubend erklären. Künstlerische Freiheit beinhaltet deshalb stets ein kommunikatives Risiko von Fehldeutungen. Trotzdem trifft Adornos Meinung zu, daß "in oberster Instanz die Kunstwerke ... [weniger] [ - Adorno schreibt: nicht - ] ihrer Komposition sondern ihrem Wahrheitsgehalt nach [rätselhaft sind]" [Adorno 1973/192]. Aber eine optisch rätselhafte und symbolisch wahrheitsverklärte Darstellungsweise macht visuelle Kommunikation keinesfalls kommunizierbarer. Im Vergleich zur trivialen Nutzung von Massenmedien wächst in der Kunst allenfalls manchmal der intellektuelle Gewinn und der Bildungsanspruch mit gleichlaufender individueller Isolation. Beim Kunstwerk bleibt somit manchmal die "kritische Wahrheit" in der innenorientierten Gefühlswelt stecken. Dies ist gewiß keine Katastrophe, sondern betont die rebellische Dynamik eines Werks, das sich den bereits legitimierten Kommunikationsformen und anderen Kunst-Ismen verweigert [s.S. 47]. Denn das Rätsel des Kunstwerks ist als kulturelles Zeichen ohne interpersonale Lösung und ohne vergesellschaftete Bedeutung im Subjekt fokussiert.

Dieser kurze Exkurs verdeutlicht, daß visuelle Kommunikation deutlich leichter erreicht wird, wenn das Zeichenmedium konventionalisierten Codes gehorcht. Die Frage nach Konventionen von ikonischen Signifikationscodes ist jedoch eine der regelhaften Darstellungslösungen, also der syntaktischen Formationsregeln der Farbe und Form, aber nicht der Objektbezüge, die z.B. bei der symbolischen Sprache neben den Legizeichen partiell geregelt sind. Und dennoch unterliegen die ikonischen Objektbezüge der Kultur. Ihre Ähnlichkeitsbeziehungen differieren kulturell und historisch, wie man bei kulturfremden oder älteren Bildern erkennen kann, die z.B. unschön oder unrealistisch erscheinen, weil wir neuere Darstellungslösungen akkommodiert haben. Ich möchte nicht behaupten, daß Ähnlichkeitsbeziehungen, die stark von individuellen Assoziationen und Wahrnehmungsfähigkeiten abhängen, eine Konvention sind; gleichwohl bin ich der Meinung, daß einem Individuum - bei der Wahrnehmung von Bildern - im legizeichenhaften Darstellungscode ikonische Ähnlichkeitsbeziehungen nahegelegt werden, wodurch es *kulturelle Einheiten*, also kulturelle Merkmale der dargestellten Ähnlichkeit, im Objektbezug *wahrnehmend* internalisiert. Würden Individuen diese Fähigkeit nicht

ausbilden, wären sie außerstande, ein Zeichen als Zeichen von etwas anderem zu erkennen, sie hätten keine Idee, was die Bildfläche repräsentieren könnte.

Beispielsweise ist den meisten Europäern unverständlich, worauf sich die verbalen Symbole von Tibetern beziehen, obwohl sie legizeichenhafte Laute hören und auch als Sprache identifizieren. In gleicher Weise können Individuen erst etwas anderes als das Präsenze im Bild entdecken, wenn sie im bildlichen Darstellungscode ein Objekt oder »etwas« wiedererkennen. Und genau diese Ähnlichkeitsfeststellung ist ein ikonischer Objektbezug, der zumindest ein optisches Quali- und Sinzeichen oder aber ein konventionelles Legizeichen zum Anlaß hat. Die Individuen müssen nämlich im *Wahrnehmungszyklus* akkommodiert haben, welche bildlichen Zeichen eine wiedererkennbare Ähnlichkeit repräsentieren sollen. Wäre dies nicht der Fall, würden Bilder grundsätzlich nichts repräsentieren, wenn man davon absieht, daß sie vieles auch einfach nur präsentieren, wie z.B. in der konkreten Malerei. Wenn also ein kultureller Bildstil relativ gleichförmig bleibt, dann erscheinen ebenfalls die ikonischen Objektbezüge in der Ähnlichkeitsbeziehung einheitlich. Und dies ist nichts anderes als ein ikonischer Signifikationscode, der im Darstellungscode eine Ähnlichkeitsbeziehung zu Objekten wiedererkennen läßt. Die Frage ist somit weniger, was alles ähnlich sein könnte, sondern sie besteht darin, welche Ähnlichkeitsbeziehung uns das Bildmittel noch erlaubt. Denn im Fall von kulturellen Darstellungscode (Legizeichen) sind die Phantasien, was das Bild ikonisch darstellen könnte, durchaus limitiert [hierzu Fyfe u. Law 1988/2; Casebier 1991/5]. Daß solche Ähnlichkeitsbeziehungen im Ikon individuell, kulturell und historisch für uns divergieren, stärkt die Hypothese, die ikonische Objektbezüge von kulturellen Konventionen im Darstellungscode suggeriert sieht. Die Besonderheit der visuellen Kommunikation kommt nicht dadurch zustande, wie vielfach zu lesen ist, daß die Objektbezüge - also das, was Bilder veranschaulichen - codiert wären, sondern die Eigenheit ikonischer Bilder liegt darin, wie sie in der kulturellen Darbietungsform codiert und wie stark sie konventionalisiert sind. Der kulturelle Darstellungscode gibt den relationalen Rahmen vor, »wie« (nicht »was«) unüberblickbar viele Ähnlichkeitsbezüge kommunikativ zu konzeptualisieren sind.

Ein an die Kultur gebundener ikonischer Signifikationscode erfüllt seine Funktion, wenn wir in ihm augenblicklich in verschiedenen Graden einzelne Ähnlichkeitsbeziehungen zu Objekten wiedererkennen. Diese Funktion erfüllt er problemlos auch dann, wenn die ikonisch bezeichneten Objekte real inexistent sind. Eben weil ein ikonischer Signifikationscode auf faktische Merkmale von realen Gegenständen verzichtet (z.B. Räumlichkeit, identische Farbe u. Form, Oberflächentextur, Helligkeit, Größe, Anordnung), stellt er eine

Möglichkeit dar, abwesende oder fiktionale Dinge einer Kultur zu repräsentieren. Und dies ist nichts anderes als eine kulturgebundene Kommunikationsmöglichkeit, deren Unähnlichkeit im kulturellen Zeichen eine optische Ähnlichkeit von etwas anderem kommuniziert. Von hier aus betrachtet, erlaubt visuelle Kommunikation eine Komplexität, die keinesfalls darauf angewiesen ist, daß Bilder irgendeine objektivierbare Ähnlichkeit mit irgend etwas anderem belegen. Lediglich ihre kommunikative Methode behauptet, *als ob* eine Ähnlichkeit so gegeben sei, wie sie bezeichnet ist [s.S. 46 (Rhema)]. Bildliche Ähnlichkeit zum Objekt ist deshalb eine kulturelle Idee, die es Bildern erlaubt, über ikonische Sachverhalte etwas Veranschaulichendes zu kommunizieren. Die visuelle Kommunikation benachrichtigt auch über ikonische Sachverhalte, die sie innerhalb ihrer Methode erst herstellt. Sie benötigt also absolut keine relationale Entsprechung oder faktische Ähnlichkeit zu Weltwirklichkeiten, um ihre kommunikative Funktion zu erfüllen. Der Gedanke von Nachahmung der Natur und künstlerischer "*Mimesis*", wie er etwa bei Platon<sup>75</sup>, Adorno [vgl. 1973] und Gombrich [vgl. 1984/274] auftaucht, errettet sich *für Bilder* dort seine Überzeugungskraft, wo nicht irgendwelche natürlichen Gegenstände, sondern die ikonischen Legizeichen von Bildern einer Kultur nachgeahmt werden, damit ein Bild als Bild und Kunst als Kunst so wirken, daß ein Ähnlichkeitsbezug zu etwas anderem entsteht [s.S. 182 (Sinn hat Sinn)]. Bildner repetieren Bilder ihrer Kultur selbstverständlich selten komplett, denn sonst hätte ihre Kommunikation nichts schöpferisch eigenes. Was Bildner vollbringen, ist, daß sie die visuell kommunikative Methode ihrer Kultur teilweise nachahmen, um mittels optischer Zeichen eine schöpferische Idee zu erzeugen, die irgendwelchen kulturellen Objekteinheiten imitierend ähnlich sein kann, aber nicht muß. Jede kulturelle Darstellungsmethode erlaubt die Lüge, die ikonische Inhalte ohne korrespondierende Referenz kommuniziert. Würden Bilder in allen Eigenschaften *natürliche* Gegenstände oder in allen Eigenschaften *unbekannte* Formen wiedererkennen lassen, wäre ihr kommunikativer Appell verloren. Sie wären als anthropogene Bilder (Zeichen) nicht wiederzuerkennen. Das Prinzip der visuellen Kommunikation impliziert, daß erstens ein kultureller Darstellungscode wiedererkennbar nachgeahmt wird, und daß zweitens ikonische Objektbezüge visualisierte und realitätsüberschreitende Vorstellungen (Ideen) einer Ähnlichkeit wiedererkennen lassen. *Mimesis* oder Nachahmung steht daher für ein kulturelles Kommunikationsprinzip, welches Objektbezüge durch eine visuell erkennbare und kulturell etablierte Darstellungskonvention erhält. Die kommunikative Kompetenz, jene Idee von konstruierter Ähnlichkeit

<sup>75</sup> Recki schreibt: schon Platon löste sich von der Vorstellung, "... wonach *Mimesis* oder *Nachahmung der Natur* ... auf die genaue Abbildung von der 'Vorderseite der Dinge' ... festgelegt wäre" [Recki 1991/118].

nachzuvollziehen, erwirbt der Bildbetrachter zweifelsohne im Prozeß der visuellen Kommunikation. Denn die von ihm erfahrenen Kulturtechniken legen es ihm nahe, wie er die *semantische* Idee von Ähnlichkeit auf den Darstellungscode projizieren wird, damit er den ikonischen Inhalt des Bildes interpretativ freilegen kann. Ob er den erkannten Inhalt verbal, emotional oder durch eine direkte Handlung *pragmatisch* interpretiert, hängt dann davon ab, welche möglichen Bedeutungskontexte ihm im Augenblick der Anschauung relevant erscheinen.

Eine Besonderheit der visuellen Kommunikation tritt dort hervor, wo der ikonische Signifikationscode aus visueller Gewohnheit nicht kommunikativ, sondern direkt als Bildgegenstand in Anspruch genommen wird. Ein solcher vorkommunikativ gewordener Signifikationscode tritt auf, sobald wir - wie bei einem Trompe-l'œil [s.S. 82] - das ikonische Objekt sogleich als Gegenstand wahrnehmen können und die Trennung zwischen Zeichenmittel und Objektbezug nahezu in Vergessenheit gerät. In dieser Eigenschaft bezeichnet das Bild etwas anderes ohne Zeichenbedeutung oder finalen Interpretanten [s.S. 139]. Hieran läßt sich erkennen, daß ein Signifikationscode in Bildern auf ikonischen Legizeichen basiert. Deren konventionalisierte Darstellungscodierungen und deren optisch wiedererkennbare Objektbezüge sorgen dafür, daß wir das Bild mit dem Gegenstand verwechseln können. Selbstverständlich passiert uns dies selten vollständig, trotzdem ist jene Zeichenvergessenheit für visuelle Kommunikation zeitweilig unentbehrlich. Ansonsten würde man schlicht wahnsinnig werden, wenn man einen Film in Sinne des Kantschen Verstandesbegriffs verfolgen würde und alle Wahrnehmungen auf den Begriff bringen müßte. Im Sinne des Kantschen Verstandesbegriffs und des Zeichenbegriffs sollte besser davon ausgegangen werden, daß Filmbilder stückweit "geistlos" oder "gedankenlos" ohne finale Interpretanten vorkommunikativ wahrgenommen werden müssen, damit in groben Details »etwas« ikonisch Repräsentiertes wahrgenommen werden kann.

Im pragmatischen Auge des vorkommunikativen Bildbetrachters weichen die Behauptungen Luhmanns auf, daß erstens jede Kommunikationsform Wahrnehmungen detrivialisieren müßte, daß zweitens Erkenntnis "keine 'Ähnlichkeiten' mit der [anwesenden] Umwelt tolerieren" [Luhmann 1990/51] könne, und daß drittens "fast nichts, was real passiert, ... Eingang in die Kommunikation" [Luhmann 1992/566] fände. In unserer Zeit widerspricht diesen Behauptungen zumindest die visuelle Kommunikation. Deren figurativen Erkenntnisse unterliegen nämlich gerade dann der Trivialisierung durch Wahrnehmung, wenn ihre Bilder die visuell kommunikative Aufgabe durch größtmögliche Ähnlichkeit zur Umwelt am täuschendsten erfüllen. Gerade gut vertraute Darstel-

lungscodes entfalten eine trivialisierende Wirksamkeit, sobald in ihrem kommunikativen Rahmen überkomplexe Bilder ablaufen, die vorkommunikativ wahrnehmen lassen, was scheinbar "real" oder "live" passiert. Damit sich die dargestellte Ähnlichkeit zur Umwelt vorkommunikativ wahrnehmen läßt, achtet man bei televisionärer Bildkommunikation genau darauf, daß der kulturelle Darstellungscode nichts Auffälliges aufweist, um trivial zu erscheinen und um kaum kommunikative Interpretationen zu provozieren. Die gegenstandsimitierende, ikonische Repräsentation von Fernsehbildern beispielsweise, *erkennt* der durchschnittliche Betrachter so erfolgreich und gewohnheitsmäßig, daß er kaum alle Wahrnehmungen als kommunikative Zeichen interpretiert und überhaupt interpretieren kann und soll. Sobald ihm die Trennung zwischen Zeichen und kartographiertem Gegenstand infolge seiner kommunikativen Kompetenz unproblematisch wird, imitiert ihm die ikonische Darstellungsstruktur des Kino- und Fernsehbildes eine Wirklichkeit, an der er zumindest visuell Anteil nimmt, weil ihm der Gegenstand Bild selbst eine aktuell wahrnehmbare Wirklichkeit präsentiert und ist.

Auf diese Weise vermitteln Kinobilder, überdimensionale Wahlplakate, Herrscherbildnisse<sup>76</sup>, christliche Ikonen und Bildnisse auf Grabsteinen den optischen Eindruck einer Person und lassen das Erlebnis von gegenwärtiger und manchmal allgegenwärtiger Präsenz (z.B. des Königs Hassan II in Marokko) in der Gesellschaft erlebbar und vorstellbar werden. Mit dieser Substitution von persönlicher Anwesenheit verhelfen Bilder manchem zu einer Autorität, die sich im kulturellen Alltagsleben durch bildliche Präsenz vorkommunikativ stabilisiert, obwohl sie auf kommunikativen Zeichen beruht. In vergleichbarer Eigenschaft ersetzen Videokonferenzen, Bildtelefone, Versandhauskataloge, Tele-Shopping und gleichfalls täglich fortgeführte Fernsehserien ein soziales Alltagsleben, dessen sozial konstruierte Realität in Anwesenheit der Dinge und Personen aufgebaut wird. In eine innere Gegensätzlichkeit der Situation gleiten amerikanische Nutzer von Bildtelefonen ab: sie, die Bildkommunikation längst als Tyrannei ihrer Privatsphäre verspüren, schalten ihre permanente Verfügbarkeit in der kommunikativen Bildrealität schlicht ab.

Die direkte Kontakt-Erfahrung einer visuellen "Welt" hebt die ikonischen Bilder aus dem Kontext finaler Zeicheninterpretation. Aufgrund der visuellen Gewohnheit mit z.B. Filmbildern braucht man dann nicht mehr zu überlegen, wofür das Zeichen steht, sondern man sieht einfach dem wirklichkeitsähnlichen Geschehen zu, sonst nichts. Wir haben dann das wirklichkeitsähnliche Geschehen aufgrund des Wahrnehmenkönnens ähnlich wie die

<sup>76</sup> Zur Bildpropaganda von Herrschaft siehe Belting [vgl. 1990/23] und - trotz einiger semiotischer Fehlschlüsse - Hoffmann [vgl. 1982/258ff.].

Wirklichkeit verstanden, insofern wir die visuell erfahrbaren Gegenstände der Welt als scheinbar direkt zugängliche Objekte im Bild wiedererkennen. Beispielsweise können wir die Fahrten eines Achterbahnwagens auf eine der Wirklichkeit scheinbar ähnliche Weise im Rundkino visuell erleben, indem wir den Vorgang aus der Distanz wahrnehmen und als scheinbar gegenstandsidentische Zeichen (Gegenstände) sehen. Allerdings werden wir mittels Zeichen und dem direkten oder bildvermittelten Zusehen aus der Distanz nur unzureichendes Wissen darüber erlangen, warum ein besonders "entspannender Spaß" darin besteht, sich in der Magengegend außergewöhnliche Gefühle zu verschaffen. Diese Qualität eines Erlebens läßt sich nur in körperlicher Erfahrung kennenlernen und als Zeichen kaum wahrnehmen. Solange wie jemand einfach der Bewegung des Achterbahnwagens zusieht, wird wahrscheinlich niemand behaupten wollen, daß etwas kommuniziert wurde. Denn dies würde heißen, daß Gegenstände mit uns kommunizieren. Eine solche Eigendynamik der Gegenstände findet sich lediglich im animistischen Glauben an von Geistern besetzte Gegenstände [vgl. Boesch 1983/218]. Und selbst in diesem letzten Fall kommunizieren Gegenstände<sup>77</sup> und Bildgegenstände erst dann etwas, wenn die Wirkung des (Bild-)Gegenstandes als Zeichen verstanden und interpretiert wurde. Die afrikanischen Songhai interpretieren beispielsweise gegenständliche Filmbilder im Kontext ihres "Besessenheitskultes", der sie wissen läßt, daß solche Bilder schattenhafte Doppelgänger ("bia") von ihnen selbst und von Gottheiten zeigen, weil sie sie sehen und hören können, ohne daß diese Doubles selbst sehen und hören könnten [vgl. Behrend 1990/565f.].

Kulturgemäß läßt sich schon hier erkennen: in jenem animistischen Glauben versteht man veranschaulichte Objekte als kommunikatives Produkt, wenn sie versprachlicht werden. Derartiges überlegt stellvertretend für viele Filmtheoretiker, die Casebier [vgl. 1991] "Nominalisten" nennt, beispielsweise Bitomsky, wenn er dahinterkommen möchte, "... was diese Objekte [»ikonischen Objektbezüge«] unabhängig vom Film selbst sagen ..." [Bitomsky 1973/151]. Was sollten ikonische Bilder jedoch sagen, wenn sie per Bildrahmen oder Darstellungscode appellierend indizieren: Sieh her! So, wie optisch dargestellt, kann etwas aussehen, um der Idee nach irgendeiner Welt "ähnlich" zu sein. Alles, was man in der Wahrnehmungserfahrung eines Bildes sagt, sagt man sich selbst. Ikonische Bilder sagen absolut nichts. Souverän gegenüber jeder Sprache präsentieren sie etwas visuell Wahrnehmbares und optisch Repräsentiertes. Aus diesem Grund kritisiert Alpers [vgl. 1985/199] die ikonologische Schule, die die verborgenen Verschlüsselungen in der niederländischen Malerei zu finden meinte, obwohl diese Kunstform des 17. Jahrhunderts

<sup>77</sup> Was A. Assmann irrtümlich als "Sprache der Dinge" [Assmann 1988a/244] bezeichnet, kommt allein dort vor, wo "Dinge" versprachlicht werden, wie z.B. "die Schläue des Fuchses".



besonders an solchen optischen Beschreibungen interessiert war, die im Stilleben (*nature morte*) die "Welt zum Schweigen" bringen. Einer animistischen *Bildsprache* beugt sich ein Bild erst dann, wenn ikonische weitere symbolische Objektbezüge animieren, die sich in sprachlich konstituierten und institutionalisiertem Sinn- bzw. Relevanzstrukturen integrieren. Wer Bilderwelten als Text untersucht, ergründet aber keinesfalls das genuin Bildhafte, sondern beschäftigt sich mit der Kommunikation infolge symbolischer Objektbezüge, die im Wissensgewinn einer kulturellen Sprache aktualisiert bzw. auf- und abgebaut werden. Dieses berechtigte Vorgehen begründet sich damit, daß Bilder vielfach auf mehr hinweisen, als tatsächlich in ihnen zu sehen ist; und dennoch erlaubt die sprachliche Rekonstruktion nicht die Vermutung, man hätte visuelle Kommunikation oder Bilder erkannt, wenn kommunizierte Symbole eines kulturellen Kontextes interpretiert werden. Aus der Differenz von ikonischen und symbolischen Objektbezügen entwickelten sich sogar zwei Berufszweige. Denn Künstler und Kameraleute tradieren ikonische Interpretationen, wohingegen Kunsthistoriker symbolische Interpretationen von Bildern im soziokulturellen Bezugsrahmen halten.

Auf den vorkommunikativen Aspekt von Bildern zurückkommend wird folgendes deutlich: bei einfacher Wahrnehmung von dargestellten Objekten in einem sehr gut vertrauten ikonischen Signifikationscode kann es möglich sein, daß zeitweise keine Nachrichten kommuniziert werden. Die optische Information, die scheinbar von ikonischen Objektbezügen veranschaulicht wird, gibt sich hier fraglos als wiederum scheinbar direkte Gegenstandspräsenz zu erkennen. Dieser gradlinige Zugang des wahrnehmenden Individuums zum ikonischen Objektbezug von Bildern widerspricht der Beurteilung Walthers [vgl. 1974/61], daß der ikonische Objektbezug »unmittelbar kommunikativ« wäre. Wird nämlich der ikonische Signifikationscode direkt wahrgenommen, ermöglicht er pure Wahrnehmung von *Informationen*, denen kaum eine Zeicheninterpretation mit kommunikativer *Nachricht* folgt. Dieses Charakteristikum beinhaltet für Bilder, daß sie einen Grad von Neuheit zumindest im Ikon mitbringen müssen, wenn sie nicht fraglos wahrgenommen werden sollen. Bei der visuellen Kommunikation transportiert deshalb vorrangig das Unvorhergesehene eine kommunikative Nachricht, die im Sinzeichen mit ungewöhnlichem Ikon Aufmerksamkeit erregt. Ausschließlich unzureichende Innovationen verhindern das kommunikative Element in der visuellen Kommunikation. Von hier aus beantwortet sich die Frage von Nöth [vgl. 1985/115] nach dem Wandel ikonischer Zeichen. Denn ihr Wandel folgt dem Wandel der Bildstile, die Aufmerksamkeit aus ihrer kommunikativen Zielsetzung heraus erreichen müssen. Dies führen beispielsweise Werbeagenturen vor. Sie durchbrechen graduell in ihrer visuellen Reklame

vertraute Signifikationscodes mit neuartigen oder in Vergessenheit geratenen Codes. Moderne Künstler dürfen hingegen kraft bestehender Bildtraditionen wenig Rückgriffe wagen. Sie verwenden hauptsächlich innovative Codes oder neue Bildstile, um nicht der Ausdruckslosigkeit anheim zu fallen [s.S. 125 (Innovation)]. Werbeagenturen und Künstler beachten jedoch, daß ikonische Signifikationscodes nicht vollständig verlassen werden. Würden sie sie verlassen, wäre ein Bild als Bild und die Veranschaulichung von »etwas« nicht wiederzuerkennen.

Trotz eines Signifikationscodes können Anliegen im Sinzeichen durchaus und im ikonischen Objektbezug sowieso ganz individuell artikuliert werden. Knops irrt darum, wenn er im ikonischen Signifikationscode eine Verdinglichung erkennt, die keine innovative "Auseinandersetzung mit erlebter Geschichte" [Knops 1986/87f.] darstellt. Wenn nämlich Bildproduzenten (z.B. Kinder) Darbietungen ohne Signifikationscodes entwickeln würden, dann lägen sie mit diesem Ansinnen zunächst jenseits von kommunikativen Zeichenkontexten ihrer Kultur; sie wären also zunächst kommunikativ isoliert. Der Gedanke von der *Autonomie der Kunst*, die auch Benjamin [1963] als "Schein" sah, relativiert sich hier. Denn Kunstwerke, die absolut unabhängig von kulturellen Signifikationscodes auftreten, werden sicher nicht als solche anerkannt. Die einzige Autonomie, die Bilder und Kunstwerke kommunizieren, ist die gegenüber erfahrener Gegenständlichkeit [Zweitheit]. Kommunikative Zeichen haben anfänglich grundsätzlich sich selbst, also ihre Kultur und nicht die Natur oder einen Gegenstand zum Vorbild. Überstiegen wird diese kritische Grenze zwischen Natur und Bild immer nur dann, wenn das Bild einer Natur mit der Natur angeblich identisch sein soll, und demzufolge die vorgetäuschte Nachahmung als natürlicher Gegenstand erlebt wird und als Bild scheinbar nichts mehr kommuniziert.

Die beiden letzten Absätze verdeutlichen nochmals: sobald Individuen ikonische Signifikationscodes so gut *kennen*, daß sie Bilder fraglos wahrnehmen, kann dieser sehr vertraute Code als ein vorkommunikativer Code bezeichnet werden. Auf vorkommunikativer Ebene vermitteln Bilder keine kommunikativen Nachrichten, sondern Informationen über einen Gegenstand in einem ikonischen Darstellungscode, dem ein Erkennungscode auf seiten des Betrachters gegenüber steht. Diesen Erkennungscode lernt der Betrachter durch körperliche Anwesenheit gegenüber den Bildern seiner Kultur kennen. Was der Betrachter aber aufgrund der Wahrnehmungserfahrung als Wissen behält, sind im günstigsten Fall Zeichen von dem, wie etwas in einer Darstellung aussieht und was es bedeutet. Dieses Residuum einer Wahrnehmung ergründet das übernächste Kapitel mit der Frage: Wie wissen Bilder etwas von etwas? Da Wissen aber nur über Zeichencodierung

vermittelt werden kann, wenn diese in ihrem »Sinn der Form« kommunikativ anschlussfähig sind, wird zuvor dieser funktionale Sinn konkretisiert.

## 2.6. Der Sinn der Form

Im folgenden wird der »Sinn der Farbe und Form« für die visuelle Wahrnehmung, das subjektive Gefühl, die körperliche Erfahrung und die Kommunikationssituation nicht im verstehenden, sondern im funktionalen Sinne thematisiert. Funktional gesehen wurde mit der Kategorie Zweitheit und den Möglichkeiten [Erstheit] der bildnerischen Mittel beschrieben, wie im Umgang mit wirklichen Materialien Farbe und Form zu Quali- Sin- und Legizeichen arrangiert werden. Diese figural-qualitativen Eigenschaften ermöglichen dem Betrachter einen Sinn, der mit der Wahrnehmung des Gegenstandes bzw. der Interpretation eines Bildzeichens sinnvoll wird.

Bei der Suche nach der Funktion des Sinns verliert sich die Frage nach dem »Was« des Inhalts der Formen. Formen gehorchen der scheinbar unkritischen Frage nach dem »Wie«. Da aber das »Wie« grundsätzlich ein »Was« zum Inhalt hat, will ich mich nicht dem von Luhmann vorgeschlagenen "unauflösbaren Relativismus" [Luhmann 1990/29, vgl. 14ff.] hingeben und möchte trotzdem nach der »Wie«-Frage die »Was«-Frage für unsere Kultur kritisch betrachten. Zunächst jedoch zu den Fragen: Wie *wird* ein Darstellungscode in Farbe und Form für Bilder einer Kultur funktional *sinnvoll*, und wie setzt sich der Sinn der codierten Formen in der visuellen Kommunikation als Notwendigkeit durch?

Die Ausdrucksweise »sinnvoll werden« markiert, warum Form und Farbe nicht aus sich selbst heraus sinnvoll sein können, sondern erst Sinn erwirken, wenn sie von einem wahrnehmenden Individuum tatsächlich zur *einheitlichen Gestalt* eines Gegenstands bzw. Zeichens verwirklicht werden. Solche durch die Wahrnehmung konstituierten Einheiten der Form bilden - mit Husserl gesprochen - "Einheiten des Sinnes" oder "Sinneseinheiten" [Husserl 1980/106 §55, 48 §27]. Sinneseinheiten sind in ihrer konstituierten Präsenz vorhanden. Vor dem Hintergrund der Gestaltpsychologie und der Beschreibung des Wahrnehmungssystems bleibt es nicht allzu vage, anzunehmen, daß ein Individuum die Sinneseinheiten einer bildlichen Form nicht vorhersieht, sondern in der Wahrnehmungshandlung selbst stiftet, konstruiert oder findet. Solche konstruierten Formen beinhalten eine *Invarianz* in Abgrenzung zu einer *Varianz* [vgl. Ciompi 1992/104; s.S. 100]. *Varianz* bezeichnet hier die Möglichkeit oder Erstheit, die es der vereinheitlichenden Aktivität des wahrnehmenden Bewußtseins gestattet, einen Sinn der Form zu

verwirklichen. Diese Verwirklichung charakterisiert eine *erste Ordnung* des menschlichen Erlebens, das eine Wirklichkeit von Invarianten organisiert. Ohne sinngeladene Organisationstendenzen von Invarianten würden beispielsweise Farbpunkte, Form/Grund oder Figur/Grundbeziehungen auf einem Bild beziehungslos ineinander stehen und vom Individuum nicht als differente Einheiten wahrgenommen werden. Dieser grundlegende Sinn der Form "springt" quasi ad hoc als »etwas« "ins Auge". Das »Etwas« einer ersten Form verwirklicht sich jedoch nicht notwendig als Zeichen, sondern entsteht aus der sinngeladeten Decodierungsweise eines Individuums, das die als prägnant empfundenen Strukturen eines bildlichen Gegenstandes wahrnimmt. Die Gestaltwahrnehmung von flächigen Einheiten drängt hier auf den *ersten Sinn* der Form, der sich durch die *Präsenz* des Bildgegenstandes, durch sein Material bzw. sein Medium bestimmt. Wäre dieser erste Sinn unsichtbar, wären ebenfalls die Form und das präsente Kommunikationsmedium Bild abwesend.

Letzteres impliziert, daß jedes Medium durch die Aufnahme von Formen einen Ausdruck findet: ein amorphes Medium ist ausdruckslos. Aus diesem Grund fassen wir den präsenten Gegenstand [Zweitheit] als ein unentbehrliches Medium (vermittelndes Element) für visuelle Kommunikation [Drittheit] auf. Indessen finden wir Licht als ein Medium für die Präsenz und den ersten Sinn der Form [Zweitheit] vor. Insofern aber erstens Licht als Medium unsichtbar [s.S. 85] bleibt, und wir zweitens selten innerhalb einer visuellen Kommunikationssituation das gegenständliche Bildmedium, sondern die Zeichen als Botschaft betrachten, fällt dem Bildmedium im ersten Fall keine und im zweiten selten eine bewußtwerdende Bedeutung zu [vgl. Baecker 1990/93].

Wie mit Rubinstein und Roth vorgebracht, hat die Gestaltwahrnehmung der Form keinen eigenständigen Wert. Die Form dient vielmehr als *Merkmal* für die sinnliche Erkenntnis des Gegenstandes in seiner Bedeutung [s.S. 88, 71]. Die menschliche Wahrnehmung läßt sich nie auf ihre reizmäßige oder empfindungsmäßige Ursache reduzieren. Die im Wahrnehmungssystem sinnvoll organisierte Gestalt

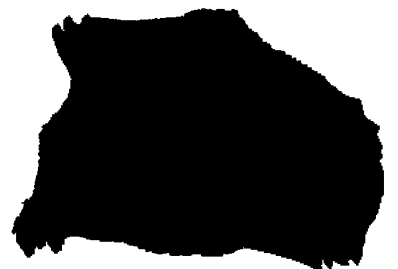


Abb. 9

oder Form ist an handlungsrelevante Bedeutungen gebunden. Umgekehrt sind die Bedeutungen von Bildern daran gebunden, wie und ob Betrachter in materiellen Bildern Sinn erkennen können. Dennoch - und das ist in diesem Zusammenhang wichtig - läßt die Konstruktion vom Sinn der Form zwei Bedeutungen zu, nämlich die von *repräsentierenden* Bildformen (Zeichen) und die von *präsenten* Formen gegenständlicher oder informationeller Art. Die Einheiten des Sinns von präsenten Formen, die als einfache Gestalten von Farbflecken [s. Abb. 9], Linien, Quadraten, Dreiecken, Kreisen

wahrnehmbar sind, bestimmen zwar die Voraussetzung eines Bildmediums, kommen jedoch nicht den Einheiten des Sinns gleich, die als Bild figurieren. Geht man von idealisierten Bedingungen aus, sofern man Linien, Kreise etc. als Zweitheit einer wirklichen Informationen auffaßt, dann erzielt der Sinn einer einfachen Gestalt- oder Formwahrnehmung eine andere pragmatische Bedeutung als die Einheiten, die sich mit dem Sinn der bildlichen oder zeichenhaften Formen ereignen. In dieser Differenzierung zeichnet sich nochmals die beschriebene Diskrepanz zwischen Gegenstands- und Zeichenbedeutung ab [s.S. 62]. Mit der Wahrnehmung eines Sinns der präsenten Form erhält ein Gegenstand seine Wirklichkeit, seine wahrgenommene Wirkung. Demgegenüber erhält das bildliche Zeichen mit dem Sinn der repräsentierenden Form/Figur seine semiotisierte<sup>78</sup> Zeichenbedeutung, welche über kommunikative und realitätskonstituierende Vorstellungen von Individuen benachrichtigt.

Kommunikation basiert auf Unterscheidungsgelegenheiten. Beispielsweise strukturiert ein Individuum vermöge seines Wahrnehmungssystems die Farbfläche in Abb. 9 als eine

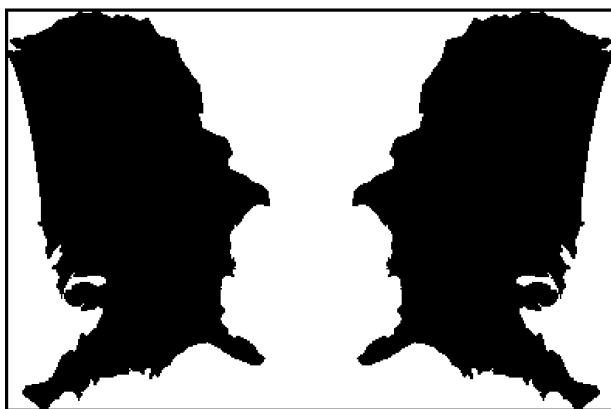


Abb. 10

Sinneseinheit, die es oft lediglich als Sinn einer präsenten Form verwirklicht. Die Differenz zwischen dem Sinn einer präsenten Form und dem Sinn einer repräsentierenden Form, die als Bild oder Zeichen für etwas anderes steht, führen Bücher über gestaltpsychologische Phänomene (z.B. des Klassikers Metzger) vielfach unbemerkt, aber deutlich vor Augen. So werden die wahrnehmungspsychologisch geschulten

Leser bei der Gegenüberstellung der in Abb. 10 dargebotenen Formen wahrscheinlich gleich zwei verzerrte Gesichtsprofile oder eine ungewöhnliche Vase erkennen. Schon die Erwartungshaltung, daß diese Farbflächen als Zeichen für etwas anderes - nämlich Gesich-

<sup>78</sup> Diese Semiotisierung von Formen beschreiben Luhmann [vgl. 1990a/14; 1987/230, 112; 1986a/8f.] und Baecker [vgl. 1990/68f., 89] jedesmal, wenn sie in der Formulierung von Spencer Brown [vgl. 1972/70ff.] darauf insistieren, daß die Innenseite einer ersten Form über eine unterscheidbare Invarianz beobachtet wird. Mit dieser ersten Unterscheidung wird es in Zeichencodierungen der Drittheit möglich, jene Innenseite der Form zu bezeichnen, sie als Zeichen für eine Funktion aufzunehmen oder als Bezeichnung (im re-entry) für etwas anderes figurieren zu lassen. Was dabei unausgesprochen bleibt, ist, daß neben der wahrnehmungsmäßigen Konstruktion von Formunterschieden auch formhafte *Flächen* wahrgenommen werden, die - von Farbqualitäten ausgefüllt - ästhetische Emotionen ohne weitere Unterscheidungsleistung provozieren. Am Anfang jeglicher Identität steht zwar Differenz, diese ist jedoch erst dann zu verwirklichen, wenn differenzlose Erstheit (z.B. in der Lichtintensität oder in ununterschiedener bzw. unentscheidbarer Emotionalität) als Bedingung weiterer Möglichkeiten empfunden wird.

ter - zu erkennen sein werden, läßt den Betrachter diese Zeichen auch *assimilatorisch* als solche wiedererkennen. Allerdings hätte er auch zwei Farbflecken, zwei eigentümliche Fußabdrücke visuell decodieren oder zwei ungewohnt verdrehte Landkarten der USA erkennen können. Offenbar aktiviert die Illustration in Abb. 10 einen Erkennungscode, der uns aufgrund eines spezifischen Darstellungscodes von Silhouetten seit dem 17. Jahrhundert in Europa bekannt ist.

Wie die beiden Beispiele vorführen, gestatten visuelle Formen zwei Beschaffenheiten des Sinns. Erstens stützen die mit Husserl [s.S. 173] benannten Sinneseinheiten den Sinn der präsenten Form, die im Kontext von anderen Farbflächen und Farbformen als Gegenstandsbedeutung auffällt [Zweitheit]. Und zweitens tritt ein *Sinn der repräsentierenden Formen* auf, der im Kontext von Zeichenbedeutungen als darstellende Farbfläche interpretiert wird. Den Sinn der repräsentierenden Form eröffnen sich Bildbetrachter im Zeichenkontext ihrer Kultur, sobald sie Formen mit einer Zeichenbedeutung assoziieren oder unter dieser subsumieren, also eine zeichen-assoziierende, -findende oder -konstituierende Urteilskraft aktualisieren [Drittheit]. Die Basis für alle zeichenhaften Assoziationen stiftet jedoch die sinnhafte *Präsenz der Form*. Erst infolge der sinnhaften Präsenz ermöglicht sich die zweite, kommunikative Ordnung, die den *Sinn der repräsentierenden Formen* eines Bildes trägt. Die sinnhafte Präsenz von Bildgegenständen ist demnach das Medium für repräsentierende Formen. Und wem der verwerflich gewordene Begriff der Repräsentation widerstrebt, dem sei der andere, hier synonym verwendete Begriff der Darstellung an die Hand gegeben.

Der Sinn stabilisiert in beiden Fällen die entsprechende Bedeutung der Form und damit den jeweiligen *Kontakt* zum wahrnehmenden und kommunizierenden Individuum. Es konkretisiert nämlich nicht die Bedeutung den Sinn von präsenten und repräsentierenden Bildformen, sondern umgekehrt ermöglicht der Sinn einer visuellen Form den sozialen Rahmen, wie eine präsenste Gegenstandsbedeutung bemerkt oder als repräsentierende Zeichenbedeutung wiedererkannt wird. So erkennen beispielsweise Kinder, ganz im Gegensatz zu Erwachsenen, im Spinat auf dem Teller spielerisch Bilder von etwas anderem. Der Sinn einer präsenten und repräsentierenden Form gibt gewohnheitsmäßig vor, in welchem wahrnehmungsmäßigen und kommunikativen Kontext einem Bild Bedeutung zufällt. Ohne hier auf die Absolutheit aller Zeichenverständigungen drängen zu wollen, kann für den Sinn der Form von repräsentierenden Bildzeichen die an Peirce angelehnte Feststellung Ecos [vgl. 1991/92; s.S. 22] übernommen werden, die lautet: Zeichenbedeutung wird durch eine Reihe von Sinnmerkmalen definiert, weil sich jede Zeichenform mit ihrem singulären Interpretanten nur durch weitere Zeichen interpretieren und

in ihrer genauen Bedeutung spezifizieren läßt. Wenn man der Wahrnehmung einen Interpretationscharakter der Formpräsenz zugestehen will, dann basiert auch hier die interpretierte Gegenstandsbedeutung auf dem Sinn, den ein Beobachter in der Form differenziert wahrnehmen kann. Anders gesagt, sobald ein Bildgegenstand für ein Individuum ohne differenzierbare Formen bleibt, fällt ihm keine Sinneseinheit und deshalb auch keine Bedeutung zu. Im übrigen bleiben auch ikonische Zeichen bedeutungslos, wenn deren Ähnlichkeiten mit irgend »etwas« nicht im Sinn repräsentierender Form wahrgenommen werden. In beiden Fällen ist Bedeutung erst dann zu verstehen, wenn sie vom Sinn der Form in den jeweiligen Verwendungskontext eingefädelt wird; ohne Sinn jeglicher Form tritt für uns keine - wenn auch gleichursprüngliche - Bedeutung auf.

Wenn man Bilder beobachtet, dann läßt sich feststellen, daß Bildmedien eine Wirkung in der Präsenz entfalten, die nichts repräsentiert. Sobald man die Präsenz des Bildgegenstandes zum Bild erheben will, wird man in der Präsenz den repräsentierenden Zeichencharakter erkennen müssen. Denn visuelle Kommunikation erreicht ein Individuum keinesfalls eher, bis ihm erstens Formen dargeboten werden, deren Präsenz noch als sinnvolle Einheiten visuell zu differenzieren sind, und ihm zweitens solche präsenten Formen dargeboten werden, die auch innerhalb eines kommunikativen Kontextes als Sinn eines Zeichens über gegenständliche Präsenz hinausgehoben werden können. Deutlicher gesagt: die erste sinnhafte Ordnung fungiert als Medium für die Aufnahme von bildlichen Zeichenformen zweiter Ordnung. Deshalb wird der präsente Sinn des Mediums vorkommunikativ wahrgenommen und der repräsentierende Sinn der Form kommunikativ verstanden. Allerdings existiert der bildbezogene Gewohnheitsfall, der ikonische Repräsentation zeitweise aus Gewohnheit auf vorkommunikative Präsentation reduziert. In diesem "präsentativen Symbolismus", wie ihn Susanne Langer [vgl. 1984] nannte, erkennen Individuen die repräsentierte Form des Objekts, also das Ikon, als scheinbar gegenständliche Präsenz wieder und können dabei zeitweise dessen kommunikativen Inhalt vergessen [s.S. 168]. Der Bildbetrachter überwindet die kommunikative Widerständigkeit, indem er das undurchsichtige Bildmedium in scheinbare Durchsichtigkeit auflöst. Er nimmt hier das kommunikativ Repräsentierte als vorkommunikativ Präzentes wahr. Man könnte einwenden, daß auch die Präsenz eine Erfahrung verursacht, die das Ego sofort in seine Zeichenwelt integriert. Ich würde jedoch der Deutlichkeit wegen meinen, daß die Wahrnehmungserfahrung von Informationen eine zeichenlose Non-Ego-Erfahrung ist, da sie selbst nicht als Zeichen reflektiert oder kommuniziert werden kann. Ein "geschlossenes Sinnggebiet", wie Schütz u. Luckmann [vgl. 1979/49; 1974/168] z.B. das Sinnggebiet der Kunst, der Wissenschaft und der Welt religiöser Erfahrung nennen,

setzt sinnvolle Bildformen in doppelter Ordnung von einem präsenten und repräsentierenden Sinn voraus. Sinngebiete fasse ich daher im weiteren als *Sinnkontexte* von Gegenständen und Zeichen auf. Die Berechtigung des Sinns einer Erfahrung von präsenten Formen gegenüber dem Sinn von repräsentierenden Zeichenformen betonen Schütz u. Luckmann [vgl. 1971a/363; 1974/74; 1979/81] und Berger u. Luckmann [vgl. 1980/42] jedoch nicht immer eindeutig. Alle drei sehen den Sinn einer Erfahrung durch eine "reflektive Zuwendung" in einer Zeichencodierung verliehen, in der die Alltagswelt beständig als "Welt der Zeichen und Symbole" erfahren und in sprachlichen Zeichen reflektiert wird. Schütz u. Luckmann [vgl. 1979/49] betonen zwar im Verständnis von Husserl die "Einheiten des Sinnes" einer Wahrnehmung als den "*Sinn unserer Erfahrung*", der unserem "Erlebnis- und Erkenntnisstil"<sup>79</sup> verhaftet bleibt, legen den *feststellbaren* Sinn dann aber als einen aus, der in der reflektiven Zuwendung von Zeichen gewonnen wird. Diese Position stimmt durchaus mit der von Peirce überein, denn keine Zweitheit (Erfahrung) läßt sich ohne Drittheit der Zeichen reflektieren [s.S. 33]. Und trotzdem ist gerade der Sinn der Erfahrung und der des Erlebnisses für die Bildbetrachtung unerläßlich. Solange die Wirklichkeit der Erfahrung nämlich andauert, bleiben wir nach Schütz in einem geschlossenen Sinngebiet (Sinnkontext), das sinnvoll, aber zeitweise unreflektiert bleiben kann.

Würden die präsenten Gegenstände einer Konstruktion des wahrnehmenden, sogenannten "reinen" Bewußtseins keinen Sinn erkennen lassen, so wären sie keinesfalls in der Lage, einen Bewußtseinsstrom, dem so etwas wie Wirklichkeit widerfährt, im Fluß zu halten [vgl. Schütz u. Luckmann 1979/49f., 80]. Auch der von Berger u. Luckmann [vgl. 1980/1f.] benannte "Mann auf der Straße" behält sein *Wissen* über Wirklichkeit als konstruierte Struktur von Zeichen. Deshalb wird der Mann aber nicht die erfahrbaren Wirklichkeitsphänomene von gegenständlichen Qualitäten in *sprachlichen* Zeichenkonstruktionen garantiert sehen. Wenn er Gehen gelernt hat, dann hat er Wirklichkeit [Zweitheit] auch körperlich erfahren; und wenn er Sehen gelernt hat, dann hat er Gegenstände höchstpersönlich gesehen. Gerade in der westlichen Gesellschaft ist dem »Menschen auf der Straße« oft mit letzter Sicherheit erst das wirklich, was er selbst mit eigenen Augen sieht, ganz egal was man ihm beispielsweise in der Werbung oder Wissenschaft versprochen hat. Die Sinnzuschreibungen, die Zeichentitel im Kontext

<sup>79</sup> Bei Husserl heißt es: "Realität und Welt sind hier eben Titel für gewisse gültige Sinneseinheiten, nämlich Einheiten des »Sinnes«, bezogen auf gewisse ihrem Wesen nach gerade so und nicht anders sinngebende und Sinnesgültigkeit ausweisende Zusammenhänge des absoluten, reinen Bewußtseins" [Husserl 1980/106 §55]. »Titel für Sinnesempfindungen« sind für Husserl grundsätzlich nicht mit den erinnerten Sinngebungen in der Lebenswelt identisch, denn das "Nichterinnerbare ... kann eben nur 'gelebt', aber in keiner Weise 'gedacht' werden; es ist wesentlich unartikuliert" [Schütz 1974/70].



erhalten, erreicht nur die halbe Sachkenntnis, die für die nicht-sprachliche Bildstruktur substantiell ist. Wie können Bilder und deren Formen jedoch als ein Sinnkontext nahezu ohne sprachliche Zuwendung innerhalb der Gesellschaft existieren?

Ohne verbale Sprache oder andere Symbolisierungsweisen könnten Bilder ihre Funktion nicht erfüllen. Nur ko-orientierte Symbolisierungen verdeutlichen, warum das, was innerhalb des Sinns der Bilder geschieht, etwas sein soll, was außerhalb der Bilder möglicherweise anzutreffen ist. Trotzdem decken Bilder einen ganz eigenen Sinnkontext ab, der durch sprachlich reflektierte Sinnzuschreibungen nicht freizulegen ist. Auf das Hindernis, welches durch die selbstreferentielle Sinnzuschreibung in Sprachcodierungen in letzter Konsequenz entsteht, hat Merleau-Ponty indirekt hingewiesen. Denn wir können entdecken, "... daß auch die Sprache nichts sagt als sich selbst und ihr Sinn von ihr selbst nicht trennbar ist" [Merleau-Ponty 1966/223]. Diesen Sinn sprachlicher Zeichen verstehen Individuen innerhalb des Sinnkontextes ihrer Sprache, d.h., Sprache versteht sich zuletzt allein selbst. Bilderläuterungen unter Zeitungsbildern oder Bildinterpretationen unterstützen zwar den Sinnkontext von ikonischen Bildformen, klären ihn jedoch in jenen vermittelnden Interpretationen oder Beschreibungen nicht auf, sondern setzen ihn voraus. Der ikonische Signifikationscode muß vor aller verbalen Interpretation in seinem repräsentierenden Sinn verstanden sein. Der ikonische Objektbezug will erblickt sein, damit weitere Interpretationen des indexikalischen und symbolischen Objektbezugs möglich werden. Deshalb stellt die sprachliche Beschreibung und Identifikation bildlich dargestellter Objektbezüge letztendlich nicht den Sinn von Bildern fest, sondern kennzeichnet den Wechsel von der Zeichencodierung der bildlichen zu der Zeichencodierung der sprachlichen Beschreibungen. Sprache diskreditiert daher den Sinn von ikonischen Bildinhalten eher, als daß sie ihn dechiffriert. Bilder, wie auch die Bilder der Kunst, sind kommunikativ gemeinte und an Sinn orientierte Resultate, die von einem Produzenten auf die von Sprache beschilderten Wege gebracht werden, gleichwohl nicht die Schilder, sondern die Wege beschriftet werden.

Trotz aller Transformationsversuche vom bildlichen zum sprachlichen Sinnkontext realisiert niemand im letzteren Interpretationen, die beispielsweise dem Mona-Lisa-Bild ebenbürtige optische Informationen und visuelle Nachrichten vermitteln würden. Solche vergeblichen Sinnübertragungen geben bereits preis, wie Individuen den Sinn von präsenten Zeichen decodieren, um in ihnen den Sinn von ikonischen Repräsentationen des Objekts wahrzunehmen. Diesen Sinn der repräsentierenden Form verstehen Individuen im Sinnkontext von Bildern *prälogisch*, weil sie ihn visuell wahrnehmen. Wenn wir nämlich in einem Bild »etwas anderes« wiedererkennen, dann haben wir das bildliche Zeichen als

solches innerhalb des Sinnkontextes von ikonischen Bildern prälogisch als Rhema [s.S. 46] *visuell* verstanden. Die Vorstellung/Idee des Objekts, die Repräsentation, wird hier sprachlos wahrgenommen. Mit sprachlichen Benennungen übertragen wir lediglich jene bildbezogene Anschauung auf sprachliche Sinnkontexte und verstehen sie dann dort innerhalb des sprachlichen Sinnkontextes, aber nicht innerhalb des Sinnkontextes von Bildern. Die Übertragung vom bildlichen zum sprachlichen Sinnkontext bereitet lediglich die Änderung der Denkgewohnheit vor. Deshalb erfüllt sich der repräsentative Sinn eines ikonischen Bildzeichens innerhalb des Sinnkontextes visueller Zeichen. Dort erscheint ein Bild sinnvoll, wenn es »etwas« präsentiert und wenn es »etwas anderes« als es selbst optisch wiedererkennbar *repräsentiert*. In letzter Entschlossenheit erzeugen Bilder den zweifachen Sinn der Form infolgedessen zyklisch. Sie präsentieren und repräsentieren nichts anderes als ihren Sinn selbst. Sie fungieren somit in einem Autodeterminismus, der sie in kulturellen Zeichensegmentierungen autonom (eigengesetzlich) gegenüber Sprache und sonstigen Realitätskonstruktionen macht.

Für Bilder im allgemeinen ist es ganz egal, und selbst für maschinell erzeugte Bildern wird es in der heutigen Zeit wieder unwichtiger, ob das veranschaulichte Objekt nominell oder wirklich existiert. Die Referenz des Bildzeichens zum wirklichen Gegenstand stellt das Individuum im Zeichenprozeß her, indem es mögliche oder erfahrene Wirklichkeiten zu kulturellen Einheiten (ikonischen Signifikaten) bündelt und dann erstmal für sich selbst wiedererkennbar darstellt [s.S. 40]. Daß nämlich Bilder nur Vorstellungen von der (gewünschten) Wirklichkeit referierter Gegenstände bilden bzw. von Gegenständen darstellen, ist dem Bild, wie auch seiner Begriffsbestimmung schlechthin seit ehedem immanent gewesen. Im zweifachen Sinn der Bildformen veranschaulichen Bildproduzenten nichts anderes, als ihre eigenen Ansichten (Ideen/Vorstellungen) von repräsentierenden Bildzeichen und präsenten Bildgegenständen [s.S. 39 (Klee)]. Die Entwicklungsgeschichte des europäischen Bildes mit dem damaligen Hang zum einzig Wahren und heutigen Bestreben zum realistischen oder besonders innovativen Bild stabilisiert die Vermutung, daß es Bildproduzenten nicht auf die Referenz zur Wirklichkeit ankommt. Ihnen kommt es entweder auf die Progression (Erweiterung) inklusive Tradition visueller Kommunikation an oder auf die ästhetische Erfahrung des Bildgegenstandes selbst. Das generelle Interesse an Bildern kann sich also kaum darin begründen, daß Menschen die Welt anhand von Bildern erfahren werden. Es begründet sich vielmehr dort, wo sie sich selbst in synthetischen Bild-"Realitäten" oder als Kollektiv mittels Bildern wiedererkennen, um dann über abwesende Welten zu kommunizieren. Bilder werden

deshalb als kulturelle "Spiegelbilder"<sup>80</sup> produziert, worin Menschen im Wechsel der Denkgewohnheit ihre soziale Präsenz nicht sprachlich, sondern visuell wiedererkennbar repräsentiert sehen. Das Bild übernimmt folglich keine Eigenschaften eines abzubildenden Gegenstandes, sondern bildet das, was die menschliche Vorstellung im Bild spiegeln soll, damit es dem Menschen als vorgetäushtes "Abbild" eines Gegenstandes erscheinen kann. Es ist hier die Selbstähnlichkeit der Bilder, die diesen zu ihrem selbstreferentiellen Eigenwert verhilft. Bilder bilden also ein Abbild von sich selbst ab, um etwas Bildliches zu repräsentieren.

Zusammengenommen besagt jene Selbstreferenz: anstatt daß Menschen durch das prinzipiell undurchsichtige<sup>81</sup> Bild die Welt sehen könnten, erkennen sie die im Bild konzeptualisierte Undurchsichtigkeit als Durchsichtigkeit ihrer eigenen Perspektive wieder. An Nancy angelehnt, läßt sich deshalb sagen: so liegt der Sinn der bildlichen Form "... in der Realität, die sie verbirgt" [Nancy 1987/44]. Bilder spiegeln Elemente von kulturellen Weltbildern, indem sie die Referenz zur Wirklichkeitserfahrung verdecken. Erst die vollständige Verhüllung von Wirklichkeiten [Zweitheit] ermöglicht überhaupt erst visuell kommunizierbare Realitätsinterpretationen oder Wirklichkeitsillusionen [Dritttheit]. Bilder rufen somit erst eine soziale Realitätsvorstellung von »etwas anderem« ins Leben, wenn diese kommunikativen Konstruktionen nicht mit dem veranschaulichten »etwas« identisch sind und sein sollen. Sie bieten keine Durchsichten ("Perspektiven", lat. *perspicio*: hindurchschauen) auf die Welt, sondern *spiegeln* Einsichten (Wissen) von der visuellen Kommunikationsform einer Kultur im ikonischen Signifikationscode. Und wie sie dies mit Hilfe des Sinns der Form vollbringen, dazu jetzt.

Beispielsweise fällt der Zentralperspektive in unserer Kultur eine besondere Autorität zu, weil sie unseren internalisierten Plausibilitätskriterien von einer optisch dargestellten Nachricht entgegenkommt. Die aus singulärem Blickpunkt entwickelte Zentralperspektive wird in einer Tautologie sinnvoll. Sie projiziert in ihren repräsentierenden Formen den Sinn auf die Welt, den wir in den uns gewohnten Sinnstrukturen noch als sinnvolle Darstellungsform wiedererkennen können. Selbst Kinder bilden nicht das ab, was sie

<sup>80</sup> Eco [vgl. 1991/269] präzisiert, daß das alltägliche Spiegelbild von »etwas« kein Zeichen ist, weil man es nicht zum Lügen verwenden kann. Ebenso sind verschiedene Zeichencodierungen ein Spiegelbild von konzeptualisierten Denkgewohnheiten, die als Kulturformen weder wahr noch falsch sind. Beispielsweise ist die Sprache als sinnkonstituierende Zeichencodierung von Weltbildern nicht schon selbst eine Lüge. Es kann sein, daß eine Zeichencodierung z.B. musikalische Denkgewohnheiten nicht spiegeln kann, das wäre aber keine Lüge, sondern betrifft die Leistungsfähigkeit der Zeichencodierung selbst.

<sup>81</sup> Es gibt freilich Ausnahmen, z.B. ließ Sigmar Polke bei den Bildern "weiße Wolke" [1992] u. "Haus vom Nikolaus" [1992] auf einer Malfläche aus Gaze große Bildflächen unbemalt stehen, wodurch die Keilrahmen und die hinter den Bildern befindliche Wand sichtbar wurde.

sehen, sondern das, was sie in ihrer konzeptualisierten Sinnstruktur als Sinn *verstehen* [vgl. Piaget 1978/479; s.S. 95]. Aus dieser Tautologie, die Sinn durch Sinnkontexte begründet, führt Luhmann [vgl. 1971/61; 1987/102] mit einem Vorschlag heraus. Seines Erachtens ist Sinn für das menschliche Erleben die notwendige Ordnungs- und Abgrenzungsform, um mit Sinn im Sinn kommunizierte Informationen und Nachrichten zu gewinnen. Denn "... erkennen können nur nichterkennende Systeme ..." [Luhmann 1990/37]. Solche selbstreferentiellen Systeme konstruieren ihren Sinn vor dem Hintergrund ihres Sinnkontextes, um intern darzustellen, was draußen passiert. Ebenfalls erfüllen Bilder ihren Sinn im selbstreferentiellen Sinnkontext, wenn sie gemäß kulturinternen Plausibilitätskriterien repräsentieren, was außerhalb ihrer selbst passiert. Bilder bilden im ikonischen Signifikationscode keinen Gegenstand nach, ersetzen diesen nicht *mimetisch* im Sinne von Mimikry [s.S. 167], sondern sie teilen über ihn die optischen Nachrichten mit, die von der Tautologie des Sinns gefiltert wurden. Der Sinn im Sinn der Form ermöglicht und garantiert dem Individuum überhaupt erst den kommunikativen Anschluß an die visuellen Kommunikationsformen seiner Kultur. Denn zur Kommunikation kommt es erst dort, wo *etwas* als Zeichen für *etwas anderes* akzeptiert wird. Wäre visuelle Kommunikation in der repräsentierenden Form frei von kulturellen Sinnkontexten, so wäre sie undurchführbar, da sowohl Gesellschaft als auch Kommunikation bei Sinnverlust lediglich ihre Selbstzerstörung vorantreiben. Bilder, die auf ihre jeweilige kulturelle Tautologie, daß Sinn Sinn hat, verzichten, entsagen sich deshalb temporär jeder Gesellschaftlichkeit. Dieser Sinn, der im kulturellen Sinnkontext seinen Sinn erhält, bezeichne ich im weiteren als Sinntautologie.

"... Sinn ist kein Zeichen<sup>82</sup>" [Luhmann 1987/107], aber "Sinn bildet den Kontext aller Zeichenfestlegung ..." [Luhmann 1987/107] und Erlebensstile. Um diesen Kontext des Sinns aufzugreifen, vollzieht Luhmann keine explizite Unterscheidung zwischen Information und Nachricht. Diese Unterscheidung wäre jedoch notwendig, wenn Luhmann annimmt, "... daß das Bewußtsein im Wahrnehmen ... eine für Kommunikation unerreichbare Eigenart besitzt" [Luhmann 1992/20]. Wenn Bilder Informationen sowie

<sup>82</sup> Mit dieser Bemerkung vermeidet sowohl Luhmanns Theorie als auch diese Arbeit, Sinn als Zeichen und Bezeichnung für sich selbst zu verstehen. Der einzige Sinn, der kein Zeichen ist, kommt allerdings nach Peirce in dem Wechsel der Denkgewohnheit von beispielsweise Fühlen zu Denken vor. Nach Karger [vgl. 1986/42] zieht jede Veränderung der Denkgewohnheit bereits ein Zeichen nach sich. Dies würde dann aber heißen, daß jede Veränderung von Sinn als Zeichen auftaucht und dann notwendigerweise selbst ein Zeichen des Übergangs zu anderen Sinnkontexten ist. Dieses Zeichen müßte also ein indexikalisches Zeichen sein. Die Nichterfüllung der Funktion des Zeichens, die entsteht, wenn Sinn als Zeichen für sich selbst genommen wird, indiziert dann, daß ein Wechsel des Sinnkontextes oder der Denkgewohnheit eben noch nicht stattgefunden hat, was man aber erst bemerkt, wenn der Wechsel stattgefunden hat.

Nachrichten auf der Grundlage des Sinns veranschaulichen bzw. mitteilen sollen, dann muß der kommunikative Anschluß sowohl durch die kulturell geprägten Wahrnehmungsroutine ("pragmatic turn") als auch durch die Zeichenkompetenz ("linguistic turn" besser "semiotic turn") eines Individuums verwirklicht werden.

Visuelle Informationen sind an die Ordnungsform der individuellen Wahrnehmungsschemata in gleicher Weise gebunden, wie die Nachrichten an das von einem Individuum internalisierte Zeichenrepertoire einer Kultur. In dieser Angelegenheit sind sich Luhmann wie Habermas in meinem Sinne einig. Der Informations- wie auch der Nachrichtengehalt einer visuellen Mitteilung hängt davon ab, "... was der Adressat vorher schon wußte" [Habermas 1971/184]. Und was der Adressat an informationeller und zeichenhafter Struktur mitbringt, wenn er Bilder ad hoc sehen bzw. verstehen will, ist eben ein *Kennen* des doppelt geordneten Sinns der Form im Legizeichen. Sinnverstehen als ein Modus visueller Erfahrung benötigt Kennen-Lern-Situationen. Nur dem visuell erfahrenen Individuum signalisiert der doppelte Sinn von Bildformen kommunikative Anschlußfähigkeit, sofern Sinnkontexte nicht erheblichen Variationen unterliegen und dadurch exemplifizierten Sinn sinnvoll sichtbar werden lassen. Diese kulturelle Sinntautologie kultureller Formen ermöglicht überhaupt erst die Interpretation der Zeichenbedeutung, mit der eine ikonische Nachricht im jeweiligen Kontext verständlich wird. Der kulturelle Bildstil im ikonischen Signifikationscode untermauert somit den kulturellen Konsens, der darin besteht, daß der »Sinn der repräsentierenden Form« in der Kommunikationssituation internalisierten Plausibilitätskriterien folgt. Verläßt der Sinn der repräsentierenden Bildform den kulturellen Konsens (z.B. irritierende Kunst), steht der Mitteilungsanspruch der visuellen Kommunikation selbst in Frage und wird dann meist mittels sprachlicher Zeichen im Sinngehalt symbolisch gestützt oder abgelehnt, weil sich jede Präsenz der Form sprachlich, aber nicht bildlich, als Bildsymbol behaupten läßt. Ohne plausiblen Sinn der repräsentierenden Form bleibt jede ikonische Bezeichnung unvermittelt.

Verlöre sich der Sinn repräsentierender Form, bliebe visuelle Kommunikation weitgehend unverstanden, und wäre der Sinn präsender Form nicht sichtbar, wäre nichts sichtbar. Eine kommunikative Relevanzstruktur trägt den Sinn der Form im kulturellen Darstellungscode (Legizeichen) [s.S. 124]. Der Sinn im »Sinn repräsentierender Form« fungiert deshalb als eine kulturelle *Notwendigkeit* [s.S. 31], die mit der Drittheit der Erstheit (Legizeichen) möglicher Medienformen tradiert wird. Diese Notwendigkeit, die die kommunikative Fortsetzbarkeit nicht dem Zufall überläßt, zeigt sich mit dem Sinn des Darstellungscode, dessen Index verdeutlicht, wie der bildliche Sinn ohne sprachliche Unterstützung als eine visuelle Mitteilung zu erkennen ist. Mit dieser Indizierung der kommunikativen Funktion

kann der Gegenstand Bild als Zeichen für eine optische Nachricht genommen und innerhalb der Sinntautologie von Bildern als kommunikationsinternes Konstrukt aktualisiert und verstanden werden [hierzu Luhmann 1992/24]. Wenn wir nämlich sprechen, kommt auch niemand auf die Idee, die Kommunikation als Sprachcode oder Zeichen gestisch anzukündigen, weil bereits mit der sprachlichen *Geste* indiziert wird, daß jetzt innerhalb der Sinnkonstitutionen der Sprache eine Sequenz von symbolischen Lauten als Nachricht verstanden und relevant werden soll. Auch visuelle Kommunikation indiziert ihre Funktion. Sie "... ist entsprechend codiert als (positiv oder negativ gefaßter) Sinnvorschlag, der verstanden oder nichtverstanden und angenommen oder abgelehnt werden kann" [Luhmann 1987/603]. Diesen demonstrativen Kommunikationsanspruch aktualisieren Bilder im ikonischen Signifikationscode fortwährend, weswegen ihr Sinn als kommunikativ anschußfähige Zeichencodierung nicht in Vergessenheit gerät. Erst eine Zeichencodierung, welche von jeglicher Kollektivität ausgeschlossen ist, verliert ihren Sinn; in dieser Weise geht es den Zeichen unvergleichbar ähnlich wie den von Durkheim [vgl. 1973/118] untersuchten, suizidgefährdeten Menschen.

## a) Konsens und Konventionen im Sinn der Form

Für kulturelle Kollektive werden Zeichenformen kommunikativ sinnvoll, wenn relativ viele Individuen die gleichen Wahrnehmungs- und Zeichengewohnheiten haben. Man könnte dann auch sagen, Sinn ist dort am sichersten zu erwarten, wo er unbefragt in Anspruch genommen wird. Daher schreibt sich in menschliche Lebenskontexte am augenfälligsten der Sinn ein, der sich, ohne weitere Erkundungen und Renitenzen zu provozieren, gewohnheitsmäßig etablieren kann. Die momentan am stärksten hervortretende, visuelle Gewohnheit, die in bezug auf moderne Bildformen unbefragt vorherrscht, erzeugt die Zentralperspektive. Diese fungiert als ein kulturelles Legizeichen, dessen Verwendung mit der Erwartungserwartung verbunden ist, daß man den Erkennungsgewohnheiten von Individuen nahezu weltweit entsprechen wird. Wenn ein Bildproduzent z.B. die Zentralperspektive verwendet, erwartet er die Erwartung des Betrachters, daß dieser etwas sehen will, was er auch als Zeichen der visuellen Kommunikation erkennen kann. Es ist also der *Erkennungscode*, der hinsichtlich der Zentralperspektive den visuellen Kommunikationsfluß aufrecht erhält. In der Präsenz der Form wird hier nämlich selbstverständlich ein Sinn der repräsentierenden Form erkannt, der das Bild als visuell kommunikative Veranschaulichung verständlich macht.

»Verständlich« im Bildzusammenhang heißt: das Bild vermittelt visuelle Informationen unter der Prämisse, daß der Rezipient die Information als optische Nachricht von etwas anderem visuell erkannt hat. Hier liegt eine Paradoxie der visuellen Kommunikation. Einerseits soll diese im ikonischen Objektbezug dem Gegenstand sehr ähnliche Informationen transferieren, und andererseits soll sie aber dem Gegenstand nicht so ähnlich sein, daß sie mit ihm im Zeichenmittel, d.h. in Form und Materialität, homöomorph wird. Wäre diese Merkmalsidentität der Fall, ginge die kommunikative Nachricht verloren. Allerdings gewöhnt sich der Bildbetrachter an die Nachricht: So sieht der Gegenstand *in illustrativer Bezeichnung* aus. Die gut vertraute Perspektive erlaubt dem Betrachter, den ikonischen Objektbezug auf den Gegenstand perspektivisch direkt in Form einer scheinbaren Durchsicht zu entfalten. Der Bildbetrachter vergißt den Nachrichtengehalt solcher scheinbaren Durchsichten (Perspektiven) auf den Gegenstand. Er nimmt die visuelle *Information* des ikonischen Objekts direkt wahr, indem er sie vorkommunikativ als »Bezeichnung ohne Zeichenbedeutung« [s.S. 139] verstehen kann. Das Vergessen des kommunikativen Aspekts von Bildern leistet die Erkennungsgewohnheit, die wenig Gelegenheit zum bewußten Wiedererkennen von legizeichenhaften Strukturen aufkommen läßt [s.S. 158].

Gewohnheiten wirken meist so, *als ob* sie einer Regel folgen, die es dem wahrnehmenden Individuum eröffnet, nichts mehr von einer Regel zu bemerken. Solche "vergessenen" Regeln weisen Bilder in der legizeichenhaften Materialeinteilung auf, wodurch sie im Sinn repräsentierender Bildformen für den Rezipienten zur möglichen Gewohnheit, zur zweiten "Natur" oder zweiten Wahrscheinlichkeit werden. Jenes gewohnheitsmäßige Wiedererkennen auf der Seite des Rezipienten wäre dann aber nichts anderes als ein Erkennungscode von Bildstrukturen. Rezipienten internalisieren den Sinn repräsentierender Form gewohnheitsmäßig, indem sie eine kulturelle Regel verinnerlichen und vergessen. In der beständigen Repetition verlieren Bilder nicht ihren Sinn, jedoch entschwindet ihr kommunikativer Mitteilungswert. Die Internalisierung erlaubt dem Bildbetrachter nämlich, daß er den ikonischen Objektbezug sofort erkennt, ohne zu bemerken, warum er es kann. Aufgrund des Erkennungscode sieht er gewohnheitsmäßig durch das Bild hindurch. Er sieht scheinbar direkt auf das Objekt, ganz so, wie er bewegungslos durch das vergitterte<sup>83</sup> Fenster Dürers oder durch den Sucher einer Fotokamera den Gegenstand anstarren würde. Solche zu Fenstern verwandelten Bilder erscheinen im geradlinigsten Sinne des Wortes »gegenständlich«. Obwohl die fingierte Gegenständlichkeit an sich nichts kommuniziert,

<sup>83</sup> Dürer entwickelte seine Zentralperspektive aus einem Fadenraster, welches in einen Rahmen gespannt, die fixierte Sicht auf einen Gegenstand konkretisierte und so berechenbar auf ein Linienraster des Malgrundes übersetzbar wurde.

kann dennoch die simulierte Durchsicht auf das Objekt als ein Signifikationscode der Bildkommunikation aufgefaßt werden. Die syntaktischen Einteilungsformen von Bildern erlauben dem Betrachter eine Sichtweise auf ikonische Objektbezüge, die aus Gewohnheit in scheinbar direkter Referenz auf den Gegenstand wahrgenommen werden. Dies führen beispielsweise Videoamateure vor, die sich mit dem einäugigen Sucherbild ihrer Kamera eine ikonische Kartographie erstellen, die sie nicht kommunikativ, sondern informativ für die ein wenig unbeholfene Orientierung im Raum nutzen.

Beim ikonischen Signifikationscode basiert der hingegenommene Sinn auf erlernten Formprinzipien, an die sich Individuen in struktureller Kopplung gewöhnt haben. Vermöge der kognitiven Schemata des Wahrnehmenden wird erst »etwas« zum Zeichen gemacht, weshalb der »Sinn im Sinn repräsentierender Form« an die kognitive Struktur des Wahrnehmenden gebunden bleibt [s.S. 90 (semiotischer Exkurs)]. Auf Kulturen bezogen folgt daraus, daß der Sinn der repräsentierenden Form als Zeichenregel generalisiert werden muß. Im Sinn der *präsenten* Form würde keine kommunikative Vertrautheit auftauchen, die einen Erkennungscode von Bildern stabilisieren könnte. Unerkannte Bilder oder Bilder ohne bekannte repräsentierende Codierung müßten erst als Bild erarbeitet werden, so wie es bei der Kunstbetrachtung im Fall von Sinzeichen vorkommt. Der kulturelle Signifikationscode in der Verbindung mit legizeichenhafter Bildeinteilung und ikonischem Objektbezug stabilisiert sich im visuellen Sinn, wodurch sich visuelle Kommunikation fürs erste kulturell anschlussfähig verwirklicht. Fürs erste deshalb, weil kulturelle Verallgemeinerungen außerdem in indexikalischen und symbolischen Objektbezügen vorkommen, denen hermeneutisch oder ikonographisch orientierte Kunsthistoriker und alle anderen erfahrungs- oder sprachorientierten Bildinterpreten nachspüren.

Wenn man Kritzelzeichnungen von sehr jungen Kindern oder den Künstlern Cy Twombly und Willem de Kooning betrachtet, kann man feststellen, daß ein pragmatischer *Konsens* über das Wahrgenommene gewiß erst in kommunikativer Bestätigung oder wechselseitiger Beobachtung erreicht wird. Bei alltäglichen Bildern indessen kennen die Individuen den kulturellen Konsens über die stilisierten Formen im Bildmedium. Selbst Luhmann [vgl. 1992/56] vermutet, daß mit der Bezeichnung »Konsens« eine individuelle Bewußtseinslage gemeint ist, über die durch Kommunikation<sup>84</sup> entschieden wird und die den Begriff der »Lebenswelt« berührt. Ohne "die Lebenswelt als Universum prinzipieller Anschaubarkeit"

<sup>84</sup> Luhmann geht allerdings zu weit, wenn er schreibt: "Mit der Bezeichnung »Konsens« kann nur die Bewußtseinslage der Umwelt des Gesellschaftssystems gemeint sein, soweit sie als Medium für Formen fungiert, über die durch Kommunikation entschieden wird" [Luhmann 1992/56]. Bilder opponieren dagegen. Sie ermöglichen eine konsensuelle Bewußtseinslage, in der Umwelt wahrgenommen wird, obwohl diese durch Kommunikation und das System erst hergestellt wurde, also einen (Sinn-)Konsens innerhalb der visuellen Kommunikation beinhalten.



[Husserl 1954/130] zu problematisieren, verstehe ich unter »Konsens«<sup>85</sup> die kommunizierte Erwartungssicherheit einer gemeinsamen Wahrnehmung von bildlichen Formen, die in einer Gesellschaft aufgrund von Kontext-Nachrichten sinnvoll und kommunikativ anschlussfähig auftreten. Der Sinn der repräsentierenden Form basiert auf dem Konsens, daß ein figurativer Erkenntnisstil einer Epoche plausible Informationen bietet, wenn er die konventionellen und alltäglichen Darstellungscodes nutzt. Der Sinn repräsentierender Form und der Konsens über diesen bestimmen sich offenbar wechselseitig: der kommunikative Sinn der Form wird im Konsens und der Konsens im kommunikativen Austausch der Form gefunden. Hiermit verdeutlicht sich, warum der Sinn einer informationellen Ordnung dem kulturellen Sozialisierungsprozeß eines Individuums unterliegt. Der Sinn bildlicher Formen entsteht in der zeitrelationalen Vergesellschaftung von Sinn. Dieser wird von Individuen in den Wahrnehmungsschemata vorbewußt und in der Wahrnehmung vorkommunikativ wiedererkannt, woraufhin er sich so zur kommunikativen Erkennungsgewohnheit von Bildern entwickelt. Ohne den zeit- und beobachterrelationalen Konsens über die informationelle Ordnung von Bildern stünde der Sinn der visuellen Kommunikation zumindest in Frage. Wohlgermerkt, ich meine hier keinen Konsens über die kommunikative Bedeutung der Form, sondern über den Sinn der bildlichen Form, welche durchaus unterschiedliche Bedeutungen in der Interpretation annehmen kann. Kommunikativer bzw. interpretativer Dissens setzt den Konsens bezüglich des bildlichen Signifikationsmediums einer Kultur weitgehend voraus.

Im sozialverständigten Konsens bekräftigen sich Individuen nicht die *Notwendigkeit*, die Bilder in eine irgendwie überprüfbare Ähnlichkeitsbeziehung zum Gegenstand stellen würde. Vielmehr bestätigen sie sich vorangehend, daß sie den vergesellschafteten Sinn der repräsentierenden Formen als eine kulturelle Konvention wiedererkennen können, unabhängig davon, ob die Referenz zum Gegenstand ähnlich oder unähnlich scheint. Das relevante Moment beinhaltet die kommunikativen Geltungsansprüche, die bei kultureller Kontextimmanenz dem Bildmedium zugestanden werden. Je nachdem, wie sich die kulturellen Geltungsansprüche bezüglich des Kommunikationsmediums etabliert haben, referieren Bilder über Realitäten, Sachverhalte, Fiktionen, Götter oder andere ästhetische

<sup>85</sup> "In der allgemein [und traditionell] gebräuchlichen Terminologie wird 'Consensus' mit 'individueller Übereinstimmung' gleichgesetzt. Zwei oder mehr Individuen nehmen unabhängig voneinander auf ein gemeinsames Objekt ihrer Wahrnehmung, Beurteilung, Entscheidung Bezug. Das Ausmaß, in welchem die einzelnen Mitglieder in ihren Wahrnehmungen, Beurteilungen, Entscheidungen übereinstimmen, wird als Ausmaß des Consensus bezeichnet [Siegrist 1970/6]. An dieser Ausgangsdefinition kritisiert Siegrist zutreffend, daß ein Konsens in den Bezeichnungsformen nicht auch einen in den Bedeutungsinterpretationen nach sich ziehen muß, da für die letzteren auch Kontext-Nachrichten relevant werden. Er kommt daraufhin zur folgenden Definition, der ich mich anschließe: "'Consensus' heißt das zwischen Interaktionspartnern aufgrund reflexiver Ko-Orientierung erreichte Einverständnis" [Siegrist 1970/55].

Erfindungen. Beispielsweise fungiert die informationelle Ordnung, die ein in Öl gemaltes Schlachtengemälde offeriert, heutzutage nicht mehr als Dokument des realen Schreckens, weil sein referentieller Geltungsanspruch für Realitätskonstruktionen hinfällig geworden ist; den aktuell "sinnvollsten" Darstellungscode für solche Ereignisse verkörpert gegenwärtig die Liveaufzeichnung, die ihre Informationen mittels linearperspektivisch geordneter Pixel in Farbbildröhren zeitgleich verbreitet. Daß über letztere Kommunikationstechnik ein kultureller Konsens über den »Sinn der repräsentierenden Form« besteht, der seinen realitätskonstruierenden Geltungsanspruch durch informative und anschlussfähige Plausibilitätskriterien erlangt, ist - so denke ich - einsehbar. Was selbstverständlich nicht meint, daß jener realitätskonstruierende Geltungsanspruch den Betrachtern die tatsächliche Wirklichkeit [Zweitheit] spiegelt. Sie ahnen mittlerweile, daß die konstruierten Realitäten in der Bildkommunikation weitaus stärker geltungs- und normengeleitet mitgeteilt werden, als es die dynamische Erfahrung von wirklichen Gegenständen hergibt. Der heutzutage realitätskonstruierende Geltungsanspruch von televisionären Bildern dokumentiert deshalb eine historisch und sozial eingespielte "Interpretations-Praxis", wie sie sich beispielsweise in der "sozialen Bestimmung der Referenz" [Abel 1994/23] von Fotografien bestätigt, die scheinbar unvermittelt, weil optisch informativ, verstanden werden.

Der *Sinn der Form* wurde bei Massenmedien - vergleichbar dem verbalen Sprachmedium, das gleichfalls von Massen verwendet wird - offensichtlich mit der Kommunikation in die Allgemeinheit getragen und als Darstellungskonvention etabliert, damit Individuen das Veranschaulichte erkennen und in seiner Bedeutung fraglos verstehen. Aufgrund kultureller Erkennungsgewohnheiten wird die Leichtigkeit der optischen Informationsvermittlung vorwiegend als Realismus des Bildes eingeschätzt. Solche Realismuseinschätzungen stützen sich so gut wie nie auf Übereinstimmungen zwischen Bildmerkmalen und realen Gegenständen, sondern beruhen auf Erkennungsgewohnheiten bezüglich eines erwarteten Signifikationscodes. Nur dieser kann auf den stabilisierten Konsens hoffen, daß kultureller Realismus kraft tautologischer Sinnbestätigung realistisch und allgemein verifizierbar sein soll [vgl. Bourdieu 1983/89]. Die Vermittlung von visueller Information mit Zeichenbedeutung bleibt gewiß unverständlich und unrealistisch, wenn der präformierte *Sinn der Form* nicht *kennengelernt* wurde. Um beispielsweise den ikonischen Inhalt steinzeitlicher Malereien oder Satellitenfotos zu entziffern, also eine erste Zeichenbedeutung zu erkennen, wird man zunächst gezwungen sein, Formen als sinnvolle Einheiten zu bestimmen, und somit ihre Konventionen der Repräsentation zu lernen. Wenn kulturelle Konventionen nicht kennengelernt oder vollständig ignoriert wurden, behält visuelle Kommunikation einen interpretativen Möglichkeitsüberschuß, der den Austausch

von Informationen/Nachrichten und damit Verstehen zeitweilig blockiert. Es gilt also keinesfalls nur für "realistische" Bilder, daß unverzügliche Kommunikation auf konventionelle und damit sinnstabile Darstellungscodes angewiesen ist.

Trotz aller Konventionen in der visuellen Kommunikation sind es nicht diese selbst, die den repräsentierenden Sinn von Bildern ermöglichen, sondern es ist "... der Sinn ..., der uns die Konvention verstehen läßt ..." [Gombrich 1984/285]. Erst wenn der Sinn im unbekannt-Neuen einer Veranschaulichung verstanden ist, kann er sich in einer Konvention, Regel bzw. einem Darstellungscodex etablieren. Folglich basieren Konventionen auf einem späteren Modus visueller Kommunikation, in der Sinn generalisiert wurde. Für den Sinn der ikonischen Formen ist eine starke Arbitrarität der Darstellungskonvention nicht zwingend. Wiedererkennbarkeit kann ebenfalls auf einer Erkennungsgewohnheit der gegenständlichen Umwelt beruhen. Individuen können deshalb frei von gesellschaftlichen Übereinkünften repräsentierenden Sinn in Bildern erkennen, wenn sie ihn spontan als eine unübliche Darstellung von bekannten Gegenständen wiedererkennen. Beispielsweise lassen sich in Farbklecks<sup>86</sup> intuitiv repräsentierende Formen von etwas anderem wahrnehmen. Dies richtet sich zweifellos nicht gegen Habermas [vgl. 1971/189] und Apel [vgl. 1988/247], die gemeinsam mit Wittgenstein [vgl. 1990/207 (202.)] auf einem konventionellen Kommunikationscode beharren, da einerseits niemand privatim und nur einmal einer (Spiel-)Regel, Konvention oder kulturellen Codierung folgen kann, und andererseits die visuell kommunikative Verständigungspraxis kulturelle Regeln voraussetzt. Und dennoch, auch wenn es keine privatsprachliche Kommunikation geben kann, und gleichfalls das menschliche "Bildspiel" selbst Konventionen folgt, so kommt letzterem doch die Möglichkeit zu, es im Privaten *nahezu* ohne interpersonale Regel zu spielen. Gut, zu diesem "Bildspiel" gehört die Konvention, die Regel, irgendein Material und Malgrund zu nutzen, aber z.B. hat der Maler Francis Bacon [vgl. 1982/21] einst individuelle Spielarten erfunden, von denen er selbst meint, er könne sie nicht einmal selbst abermals nachspielen. Er kann also die Spontaneität, die ihn zu einer ikonischen Beschreibung führte, nicht in jedem Fall nochmals wiederholen<sup>87</sup> oder kommunikativ formieren. Übrigens ein Argument, warum Bilder zwar als Kommunikation, aber weder als *Sprache* noch als System aufzufassen sind. Denn erstens existiert für sie kein Notationssystem [vgl.

<sup>86</sup> Der chinesische und japanische Taoismus besitzt beispielsweise eine "künstlerische" Konvention, Tuschbilder aufgrund einer Zufälligkeit entstehen zu lassen, obwohl sie erst dann repräsentieren, wenn in ihnen etwas gesehen wird, wenn in der Bezeichnungsförm eine kulturelle Einheit zur Bedeutung gelangt [vgl. Chung-yuan 1985/208ff.].

<sup>87</sup> Zwar hat auch die Sprache (z.B. im Beziehungsaspekt des Gesangs) etwas Unwiederholbares, da Gleiches in *identischen* Zeitsituationen unsagbar ist, aber - darauf kommt es an - man kann die syntaktisch-semantische Bezeichnung in deckungsgleicher Regelbefolgung nochmals darstellen.

Goodman 1973/203], welches die Transformation in eine vollständig andere Zeichen-codierung (wie z.B. in der Musik) erlauben würde, um allgemeine Orientierungen für zukünftige Ausführung anzubieten. Und zweitens erlangt in Bildern auch Unsystematisches kommunikativen Sinn. Zusammengefasst bezieht sich der Sinn von Konventionen auf allgemeines, aber er hat, das wollte ich verdeutlichen, bei *ikonischen* Sinn-codierungen manchmal anfänglich "... einen individuellen [und gesellschaftlich unkontrollierten] Modus der Stiftung" [Nadin 1991/218].

Der vorherige Absatz präzisiert, daß Goodman und übrigens auch Rorty [vgl. 1987/36] von einer ungenauen Prämisse ausgehen, wenn sie für bildliche Repräsentation grundsätzlich Konventionalität voraussetzen. Mit dieser Prämisse klärt Goodman zutreffend auf, daß in *konventionellen* Sinn-codierungen "... kein Grad der Ähnlichkeit [zwischen Bild und wirklichem Gegenstand] eine hinreichende Bedingung für die Repräsentation" [Goodman 1973/16] ist. Aufgrund seiner linguistischen Schule mißlingt jedoch die findige Behauptung, daß Repräsentation von Zeichen an Denotation gekoppelt wäre; woraus nämlich folgen würde, daß ikonische Objektbezüge ohne denotativen Bezug zur faktischen Wirklichkeit, also mit sogenanntem "Null-Denotat" [s.S. 138], einfach nichts mehr per Ähnlichkeit repräsentieren oder ikonisch darstellen würden. Bei alledem vernachlässigt er zunächst die menschliche Fähigkeit des *visuellen Wiedererkennens*, das einzelne Segmente eines Sinns von Ähnlichkeitsbezügen früher als Konventionen individuell auffinden kann. Außerdem übersieht Goodman [vgl. 1973/16, 36, 84, 232, 265], daß gerade repräsentierender Sinn von Ähnlichkeit für visuelle Kommunikation unentbehrlich ist, weil in ikonischen Sinnkonstitutionen keinesfalls alles etwas anderes darstellen oder ikonisch bezeichnen ("repräsentieren") kann. Ähnlichkeit beruht zwar so gut wie nie auf *faktisch* überprüfbaren Verhältnissen zwischen Bildform und Gegenstandsform, aber sie gründet sich auf eine kommunikationsinterne Idee der Mimesis (Erkenntnisweise), die mit Präsenz über etwas anderes als das Präsenze per möglicher Ähnlichkeit benachrichtigt. Diese Ähnlichkeit kann auch auf ein Wiedererkennen zurückgehen, das wir vor allen Konventionen und absteckbaren Systemgrenzen bemerken, wenn Kunstbilder, Farbflecken, Klecksbilder, Wolkenbilder, Sandstrukturen und der Spinat auf dem Teller zufällig irgend »etwas anderem« ähneln.

Entgegen Goodman können wir bemerken, sobald wir die allgemeine Bestimmung von Bildern aufgreifen, daß wir im Sinn der präsenten Form schon einen Sinn der repräsentierenden Form optisch wiedererkannt haben. Wenn gar nichts in einer Farbanordnung wiedererkannt wird, kann ich nicht einsehen, warum irgendwelche Farbflecken etwas anderes *optisch (!)* darstellen sollten. Denn für eine optische Repräsentation muß man den

Sinn repräsentierender Form *visuell* wiedererkennen, *irgendeine Idee* (Vorstellung) von optischer Ähnlichkeit muß hergestellt werden können; ansonsten bezeichnet der Farbfleck allerhöchstens etwas auf indexikalische oder symbolische Weise. Für diese beiden Objektbezüge sind optische Informationen und eine Idee von Ähnlichkeit nicht substantiell. Anders ausgedrückt, wenn kein Sinn der repräsentierenden Form visuell wiederzuerkennen ist, kann ein Bild keine *optischen Informationen* vermitteln, die uns eine ikonische Bezeichnung von »etwas anderem« vor *Augen* führen. Aus diesem Grund muß ein Individuum, noch bevor es sich in optischen Darstellungskonventionen auskennt, zunächst vermöge seines Wahrnehmungssystems den Sinn repräsentierender Form *wahrnehmend decodieren* können. Angenommen, ein Individuum würde im Bild keinen Sinn der repräsentierenden Form *sehen*, wie sollte es jemals Darstellungskonventionen lernen oder innovativ entwickeln? Deshalb erhält kein ikonisches Bildzeichen eine Bedeutung, wenn der visuell wiedererkennbare Sinn der repräsentierenden Form unerkant bleibt [s.S. 177]. Ob das repräsentierte Objekt existiert, ein Denotat hat oder nicht, ist ein späterer Modus der kulturellen Gebrauchs- und Geltungs-Kriterien von visueller Kommunikation. Kurz, nicht jedes Ähnlichkeitsurteil über repräsentierende Formen ist konventionell, sondern als Konvention etablieren sich die Darstellungsformen, die beschleunigte Kommunikation ermöglichen.

Die potentielle Möglichkeit des repräsentierenden Sinns fordert demnach, daß nicht schon jeder Bruch mit Darstellungskonventionen (z.B. irgendwelches Gekritzeln) das Neue als Neues etabliert, sondern daß das Neue in der repräsentierenden Form in seinem Sinn erkannt und akzeptiert werden muß, damit es einen wichtigen Aspekt der Kultur von morgen aufzeigt. Würden Kulturen auf experimentelle Sinnstiftungen verzichten, verlören sie mit der Fähigkeit, zeitgemäße Bedeutung zu kreieren, auch die Möglichkeit, auf eine veränderte Gegenwart kommunikativ zu reagieren; allein kultische Visualisierungen versuchen einen ewigen Code durchzuhalten, damit sich die ritualisierte Gegenwart nicht verändert. Kulturelle Konventionen der repräsentierenden Form, also ikonische Signifikationscodes, gehen erst aus dem kommunikativen Fluß von sich bewährenden Formen hervor.

Da bildlicher Sinn vor Konventionen und Regeln auftaucht, verhindert dies die Annahme von Habermas, daß "... Sinn stets symbolisierter Sinn [ist]" [Habermas 1971/190]. Eine neue Form der Repräsentation kann nicht schon normativen oder gar objektiven Sinn symbolisieren, wenn sie in ihrem Sinnvorschlag erst noch zu erkennen ist. Die Zentralperspektive als symbolische Form [s.S. 250] hätte sich nicht weltweit durchgesetzt, wenn sie ausschließlich Sinn symbolisiert hätte, ohne daß dem Betrachter nicht auch sinnvolle

Informationen veranschaulicht worden wären. Hinsichtlich Bildern greift der kommunikationstheoretische Ansatz von Habermas zu kurz. Seine Theorie realisiert zwar die Differenz zwischen "... raumzeitlich individuierten Gegenständen und symbolisch verkörperten Bedeutungen" [Habermas 1988b/328], verkennt in dieser Differenz jedoch die indifferenten Übergänge, wie sie eigens für Bilder und auch rituellen Skulpturen charakteristisch sind. Selbstverständlich schrieb Habermas keine Theorie des visuell kommunikativen Handelns. Gemessen an einer solchen, wäre seine Annahme nicht akzeptabel, daß Sinngehalte grundsätzlich an die Kommunikation mittels sprachlicher und tradierter Symbole angelehnt seien, die überdies einer Bezeichnungsregel und sogar einer sozialen Bedeutungsidentität folgen würden. Bezüglich Bildern wäre auch seine Behauptung untauglich, daß subjektiven Erlebnissen ohne intersubjektiv kommunizierbare Geltung kein Sinn beizumessen wäre [vgl. Habermas 1971/195, 1988a/164, 1988b/30ff.; s.S. 35 (Onomatopöie)]. Während Habermas [vgl. 1988a/163] sieht, daß jemand ohne vortheoretisches Wissen seiner Lebenskontexte nicht in die Sprache "einsteigen" kann, vernachlässigt er, daß Sinn neben jener pragmatischen gleichermaßen in der syntaktischen und semantischen Dimension aufgefunden werden muß, sobald jemand die Bedeutung symbolischer Bezeichnung im Sinn verstehen will.

Es stellt sich die Frage, wie eine Gegenstandsbedeutung und eine ikonische Zeichenbedeutung jemals erlebt werden könnten, wenn nicht infolge optisch wahrgenommener bzw. syntaktisch-semantischer Sinnstrukturen. Eine »Erlebnisesellschaft«, wie sie Schulze [vgl. 1993/43ff.] sachgemäß inauguriert, wäre ohne subjektive, emotionale und vorkommunikative Sinnerlebnisse bzw. Sinnorientierungen kaum zusammenzuführen [hierzu Thies 1995/75ff.]. Deshalb wird man zumindest Bilderlebnissen nicht gerecht, wenn mit Habermas [vgl. 1971/188f.; 1988a/164] der doppelte Sinn der Form übergangen wird, um sich sofort den Durchgriff auf kommunikative Intersubjektivität von vermeintlich bedeutungsidentischen Symbolen zu sichern. Man müßte betreffs der Bilder sogar meinen, wenn "der Verstehensprozeß ... auf ungeklärte Weise mit einem Hervorbringungsprozeß rückgekoppelt" [Habermas 1988a/165] sein sollte, daß dann kaum jemand Bilder verstünde. Denn deren maschinell unterstützte Performanz wurde erst mit der Fotografie allgemein zugänglich und verhältnismäßig gleichförmig.

Der Begriff der "Intersubjektivität" ist ohnehin zu verwerfen. Er greift infolge der kommunikativen Unerreichbarkeit eines Bedeutungskonsenses in Subjekten fehl. Statt der ausgeschlossenen Subjektreferenz von Kommunikation sprach ich von Interpersonalität [s.S. 48 Fußn. 12]. Diese charakterisiert die kommunikationsinterne Vergesellschaftung von Personen, indem sie deren kommunikative Anschlußfähigkeit durch Reziprozität

(Wechselseitigkeit) einer Regel (Code) erwartbar hält. Interpersonalität setzt sich bei visueller Kommunikation aber erst durch, wenn erstens verwandte Erkennungsgewohnheiten der erfahrenen Bildpräsenz vorhanden sind, und wenn zweitens zumindest für zwei Bildbetrachter die Formpräsenz einen repräsentierenden Sinn *wiedererkennen* läßt. Daß die beiden Bildbetrachter etwas wiedererkannt haben, also repräsentierenden Sinn fanden, können sie sich dann sprachlich oder durch andere Gesten bestätigen. Demnach hängt Interpersonalität davon ab, daß irgend etwas kommuniziert und wechselseitig bestätigt wurde. Der Sinn der Form des ikonischen Bildes muß daher vorerst zu einem kommunikativen Reglement werden, damit das Bild augenblicklich interpersonal wahrgenommen werden kann. Konventionen regeln demnach den *verallgemeinerten* Sinn beider Formen«, damit, wie weiter oben erläutert [s.S. 183], auch visuelle Kommunikation nicht jedesmal erarbeitet, sondern ad hoc *interpersonal* im doppelten Sinn der Form verstanden wird. Interpersonalität benennt somit bezüglich des Sinns, daß visuelle Kommunikation sich zwecks schnellerer Informations- bzw. Nachrichtenvermittlung innerhalb eines kommunikativen Konsenses ereignet, der es kalkulierbar macht, welche visuell kommunikativen Darstellungsformen regelmäßig von Personen verstanden werden [s.S. 48 Fußn. 12]. Das kommunikative Element von Bildern bleibt auf die im Konsens abgesicherte Interpersonalität des Sinns weitgehend angewiesen. Infolge dieses Konsenses über ähnliche Differenzierungskriterien der Beobachter verhindern z.B. sehr innovative oder kulturfremde Malereien spontane Interpersonalität, weshalb sie in ihrem repräsentierenden Sinn der Form zu decodieren sind, wenn aus ihnen kulturelle Darstellungskonventionen folgen sollen. Ikonische Darstellungskonventionen sind grundsätzlich auf optisch erfolgreiche Sinnstiftungen angewiesen, falls sie in die visuell kommunikative Lage versetzt werden sollen, Sinn per "kulturellem Gesetz" zu symbolisieren. Denn die wenigsten Symbole sind visuell sinnfällig bzw. visuell kommunikativ plausibel.

Jene symbolisch verallgemeinerten Gesetze wollen umfassenden Einspruch verhindern. Sie erhalten eine kulturelle Konformität aufrecht, um interpersonale Kommunikationsmöglichkeiten herzustellen. Erst ein kulturelles Gesetz (Legizeichen) über Darstellungsformen ermöglicht eine Kommunikation, deren optische Nachrichten rasch verständlich werden. Beispielsweise kommuniziert es sich mit der technisch erzwungenen Konformität von Fotografien besonders

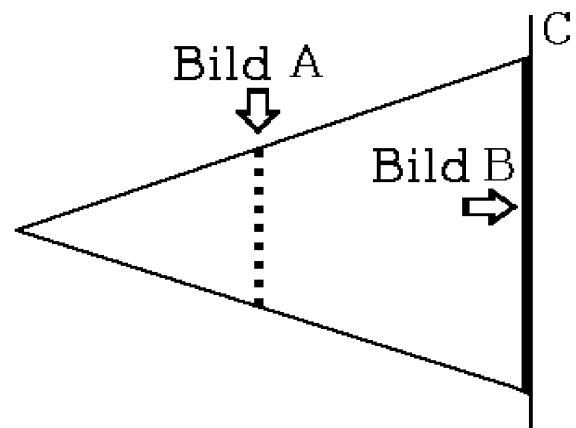


Abb. 11

leicht. Denn deren Gesetze im Legizeichen benachrichtigen scheinbar subjektunabhängig über die Existenz einer optischen Sache, obwohl einzelne "Paragrafen" täglich novelliert und durch ein menschliches Bewußtsein im Sinzeichen manipuliert werden. Eine Besonderheit erzeugen zentralperspektivisch erstellte Bilder dadurch, daß ihr repräsentierender Sinn aufgrund eines optischen "Naturgesetzes"<sup>88</sup> zum interpersonalen Legizeichen wird. Die Zentralperspektive wurde in der Epoche der Renaissance erfunden. Seit dieser Zeit gilt bis heute diejenige Wirklichkeit einstweilen als unumstößlich, die interpersonal beobachtbar, meßbar und berechenbar ist, woraufhin sie auch erst in allgemeinwahrscheinlichen "Naturgesetzen" beschrieben werden konnte. Die stark idealisierte Bedingung der optischen Perspektive wäre daher keine kulturelle Konvention. Sie beruht auf geometrischen und physikalischen Wahrscheinlichkeiten, die als optische Gesetzmäßigkeiten bezeichnet wurden [s.Fußn. 88]. Dies hat Goodman [vgl. 1973/28] unzutreffend beschrieben. Er meint die bildliche Perspektive (man denke hier z.B. an Fotografien) würden nicht den Gesetzen der Optik folgen. Doch liegt Goodman mit der Meinung richtig, daß die nicht idealisierte Zentralperspektive, deren Verwendung für visuelle Kommunikation, und ebenfalls die kulturbedingte Anpassung von Individuen an die unnatürlichen Wahrneh-

<sup>88</sup> Nach Peirce besteht das allen Naturgesetzen zugrunde liegende Kennzeichen darin, "... daß jede als Naturgesetz bezeichnete Aussage als Grundlage für Voraussagen dienen kann und auch dazu dient" [Peirce 1991/293]. Unter bilduntypischen Umständen und im theoretischen Idealfall, den Bilder (A) [s.Abb. 11] fast nie verwirklichen, beschreibt die Linearperspektive in geometrischen Gesetzen eine Darstellungsweise, die bei einäugiger, röhrenförmiger und körperlich unbewegter Sicht auf ein bekanntes Objekt so erfahren werden könnte, als ob sie eine naturgesetzliche Darstellung wäre [hierzu Rehkämper 1993]. Hinzu kommt aber, was Rehkämper übersehen hat, daß eine ideale Perspektive nur dann als naturidentisch erfahren wird, wenn die Entfernungsakkommodationen des Auges in der Beobachtung von Einzelheiten unverändert bleiben. Diese Unveränderlichkeit erfüllt nur das Bild (B), das in Größe und Entfernung mit dem Gegenstand (C), z.B. einer Hauswand, *identisch* ist. Wenn aber das Bild (B) mit dem Gegenstand (C) in den Entfernungen *identisch* scheint, dann ist das Bild kein Bild mehr, sondern eben eine vorgetäuschte *glatte* Hauswand, die nichts Dreidimensionales an sich haben darf. Denn wäre die Hauswand mit einem Balkon ausgestattet, dann würde das Auge im perspektivischen Bild gleiche und in der Wirklichkeit unterschiedliche Entfernungsakkommodationen wahrnehmen. Die perspektivische Darstellung (A) entspricht demnach keinesfalls der natürlichen Wahrnehmung, sondern ist eine kulturelle Konvention für visuelle Kommunikation. Aber unter idealisierten Bedingungen und unter der naturgesetzlichen Prämisse, daß sich Licht auf kurzen Distanzen geradlinig ausbreitet, sanktioniert das Verhalten des Lichts (entgegen Goodmans [vgl. 1973/30] Behauptung, daß es nicht so geschieht) auf jeden Fall die Modalitäten solcher zweidimensionalen Abstraktion, die versucht, die Linearität der "Lichtstrahlen" (z.B. die Camera obscura) auf der Bildfläche einzufangen. Demnach partizipiert die Linearperspektive in Bildern teilweise an der kulturell erwarteten Naturgesetzlichkeit der Lichtausbreitung. Damit meine ich, daß die Idealbedingung der perspektivischen Darstellung *keine kulturelle Konvention* ist, weil die optischen Gesetze der Lichtausbreitung vermutlich überall und auch demnächst noch gelten werden. Trotzdem ist es aber eine kulturelle Übereinkunft, daß wir die *relative Annäherung* an ein optisches Naturgesetz nutzen, um mit Bildern visuell kommunizieren zu können. Diese relative Annäherung verändert sich in Graden ständig. Im weiteren werden uns unrealistisch erscheinende Perspektiven in anderen Kulturen durchaus als realistisch anerkannt. Kulturbedingte Realismusinterpretationen (Rhema) haben mit der Linearperspektive (Legizeichen) nichts gemeinsam. Sie gehorchen einer bildbezogenen Erkennungsgewohnheit.



mungsverhältnisse von Bildern, eine kulturelle Konvention sind. Ohne Frage werden perspektivische Bilder, die die kulturell eingeführte Annäherung an ein "Naturgesetz" nutzen, in eine kommunikative Situation versetzt, wie sie absolut kein anderes Kommunikationsmedium hergibt. Denn jetzt erzeugt *theoretisch* jeder in identischen Verhältnissen den gleichen subjektunabhängigen Sinn repräsentierender Form. In identischen Konstellationen würde also jeder die gleichen optischen Zeichen von einer Begebenheit perspektivisch codieren. Diese Berechenbarkeit begründet das große Vertrauen in technisch erzeugte Perspektiven (Legizeichen). Selbst verbale Sprache wird unberechenbarer und unvoraussagbarer formuliert als die Perspektive, die einem syntaktischen Automatismus folgt. Selbstverständlich beruht auch dieses Vertrauen auf einer visuellen Gewohnheit. Es herrschen so gut wie nie idealisierte Darstellungsbedingungen vor, weshalb die alltägliche Bildperspektive eine konventionell etablierte Möglichkeit der Lüge bleibt.

## b) Emotionsmotivierter Sinnkonsens

Maler waren über Jahrtausende die innovativsten Initiatoren von neuen Segmentierungserfindungen bildlicher Formen und ästhetischer Ideen. Zwar hatten die Erfinder der Perspektive und anderer Konventionen neben dem hauptsächlich ästhetischen Anspruch auch einen technischen, heutzutage aber sind es vielfach nur mit Technik beschäftigte Erfinder, die neue Darstellungscodes von Bildern durchsetzen. Über die massenmediale Durchsetzung von Holographien und 3D-Fernsehen konnte bisher allerdings kein langfristiger Konsens gefunden werden. Gleichwohl sind zeitgenössische Techniker nach wie vor bestrebt, bildliche Zeichencodierungen zu *erfinden*, um mittels evolutionierter Bilder über optische Wirklichkeiten zu berichten, oder wie in Simulationsbefürchtungen angedeutet, über deren Existenz hinwegzutäuschen. Offenbar haben die Malerei und die Kunst ihre Domäne abgegeben, aus der heraus sie innovative Darstellungscodierungen vorschlugen. Neuerdings installieren nichtkünstlerisch ambitionierte Techniker zeitgenössische Darstellungscodes in der (Welt-)Kultur. Die aktuelle Krise der Malerei demonstriert, daß die wenigsten im Kunstmarkt agierenden Künstler die Arbeit an optischen Codes interessiert, entweder weil sie keine Techniker sind, oder weil sie meinen, daß alle in ihrer Fähigkeit als Maler möglichen Codes ausgeschöpft sind. Künstler verfügen dann nur über vier Möglichkeiten: sie wiederholen schon bekannte Darstellungscodes, bedienen sich kultureller Codes von modernen Film- Video- und Computer-Techni-

kern, flüchten sich in die Bearbeitung von dreidimensionalen Gegenständen oder halten sich aus dem aktuellen Kunstsystem heraus. Künstler verzichten daher zunehmend auf bildliche Zeichen und deren ursprüngliche "Freiheit", weil gegenwärtig industrielle Teams über das Medium und die primäre Bildencodierung im "Quali-" und Legizeichen dominieren. Dies heißt aber nichts anderes, als daß industrielle Teams die Vorschlagsautorität gewonnen haben, wie Konventionen vom Sinn der präsenten und der repräsentierenden Bildform einzuhalten sind. Die visuelle Kommunikation ist der einzige Bereich der gesellschaftlicher Kommunikation, wo einzelne und Teams berufen wurden, neue Konventionen (Gesetze) von *kompletten* Kommunikationssystemen zu formieren. Im Gegensatz zur verbalen Sprache, die in bezug auf verordnete Reformen verhältnismäßig stabil bleibt, sind primäre Bildencodierungen industriell und politisch wesentlich leichter zu etablieren, wie die Geschichte der Fotografie [vgl. Freund 1976] bzw. die deutsche Vergangenheit vor und nach 1945 bestätigt.

Jener industriell beherrschende Einfluß auf den *Sinn der Form* legt Individuen nicht vollends fest. Lediglich die Farbqualitäten und die künstlichen Perspektiven<sup>89</sup> von automatischen Instrumenten sind intolerant. Der syntaktische Bildaufbau im Sinzeichen läßt hingegen subjektive Ungebundenheiten vollständig zu, sogar vollständiger als irgendeine andere Zeichenkommunikation es vermag. Der Fotograf beispielsweise kann eine mathematisch unendlich große Anzahl von An- oder eigentlich Absichten innerhalb der technischen und subjektunabhängigen *Notwendigkeiten* (Gesetze/Legizeichen) seines Instruments verwirklichen. Trotzdem wird einzelnen Fotografien die gesellschaftliche Auszeichnung "Kunst" meist dann verliehen, wenn für unsere Kultur deutlich ist, daß sie weniger auf automatischer, sondern weitgehend auf individuell künstlerischer Entscheidung beruht. Es ist nämlich kreatives Geschick aufzubringen, wie z.B. die Künstlerin Astrid Klein zeigt, sobald bei der ikonischen Darstellung eines dreidimensionalen Gegenstandes dem konzeptionellen Automatismus der künstlichen Perspektive einer Black Box entflohen werden soll, um unterhalb des interpersonalen Sinns noch Freiheiten eines subjektiven Sinns wiederzuerkennen. Auf der anderen Seite basiert gerade der durchschlagende Erfolg der automatisierten Bildproduktion darauf, daß interpersonaler Sinn per Knopfdruck aus dem Apparat kommt. Die visuelle Kommunikation ist bisher das einzige Kommunikationssystem, welches in seinem kommunikativ anschußfähigen Sinn der Form soweit automatisiert werden konnte, daß es annähernd unabhängig vom menschlichen

<sup>89</sup> Jeder Fotograf wird bemerken, daß die diversen Objektive sehr unterschiedliche Veranschaulichungsfehler und Verzerrungen der Linearperspektive an den Rändern des Fotos verursachen. Offensichtlich vollstreckt jedes Objektiv ein wenig eigene Darstellungsgesetze.

Bewußtsein eine kommunikationswirksame Syntaktik und Semantik als Symptom einer Maschine *situationsadäquat* fabriziert und mitteilt.

Nach Vermutungen Ecos [vgl. 1991a/80f.] traten im Mittelalter fundamentale Unsicherheiten aufgrund sozialer und natürlicher Katastrophen auf, was zur Konsequenz geführt haben mag, daß ein symbolisches Repertoire ausgearbeitet wurde, um sich der furchterregenden Aspekte der Natur entledigen zu können. Ein vergleichbares Krisenphänomen kündigt sich gegenwärtig an. Denn die symbolisch kommunizierten Zeichenwelten wachsen so unüberblickbar an, daß deren Komplexität nur unter großem Zeitaufwand Orientierung bietet. Der daraus resultierenden Verunsicherung begegnen moderne Informationsgesellschaften mit der automatisierten Beschleunigung eines kommunikativen Sinns, der über ikonische Formen verbreitet wird. Denn dadurch, daß heutige Gesellschaften ihre Kommunikation vom verbalen und symbolischen auf den visuell kommunikativen Bereich verlagern, versuchen sie wesentlich komplexere Informationen zu reduzieren und zu vermitteln, wodurch sie Zeitverzögerungen in der Erstellung des kommunikativen Sinns scheinbar unterbinden. "Scheinbar" zweifelsohne deshalb, weil ikonische Bilder oft in einem kommunikativen Sinn erstellt werden, der zwar während des visuellen Wahrnehmens zügig informiert und nahezu vorkommunikativ verständlich wird, der aber aufgrund seines rhematischen Interpretantenbezugs allenfalls prälogische Orientierung bietet. Diese rasche Orientierungsweise hat schlicht zur Folge, daß sich die durch Bildautomaten verkürzten Zeitspannen bei der Überführung in verbalsymbolische Kommunikationscodes wieder zeitlich ausdehnen, wenn konsequente oder gar aussagenlogische Entscheidungen getroffen werden sollen. Die einzige Zeitreduktion für nicht technisierte, also menschliche Entscheidungsprozesse besteht darin, daß *visuelle Informationen* nicht mehr vor Ort von Individuen eingeholt werden, weshalb diese später andernorts zur praxeologischen Interpretation verpflichtet sind, wenn mehr als die visuelle Information und die prälogische Identitätsmöglichkeit (im Rhema) verstanden und handlungsrelevant werden soll. Allerdings wird es in der medizinischen Diagnostik (Expertensysteme) probiert und von militärischen Langstreckenraketen längst vorgeführt, wie Automaten aufgrund von Bildern zielorientierte Maßnahmen innerhalb ihrer Decodierungs- und Interpretationsprogramme weitgehend "eigenständig" treffen können [zu letzterem Virilio 1989/188].

Aus dieser Zeitdiskrepanz zwischen der visuell verfolgbaren Sinnproduktion und der praktischen Unabwendbarkeit, im diskursiven Sinn Entscheidungen treffen zu müssen, entsteht das eigentliche Problem für moderne Gesellschaften. Die semantischen Bildautomaten produzieren mehr sinnorientierte Kommunikation als Individuen in verbaler

Sprache überhaupt mit gleicher Geschwindigkeit erfassen können; dies führen Astronomen eindringlich vor, wenn sie in einer Nacht soviel an Bildinformationen erzeugen, daß sie Jahre für das wissenschaftliche Verständnis brauchen. Um es auf einen Satz zu bringen: die Bildautomaten, genaugenommen sind es syntaktisch-semantische *Sinnautomaten*, lassen eine sinnorientierte Kommunikation entstehen, deren organisierte Komplexität zu einer informationellen Entropie auswächst, die Individuen im optischen Nachrichtengehalt weitgehend widerspruchslos hinnehmen müssen. Denn die informationelle Entropie, die Bilder veranschaulichen, erlaubt in ihrer ikonischen Ähnlichkeitsbehauptung grundsätzlich keinen *logischen*, an propositionalen Plausibilitätskriterien orientierten Widerspruch. Zuletzt entwickelt sich dieser semantische Sinn tendenziell zum überkomplexen Unsinn. Wie diese informationelle Überkomplexität von optischen Nachrichten zu bewältigen sei, darüber haben sich Beschäftigte des japanischen "Ministry of Post and Telecommunications" (MTP) ihre Gedanken gemacht. Sie berechneten für den Informationswert eines stehenden Bildes 80 Worte pro Minute und veranschlagten für ein laufendes Farbfernsehbild sogar 1200 Worte pro Minute [vgl. Hensel 1990/66]. Wer kann jedoch 1200 Worte in der Minute oder 200 Seiten (72000 Worte) dieser Arbeit pro Stunde lesen und handlungsrelevant verstehen? Der drollige Versuch vom japanischen MTP dokumentiert die verbreitete Hilflosigkeit, die entsteht, wenn mit Begriffs-Konzepten einer *Nachrichten*-Gesellschaft die Aktualität einer *Informations*-Gesellschaft verstanden werden soll. Es ist unerheblich, was alles unter dem Modewort »Informationsgesellschaft« firmieren soll; Bilder nehmen ihr Sonderrecht innerhalb einer authentischen *Informations*-Gesellschaft jedenfalls dadurch in Anspruch, daß sie tatsächlich vorrangig visuelle *Informationen* ermöglichen und zu einem wesentlich geringeren Teil verbalisierbare und negierbare *Nachrichten* mitteilen. Insbesondere bewegte, aber auch stehende Bilder werden nämlich kaum sprachlich, sondern emotional bewältigt und mit Bedeutungen belegt.

Jenes widerspruchslos hinzunehmende *Sonderrecht* ikonischer Bilder macht den modernen Menschen zeitweilig glauben, die Welt sähe womöglich so aus, wie sie im präsenten und repräsentierenden Sinn der Bilder angeboten bzw. bezeichnet ist. Das kontinuierliche »Wie« im Fluß befindlicher Formen katapultiert hier das »Was« des Inhalts aus dem kommunikativen Kontext der Symbole, d.h., die informationelle Entropie im Inhalt von Bilderwelten degeneriert entweder zur Ähnlichkeit mit der Welt oder zur entähnlichten Ästhetisierung der Darstellungsform, so daß symbolische Inhalte solch ikonischer Nachrichten irgendwie und irgendwann einmal *möglich* werden können. Bei kritischer Auslegung automatischer Bilderzeugung wäre das einzige, was dem widerspruchslos

hinzunehmenden Sonderrecht noch entgegnet werden könnte, daß ikonische Weltre-  
präsentationen (Weltbilder) einfach nicht *schön* sind, weiter nichts [s.S. 46 (Rhema)]. Je  
nach normativer Haltung eröffnen sich hier zwei Beurteilungsmöglichkeiten: einerseits  
kann man den kollektiv verbindenden Sinnkonsens, der ikonischen Formen nachfolgt, als  
die *Zerstörung* des symbolischen Interpretationsrahmens verstehen, wie z.B. Kleinspehn  
[vgl. 1989/157ff.] im Anschluß an A. Lorenzer kritisch einwendet, oder man bejaht  
andererseits das prälogische Sonderrecht ikonischer Formen, weil es eine erste Gelegenheit  
bietet, daß Individuen sich aufgrund leichtverständlicher Sinnlichkeit kommunikativ ver-  
gesellschaften, um sich überhaupt irgendwann einmal auf der symbolischen Ebene der  
Kommunikation einfinden zu können. Der symbolische, in diesem Zusammenhang der  
ikonische Interaktionismus der Kleidermode und der der Bewerbungsfotos für Arbeitgeber  
wären zwei Beispiele dafür, wie optische Sinnlichkeit kommunikative Anknüpfungspunkte  
bietet, die zu subjektiven Zugehörigkeitsverhältnissen oder zu vermeintlich gleichen  
Lebensgefühlen führen. Solche subjektiven Zugehörigkeitsverhältnisse, die durch ein  
Schönheitsempfinden ikonischer Formen provoziert werden, möchte ich als »emotions-  
motivierten Sinnkonsens« verstehen, damit deutlich bleibt, daß Schönheit zwar kom-  
munikativ bestätigt werden kann, aber keinesfalls interpersonal kontrollierbaren  
Funktionskriterien gehorcht.

Der emotionsmotivierte Sinnkonsens benennt im weitläufigen Sinne von "Vergemein-  
schaftung" [Weber 1972/21] eine subjektiv verallgemeinerte Situation, in der Individuen  
erstens Formen betrachten, zweitens diese Formen aus einer Spontaneität heraus für  
objektadäquat halten, also einen ikonischen Ähnlichkeitsbezug wahrnehmen, und drittens,  
daß sie sich subjektive Emotionen oder ästhetische Urteile reziprok bestätigen, obwohl  
ihnen die Plausibilitäts- und Differenzierungskriterien des jeweils anderen unbekannt sind.  
Sie sagen oder signalisieren positiv schweigend eventuell: schöner, netter Mensch auf dem  
schönen Bild. Wie mit dem kommunikativen Beziehungsaspekt aufgegriffen [s.S. 122,  
150], vermute ich, daß ein solcher emotionsmotivierter Sinnkonsens anhand von  
ästhetischen Geschmacksurteilen durchaus dazu beiträgt, erste approximative Zugehörig-  
keitsverhältnisse und kommunikative Anknüpfungspunkte zu finden, obwohl symbolische  
Inhalte noch inkommunikabel ausbleiben. Andererseits besteht die Möglichkeit, daß ein  
Geschmacksdissens eine soziale Ausdifferenzierung begünstigt, in der ohne symbolische  
Begründungen im »Wie« der kulturellen Formen signalisiert wird, welche persönlichen  
Beziehungsaspekte und Differenzierungskriterien an welchen Sozialisationsmedien  
ausgebildet wurden [hierzu Bourdieu 1982/57ff.].

Kulturgemäß werden ästhetische Sachlagen unterschiedlich empfunden, je vehementer jedoch Bildformen in den kulturellen Raum eindringen, desto eindringlicher wird das ästhetische Empfinden von Individuen bearbeitet. Denn ganz allgemein werden "ethnozentrische" Tendenzen von Gesellschaften bzw. Gruppen eher verhindert, und die Wahl von neuen Beziehungspartnern wird unterstützt, wenn Ähnlichkeiten zwischen Kulturen bzw. Subkulturen bemerkt oder erst entwickelt werden [vgl. Antweiler 1994/147f.; Schulze 1993/183]. Zwar gehorchen ästhetische Kriterien subjektiven und innenorientierten Urteilen, die einem unspezifizierbaren Sinnkonsens unterliegen, dennoch lassen sie sich durch Medien in zwei Weisen beeinflussen: erstens infolge einer Enkulturation, indem Individuen (inter-)kulturelle Bilderwelten als biographische Sozialisationsinstanz annehmen, wodurch sie die überlieferten Formen (z.B. der Television) unumgänglich auch mit affektiven Bedeutungen verbinden. Und zweitens entsteht in der Kultur mit der Übernahme externer Kulturformen und der Überformung durch diese ein Prozeß der Akkulturation, der mittels Bildmedien partiell affektive Bedeutungen und ästhetische Formen langfristig verändert. Diese beiden Prozesse zusammengenommen stärken die These, daß die weltweit verbreiteten Medien das ästhetische Empfinden ganzer Kulturkreise missionieren, indem sie es verändern und eventuell vereinheitlichen. Denn die farbenprächtigen Formen der Kulturindustrie tauchen allseits gleichförmig auf und werden allseits, wenn auch nicht mit gleicher Bedeutung, so doch im Sinn der Form gleich verwendet. Diese interkulturelle Präsenz der Medienbilder erreicht im fortgeschritten Stadium einen Status, der den gefühlsmäßigen Einwand, daß etwas nicht schön oder nicht sympathisch ist, weitgehend lahmlegt, da alle Formen den gleichen Darstellungsgesetzen (Legizeichen) folgen. Das Fremde würde dann zum interkulturell Eigenen oder zur Bedrohung des kulturell Eigenen.

Der weltweit gleichlaufenden Ästhetisierung von Bilderwelten folgt, daß erstens Medienkonzerne (z.B. die Frauenzeitschrift "Elle") weltweit kommunikativ und ökonomisch agieren können, und daß zweitens ein gefühlsmäßig ermunterter Einwand unterbunden wird, sofern "Schönheit" bzw. die Suche nach Wohlgefallen, die Möglichkeit eines ersten emotionsmotivierten Sinnkonsenses bereitstellen kann, wie in der Kleidermode. Und exakt diesen Wohlgefälligkeits-Konsens verfolgen globale Strategien<sup>90</sup> der

<sup>90</sup> Der emotionsmotivierte Sinnkonsens spielt ebenso in den Absichten von Künstlern eine bedeutende Rolle. Sie müssen und wollen in der interkulturellen Kunstwelt lokale Sprach- und Interpretationsbarrieren überwinden, wie mir eine Diskussion mit chinesischen und russischen Konzeptualisten (Sergei Anrufriev, Kirill Prebrjenski, Kong Chang Ain, Wang Iang Ping, Wu Shan Zhuan) in Hamburg 1993 zeigte, wenn sie darauf abstellen, daß Kunst entweder ein gutes oder ungutes *Gefühl* verursacht. Ebenso belegt der Modekonzern (United Colors Of) Benetton in seiner "Global Vision" [Iiyama 1993] eine vorsymbolische Kommunikationsstrategie, die mittels eines corporate designs eine emotionale Verbundenheit weltweit vorantreiben soll.

Medienkonzerne. Denn diese interessieren sich dafür, wie kulturelle Sprach- und Reflexionsbarrieren der *symbolischen* Kommunikation zu *unterlaufen* sind. Die Ausgaben für globale Werbung beispielsweise werden von 303 Billionen im Jahr 1990 auf vermutlich 780 Billionen Dollar im Jahr 2000 steigen [vgl. Mowlana 1985/86]. Und wie man sieht, funktioniert die Werbung meist aufgrund visuell einprägsamer Formen, deren ästhetisches Spektrum sich auf das stilistisch Signifikante reduziert. Je einfacher Formen nämlich sind (z.B. Benetton Mode), desto schneller können sie mit subjektiven Wohlgefälligkeitsurteilen belegt werden [hierzu Raab 1976]. Aber dennoch befürchtet Mowlana [vgl. 1985/217], ausgerechnet touristische Erzählungen von internationalen Begegnungen würden einen Einfluß ausüben, der das weltweite Kommunikationsnetz emotional auseinanderdriften läßt. Die Zoll- und Handelsabkommen im Jahr 1994 (GATT) über "Fernsehen ohne Grenzen" kündigen an, daß man sich auch heutzutage darüber streiten kann, ob Kommunikation über kulturelle Grenzen hinweg anzustreben ist oder nicht; worüber man jedoch weniger disputieren kann, ist, ob ikonische Formen eine erste und besonders leicht zugängliche Emotions- und Kommunikationsmöglichkeit verkörpern, die kraft affektiver Assoziierungs-Chancen mühelos jede kulturelle Hürde der symbolischen Sprache bezwingt. Dies hatte beispielsweise die christliche Kirche früh erkannt. Sie teilte mit der spätmittelalterlichen Bilderbibel »biblia pauperum« ("Armenbibel") die wichtigsten Stationen der Heilsgeschichte und eine Zusammenschau von Neuem und Altem Testament auf visuell kommunikativem Wege mit, um die des Lesens Unkundigen zu erreichen. Die nominelle Ästhetisierung der Bilderwelt, die im Grunde in trivialisierte Stilisierung abrutscht, folgt demnach nicht primär einer ökonomischen Aktion, wie Welsch [vgl. 1993a/7] schreibt, sondern einer kommunikativen Strategie<sup>91</sup>, die die Kulturindustrie sekundär kommerziell nutzt, vergleichbar dem Modell der christlichen Kirche.

Ein Problem für Gesellschaften taucht auf. Im emotionsmotivierten Sinnkonsens überwiegt eine Kommunikationssituation, in der es Individuen ermöglicht ist, in wohlgefälliger Übereinstimmung von sprachlicher Kommunikation isoliert zu bleiben. Denn Bildbetrachter erleben ihre vermeintliche Verbundenheit vorrangig im Konsens des Schweigens. So kann es passieren, daß Bilder eine projizierte Verbundenheit von innenorientierten Gefühlswelten stiften, in denen sich das Individuum von jeder weiteren Kommunikation isoliert oder isolieren läßt, da jeder ästhetisch motivierte Widerspruch zunächst auf Unver-

<sup>91</sup> Diese Besonderheit kritisiert Welsch (1993a) und sie wurde bereits im Mittelalter von Bernhard von Clairvaux (1090-1153) angesprochen. "Die Augen werden geblendet von den vergoldeten Reliquien, und die Geldbeutel gehen auf. Man stellt wunderschöne Bilder eines heiligen Mannes oder einer heiligen Frau zur Schau, und je kräftiger die Farben dieser Bildwerke sind, für desto heiliger hält man die Dargestellten" [Clairvaux zit. n. Eco 1991a/20]. Ob das, was die Kulturindustrie produziert, tatsächlich schön ist, ist allerdings eine unentscheidbare Frage.

ständnis stoßen wird, wodurch in der Regel verbale Bemühungen erforderlich werden. Ganz im Gegensatz zur Rede, die nach Luhmann u. Fuchs [vgl. 1989/105] im Sprechen Anschlußfähigkeit signalisiert, während Schweigen Reflexion vermitteln soll, erhalten Bilder ihre kommunikative Anschlußfähigkeit im ästhetischen Schweigen und verhindern innerhalb vorübergehender Zeitspannen manchmal sogar Reflexion. Ergänzend bemerkt Grassi [vgl. 1970/68f.], daß bereits vor dem christlichen Mittelalter das Schweigen, welches die Unzulänglichkeit der Sprache bekundete, eine Bedeutung erhielt, die das bildhaft Erste einer ursprünglichen Sicht unterstrich, indem sie als eine dem unaussprechlich Göttlichen zumindest nahestehende erfahren wurde. Die schweigend erfahrene Bildkommunikation des Schönen und Ästhetischen im weitesten Sinne, provoziert offenbar seit längerer Zeit eine Möglichkeit, in der sich Individuen im Konsens der Einsamkeit gemeinsam fühlen können oder wollen, wie z.B. in Kinos, Museen, Kirchen, Tempeln oder vor dem Fernseher.

Bei gemeinschaftlicher Bilderfahrung verbindet sich Einsamkeit sicherlich mit kommunikativer Interaktion. Der Widersinn von hauptsächlich technisierter Bildkommunikation tritt dort besorgniserregend hervor, wo Individuen ihre kommunikative Vergesellschaftung in der Isolation von sozialen Wechselwirkungen realisieren, ohne daß ihre gemeinschaftliche Einsamkeit, aufgrund isolierter Bildbetrachtung, aufhebbar wäre. Der Konsum televisionärer Bilder mündet daher in der Paradoxie, daß sich Betrachter das Bedürfnis nach Kommunikation befriedigen, indem sie ihre soziale Isolation und ihr Schweigen mit der vergesellschaftenden Sichtbarkeit des Bildes zusammentreffen lassen [hierzu Sennett 1983/319]. In diesem Schweigen erleben die Bildbetrachter ihre eigene Verhinderung aller weiteren Kommunikation als befriedigende Kommunikation. Eine zusätzliche Kommunikationshemmung kommt auf, sobald ästhetische Botschaften beim Sehen auf innenorientierter Erfahrungsebene interpretiert werden, aber nicht mehr vom verbalorientierten Verstehen durchbrochen werden müssen, weil sich der ikonische Signifikationscode bei großer Vertrautheit vorkommunikativ, also weitgehend resistent gegen verbale Interpretationen, wahrnehmen läßt. In dieser Begleiterscheinung visueller Kommunikation trennt sich kulturelles Weltbürgertum von sozialorientierter Kommunikation, insofern der ikonische Signifikationscode von Massenmedien kulturelle Verwandtschaftsgrade anbahnt, obwohl Bedeutungsinterpretationen (verbal-)symbolischer und indexikalischer Inhalte innerhalb sozial kooperativer und individueller Interpretationen ortsansässig bleiben oder ausbleiben.

Das wohl Erstaunlichste bei der im Konsens des Schweigens abgesicherten Sinnfabrikation ist aber, daß moderne Kulturen den Anschein von logisch orientierten oder ver-



balcodierten Entscheidungsprozessen geben, während sie sich in ihren Kommunikationscodes mehr und mehr prälogisch orientieren, wenn sie in ihren Bildern sich selbst oder etwas anderes infolge einer Ähnlichkeitsbeziehung wiedererkennen. Eine verwandte prälogische Sinnorientierung der Kommunikationscodes fand sich bisher nur in Kulturen, die ins Material umgesetzte Zeichen im Sinne eines Kultes verstanden haben. Denn im Kult herrscht ein magisches Denken vor, welches seinen grundsätzlichen Glauben darauf stützt, "... daß ein Ereignis oder eine Handlung mehr bedeuten [soll] als im unmittelbaren Vorgang enthalten zu sein scheint" [Boesch 1983/83]. Einer solchen kultischen Kommunikationssituation gehorchen ebenfalls Individuen moderner Kulturen in zwei Interpretationstendenzen: erstens dann, wenn sie anfangen, ikonische Ähnlichkeitsbehauptungen innerhalb von diskursiven Sinnkonstitutionen zu interpretieren; und zweitens, wenn sie den repräsentierenden Sinn von Bildern insoweit vergessen, daß das Bild auf den typischen Kultgegenstand zurückfällt, indem sie es in den Handlungskomplex eines Rituals<sup>92</sup> verrücken, in dessen zeitlichen Rahmen das präsele Bildzeichen den geschilderten Gegenstand in jeder Hinsicht stellvertretend ersetzt. Letztere Auffassungskompetenz fordert für gewöhnlich die automatische Bilderzeugung von heutigen Individuen, sobald diese infolge des Sinns repräsentierender Form zu der vorschnellen Meinung tendieren, sie würden in laufenden Bildern etwas von der Weltwirklichkeit sehen.

In der präsentierenden Eigenschaft von ikonischen Bildern liegt die Ritualfunktion, die die repräsentierende Eigenschaft ins Vergessen treibt, um in prälogischer Kommunikationstechnik emotionsmotivierte Handlungen zu provozieren. Dies demonstrierten nicht zuerst und nicht zuletzt die amerikanischen Regierungen, als sie besonders prägnante Bilder von unschönen, weil zerstückelten Soldaten zum äußeren Anlaß nahmen, die übrigen Kämpfer aus dem Kriegsgebiet von Vietnam und Somalia abzuziehen. Hier wird deutlich, daß Bilder, sobald ihre Repräsentation als wirklichkeitsnahe Präsenz erfahren wird, den Betrachter emotionaler ansprechen können als diskursive Sinnkonstitutionen. Der Betrachter braucht sich hier die *unschönen* Objektbezüge des *schönen* Zeichenmediums (die unschönen Toten im brillanten Bildmedium des Fernsehens) nicht mehr denken (vorstellen), sobald er sie direkt mit eigenen Augen als empirisch wiedererkennbare Wirklichkeit erlebt, wenn er scheinbar durch das perspektivische und farbige Bild hindurchblickt. Die eigentlich in Bildern vorzufindende Distanz zur referierten Wirklichkeit wird offenbar zur kultischen Instanz von unverhüllter Wirklichkeitserfahrung herangezogen, und dann

<sup>92</sup> Beispielsweise bildet "nach ägyptischen Vorstellungen ... das Götterbild nicht den Leib eines Gottes ab, sondern ist der Leib eines Gottes" [J. Assmann 1988b/152]. Denn im Ritual konstituiert sich die Überzeugung, "... daß religiöse Vorstellungen mit der Wirklichkeit übereinstimmen und religiöse Verhaltensregeln begründet sind" [Geertz 1983/78].

per Geschmacksurteil *prälogisch* ausgewertet. Das annähernde Bilderverbot vom Kriegsschauplatz im Irak, wo das Bild zur Waffe gegen die UNO-Moral geworden wäre, untermauert, daß diskursiv vermitteltes Wissen um ca. 100 000 Leichen die Grenzen des "guten" Geschmacks weniger leicht verständlich antastet als anschauliches Wissen der Bilder. Dies stellt übrigens ein Argument dar, warum Medienbilder keinesfalls immer vom mediatisierten Publikum reaktions- bzw. gedankenlos mit Genuß konsumiert werden. Die von Bolz übersehene Dialektik des Medienbildes findet sich nämlich dort, wo sich zwar die - hinter dem schützenden Schirm geborgene - Öffentlichkeit den "Schrecken zur Lust" [Bolz 1993a/11] werden läßt, sich ihr aber andererseits ebenso »die Lust zum Schrecken« wandelt. Kraft Mimesis attackiert somit der Bildschirm manchmal die Emotionen, die er abwehren soll.

## 2.7. Wie wissen Bilder etwas von etwas?

Will man in der Thematik der Wissenssoziologie zum Wissen einer Gesellschaft etwas sagen, beinhaltet dies nach Berger u. Luckmann [vgl. 1980/1ff., 72] die Analyse der gesellschaftlichen Konstruktion einer Wirklichkeit. Ihres Erachtens ist Wissen etwas, was Gesellschaften als eine Gewißheit über Wirklichkeiten anerkennen und als Realität konstruieren. Sie führen aus, daß diese Konstruktionen von Wissen nur dann als interpersonale Erfahrungsablagerung in Gesellschaften gelten kann, wenn sich Wissen mittels einer Zeichencodierung<sup>93</sup> objektiviert und tradiert hat. Hinzu kommt der dringend erforderliche Faktor, den Luhmann [vgl. 1992/129] angibt, daß das Wissen, soweit es in Zeichencodierungen organisiert ist, auf eine Kommunikation angewiesen ist, die es unermüdlich in jeweiligen Bedeutungsaktualisierungen einer Gesellschaft verfügbar hält. Fällt dieser Faktor weg, sobald beispielsweise Bildzeichen niemandem Erfahrungen ermöglichen oder als Kommunikation vorkommen, geht ebenfalls ihr Wissen verloren. *Wissen* benötigt folglich die kommunikative (Wieder-)Belebung durch Individuen und Gesellschaften, die die Referenzen einer Zeichencodierung interpretieren. Verkürzt behauptet: nur gesellschaftliche Kommunikation kann (bildliches) Wissen aktualisieren, (Bild-)Kultur ohne Gesellschaft und Interpretation weiß nichts. Wenn Bilder aber eine Zeichencodierung verkörpern, dann ist es nicht zu weit hergeholt, auch Bilder als segmentiertes und sedimentiertes Wissen einer Gesellschaft zu bestimmen. Obwohl Bilder überdies auf *Kennen* [s.S. 150] angewiesen sind, so lassen sie sich doch als Wissen eines

<sup>93</sup> Berger u. Luckmann [vgl. 1980/72] verwenden den Begriff "Zeichensystem", den ich verworfen hatte [s.S. 35, 189].

Kollektivs oder einer Gesellschaft interpretieren. Ohne Wissen wäre keine Gesellschaft und auch keine Bildkultur vorhanden. Was aber wissen Individuen von Bildern, und wie stellen Bilder ihr Wissen für Individuen einsehbar dar?

Von einfachen Knipsbildern der Hobbyfotografen, Videoaufnahmen, vielen künstlerischen oder rituellen Malereien usw. läßt sich behaupten, daß sie in fast allen Existenzweisen einen Sinn in der repräsentierenden Form besitzen, um als kommunizierbares Wissen Geltung zu erlangen. Sinn der Form ist die unabdingbare Voraussetzung des Wissens und der Mitteilung von Wissen. Gleichfalls verwirklicht sich ohne Wissen keine visuelle Kommunikation und ohne visuelle Kommunikation kein Wissen. Gehlens [vgl. 1986/174] Anschluß an Malraux in den Kontext des Wissens gebracht, würde dann lauten, der Bildproduzent wird an dem kommunizierten Bildwissen zum Bildproduzenten, nicht an der Natur. Demnach schwingen in Bildern immer Wissenssegmente tradiert Bildformen mit, damit ein Bildproduzent überhaupt die kommunikative Performanz erreicht, visuelle Beobachtungen auch visuell als Wissensmodelle von etwas interpersonal zu kommunizieren. Um Wissen zu kommunizieren, müssen Individuen also einer Wissensgemeinschaft angehören, von der sie die Tradition des Wissens *kennenlernen*, damit sie den Wissensbestand erweitern können. Sie müssen daher die visuell kommunizierten Formen des Wissens *akkommodieren* und *assimilierend* ("ähnlichmachend") abduzieren [s.S. 160], wenn sie am Wissen einer Gesellschaft rezeptiv und kartographierend teilhaben wollen. Zunächst soll von Interesse sein, wie in visuellen Kommunikationscodes einzelnen Problemen "die Form »Wissen«" [Luhmann 1992/165] gegeben wird.

Fragestellungen bezüglich des Wissens und dessen kultureller Vermittlungsweisen müssen bei der visuellen Kommunikation unterschiedlich gelöst werden. Manchmal gibt die Darstellungsform, der Objektbezug oder aber der Interpretantenbezug die geforderte Antwort auf Wissensfragen. Die Schwierigkeit, bildliches Wissen zu bestimmen, besteht darin, daß für das visuell kommunizierte Wissen nicht ohne weiteres behauptet werden kann: "... Wissen [ist] als Wissen gesellschaftlich objektiviert, ... da es das Allgemeingut an gültigen Wahrheiten über die Wirklichkeit darstellt ..." [Berger u. Luckmann 1980/70], oder aber, "... daß Wissen wahres Wissen ist" [Luhmann 1992/134]. Ebenfalls heikel für Bilder ist die Vermutung, daß wir uns das Wissen in der "... Lebenswelt [im kommunikationstheoretischen Verständnis von Habermas] durch einen kulturell überlieferten und sprachlich organisierten Vorrat an Deutungsmustern repräsentiert denken" [Habermas 1988b/189]. All diese Thesen treffen und verfehlen Kennzeichen, die für das kulturell segmentierte und sedimentierte Wissen von Bildern erforderlich sind. Ob und wie das

Wissen von Bildern solchen Anforderungen genügen kann, möchte ich in folgenden vier Unterkapiteln ausführen.

## a) Wissen als Distanz zur Natur

Damit Bilder die Form "Wissen" im kulturellen Bezugsrahmen halten, benötigen sie eine Form, die natürlichen und rein zufälligen Formen entgegensteht. Hätten sie eine wahrscheinliche Form, würden sie sich in nichts von natürlichen Gegenständen unterscheiden. Ohne widernatürliche und unwahrscheinliche Formen wären Bilder unfähig, etwas zu repräsentieren, was einem menschlichen Adressanten zurechenbar wäre. Zum Bild wird das Bild von etwas zunächst, wenn es in widernatürlicher Form den Abstand zum natürlichen Gegenstand wahrt. Erst hierdurch kann es ihn überhaupt informationell und nachrichtlich als eine figurative Erkenntnis repräsentieren. Über eine Bildkultur zu verfügen, heißt daher, Nachahmung (Mimesis) im Sinne eines kulturellen Abstandnehmens vom natürlichen Gegenstand. Für kommunikative Zwecke muß ein Ding auf ein Zeichen, d.h. ein kartographisches Modell von ihm, reduziert werden. Allein diese kulturelle Distanz ermöglicht Bildern eine repräsentierende Form, die "Wissen" in kommunizierbaren Zeichenkontexten hält. Die Form "Wissen" rückt daher von elementaren Kontingenzen der Natur ab. Das Wissen von ikonischen Bildern lebt jedoch davon, daß jene Distanz nicht allzu groß wird. Ansonsten wird die kulturell etablierte Ähnlichkeitstäuschung, die in der mimetischen Form vorzufinden ist, nicht mehr als visuelle Kommunikationsform von Individuen verstanden. Wenn der Abstand des Bildzeichens zur Natur am geringsten scheint, wenn es also die kulturalisierte Natur so augenscheinlich wiedererkennbar repräsentiert, daß wir meinen, die präsenste Eigenschaft von ihm würde eine der materiellen Natur ähnliche Empfindung verursachen, wurde dieses Zeichen als Ikon benannt, weshalb ich das Wissen um Ähnlichkeiten als ikonisches Wissen bezeichne.

Das ikonische Wissen kommunizieren wir in einem Bildverständnis, in dem wir sofort *verstehen*, ohne unsere Assoziationsfähigkeit sehr zu bemühen, daß die kommunizierte Ähnlichkeit - in ihrer Referenz zu *irgendeiner* Welt - der *Möglichkeit* nach so gegeben sei [s.S. 43 (Ikon verstehen)]. Bildliche Ähnlichkeiten basieren nicht auf faktisch überprüfbaren Beziehungen zu wirklichen Beschaffenheiten einer Welt, sondern sie sind kommunikative Modelle (Kartographien), die von wirklichen Gegenständen stark abstrahieren, um über kulturell relevante Möglichkeiten von Ähnlichkeit zu kommunizieren. Die kommunikativen Modelle von Ähnlichkeiten verstehen wir, nicht weil sich Gegen-

stände und Bilder in irgendeinem physikalisch nachweisbaren Sachverhalt ähneln müssen, sondern weil wir die gleichartig bleibenden Darstellungscodes von Bildern kennengelernt haben und daher wissen, daß bildliche Objektbezüge nicht reale Gegenstände sind. Wittgensteins kaum ernst gemeinte Behauptung, "in Bild und Abgebildetem muß etwas *identisch* sein, damit das eine überhaupt ein Bild des anderen sein kann" [Wittgenstein 1990/Nr. 2.161], verliert ihre Berechtigung. Diese *Identität* von Merkmalen ist absolut kein Kriterium für ikonische und assoziative Bildhaftigkeit. Die repräsentierende Form, die in kultureller Sinncodierung von Bildern einen Sinn erhält [s.S. 182], ermöglicht dem Betrachter ein ikonisches Wissen von solchen optischen Sachverhalten, die, bis auf spärliche Ausnahmen<sup>94</sup>, in keinem einzigen Punkt mit der Tatsächlichkeit von wirklichen Gegenständen übereinstimmen. Ikonisches Wissen ist somit nicht auf Merkmalsidentität zum Gegenstand angewiesen; insbesondere bei absoluter Identität wäre es als solches nicht erkennbar, wie die Erläuterungen zum Cyberspace zeigten [s.S. 83]. Für ikonisches Wissen ist lediglich die Merkmalskonvergenz unersetzbar, die es im Sinn an seinen codierten Darstellungssinn der Kultur bindet, an den ikonischen Signifikationscode also.

Für das ikonische Wissen möchte ich hier nochmals betonen: ein Bild erkennen wir visuell, wenn wir die vom Material reflektierte Lichtenergie so empfinden, daß wir zu dem visuellen Eindruck gelangen, unsere, konstruierte Information würde irgendeinem wirklichen oder fiktiven Arrangement ähneln. Da man Lichtempfindungen nicht gedanklich evozieren kann, lassen sich wirkliche Erfahrungen von Bildern nicht in der Wirkung identisch denken. Für ikonisches Wissen läßt sich in den meisten Fällen etwas überzogen sagen: im darstellenden Bild ordnen wir Materie so, daß sie uns kraft Lichtenergie die visuelle Information ermöglicht, die wir im individuellen Wahrnehmungssystem konstruieren und die wir als Zeichen für eine realistische oder fiktive Umwelt *wiedererkennen*. Solche optischen Informationen, in denen wir einen assoziierten Objektbezug als Ikon *visuell* wiedererkennen, teilt uns weder ein indexikalischer noch ein symbolischer Objektbezug als Nachricht mit. Diese beiden Objektbezüge kommunizieren aufgrund ihres kulturellen Leitgedankens grundsätzlich keine wiedererkennbare Ähnlichkeitsbeziehung zu optischen Informationen von natürlichen oder unwahrscheinlichen Gegenständen [s.S. 85, 113 (Licht)]. Aus diesem Grund läuft das Verständnis von Bildern am Bild vorbei, wenn es als symbolisches Wissen aufgefaßt wird. Denn ein Symbol erlangt seinen Mitteilungswert, indem das, was es mitteilen will, in der Regel nicht visuell und körperlich erfahrbar vorliegt. Der symbolische Objektbezug ist eine arbiträre Vorstellung, die keine optischen Informationen als Nachricht eines Ähnlichkeitsbezugs ermöglicht und

<sup>94</sup> Ausnahmen betreffen die Farbe sowie homologe Kopien von Bildern und von anderen zweidimensionalen Gegenständen [s.S. 194 Fußn. 88 (Perspektive)].

voraussetzt. Das Symbol teilt daher für gewöhnlich (optisch) unähnliche Nachrichten mit. Zugegebenermaßen war dies in westlichen Kulturen vermutlich einmal anders. Wie gleich mit Foucault erörtert wird, beinhaltet auch das Symbol im Kult oder in vergleichbaren Umständen eine Ähnlichkeit, die als eine den Dingen ebenbürtige Kraft *erfahren* wurde. Beispielsweise verfügen im Islam nach wie vor die Wörter und religiösen Verse über eine *Wirklichkeit* konstituierende Kraft, die ein Motiv dafür bietet, warum sich in islamisch geprägten Kulturen eine weitgehende Bildabstinenz lange Zeit halten konnte.

Vor dem Hintergrund, daß Bilder zunehmend kommunikative Funktionen erfüllen sollen, bleibt es strittig, ob es zutrifft, wenn Foucault meint: "Die Ähnlichkeit wird künftig aus dem Gebiet der Erkenntnis herausfallen" [Foucault 1989/102]. Foucaults historische Analyse begründet, daß sich die verbale Sprache seit dem 17. Jahrhundert von ihrer ursprünglichen Form löste, "... ein wahres Zeichen der Dinge [zu sein], weil sie ihnen ähnelte" [Foucault 1989/67; vgl. Eco 1991a/79f.]. Den Namen ging mit dieser Veränderung ihre den Dingen *ähnliche* Kraft schrittweise verloren. So schrieb sich z.B. in die symbolische Bezeichnung »Löwe« eine Kraft ein, deren Ähnlichkeit in der körperlichen Kraft des Löwen hinterlegt war [vgl. Foucault 1989/67]. Mittlerweile haben sich die Namen verwandelt. Sie leben als Nomen weniger von der erfahrenen Kraft der Dinge, der Omen oder ihrer vorzeichenhaften Gegenstandsbedeutung, sondern sie erhalten ihre Zeichenbedeutungen mehr und mehr aus vollständig unähnlichen und sprachimmanenten Kontexten. Eine vergleichende Studie von nordamerikanischen Stadt- und mexikanischen Landkindern untermauert diese These: bei zunehmender Industrialisierung entfernten sich die Ähnlichkeiten der Dinge aus der Sprache der Kinder. Denn Stadtkinder stellten Gruppierungen nach solchen Ähnlichkeitskriterien zusammen, die von Nominalismen geleitet wurden, wohingegen Landkinder mehr konkrete und wahrnehmbare Attribute nannten, weil sie "... eine echte Beziehung zum Objekt als einem individuellen Ding ..." [Maccoby u. Modiano 1971/311; s.S. 74] aufnahmen. Infolge der Ausdifferenzierung westlicher und säkularisierter Kulturen leuchtet die historische Rekonstruktion Foucaults ein, daß Ähnlichkeit, die mit dem Wort eine den Dingen *analog* erfahrbare Kraft erhielt, aus dem diskursiven Sinn heutiger Erkenntnisgewinnung und Wissenschaft herausfällt. Auch wenn "die Sachen und die Wörter sich trennen [werden]" [Foucault 1989/76], so überzeugen folgende Thesen dennoch nicht:

"Das Auge wird zum Sehen und nur zum Sehen bestimmt sein ..." bzw. "Die durch die Augen gewonnenen Repräsentationen werden, wenn sie selbst entfaltet, von allen Ähnlichkeiten befreit und sogar von ihren Farben gereinigt sind, schließlich der Naturgeschichte das geben, was ihren eigentlichen Gegenstand bildet: das genau, was sie in

jene wohlgeformte Sprache übergehen läßt, die sie bauen will." [Foucault 1989/76 bzw. 175]

Der Ausbruch der Ähnlichkeit aus dem sprachlichen Diskurs, das Vergessen leiblicher Erfahrbarkeiten, das Entschwinden dinglicher Bedeutungen aus dem verbalen Raum zeigen sich für eine sprachfokussierte Untersuchung stimmig. Diese verfehlt aber die Einsicht, daß gerade in den Naturwissenschaften (am deutlichsten in der Astronomie, Biologie und Medizin) die historische Entwicklung dahin tendiert, *Ähnlichkeiten* mit wachsender Vorliebe kraft Bilder und insbesondere mittels Fotografien, elektrischen Bildschirmen sowie Computeranimationen zu entwerfen. Dies heißt nicht, dargestellte Ähnlichkeitsunterstellungen würden als wissenschaftliche Erkenntnis gelten. In den Naturwissenschaften wird die sogenannte wissenschaftliche Wahrheit den indizierenden Meßwerten und unähnlichen Symbolen überantwortet. Was ich aber meine, ist, daß das Wissen um Ähnlichkeiten - jedenfalls derzeitig - kraft ikonischer Bilder weiterhin gesamtgesellschaftlich dokumentiert wird und zu Zeiten vor der ungegenständlichen Malerei auch konstant von Bildern mitgeteilt wurde.

Eigens die automatisierte Bilderzeugung verleitet Bildproduzenten zu einer bedenklichen Methode: sie stellen nämlich ein ikonisches Wissen her, welches über die Wirklichkeit benachrichtigen soll, die sie im Spiegelreflex des Bildsuchers ihrer Kamera sehen. Wenn sich auch die Sachen von den Wörtern trennen, wie Foucault oben zitiert schreibt, so ist doch zu sehen, wie sich fotochemische Bilder mit den Sachen sogar physikalisch verbunden zeigen. So wird ein ikonisches Wissen entworfen, welches die *figurative Erkenntnis* um Ähnlichkeit aus dem Sehen selbst entspringen läßt [s.S. 95]. Und dieses ikonische Wissen lebt ausgerechnet von der "Leuchtkraft", die der primären Gegenstandserfahrung ähnlich zu sein scheint. Die Ähnlichkeit ist nicht aus menschlicher Erkenntnis verschwunden, sondern sie radikalisiert zur Zeit sogar das gesamtgesellschaftliche Erkenntnisvermögen, da tatsächlich, wie jeder merken könnte, die massenmediale Bilderflut immer unaufhaltsamer persönliche Wirklichkeitskontakte ersetzt. Beispielsweise operieren in der endoskopischen Chirurgie mittlerweile Ärzte, die mit einer 3-D Brille ausgestattet vor einem Fernseher stehen, um von dort aus verlängerte Scheren in ausgespiegelten Körpern herumfahren zu lassen, ohne daß sie selbst einen direkten Sichtkontakt zum Patienten hätten. Entsprechendes passiert in der Biologie, wenn z.B. an der Biologischen Anstalt Helgoland die Wachstumsperioden von Algen berechnet werden, indem eine Videokamera ein grellgrün- und pinkfarbenedes Computerbild erzeugt, welches anschließend - im bekundeten Glauben, daß das Bild der Alge entspricht - ausgemessen wird. In vergleichbarer Weise beobachten humanwissenschaftlich interessierte Pädagogen, Psychologen und Ethnologen Menschen mittels einer Video- bzw. Filmkamera, oder vermitteln Historiker und Archäologen ihr Wissen im Film oder in Computeranimationen. Die

Ähnlichkeit fällt also keinesfalls aus der Kommunikation, die ein Wissen in der Wissenschaft und des Alltagslebens ermöglicht, weil "... die Ähnlichkeit für die Erkenntnis eine unerläßliche Einfassung [bildet]" [Foucault 1989/102]. Offenbar verhält es sich mit der Ähnlichkeit irgendwie anders als Foucault schrieb. Sie wird auch in der Wissenschaft relevant, der man temporäre Erkenntnis trotz zweifelhafter Wahrheit kaum aberkennen kann.

Horkheimer und Adorno heben Schellings Ansatz hervor, wenn sie ihm untadeliges Vertrauen in die Kunst nachsagen:

"Nach Schelling setzt die Kunst da ein, wo das Wissen die Menschen im Stich läßt. Sie gilt ihm als »Vorbild der Wissenschaft, und wo die Kunst sei, soll die Wissenschaft erst hinkommen<sup>95</sup>«. [Horkheimer u. Adorno 1984/35f.]

Für die automatisierte Bildproduktion in der Wissenschaft [s.S. 198 (Astronomiebeispiel)] und sonstigen Bildkommunikation lautet der letzte Satz eindeutig: wo die aufgezeigte Ähnlichkeit vom Bild schon ist, dort soll sich das diskursive oder mathematische Wissen erst noch einfinden. Damit stellt sich ein Grund heraus, warum sich mit Kunst und Bildern allein keine Wissenschaft machen läßt. Denn die subjektiven Formierungen von approximativen Ähnlichkeitsdarstellungen, dazu gehört auch das Verstehen ikonischer Beziehungen, hat keinen allgemein nachvollziehbaren Bedeutungsanspruch, der als Wahrheit zu interpretieren wäre. Es ist eben kein Ähnliches, kein Bild, kein Kunstwerk, kein Rätsel und kein Geheimnis wahrer als ein anderes.

Allerdings beruht eigens auf dem Manko, daß Ähnlichkeit ohne Wahrheitsgeltung mitgeteilt und wiedererkannt wird, das kreative Denken, das Künstler und Wissenschaftler manchmal besonders beflügelt. Mit einer emotionalen Bedeutungshaftigkeit lassen sich nämlich Ähnlichkeiten imaginieren, die sich dem Denken einer folgerichtigen Alltagsrationalität selbstbeschwingt entziehen können. Die im Bewußtsein kreierte Ähnlichkeitsverhältnisse und ästhetisch motivierten Gefühlsorientierungen erfüllen hier ein anfängliches Erkenntnisinteresse, welches im Ikon über seinen ersten interpretierten Objektbezug verfügt. Die primäre Idee, daß etwas mit etwas anderem der Möglichkeit nach ähnlich sein könnte, kommunizieren Bilder als optisch wiedererkennbares, also ikonisches Wissen. Ein Wissen um Ähnlichkeiten überzeugt deshalb keinen Beobachter mit *Argumenten* eines kulturellen Symbolkontextes. Ikonisches Wissen überzeugt den Beobachter, wenn er sich selbst überzeugt. Kraft seines Assoziationsgeschicks muß er sich vom ikonischen Wissen zu einer intuitiven Idee bewegt sehen, die etwas von etwas

<sup>95</sup> Von mir ungeprüft, wird diese Schellingsche Textstelle wie folgt angegeben: "Erster Entwurf eines Systems der Naturphilosophie. Fünfter Hauptabschnitt. Werke. Erste Abteilung. Band II. S. 623" [Horkheimer/Adorno 1984/36].



anderem als Ähnlichkeit *wiederzuerkennen* meint, indem er ein eigensinniges Gefühl der Ähnlichkeit verspürt. Bemerkt er in Bildern keine Ähnlichkeiten mit etwas anderem, verspürt er keine emotionale Bedeutung, dann bleibt ihm das ikonische Wissen fern. Von diesem Wissen werden auch andere Beobachter ihn nicht überzeugen können, wenn er seinen intuitiven Eigenbeitrag nicht zu leisten vermag. Demnach erfordert ikonisches Wissen im assoziierten Wiedererkennen einen subjektiven Eigenbeitrag des Individuums. Soll die assoziierte Ähnlichkeit aber ein Wissen der Wissenschaft werden, muß sie in eine Sequenz von diskursiv abgefaßten Erkenntnissen übertragen werden, um innerhalb der sinnorientierten Regelbestimmung des symbolischen Wissens zur Wahrheitsgeltung zu gelangen.

Auf den kreativen und intuitiven Ausgangspunkt des ikonischen Wissens haben Ciompi [vgl. 1992/398f.] und Pape [vgl. 1989/182-188] hingewiesen, indem sie den der Wahrnehmung gegebenen Gefühlsqualitäten ein Erkenntnisinstrument zuschreiben, das reichhaltige Interpretationsmöglichkeiten erweckt. Ebenfalls formulierte Arnheim [vgl. 1972/254] den Begriff des "anschaulichen Denkens", um zu beschreiben, wie bildliche Kompositionen ihre Darstellungsformen vor allen sprachlichen Formulierungen erhalten können. Der Schritt, der später zu gehen ist, klingt hier schon an. Denn wo das vielfach Unbewußte des Ähnlichen im Bild war, soll das Denken des diskursiven Wissens erst werden. Relevant für das ikonische Wissen ist zunächst, daß es selbst in Bildern unauffällig mitkommuniziert wird, ohne eigentlich als kommunizierte Erkenntnisstruktur bewußt zu sein, da es meist *vorkommunikativ*, zumindest aber vorsprachlich in seiner Ähnlichkeit wiedererkannt wird.

Für ikonische Bildzeichen ist zwar nicht Referenz auf vorzeichenhafte Wirklichkeit maßgebend, aber für sie ist mögliche Ähnlichkeit konstitutiv. Ähnlichkeit ist ein Bestandteil der Erkenntnis, die Menschen als Kommunikation konzeptualisieren. Jedoch stoßen technische Bilder auf ein Hindernis. Ihre Ähnlichkeiten weben Individuen verstärkt in eine Handlungsorientierung ein, die die Differenz zur "Natur" indifferent werden läßt. In dieser Indifferenz wird die visuelle Kommunikation als eine solche erfahren, deren Ähnlichkeit mit der "natürlichen" Umwelt gleichwertig sein könnte, da sie auch so erfahren werden soll. Die sogenannte »zweite Natur« des Menschen, also seine kulturelle Wahrscheinlichkeit, kommt ihm in automatisierten Bildformen als vorkommunikative »Natur« vor. Er sieht in der kulturellen Zentralperspektive eine »zweite Natur«, die ihm als »erste Natur« und nicht als Kultur vorkommt. In solcher Vorgehensweise entschwindet die »erste Natur« ins Bild und dieses aus der kulturellen Erkenntnis, deren »zweite Natur« Orientierung gegenüber ersterer bieten wollte. So geartet, verschwimmt im Auge des Be-

trachters die Bildwirklichkeit mit der Weltwirklichkeit differenzlos, was den Bildern den Anspruch abspenstig macht, weiterhin als Naturerkenntnis oder Realitätskonstruktion gelten zu dürfen. Denn dort, wo das konstruierte Bild mit der Natur identisch scheint, verschwindet die ikonische Erkenntnis dem Anschein nach von der Bildfläche [hierzu Horkheimer u. Adorno 1984/34].

Die Ähnlichkeiten, an die einmal das Bild erinnerte, werden zwar kommuniziert, aber sie werden ohne die wesentliche Mitarbeit eines menschlichen Verstandes mitgeteilt. Die Ähnlichkeit, die deshalb aus dem kommunizierten Bildwissen seit neuestem entschwindet, ist die, die von einer menschlichen Erkenntnisfähigkeit produziert wurde. Die elektrifizierten Bilder rücken so innig an die menschliche Erlebniswelt heran, daß sie ihre ursprüngliche Distanz zur Natur zu verwirken scheinen. Angesichts der möglichen Dramatik formuliert Bredekamp nahezu apokalyptische Aussichten. Er sieht in der "Erosion des Distanzraumes" zur Natur die Kulturgeschichte liquidiert und prophezeit "... einen Rückfall in die Unmittelbarkeit der Wilden ..." [Bredekamp 1991/283], obwohl wilde Unmittelbarkeit durchaus etwas für sich hätte. Aber dennoch, übersteigerte Behauptungen neigen zur Klarheit. Denn tatsächlich verliert der fortgeschrittene Mensch seinen individuellen Bezugspunkt zu den Dingen, sobald er das automatisierte Bild so erlebt, *als ob* dessen Kultur mit der Natur konvergierend wäre. Der ikonische Abstand zur Natur und auch die unmittelbare Naturerfahrung gehen dann verloren, wenn das kommunizierte Wissen über kulturalisierte Natur zu einer solchen Geltung gelangt, wie es paradoxerweise ein wirkliches Naturding hatte. So betrachtet, besitzen technische Bilder in modernen Kulturen nur soviel an organisierten Deutungsmustern, wie wirkliche Gegenstände solchen Mustern gehorchen. Da wir Gegenstände aber vielfach pragmatisch in Handlungen verwenden, hat dies zur Folge, daß die ikonische Veranschaulichung von Objekten sich aus der reflektierten Erkenntnis entfernt. Die ikonische Veranschaulichung wird nämlich selbst zur unbedachten Umweltvoraussetzung für alle weiteren Erkenntnisse herangezogen. Selbst Maler, die einmal das Wesen der Natur erkennen wollten, verzichten auf eine innenorientierte und empirische Sicht. Sie malen schon seit längerer Zeit nach Konzeptualisierungen, die fotomechanisch von einer Natur oder gegenständlichen Wahrscheinlichkeit kartographiert wurden. Die Ähnlichkeit verschwindet also nicht aus der kommunikativen Erzeugung von Wissen, sondern sie verschwindet aus der reflektierten Erkenntnisfähigkeit der Individuen, wenn diese ikonischen Wissenserwerb den Konzepten von Automaten überlassen. Im weiteren kommunizieren Individuen die figurativen Erkenntnisse des Automaten zu einem großen Teil in einem Bewußtsein, das hauptsächlich

die Ähnlichkeiten *vorkommunikativ* wiedererkennt, das also bildliche Ähnlichkeiten nicht zeichenhaft, sondern quasi gegenständlich erlebt [s.S. 71].

Das kommunizierte Bildwissen indoktriniert die Naturerfahrung so energisch, bis sie eben »bilschön« anmutet oder »wie gemalt«, »wie im Film« zum Vorschein kommt. Eine solche Sprechweise beunruhigte einige Theoretiker. Nach Adorno [vgl. 1973/108ff.] würden jene Vorstellungen die genuine Schönheit der Natur mindern, weil die Natur *schweigen* will. Allerdings gaben sich die Gelehrten bei der Überzeugung, daß die Natur Natur, die Dinge Dinge und ein Tisch Tisch heißen soll, wesentlich gelassener. Der Imperativ einer Sprachkultur wurde eher geduldet als der Bild- oder visuelle Vorstellungsimperativ einer Bildkultur, weil das Bild nicht als kommunikatives Mittel verstanden wurde, sondern als Herrschaftsanspruch über das Reich der freien Phantasie. Die Geschichte der Bilderstürme, wie auch das Gebot, daß man sich von Gott kein Bild machen dürfe, sprechen hier eine deutliche Sprache, obwohl in dieser Historie zweifellos die symbolischen Machtansprüche deutlich entscheidender als die ästhetischen (ikonischen) Herrschaftsansprüche waren, wie Warnke [vgl. 1988/11] anmerkt. Der Bildimperativ einer Kultur wirkt zwar keinesfalls so rigide wie der Sprachimperativ, dennoch nimmt er deutlichen Einfluß auf die ikonische Vorstellungskraft, welche Merkmale irgendeinem Objekt ähneln könnten. Um dies festzustellen, muß man nur jemand zeichnen oder beschreiben lassen, wie der Mars, ein Dinosaurier, ein Pharao, der amerikanische Präsident, ein Indianer, ein Atom oder eine DNA *aussieht*. Diese Beispiele präzisieren, warum Bilder eindeutig ikonisches Wissen über etwas kommunizieren. Beispielsweise wird ein Präsident in einer Menschenmenge problemlos unter tausend anderen Personen wiedererkannt, während kaum jemand in der Lage ist, den Präsidenten wiedererkennbar zu zeichnen oder optisch zu beschreiben. Bilder sind demnach in der Lage, die visuelle Wahrnehmung von etwas zu lehren, wie beispielsweise impressionistische Gemälde den Betrachter lehrten, die Augen zu öffnen, damit er tatsächlich farbige Schatten in der Natur wahrnimmt [hierzu Gombrich 1984/27ff.]. Bildlich darstellende Sinnkodierungen produzieren somit ein ikonisches Wissen, das sowohl etwas Ungesehenes sichtbar macht als auch verifizierende Wahrnehmung hinsichtlich der Natur modifiziert bzw. ungewohnt koordiniert. Dies führten jüngst die fotogrammetrischen Aufnahmen der Anlage von Stonehenge vor. Sie zeigen Höhenunterschiede auf, die hinsichtlich ihrer "Natur" imperzeptibel waren.

Bilder erhalten ihre Priorität vor Sprache seltener, weil sie sich als optische Sondierungshilfe oder Sehschule inszenieren, und öfter deshalb, weil sie ikonisches Wissen über abwesende Dinge und Personen in ihrer Kommunikation anwesend werden lassen. Entgegen Foucault hat das ikonische Zeichen auch im heutigen Zeitalter nicht aufgehört,

eine Weltverbundenheit aufzuzeigen, die "... feste und geheimnisvolle Bänder der Ähnlichkeit oder der Affinität markiert" [Foucault 1989/92]. Beispielsweise stellt man sich bei einem Arbeitgeber mit einem Bewerbungsfoto vor, damit er einen optischen und emotionsmotivierten Eindruck davon gewinnt, wie es wäre, wenn er den Bewerber jeden Tag sehen müßte. Ikonisches Wissen über Ähnlichkeiten und optisch Wiedererkennbares ist aus Kulturen nie ohne weiteres wegzudenken und wird gegenwärtig sogar verstärkt in ikonischen Signifikationscodes kommuniziert. Denn die Isolation der Individuen voneinander hat sich derart erhöht, daß sie den eigentlich *repräsentierenden* Sinn als *präsenten* Sinn erfahren. In diesem Surrogat tatsächlicher Interaktion finden sie eine Orientierung an vermeintlich *präsenster* Öffentlichkeit vor, deren globale und gesellschaftlichen Sachverhalte sich im Wohnzimmer - dem oft präferierten Lebensraum - privatisieren. Ikonische Veröffentlichungen offerieren hier optisch kartographierte Wirklichkeitsbereiche, die Individuen zu einem Wissenserwerb heranziehen, den sie immer weniger persönlich einholen können. Deshalb ziehen sie bildliche Ähnlichkeiten heran, um sich infolge dieses ikonischen Wissens mit dem verbunden zu fühlen, von dem sie ansonsten abgeschnitten wären, weil es für sie eine oft unerreichbare Wirklichkeit und soziokulturelle Öffentlichkeit darstellt.

Bilder leiten demnach Vorstellungen, egal ob diese der empirischen Wirklichkeit entgegenkommen oder nicht. Dies ist nichts Neues. Selbst der Begriff "Bild" konnotiert eine Verbindung zum Schöpferischen, Bildenden, Eingebildeten und Phantasierten, worin sich ein Interesse und Bedürfnis nach Bildern partiell begründet. Denn Bilder verallgemeinern subjektive Wahrnehmungsaugenblicke und Vorstellungen auf einer visuell kommunikativen Ebene, die es allen anderen Gesellschaftsmitgliedern mehr oder weniger ermöglicht, eine in Graden gleichwertige Anschauung zu den optisch dargestellten Objekten aufzubauen, obwohl dessen Interpretationen der Bedeutung oftmals in subjektive Meinungen abdriften. In dieser sozialen Orientierung und Kommunikation bzw. persönlichen Anregung, wie sich etwas vorgestellt werden könnte, kann ich nicht allzuviel Gefährliches erkennen, weil die Kommunikation über Ideen für jedes menschliche Kollektiv eine unersetzbare Bedingung ist.

Die Gleichwertigkeit der kommunikativen Beziehungen, die in modernen Bildkulturen angestrebt wird, verkehrt sich jedoch ins Negative, wenn die körper- und subjektgebundene Naturerfahrung dem Bildimperativ so stark folgt, daß die Natur und überdies das Äußere des Menschen den kommunizierten Formen zu folgen haben. Die Retusche des ikonischen Wissens, beispielsweise die retuschierte Bildschönheit von inszenierten Fotomodellen, gibt hier vor, wie man sich als kommunikativ anschlussfähige Person geben

kann. Die natürliche Wahrscheinlichkeit der menschlichen Gestalt wird selbst zur zweiten Wahrscheinlichkeit der Kultur sozialisiert. In diesem Fall soll nicht mehr das Bild der Natur, sondern die Natur dem kulturellen Bildwissen ähnlich werden. Hier taucht meines Erachtens eine bedrohliche Entfremdung auf, denn wenn die Natur und das Äußere des Menschen eben *n i c h t* »wie gemalt«, »bildschön« oder »wie im Film« erscheinen, sollen beide dem Vor-Bild ähnlich gestaltet werden. Die Enttäuschung darüber, daß die Natur bzw. der Blick in den Spiegel nicht mit der ikonischen Wissensrepräsentation konvergiert, motiviert heutige Gesellschaftsmitglieder offenbar intensiviert, ihre Natur der kulturellen Eigengesetzlichkeiten von Bildern anzupassen, also nur die synthetisierte als die genuine Natur anzuerkennen. Dies verwundert kaum, da wir schließlich mehr Bilder, mehr ikonisches Wissen von synthetisierter Natur als die Natur selbst wahrnehmen. Gleichrangiges passiert auch auf der Ebene sozialer Kontakte. Denn wie zu beobachten ist, ersetzen Bilder verstärkt persönliche Kontakte, wodurch es geschehen kann, daß sie direkten Kontakten vorgezogen werden. Die anwesende Wirklichkeit, die ikonisches Wissen mit Bildpräsenz verwirklicht [Zweitheit], läßt sich nämlich wesentlich selbstverständlicher als körper- und raumbezogene Wirklichkeiten (Non-Ego) in das zeichenhafte Wissen (Ego) über soziale Realitäten eingliedern. In dieser Tendenz wird das televisionär Reale natürlicher als die Natur selbst.

Trotz aller Problematiken ist deutlich zu erkennen, daß Bilder deshalb eine große Macht über die Vorstellungswelt des Menschen gewinnen konnten, weil ihr ikonisches Wissen vielfach in einer vermuteten *Ähnlichkeitsbeziehung* zu faktisch erfahrbaren Wirklichkeiten steht und obendrein zeitweilig wie eine vitale Wirklichkeit erfahren wird. Ein Großteil aller visuell kommunikativen Werbung beruht auf dieser vermuteten Ähnlichkeitsbeziehung, deren symbolische und manchmal kultische Kraft mittels ikonischen Wissens aufgeladen wird. Dem Kult verwandt versucht nahezu jeder, seine Stärke mit dem Image eines Jaguar-Auto zu betonen, dem Lebensgefühl einer »Lucky Strike« Werbung mit seiner Zigarettenpackung zu ähneln oder die Ästhetik eines populären (Foto-)Modells mit einem einstmals von ihm angelegten Kleidungsstück zu verkörpern und durch Ähnlichkeit zu fetischisieren.

Obwohl seit der Renaissance Ähnlichkeiten forciert aus dem Wissensbegriff herausgehalten wurden, da sie sich keinen eindeutig interpersonalen und logischen Kriterien unterordnen lassen, sollte plausibel geworden sein, daß sie trotzdem in den Wissenschaften und überall sonst als ikonisches Wissen kommuniziert werden. Infolge eines ikonischen Signifikationscodes, z.B. der renaissancistischen Zentralperspektive, kommunizieren und behaupten Bilder ein ikonisches Wissen, das in Kulturen irgendeiner kulturellen Einheit

ähnlich sein soll [s.S. 166, 148]. Ob die kulturelle Einheit eine Wirklichkeit zeigt oder nicht, ist eine Frage der Referenz, die dem ikonischen Zeichen *konventionell* zugetraut wird. Wie man weiß, genießt die Foto- und Videotechnik gegenwärtig das größte Vertrauen, wenn etwas als ikonisches Wissen von einer Wirklichkeit indexikalisch referiert wird. Der Fotokünstler Jeff Wall (z.B. im Bild "... Hokusai" 1993) und computersimulierte Filme (Jurassic Park, Terminator II) erschüttern allerdings die gesellschaftliche Zuversicht, daß der Index im ikonischen Foto als Veranschaulichung unserer empirisch konstruierten Faktizität gelten kann. Die ehemalige Überprüfbarkeit, z.B. bei der fotografischen Perspektivaufnahme, besaß eine konventionelle Gültigkeit, die man als ein symbolisches Wissen bezeichnen kann, welches Individuen auch unabhängig von der Anwesenheit eines Fotos konventionell anerkennen oder eben nicht mehr anerkennen. Um aber indexikalische Faktizität oder eine neue ikonische Erkenntnis behaupten zu können, müssen Bilder einem Code des Wissens gehorchen. Sie müssen irgendeine kulturelle Tradition aufweisen, damit ihrer Referenz geglaubt oder zumindest ihr Inhalt kommunikativ relevant wird. Denn "... zum Gewinn neuen Wissens ist immer auch eine Reproduktion alten Wissens erforderlich" [Luhmann 1992/220], weshalb "... das Neue ... seinen Sinn nur im Verhältnis zum Bestehenden" [Durkheim 1987/158] durchsetzt. Dies wird im nächsten Unterkapitel ausgeführt.

## b) Tradition und Konvention der kulturellen Form "Wissen"

In Theorien zur Kultur wurden bisher vielfältige Kulturdefinitionen erfunden [hierzu Thurn 1979]. Deshalb möchte ich nochmals den für Bilder verwendeten Kulturbegriff verdeutlichen, obwohl erst später [s.S. 253 (Kultur und Gesellschaft)] aufgezeigt wird, wie er anderen Kulturbegriffen nahesteht. Kultur verstehe ich ganz allgemeingültig als die Segmentierung und Sedimentierung von Zeichen. Man könnte ebenfalls im klassischen Sinne sagen: Kultur definiert sich über kollektive Sinnkonstruktionen, mit denen Menschen ihre Wirklichkeit interpretieren [hierzu Neidhardt 1986/11; Tenbruck 1989/45ff.; 1990/28ff.]. Wie an anderer Stelle [s.S. 141, 148] bemerkt, unterscheide ich Kultur von Gesellschaft, indem Kultur den syntaktisch-semantischen Signifikationscode für gesellschaftliche Verständigungsabsichten langfristig regelt und bereithält. Dieser kulturelle Code wurde als die »Semiotik der Signifikation« verstanden. Demgegenüber wurden mit der »Semiotik der Kommunikation« die gesellschaftlichen Kommunikationsabläufe erfaßt, die Bedeutungen im Interpretanten aktualisieren. Gesellschaft ist demnach

auf Kultur angewiesen, so wie Kultur nicht ohne eine Bedeutungsaktualisierung von gesellschaftlichen Akteuren verwendet werden kann. Kultur ist trotzdem nicht mit Gesellschaft identisch, sondern beide stehen in einem wechselseitigen Austauschverhältnis. Dieses besteht darin, daß, wenn eine Gesellschaft für handelnde Individuen einzelne Kulturformen institutionalisiert, diese Formen stets die im *weitesten* Sinne als Wissen interpretierte Kultur sein werden. Dementsprechend wäre die auf Bilder verkürzte Kultur die, die eine jeweils aktuelle Interpretationsgruppe (-gesellschaft) mit interpretationsmöglichen Zeichenformen und Objektbezügen versorgt. In Interpretationen und Reformulierungen modifizieren sich kulturelle Zeichenformen wieder: Kultur ist immer eine Wanderdüne, auf deren Grat sich Gesellschaft vom Wasser fernhält. Daher möchte ich unter *Tradition* der Kulturformen etwas verstehen, was eine Gesellschaft im »Sinn der Form« als Konvention [s.S. 184] weiterhin reformuliert. Traditionen greifen demnach diachronische Wandlungsvorgänge auf, indessen Konventionen eine vergleichsweise kurze Zeit beschreiben, in der sich aktualisierte und synchronische Codes stabilisieren.

Der Kulturbegriff wankt zwischen zwei diskutierten Positionen. Entweder wird Kultur eher materialistisch als die Gesamtheit der Erscheinungs-*Formen* der menschlichen Tätigkeiten (Artefakte) beschrieben, oder Kultur wird eher kommunikationstheoretisch als die Gesamtheit von Verhaltenskonfigurationen (Mentefakte) verstanden, die anhand von "immateriellen" Interpretationen über Generationen hinweg in aktualisierten Gesellschaften übermittelt werden. Mit dem semiotischen Repertoire, welches bisher erarbeitet wurde, kann man deutlich erkennen, daß die Kulturdefinitionen sich darum drehen, entweder die Formen des Materials, also präsenste und repräsentierende Mittel zu analysieren, oder die tradierten Objektbezüge, die interpretierte Semantik, näher zu betrachten. Erste Blickrichtung verdeutlicht, daß formierte Materialien (z.B. Maschinen), die zur Handhabung bereitstehen, eine Absonderung aus dem Kulturbegriff zurückweisen. Deshalb ist es inhaltlich und begriffsgeschichtlich unhaltbar, wenn z.B. Fleischer [vgl. 1990/162, 169] materielle Realisationen als Zivilisation beschreibt, die die bedeutungsfreie Vorstufe zur zeichenvermittelten Kultur bilden soll. Um Bilder als Kultur zu verstehen, sind die materiellen Beschaffenheiten unentbehrlich, weil sie kulturalisierte Medien sind. Trotzdem möchte ich für den bildbezogenen Kulturbegriff weniger das Kommunikationsmaterial selbst, als seine syntaktischen Formen und semantischen Objektbezüge betrachten. Die Interpretanten, die interpretierte Bedeutung der Kultur, schlage ich der Gesellschaft und Pragmatik zu, wie noch zu erläutern ist. Kulturgemäß trägt zwar das materielle Medium eine signifizierte Botschaft [s.S. 249f.], dennoch sind es eher die Zeichenformen, die dem Medium gegeben werden, die sich in einer Bildkultur wesentlich

langfristiger halten als Bedeutungen, und die Kultur generell als zweite Natur des Menschen identifizierbar machen. Denn Formen von materiellen Gegenständen (z.B. von Bildgegenständen, Vasen, Stühlen, Burgen) und Zeichen laufen in einer Praktik zusammen: sie sind das *Thema*, das (gr.-lat.) "*Aufgestellte*", was eine Kultur hervorbringt. Mit Kultur sollen deshalb die *thematisierten*, die *aufgestellten* Formen und Objektbezüge (kulturelle Einheiten) gemeint sein, die syntaktischen und semantischen Maßgaben folgen. Dieser zeichenakzentuierte Kulturbegriff, wie ihn Habermas vergleichbar verwendet, ist für visuelle Kommunikation vorteilhaft. Denn eine Bildkultur hat in jedem Fall einen ikonischen "... Wissensvorrat, aus dem sich die Kommunikationsteilnehmer, indem sie sich über etwas in einer Welt verständigen, mit Interpretationen [besser Thematisierungen] versorgen" [Habermas 1988b/209]. Für den bildbezogenen Kulturbegriff ist es daher geeigneter, weniger die materiellen Bedingungen von Bildgegenständen, sondern mehr die darstellenden Zeichenformen zu betrachten. Ausschließlich letztere zeigen optische und begriffliche Thematisierungen von etwas anderem. Im weiteren ist für Bilder zu beachten, daß hauptsächlich deren syntaktische Darstellungs-codes und weniger deren ikonische Objektbezüge die Stabilität erbringen, die die kulturelle Struktur sichert und damit die "fundamentale Aufgabe der Kultur" [Berger 1988/6] übernimmt. Wie Berger [vgl. 1988/7] betont, wird Kultur ständig reproduziert, und kann sich darum dem Wechselspiel von Stabilität und Instabilität nicht entziehen. Auch Bilder unterliegen dem Wandel ihrer Kultur. Unter Kultur verstehe ich somit in bezug auf Bilder eine temporäre Stabilität, die einen signifizierenden Stil von kulturellen Legizeichen und ikonischen Objektbezügen aufweist, einen stabilisierten, ikonischen Signifikationscode also. Diese Einfassung bietet sich an, weil Bilder in ihren ikonischen Objektbezügen keiner eindeutigen Konvention und Tradition nachkommen, obgleich kulturelle Zeichenformen nicht ohne mehr oder weniger konventionell interpretierte Objektbezüge im sozialen Zusammenhang überdauern [s.S. 162]. Ich werde das bisher Beschriebene gleich näher begründen, um aufzuzeigen, wo Traditionen in der kulturellen Form ikonischen Wissens aufzufinden sind und wo nicht. Zuvor ist noch die Frage offen: Warum kann eine Kultur von Bildern nicht geradlinig wie die Sprache als ein "Bau von Symbolen" [Berger 1988/7] oder als symbolische "Sedimentierung *typischer* Erfahrungsschemata" [Schütz u. Luckmann 1979/283] benannt werden? Die Frage, warum das Wissen in Bildern nicht ausschließlich symbolischen Charakter aufweist, beantwortet sich aufgrund des definierten ikonischen Wissens beinahe von allein. Freilich werden Lebenswelt- und Systemtheoretiker mit Recht einwenden wollen, daß sich der *Begriff* des Symbols in den entsprechenden Theorien höchstens partiell mit dem des Zeichens überlappt. So hat Luhmann [vgl. 1992/189ff.] neben vielen anderen herausge-



arbeitet, warum der *Begriff* des Symbols (gr. "symbállein": zusammenfügen, zusammenlegen) ein Zeichen einer mythischen Paradoxie ist. Dieser Widersinn kommt auf, wenn symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien Unterscheidungen zwischen Kommunikation und Nicht-Kommunikation oder zwischen Zeichen und gegenständlicher Umwelt treffen, diese Unterscheidungen dann aber als solche symbolische Einheiten zusammenhalten, die wiederum das *Ganze* der "mythologisierten" Wirklichkeit aufzudecken meinen. Im Symbolischen meint man somit, die Zeichen würden sich in ihrer Referenz wieder mit der gemeinten Umwelt und Wirklichkeit *zusammenfügen*, obwohl Zeichen ihren Sinn prinzipiell in ihren eigenen Sinnkonstitutionen finden, die die Unterscheidungen zwischen Zeichen und Nicht-Zeichen verhüllen. Kurz, das Zeichen soll im Symbolischen paradoxerweise dasjenige aufdecken, was es in seinem zeichenhaften Charakter verdecken muß, damit es sich von dem aufzudeckenden Gegenstand, dem Unterschiedenen, als ein erkennbares Zeichen unterscheidet. Für Bilder gesagt: auch bei der visuellen Kommunikation *müssen* wir schon wissen oder zumindest bemerken, wie das Symbolische eine doppelte Ordnung von Unterscheidungen mitteilt. Denn im Symbolischen der visuellen Kommunikation ist die Paradoxie ihrer durchsichtigen Undurchsichtigkeit [s.S. 182] auf alle Teilnehmer abgestimmt, wodurch sie solche optisch wahrnehmbaren Zeichen von kulturellen Einheiten mitteilen kann, die den Betrachtern - geradewegs so wie im Kult - eine Welterfahrung mythologisierter Wirklichkeit ermöglichen sollen. Diese Paradoxie verschleiern Bilder beispielsweise in der symbolischen Zentralperspektive, da deren Tradition Individuen daran gewöhnt, den vom Bild verdeckten Gegenstand in perspektivischer Durchsicht scheinbar direkt wahrzunehmen.

Das Allgemeine des Symbols, ich möchte es *symbolischen Charakter* nennen, findet sich demnach dort, wo es zwar eine Sichtbarkeit repräsentiert, diese Sichtbarkeit aber keine Sicht auf eine tatsächlich anwesende Umwelt ist. Denn im Objektbezug deutet das Bildzeichen auf etwas momentan Unsichtbares und Abwesendes. Der ikonische Objektbezug repräsentiert eine Sichtbarkeit, die erst innerhalb einer legitimierten Repräsentationscodierung erkennbar (einsehbar, verstehbar) wird und sich so selbst genügt, da sie selten den Beweis antreten muß, daß der Gegenstand wirklich optisch so wirkt, wie er auf der bildlichen Durchsicht vorhanden scheint. Diesem symbolischen Charakter fließt etwas von glaubwürdig scheinenden Göttermythologien zu, die die Sichtbarkeit des Ikons mit der Sichtbarkeit seines referierten Gegenstandes *zusammengefügt* meinen. Oder in weniger pathetischer Erläuterung gesagt: jedes Bild und jedes Zeichen erlangt den symbolischen Charakter, indem es innerhalb seiner kommunikativen Reglementierung etwas darstellt

oder veranschaulicht, was irgendeiner vorgestellten Wirklichkeit entsprechen könnte, und was zumindest manchmal *unserer* Wirklichkeitserfahrung im Index nahe kommt.

Unsicher wird das »symbolisch generalisierte Wissens«, wie es insbesondere Luhmann als Paradoxie definiert, in der Frage nach dem Individuum, welches in seiner Zweitheit bildliche Gegenstände und nicht etwa Symbole visuell wahrnimmt. Das, was ein Symbol symbolisch bezeichnet, kann absolut niemand mit den Augen allein sehen, es bedarf des Denkvermögens (der Drittheit). Demgegenüber hat sich für die Wahrnehmung von Bildern herausgestellt [s.S. 105], daß das Individuum zwar visuell kommunikative Sozialisationsinstanzen akkommodiert, was aber nicht meint, Bilder und vorwiegend künstlerische Bilder wären so stark eingengt, daß für ihren Sinn "... nur die Entscheidungsfreiheiten bestehen, die gesellschaftlich verständlich gemacht werden können" [Luhmann 1992/15]. Bilder kommunizieren zwar etwas über Objekte, aber was sie über diese mitteilen, folgt im Falle von rhematisch ikonischen Sinzeichen nicht zwingender Interpersonalität. Insbesondere die Impressionsfülle der ästhetischen Erfahrungen, die Bilder erlauben, kann gegen symbolische Mystifikationen opponieren, ohne daß sich das Individuum hinter binären Bezeichnungsrastern zu verbarrikadieren hat. Gut, Luhmann würde behaupten wollen, das wäre keine Kommunikation, weil das "»Charakteristische« ["Typische"] des Kunstwerkes ... nicht in der sinnlichen Erfahrung gegeben sein kann ..." [Luhmann 1995/332] und Kommunikation von Wahrnehmung abstrahiert. Doch genau in diesem Diktum kommt die Widersprüchlichkeit der visuellen Kommunikation auf. Diese teilt im vertraut ikonischen Signifikationscode etwas über Ähnlichkeiten mit, ohne daß der Bildbetrachter die inhaltlichen Objektbezüge als kommunikative Nachricht verstehen und innerhalb von gegensätzlichen Werten des Kunstsystems, wie etwa schön/häßlich, beurteilen muß. "... So wenig, wie der Künstler seinen Werken die Mitteilung mitgibt, sie seien »schön«" [Luhmann 1992/190], genauso wenig gibt der Künstler sich selbst verstehend mit auf den Weg, wie die Bildwerke überhaupt zu verstehen sind. Letzteres hat Luhmann vernachlässigt. Denn die offene Frage bleibt, wie und was der Bildbetrachter in seiner nicht beobachtbaren Subjektivität (erster Ordnung) beobachtet hat, obwohl etwas *vorkommunikativ* kommuniziert wurde.

Der ansonsten so kommunikationsförderliche Typ, der in binären Codierungen operiert, integriert die visuelle Kommunikation nicht. Denn einerseits sind ikonische Bilder nicht "... mit gegensätzlichen Werten unter Ausschluß von dritten ..." [Luhmann 1992/191] ausgestattet, da sie im rhematisch interpretierten Ikon das Dritte eher ein- als ausschließen, und andererseits erschöpfen sich Bilder nicht in symbolischen Generalisierungen, weil wesentliche Komponenten subjektiv wahrgenommen, vorkommunikativ in Anspruch

genommen und kennengelernt werden. Die von Luhmann eingeführten binären Codierungen von wahr/unwahr und schön/häßlich, wie sie in symbolisch generalisierten Kommunikationssystemen anzutreffen sind, gehen in weiten Teilen am Phänomen der visuellen Kommunikation vorbei [s.S. 49]. Denn die benannte symbolische Paradoxie, welche in der durchsichtigen Undurchsichtigkeit auftrat, hat sich aus visueller Kommunikation zumindest entfernt, wenn sie dort überhaupt jemals konzentriert vorhanden war, da bildliche Darstellungen vermutlich schon immer von den den Dingen ähnlichen Eigenschaften gelebt haben. Luhmann selbst bestätigt, daß ein Code allein für Kommunikation [Drittheit] und keinesfalls für Weltsachverhalte [Zweitheit] binarisierbar ist, "... denn es gibt keine negativen Welttatsachen ..." [Luhmann 1992/213, vgl. 1990a/11]. Und genau diese de-arbitrarisierende Wirkung positiver Tatsachen erfüllen Bilder, indem sie mittels vertraut gewordenen Darstellungscodierungen scheinbare Gegenstände ohne Bezeichnung<sup>96</sup> und ohne symbolische Paradoxien stets positiv präsent existieren lassen. Bilder machen nicht nur die Unsichtbarkeit einer abwesenden Welt sichtbar, sie sind auch selbst als Anwesenheit sichtbar. Die wahrgenommenen Form/Grundbeziehungen von Gegenständen, die selbst nichts bezeichnen, lassen sich nicht in symbolischen Paradoxien *gleichwertig bezeichnen oder kommunizieren*. Aufgrund dessen, daß sich ikonische Generalisierungen erstens in ihren ästhetischen Erfahrbarkeiten symbolischen Binarismen verweigern, und sie sich zweitens in ihren Ähnlichkeitsbehauptungen (scheinbaren Analogien) jeder objektivierbaren Aussagenlogik entziehen, können die vielschichtigen und ungeneralisierbaren Perspektiven ("Durchsichten"), die ikonische Darstellungen ermöglichen, nicht als symbolisch bezeichnet werden. Die visuelle Kommunikationscodierung kann nur in der einzigen theoretischen Thematik der Paradoxie als symbolisch beschrieben werden, praktisch erfüllt sich ihr Sinn aber darin, daß sie symbolische Sinnkonstitutionen in der Wahrnehmungserfahrung unterschreitet. Deshalb gleicht sie nicht dem erwähnten "Bau von Symbolen" [Berger 1988/7; s.S. 218], sondern legt jedesmal den ersten mimetischen und ikonischen Stein für diesen Bau des symbolischen Wissens.

Jener jeweils erste ikonische Stein teilt Wissen kommunikativ mit, auch dann, wenn dieses in der semantischen Gliederung keiner Typik entspricht, die Schütz u. Luckmann [vgl. 1979/283] in der verbalen Sprache vermuten. Bilder sind im Ikon mit Freiheitsgraden ausgestattet, die lediglich der Möglichkeit nach einer Typisierung und Generalisierung folgen. Das heißt, in der ikonischen Identitätsbehauptung von etwas anderem zeigen Bilder

<sup>96</sup> Erst die repräsentierende Darstellungs-Form ("Figur") gehorcht einer Kommunikationscodierung, die eine kommunizierbare Differenz zur Umwelt *bezeichnet* [entgegen Luhmann 1986/147f., u. vgl. Luhmann 1990a/14].

(z.B. private Fotografien) subjektive Blickwinkel, die in keiner Weise generalisierbare Relevanzkriterien beanspruchen können oder für eine Gesellschaft typisch wären. Beispielsweise läßt sich keine überindividuelle Regel angeben, ob die Mona Lisa gelblicher oder mehr von links, rechts, oben oder unten hätte dargestellt werden sollen, um die Ähnlichkeit, Wahrheit und Schönheit zu steigern; oder man hat etwas in Bildern gesehen, ohne einen Begriff zu haben, was es war, das man gesehen hat. Die einzige typisierende Regel, die im ikonischen Wissen vorkommt und es zu einem solchen emporhebt, begründet sich im kulturellen Darstellungscode von Wissensformen, denen ich jetzt nachgehen möchte.

Um das tradierte Wissen einer Kultur aufzuspüren, wäre es für Bilder unzureichend, eine oft linguistisch beeinflusste Begrifflichkeit zu übernehmen, die z.B. bei Posner [vgl. 1991/37] alle Zeichenbezüge als Code, Text oder System einstuft. Bilder verlangen nach feinsinnigeren Unterscheidungen. Von allgemein kulturellem Wissen, wie auch ikonischem Wissen ausgegangen, benötigt dessen Mitteilung zwei Voraussetzungen: Wissen bedarf eines Mediums, welches die Vermittelbarkeit zu einem anderen Individuen zuläßt, und es muß in Zeichen codiert sein, die ihre kommunikative Funktion so indizieren, daß zumindest ein anfänglicher Interpretationsrahmen vorgegeben ist. Fehlen diese beiden Prämissen, bleibt jede Wissensmöglichkeit außerhalb des kulturellen Weltbildes.

Bilder erfüllen die beiden Bedingungen, indem ihnen per Darstellungsweise oder Stil die kulturelle Form "Wissen" mitgegeben wird. Selbst neolithische Höhlenmalereien, die in der Formgebung für uns keinem eindeutigen Stil folgen, also Sinzeichen zeigen, indizieren selbst heutzutage noch ein ikonisches Wissen, welches Ähnlichkeiten partiell wiedererkennbar kommuniziert [hierzu Elliott 1979/612]. Verständlicher geben sich Formen des ikonischen Wissens, wenn ihre Zeichensyntaktik demonstrativen Darstellungscodierungen folgt und nicht mit extrem unzugänglichen Codierungen ohne Begrenzung der Fläche und mit natürlichen Einsprengseln, wie etwa Felstrissen, Wasserflecken, Ruß und Gesteinschimmel ausgestattet ist. Als demonstrative Darstellungsformen von Wissen fungieren in den meisten Fällen Legizeichen. Sie zeigen unmißverständlich mittels Stiltraditionen ihre Funktion an, d.h., sie demonstrieren aufgrund prästabiler Zugehörigkeitsverhältnisse, daß sich jetzt auf eine visuell kommunikative Ähnlichkeit bezogen werden soll [s.S. 9 (Zeichen der Funktion)]. Solche demonstrativen Darstellungsformen, die einen visuell kommunikativen Appell ausüben, sind in ihren unwahrscheinlichen Merkmalen oft von kulturellen Bildstilen geprägt, wie etwa quadratische oder runde Flächenbegrenzungen, zusammenhängende Farbflächen, spezifische Figur/Grundbeziehungen, charakteristische Oberflächenbearbeitungen, syntaktische Formationsregeln, Raumcodierungen und kultur-

spezifische "Durchsichten" (Perspektiven). Als *kulturelle Darstellungs- oder Bildstile* können deshalb solche bezeichnet werden, die unabhängig von persönlichen Eigenheiten in einer Kultur als ein allgemeiner Typus oder als Legizeichen existieren. Je souveräner Bildstile nämlich ihren demonstrativen Appell (Index) ausüben, desto unabhängiger teilen sie von zeichenwirksamen Umgebungsräumen (Kontexten, gesellschaftlichen Institutionen, Museen) und von persönlichen Einführungen des Bildners die ikonische Botschaft mit. Mit anderen Worten, die kulturelle Form "Wissen" erreicht wesentlich mehr Interpreten, wenn sie innerhalb kultureller Formkonventionen bleibt, die gesellschaftlich institutionalisierte Bildlichkeit indizieren. Demnach garantieren verallgemeinerte Stile die Anbindung an ikonische Wissenstraditionen und Kommunikationspartner.

Wer die Frage stellt, "was ist ein Bild?" [Polanyi 1994/148], der hat anfangs nach Erkennungsmerkmalen zu suchen, »wie« ein Bild sich im kulturellen Stil regelhaft exemplifiziert. »Was« für ihn ein Bild sein kann, die Frage nach der Identität eines solchen, beantwortet sich mit seiner jeweiligen Pragmatik, die er dem »Wie« der Kultur gegenüber als Bedeutung aktualisiert. Ohne das »Wie« ist das »Was« außerhalb jeglichen Wissens. Allein legizeichenhafte Formationsregeln, die über wiedererkennbare interpersonale Merkmale verfügen, stellen für Bilder die Grundlage bereit, »wie« sie sich als spezifisch tradierte Bildkultur unabhängig von Objektbezügen identifizieren lassen.

Der Komplex von Kulturtraditionen und von einer Stilepochen-Kunstgeschichte stößt auf Probleme, wo eine Vielzahl von Einzelphänomenen unter Generalisierungen subsumiert werden, die schon vom Terminus her keine Nachsicht bezüglich Singulärem bieten. Gegenüber der Einzigartigkeit eines künstlerischen Bildes ist sicherlich der Blick verblendet, der vom Stilepochen-Einheitsdenken geleitet wird. Aber trotzdem fällt die Meinung schwer, daß in Epochen mit Stilpluralismus tatsächlich Kulturpluralismus vorhanden wäre. In seiner Absolutheit hätte dies einen Gesellschaftspluralismus zur Folge, der über Teilsystembildungen hinausgehen würde und Kommunikation zumindest drastisch hemmen würde. Um von irgend etwas zu sprechen und sich an irgend etwas zu orientieren, wird jeder Beobachter irgendeiner Kultur Differenzierungen vornehmen, die sich kaum "von der einengenden Stilepochen-Einheit freimachen" können, wie Schmoll [vgl. 1977/-11] verlangt. Ohne fürwahr klare Grenzen aufzufinden, läßt sich mit Gombrich [vgl. 1982] annehmen, daß beispielsweise das klassische Ideal von Formsymmetrien zu kulturellen Ausschlußprinzipien geführt hat, die in Polarität zu Kategorien des Nicht-Klassischen gesetzt wurden. Solche kulturellen Klassifikationen dürfen sicherlich nicht an "unabhängigen Kriterien der Form" [Gombrich 1982/175] gemessen werden, die sich von sozialen und praktischen Zwecken vollständig ausnehmen. Es sind vielmehr Unterscheidungen

gefordert, die zwischen der Geste eines *individuellen Stils* (der sogenannten individuellen Handschrift) im Sinzeichen und der Geste eines *kulturellen Stils* im Legizeichen differenzieren; denn erstere, singuläre Segmentierung kommt selten ganz ohne zweite, verallgemeinerte aus. Zweifellos zeigen Malereien und Fotografien im Sinzeichen eine persönliche Note, die, wenn sie sich hervorhebt, auch spezifischen Individuen, Schulen oder Meisterateliers einer kulturellen Epoche und sozialen Problemlage zugeschrieben werden kann. Kurz: der kulturelle Stil verrät des Bildners Herkunft und Epoche, wohingegen der individuelle Stil seinem zeit- und problembezogenen Orientierungsprinzip nachkommt, welches sich bei entsprechendem Durchhaltevermögen zur Vorbildlichkeit, zur zukunftsweisenden Geltung in der Kultur aufschwingt.

Der kulturelle Stil deutet demnach auf verwurzelte oder epochale Verallgemeinerungstendenzen, in deren sozialem Aktivierung individuelle Problemlagen auf sicherem Wege zur kommunikativen Ausformung gelangen. Eine Gesellschaft indessen, die ihre Kulturformen und damit die visuell kommunikative Fundamentbildung konstant verwirft, stimmt sich auf individualisierten Formenverschleiß ein [hierzu Luhmann 1980/45]. Moderne Kunstinstitutionen führen dies vor, sooft sie das Neue augenblicklich als Vision des Gestrigen verabschieden und sogleich in Gedächtnisfeiern museal tradieren. Das Neue in der Kunst postieren sie damit dem Künstler im überzogenen Sinne als Antipode und dem Verehrer als unnachahmliche, da bahn-ab-brechende Heldentat.

Funktional argumentiert, integriert der kulturelle Stil den Bildner in soziokulturelle Kontexte, die seiner individuellen Expression eine visuell kommunikative Deprivation ersparen. Demnach enthebt ihn der kulturelle Stil von "absoluter Selbstverantwortlichkeit", aber auch von angestrebter "Einzigartigkeitsbedeutung" [Simmel 1990/296; vgl. 1993/90]. Von dieser Position aus sieht Luhmann recht deutlich, daß das künstlerische Originalitätspostulat der westlichen Moderne ein "Leiden an der eigenen Überempfindlichkeit" [Luhmann 1986b/635] einschließt. Verliert sich nämlich der künstlerische Bildner in individuellen Sensibilitäten, die er vollständig autonom gegenüber dem kulturell etablierten Darstellungscode exponiert, so verwirkt er neben dem stabilisierenden Traditionsrahmen ebenfalls den Anspruch auf ikonisches Wissen. Er gelangt somit in die kunstinterne Originalitätsaporie, die das empfindlich Avantgardistische zugleich mit dem Unempfindlichen des kulturell Tradierten versöhnt sehen möchte. Leistet das Bild die soziale Anbindung nicht eigenständig, so obliegt es dem Künstler bzw. Kunsttheoretiker, entweder zu sprechen oder zu warten. Eine in allen Darstellungskennzeichen wahrhaftig *autonome* Malerei, wie z.B. bei überempfindlichen Genies und "Wahnsinnigen", wäre demnach für Kulturmitglieder vorerst unbegreiflich. Diese Malerei würde als eine

Parataxie auffallen, die für die anderen nur das Verlassen der kulturellen Perspektiven dokumentiert. Denn ikonisches Wissen basiert in zahlreichen Formen auf kulturell tradierten Segmentierungen, die einen kulturellen Darstellungscode optischer Interpretationen bilden, den sich Bildner zunutze machen. Die Unterscheidung zwischen individuellem und kulturellem Darstellungsstil oder -code löst sich an dieser Stelle dahingehend auf, daß Bildner die Allgemeingültigkeit eines kulturellen Darstellungsstils (Legizeichen) teilweise nutzen, um ihre individuelle Expression (Sinzeichen) derart auszudrücken, daß sie als demonstrative Mitteilung potentiell verstehbar bzw. ikonisch erkennbar ist [hierzu Muller 1979/146]. Um nämlich ein relativ rasches Verstehen zu erwirken, ist es für den Mitteilenden vorteilhaft, wenn er seine optischen Nachrichten in Basisprinzipien nach kulturell etablierten Darstellungscode arrangiert. Insofern bezieht nahezu jedes Individuum eine kulturell tradierte Darstellungslösung in seine Formulierung mit ein. Die individuellen Wissensdarstellungen generieren sich somit aus interpersonalen Modellvorgaben und bereichern diese.

Als Kultur oder Subkultur behauptet sich ikonisches Wissen grundsätzlich im *kulturellen Darstellungsstil*. Die sich daraus ergebenden ikonischen Objektbezüge oder Ähnlichkeiten, die subjektiven Präferenzen folgen, gehorchen selten Konventionen und werden deshalb nur vereinzelt (z.B. als Fälschungen, Kopien) in der folgenden Generation homöomorph reproduziert. Aus diesem Grund trifft die Meinung von Eco [vgl. 1991/272], Sauerbier [vgl. 1985/34ff.], Bentele [vgl. 1984/250ff.] und Hoffmann [1982/214ff.] nicht zu, daß der ikonische Signifikationscode über einen vorher kulturalisierten und konventionalisierten Inhalt verfügt. Der kulturalisierte Darstellungsstil kann sich auf alle *ihm möglichen* Inhalte und Sujets subjektiv *willkürlich* und auch unwillkürlich (z.B. bei Überwachungskameras) beziehen [s.S. 163]. Konträr zum Darstellungscode, den Massen konventionell verwenden, befreit sich der ikonische Objektbezug aus gesellschaftlichen Kontrollinstanzen und prädestinierten Übereinkünften. Inzwischen geben die von Massen verwendeten Medien, wie etwa Fotografie, Video oder Fernsehen, das ihnen innewohnende Potential ohne weiteres preis. Sie treiben trotz massenhafter Verwendung mancher kultureller Stile (Perspektiven) die Entmassung im Ikon voran, wie man bei Amateurbildnern erkennen kann, die im Ikon keiner kulturellen Tradition nachkommen.

Kulturgemäß richten sich ikonische Objektbezüge im inhaltlichen Motiv nach weiteren Parametern aus. Nicht alles, was gesehen wird, wird auch bebildert. Solche inhaltlichen Objektbezüge unterliegen kaum ikonischen, sondern symbolischen Traditionen. Diese sind z.B. aufzufinden, wenn christliche Bilder eine Frau (Maria) mit Kind zeigen, oder hinduistische Bilder einen Mann mit Elefantenkopf (Ganesh) vergegenwärtigen. Zu dem

Interesse, warum sich die Frau und der elefantenköpfige Mann in den jeweiligen Kulturen einer ausgeprägten Beliebtheit erfreuen, erhält ein Interpret erst Zugang, wenn er sich innerhalb symbolischer Kontexte über den verallgemeinerten Wissensvorrat der jeweiligen Kultur verständigt. Er muß den Interpretationsrahmen dieser "ideelle[n] Kunst ..., die gedanklich Mitgebrachtes voraussetzt ..." [Gehlen 1986/23] wissen. Zu solchen symbolischen Kontexten gehört außerdem verbal vermitteltes Wissen, welches sich auf subkulturelle Motive bezieht, wie etwa Bilder von bestimmten Politikern, Popstars, mythischen Gestalten und sonstigen symbolisch verstandenen Identitäten. Symbole sind in verbalen Interpretationen oder in einzunehmenden Haltungen im Vergleich zu Ikonen klarer auf Vorschriften, Traditionen und Konventionen abgestimmt, damit sich ihre alteingeführte Arbitrarität (Beliebigkeit) der Bezeichnung nicht verliert. Aus ikonischer Anschaulichkeit wird nämlich nicht deutlich, warum man vor Maria die Hände faltet oder sich vor Ganesh die Stirn rot pudert, um auf diese Weise ein wenig Geborgenheit, Wunder oder Glück zu erbitten. Demnach kann erst das Symbol das einschließen, was Schütz [vgl. 1974/172] den "objektiven Sinn" nennt, und was ein Zeichen einer konventionellen Semantik (Bezeichnung) und erwartbaren Bedeutung verhältnismäßig einsinnig zuordnen läßt. Im ikonischen Objektbezug kommuniziert ein Marienbild zwar ebenfalls eine Einsinnigkeit, da nahezu jeder eine Frau sieht. Diese monosemantische Einsinnigkeit bezieht sich aber auf den gegenstandsähnlichen Charakter der Veranschaulichung (imitierte Gegenstandsbedeutung) und nicht auf interpretierende Verhaltensweisen des symbolischen Objektbezugs. Aufgrund der einsinnigen Vielsinnigkeit ikonischer Bilder existieren scheinbar gegensätzliche Tendenzen, die sich in zwei folgende Punkte auflösen:

1) Wenn ad hoc angegeben werden soll, worauf sich ein Zeichen bezieht, dann ist das Ikon wesentlich leichter interpretierbar als ein Symbol. Dies liegt unzweifelhaft daran, daß der ikonische Objektbezug (wenn man den *konventionellen Darstellungscode (!)* erkennen gelernt hat) nahezu keiner Übereinkunft unterliegt. Denn erst kulturelle Konventionen, die einen Objektbezug stark arbiträr, also willkürlich werden lassen, erfordern lange Lernphasen, wie die Bezeichnung der Zeichen zu interpretieren sind. Anders beschrieben, gerade weil ein Ikon keiner lernaufwendigen Konvention unterliegt, ist seine einsinnige (monosemantische) *Bezeichnung* schnell identifizierbar [s.S. 136]. Auf der anderen Seite tritt die Zeichenbedeutung der ikonischen Bezeichnung kommunikativ wesentlich vielsinniger auf, eben weil keine Konvention (Rhema) regelt, wie ein Ikon kraft *weiterer* Ideen (Interpretanten) verstanden werden soll.

Beispielsweise kann ein Tourist die ikonische Ganesh-Gott-Illustration als lustiges Elefantendickerchen ansehen, ohne auch nur irgendeine kulturelle Interpretationsverein-



barung, außer der optischen selbstverständlich, verstanden zu haben. Demnach hat der Tourist nicht die generalisierte Bezeichnung des Zeichens verstanden. Er kennt nicht den symbolischen Objektbezug des Zeichens, woraufhin er die kulturadäquate Bezeichnungsvereinbarung übergeht und sich irgendwelche subjektiven und vielsinnigen Symbolbezüge seiner Kultur zusammenreimt - er denkt vielleicht, Ganesh wäre ein Symbol für Karneval. Somit löst sich die einsinnige Vielsinnigkeit beim Ikon dahingehend auf, daß dieses optische *Informationen* zwar konventionslos von Objekten als eine *Nachricht* mitteilt, es also in seiner *Bezeichnung* meist über einsinniges Wissen benachrichtigt, gleichwohl der Interpretantenbezug sehr vielsinnige (konnotativ-offene) Bedeutungen und Symbolkreationen toleriert, da zahllose Gedanken bzw. mannigfaltige Reaktionen interpretativ *möglich* und situationsadäquat sein können.

Wer soeben Geschriebenes unzutreffend findet, sollte aufklären können, was das konventionell, also symbolisch Interpretierte von z.B. jeweils unikal bebilderten Feuerkatastrophen in ikonischer Fernsehillustration sein könnte. Diese Frage verdeutlicht schon, warum televisionäre Medien, wenn man der Ikonologie vertrauen kann, in wesentlich reduzierterer Machart bildliche Symbole mitteilen als religiöse oder kultische Malereien der Vergangenheit. Ich würde nicht dementieren wollen, daß Katastrophen, Mord und Totschlag in trivialen Bildmedien derzeitig Symbole für die enorme Angst in der Risikogesellschaft sind; was übrigens vom Motiv her - scheinbar dialektisch verdreht - religiösen und kultischen Symbolen vollends verwandt ist. Auch diese sollen die Angst vor den Naturgewalten symbolisch bändigen. Jedoch ist diese Interpretation des Symbolischen in modernen Medienformen auf einer konventionellen Ebene unauffindbar, vor allem dort, wo die optische Faszination am Katastrophalen lieber ikonisch/emotional als symbolisch/sprachorientiert interpretiert wird. Wer will, kann in alle Vorgänge und Formen ein angeblich apodiktisches Symbol hineinprojizieren. Konventionell wird es erst, wenn zumindest einige jener Projektion gleiche Bezeichnungsbezüge und Bedeutung zuschreiben, was sich viele, vor allem politische, religiöse und wissenschaftliche Verkünder von Symbolen erhoffen. Beispielsweise nutzt politische Herrschaft [s.S. 169] ein ikonisches Vermittlungsmedium, wenn sie ihre symbolische Anwesenheit visuell kommunikativ bekanntmachen möchte. Wie ikonische Bilder zu zerstörungswerten Machtsymbolen stilisiert wurden, verrät die von Warnke [vgl. 1988/65] beschriebene Geschichte des Münsterischen Bildsturms. Über solche symbolischen Machtinteressen ist die Gegenwart keinesfalls hinweg, denn in Kriegssituationen konzentrieren sich erste Aktionen oftmals darauf, daß Fernsehsender, die massenwirksamer als moderne Kunst agieren, symbolträchtig besetzt werden. Gleichfalls decken diese Machtbestrebungen auf, warum

moderne Künste, die ihre masseneffektiven Symbole verloren haben, im Unterschied zu televisionären Massenmedien eine einstweilige Freiheitserlaubnis von der Parteipolitik erhalten haben. Die Kunst ist frei, weil sie symbolisch nebensächlich ist.

2) Letzte Abschweifung verdeutlicht, warum bei *konventionellen* Symbolen sich anfänglich nicht alles Erdenkbare hineininterpretieren läßt. Denn für diese Objektbezüge zeigt sich eine kulturelle Übereinkunft verantwortlich. Solche Konventionen unterliegen längeren Lernphasen, in denen ein Kommunikationsteilnehmer dazu gezwungen wird, sich die kulturelle Willkürlichkeit und Arbitrarität von Symbolen so leistungsfähig anzueignen, daß er sie auf einem kommunikativen Niveau *vereinbarungsgemäß* verstehen und einsetzen kann. Beispielsweise weiß ein christlicher Betrachter eines Marienbildes, daß die veranschaulichte Frau die Maria, also die Mutter von Jesus symbolisiert. Deshalb sind Symbole in Kulturen auch wesentlich stabiler generalisiert als optische Ikons. Ihre symbolische Arbitrarität müssen sich Kommunikationsteilnehmer auf einem kommunikativen Niveau stabilisieren, weil man ihren Objektbezug nicht visuell sehen, sondern nur gedanklich evozieren kann. Symbole unterliegen in Bildern verallgemeinerten Konventionen darüber, was sie bezeichnen. Allerdings, das sei noch bemerkt, kann das politische, religiöse oder künstlerische Einzel-Symbol im Bild okkasionelle und konnotative Bedeutung bei diversen Begebenheiten erreichen. Aber dies wäre nur die rhematische Interpretationsmöglichkeit des Einzelsymbols, welches bedeutungsoffen ist.

Ohne mich in sprachanalytischen Untersuchungen verlieren zu wollen, gibt es für manche Symbole in Bildern eine Besonderheit, die in sprachlichen Symbolen nicht aufzufinden ist [vgl. Tugendhat 1976/380ff.]. Wenn man nicht weiß, was der Eigenname "Maria" symbolisiert, kann ein ikonisches Bild eine Anschauungshilfe für folgende Einzelaussage sein: "Dies ist eine Maria". Dieses Symbol »Maria« kann dem ikonischen Objekt »Maria« geradewegs zugeordnet werden, da in diesem Fall der nachgeahmte Gegenstand scheinbar direkt in jedem Augenblick gegenwärtig ist. Gewiß kann das Einzelsymbol »Maria« innerhalb von weiteren konnotativen Symbolverflechtungen interpretiert werden. Doch läßt ein bildliches Mariensymbol immer nur ein ikonisches Marienbildnis anwesend werden. Deshalb vergegenwärtigen Marienbilder unterschiedliche Sinnesdaten einer Maria, die ihre soziale Identität einem konventionell bestimmten Mariensymbol verdankt. Somit symbolisiert jedes Marienbild weitgehend die gleiche, konventionell bestimmte Maria, indessen jedes Ikon meist eine andere Ansicht, einen anderen Augenblick von Marien-Stadien zeigt und demgemäß für manchen auch individuelle Wunderheilkräfte zu haben scheint. Daher erzeugen ikonische Marien-Zeichen, die sich auf vergangene Sinnesdata eines Augenblicks zumindest rückbeziehen wollen, ein Sinnesdatum der Maria, die

sie auch symbolisieren. Mit anderen Worten: manchmal, hauptsächlich bei religiösen und künstlerischen Bildern, erzeugt das ikonische Bild genau die Erfahrung, die es auch symbolisiert.

Zusammengefaßt kann für das bildliche Symbol gesagt werden, daß es seine Wissensform darüber erhält, wie der Objekt- und Interpretantenbezug des Zeichenmittels innerhalb der Kultur weitgehend *konventionell* interpretiert wird. Eine solche eingeführte Interpretation ist in dem Sinne konventionell, in dem die betreffenden Kulturmitglieder gängige Bedeutungen mit der stabilisierten, symbolischen Bezeichnung verbinden. Der Unterschied zwischen einem symbolischen und ikonischen Objektbezug ist also der, daß der erste »mit« und der zweite »ohne« kulturelle Konventionen interpretiert und dargestellt wird. Hiermit ist beantwortet, was Schütz u. Luckmann fragten: "Gilt der Satz von der Konvention für alle Arten von Zeichen, auch für nicht-sprachliche?" [Schütz u. Luckmann 1984/305]

Nachdem aufgezeigt wurde, warum der visuell erkennbare Objektbezug des Bildes keiner Konvention unterliegt, indessen der symbolische Objektbezug sehr widerstandsfähig konventionalisiert ist, bleibt die Frage, wie ikonisches Wissen von Bildern tradiert werden kann. Klar ist, wenn ikonische Objektbezüge ohne Konventionen kommuniziert werden, daß sie schwerlich tradierbar sein können, und überdies nicht jede kurzweilige Konvention tradiert wird. Wenn davon abgesehen wird, daß einzelne Bildexemplare über Jahrhunderte ihre überlieferte Relevanz behalten, sie also über lange Zeit die Kommunikationsteilnehmer mit ikonischen und symbolischen Bezeichnungen versorgen, bezieht sich obige Frage darauf, wie altes ikonisches Wissen zum Gewinn neuen Wissens genutzt werden kann. Unter Ausschluß, daß Bilder, sobald sie als individuelles *Kulturexemplar* eine götzenhafte Funktion übernehmen, langfristig tradiert werden, gibt es drei Gründe, warum historisch gewordene Bilder selten zeitgemäßes Wissen mitteilen:

- 1) Der erste besteht darin, daß das tradierte Motiv im Symbolischen des Bildes unzureichend anmutet, wenn sich die Realitätskonstruktion der Gesellschaft verändert. Beispielsweise wissen immer weniger Personen, was alles mit Marienbildern symbolisiert wird, weil unsere Gesellschaft den Wunderkräften kaum noch glaubt. Wie sich jedoch herausgestellt hatte, behalten Symbole eine langlebige Geltung im kulturellen Bezugsrahmen, solange das historische Interesse und das symbolvermittelte Weltbild verwandt bleiben.
- 2) Triftiger ist der zweite Grund, der das ikonische Wissen betrifft. Denn ikonische Objektbezüge, abgesehen von identischen Kopien, sind für die Überlieferung von einem Bild auf das andere absolut ungeeignet, da sie keine konventionelle Einigung über Ähnlichkeit einschließen. Und ohne verallgemeinerbare Übereinkunft verläßt

jeder subjektiv ausgewählte Darstellungsstandpunkt die Tradition, um subjektiv gegenwartsnah sein zu können. Ikonische Bilder präsentieren jedesmal einen subjektiv ausgewählten Objektbezug, der, das muß sicherlich gesagt werden, sowohl von traditionell verbalen als auch von *individuell motivierten Bedeutungen* begleitet ist [s.S. 80]. Dies haben ohne Frage große Zeitungsredaktionen durchschaut. Sie benötigen trotz der legizeichenhaften Generalisierung von ikonischem Wissen reine Bildjournalisten oder besser Visualizer, die über ein "gutes Auge" für subjektiv allgemeine Botschaften der ikonischen Objektbezüge verfügen. So wurde beispielsweise die Choreographie eines *symbolisch* relevanten Händedrucks beim israelisch-palästinensischen Friedensabkommen derart angelegt, daß, nachdem das Fototeam seine tagelangen Vorbereitungen getroffen hatte, sich Arafat und Rabin vor den ausgebreiteten Armen Clintons nicht nur symbolisch, sondern außerdem *subjektiv nachempfindbar und bildschön* die Hände geben konnten. Solche Fotos nehmen - der Kunst verwandt [vgl. Boltanski 1991/70] - eine subjektiv allgemeine Beziehung zum Objekt auf, indem sie ein individuelles Problem auf kollektiver Verständigungsebene anbieten. Die kollektive Verständigungsebene erreichen Fotos, indem ihr Darstellungscode ebenso wie ihr indexikalischer Wirklichkeitsbezug eine konventionelle Interpersonalität genießt, die sich traditionell in der Kultur etablieren konnte. Gleichwohl muß der ikonische Ähnlichkeitsbezug, mittels dem sich ausschließlich Situatives über Raum/Zeitereignisse kommunikativ formieren läßt, eine ästhetische Sternschnuppe erzeugen, die in der Hoffnung auf allgemein Emotionalisierendes ihre ephemere und selten epochale Leuchtkraft (Bedeutung) erhält. Diese ephemere Bedeutung erhält ikonisches Wissen oft nur, wenn es aktuell erstellt wird, obwohl nach Rabins Ermordung sich das Foto für viele zum Symbol der Versöhnung und für manche zu einem des Verrats entwickeln könnte.

- 3) Warum Bilder selten zeitgemäßes Wissen mitteilen, und daß ist der dritte, mehrarmig ausufernde Grund, liegt daran, daß ein Bild den jeweiligen *emotionsmotivierten Sinnkonsens* neu aktualisieren muß. Dem ikonischen Bild obliegt es, eine Situation herbeizuführen, die tatsächlich eine *bewußtwerdende* Erfahrung erzeugt, also über Zweitheit eine schattenhaft bestätigbare Drittheit erreicht. Wenn nicht kontemplative Identitätsvergessenheit oder kultische Verehrung angestrebt wird, ist die Aktualisierung eines spontanen Gefühls von z.B. neuartiger Schönheit oder faszinierender Erfahrung für Bilder eine kommunikative Notwendigkeit. Denn vorrangig erweckt das Ungewohnte am Bild eine Schaulust, die, mit einer Aufmerksamkeit verbunden, außerdem eine kommunikative Zeichenbedeutung inszenieren kann. Auf die Aufmerksamkeit werde ich im nächsten Kapitel zu sprechen kommen. Relevant ist momentan, daß der ewig gleichbleibende ikonische Objektbezug, also die unver-

wandelte Ähnlichkeitsbekundung, unfähig ist, ein kommunikatives Interesse effektiv zu erwecken, weil eine Gesellschaft selten etwas *kommuniziert*, was sie genauso schon gesehen hat oder, wie Baxandall [vgl. 1987/64] schreibt, "schon besitzt". Demnach sind Bilder bei einer kommunikativen Mitteilungsneigung darauf angewiesen, "... ihre Kultur nicht direkt zum Ausdruck [zu bringen], sondern komplementär, weil sie durch Ergänzung am besten dazu dienen, öffentliche Bedürfnisse [nach einem emotionsmotivierten Sinnkonsens und visuellen Erlebnissen] zu erfüllen" [Baxandall 1987/64]. Mit solchen Zusätzen bereichert sich der kulturelle Wissenshorizont um optisch interpretierte Inhalte, die andersartige Gesichtskreise ergeben; es wird somit das ikonische »Was«, welches selten einer kulturellen Tradition folgt, subjektiv und spontan modernisiert.

Daß heutzutage dieser ikonisch-subjektiven Modernisierung fast nie eine symbolisch-verallgemeinerte folgt, wie es bei Religionen der Fall war, hat vermutlich folgenden Grund. Einerseits bleibt für die symbolische Besetzung der kurzlebigen Bilderentropie keine Zeit, und andererseits drängt die Medienindustrie mit sinnlich vor Augen geführten Realitätskonstruktionen auf keinen symbolischen Status, weil dieser anhand von *Argumenten* und Wahrheitskriterien angreifbar wäre. Die permanente Subjektivierung der Bildkommunikation reicht demnach an eine kommunikative Immunisierungsstrategie heran, da normalerweise kein Gegenbild und niemals ein wahreres Bild existiert. Die Medienindustrie, die sich auf unentwegter Suche nach dem zeitgemäßen Lebensgefühl befindet, immunisiert sich gegen plausible *Argumente* mit der Losung: In der Schönheit versumpft der Geist. In diesem Leitgedanken errichtet sie ein weltumspannendes Kommunikationsnetz, dessen mitgeteilten Kartographien die soziale Koordination der Nutzer zu dirigieren sucht, indem sich diese statt nach symbolischen Plausibilitätskriterien lieber nach emotionsmotivierten und ästhetischen Sinnkriterien orientieren sollen. Hierfür sind die mittels televisionärer Bilder hervorgerufenen Konsum- und Partnerwünsche nach neuerdings interkulturellen Schönheitskriterien lediglich die harmlosesten Beispiele, wenn entgegen aller symbolischen Realitätskonstruktionen auch Politiker aufgrund ihrer auf Jugendlichkeit getrimmten Gesichter gewählt werden. Pessimistisch gewendet gerät so die kritische Abklärung der Aufklärung in eine ästhetische Verklärung.

Von diesem kritischen Exkurs einmal abgesehen, würden die beiden letzten Punkte, die die Abhängigkeit des Ikons von subjektiven Präferenzen verdeutlichen, dagegen sprechen, daß die ikonische Form »Wissen« generell tradierbar sein könnte, wenn sich nicht der kulturelle Darstellungscode von Legizeichen auffinden ließe. Denn nur mit der im Legizeichen konventionalisierten Darstellungsregel, also dem regelhaften »Wie« der visuellen Kommunikation, überliefert sich ikonisches Wissen als die kulturelle Form »Wissen«.

Ohne diese verallgemeinerten Normierungen, die dem kulturellen Kollektiv verständlich sind, wären ikonische Bilder nahezu außerstande, aus sich heraus non-verbal zu *indizieren*, »wie« sie optisch Ähnliches von etwas anderem zu wissen meinen. Unzweifelhaft folgen insbesondere künstlerische Gemälde der Moderne dem Verlangen nach Innovationen, indem sie die kulturelle Darstellungsform selbst modifizieren. Aber sogar diese innovativen Formen ikonischen Wissens besitzen z.B. die kulturell indizierende Typik des Quadratischen oder Ovalen, und wenn sie sie nicht besitzen, dann muß beispielsweise das von Beuys verwendete "Fett" - außerhalb des Kunstkontextes - per Sprache als Kunst behauptet werden. Deutlicher aufzuspüren sind kulturelle Darstellungsstile in der Perspektive, der Linienführung, der Flächenaufteilung und der Farbkomposition bzw. Farbsyntax<sup>97</sup>. Und solche Darstellungscodes tradieren sich in einer Praktik/Technik, die neues ikonisches Wissen mittels altem verwirklichen läßt. Würde die Form »ikonisches Wissen« keiner Tradition folgen, wären Individuen bei jedem visuell kommunikativen Mitteilungsinteresse gezwungen, jede Bildeinteilung aufs neue zu erfinden. Das kommunikativ encodierte Bild reiht sich deshalb in eine tradierte Darstellungskette ein, damit sein ikonischer Darstellungssinn einen Sinn erhält.

Unwiederholt verwendete Formen stellen sich nicht als Kultur dar. Daher impliziert obige Formulierung der Darstellungsform "Wissen", daß zufällige Repräsentationen erst noch in die kulturell anerkannte Form "Wissen" aufgenommen werden müssen. Dies trifft selbstverständlich allein unter dem verdächtigen Vorbehalt zu, daß Kultur von regelhaft realisierten Zeichen geprägt ist. Verdächtig deshalb, weil ein solcher Kulturentwurf der Vermittlung von Können und beständig subjektverhafteter Körpererfahrungen wenig Raum und Anerkennung offen hält, ganz so wie es westliche Denkmodelle, die auf Kommunikationskultur ausgerichtet sind, auch gegenwärtig darlegen. Für Bilder jedenfalls fungiert das Können der Person als ein konstitutiver Faktor, der zwar gegenwärtig kontinuierlich reduzierter vom körperlichen Können abhängt, der aber aus Gründen der kommunikativen Performanz unverzichtbar ist. Vergleichbar dem sprachlich formuliertem Wissen benötigen visuelle Darstellungsstrukturen einen individuellen und privaten Kennenspool, der sich aus subjektverhafteter und manchmal vorthoretischer Erfahrung speist, und der überdies im Bild nie vollständig explizierbar ist - ein Impuls, warum Künstler vielfach unzufrieden mit ihrem Werk sind. Subjektive und zufällige Formgestaltungen sind für eigenwillige Darstellungen (z.B. Kunst, Kinderzeichnungen) zwar möglich und basal, demgegenüber findet aber dieser private Kennenspool lediglich partiell

<sup>97</sup> Thürlemann [vgl. 1990/71ff.] rekonstruierte am Beispiel eines Bildes von Dürer, daß Regeln der Farbdispositionen und abstrakten Farbordnungen konventionell sein können und dem historischen Wandel unterliegen.

ein Forum, das jenen innovativen Konzeptualisierungen zumindest in mancher Hinsicht kommunikativ nachfühlen kann. Fallen erwartungssichernde Indizierungen mittels Kulturformen weitgehend weg, dann verharrt jede erfinderische Expression anfangs im kommunikativ anschlußlosen Ego oder Genie, um von dort aus *mögliches* Wissen aufzuspüren und visuell kommunikativ anzubieten.

### c) Tradition, Konvention und figurative Erkenntnis

Wissen als solches, sei es noch so geistreich, erkennt nicht das einzelne Genie an, sondern Gruppen oder Gesellschaften, die einige Erwartungshorizonte erfüllt und andere erweitert sehen. Weil laut Luhmann, Individuen nichts wissen, muß man sagen: nicht Luhmann selbst, sondern "seine" Theorie würde, da diese äußerte, "wir müssen viel mehr Gefängnisse bauen, und nicht mehr Autobahnen" [Luhmann 1992b/52], das oben angesprochene Genie unverzüglich in die Psychiatrie wegschließen wollen. Denn Genies könnten ja "... Enthusiasten, Fanatiker und was immer sein, aber nicht Wissende" [Luhmann 1992/126, vgl. 218, 351, 718f.; 1987/197]]. Ästhetisches und subjektives *Kennen*, welches außerhalb von konventionellen Erwartungssicherheiten steht, greift die Systemtheorie Luhmanns in einem Verfahren auf, das dem Urteil der römischen Kirche über Galilei [s.S. 107] vergleichbar ist. Denn jede Verleugnung des binär codierten Systems wäre dann die Häresie von Verrückten oder gar "Lebendigen" sein. Auch wenn es jene soziologische Lehre nicht hundertprozentig ernst damit meint, daß häretische Kunst bestehende Formen *nur* verletzen kann, da ihre Codeverletzungen als kommunikative Störung (Rauschen, noise) auffällt, so würde gleichfalls das Genie sich selbst verkennen, falls es durchschaut, daß es sich ausschließlich außerhalb kultureller Konventionen wiederfinden kann. Dies Extrem ist gewiß nie aufzufinden, aber es verdeutlicht, warum Genies (z.B. Raffael, Leonardo, van Gogh), die sich in Patronagen oder ökonomischen Notlagen isolierten, laut Allsopp [vgl. 1974/205] sehr eigenständige Erkundungssatelliten sein konnten (mußten). Aus ungewöhnlichen Umlaufbahnen funkten sie subjektive Darstellungsformen in kulturelle Kommunikationskontexte, ohne unverzüglich auf dem ikonischen Wissensplaneten, also ohne auf dem »nicht selbst leuchtenden Wandelstern« des Wissens von Massen, Anerkennung und Aufenthaltsorte zu finden. Der selbstkreierte Wissensplanet kreist also nicht um uns, sondern wir kreisen um seinen unfixierbaren Aufenthaltsort, den wir aus mehr oder weniger weit entfernten Satellitenpositionen anfunken, um zumindest einige Wissensabschnitte interpretativ zu erhellen und dadurch zu

modifizieren. Eine Gesellschaft ohne kommunikative Satelliten mit eigenständiger Umlaufbahn wäre deshalb kaum innovativ, sondern befangen in Illusionen eines ästhetisch fixierten Überichs, das auf konventionelle Bahnen zwingt.

Es ist vielfach beredet worden: "Durchschnittssatelliten", also Durchschnittsbetrachter, die die visuell-kommunikative Kompetenz und ästhetische Risikofreude nur mäßig aufbringen, lassen die Kunst, die im ästhetischen Experiment tradierte Kulturformen sprengt, unbeachtet oder empfinden sie als provozierend fremd. Hinter der Vertrautheit mit alltäglichen Formtypen (Legizeichen) verbirgt sich ein Großteil von dem, was in der Kunsterfahrung breiter Bevölkerungsschichten an stereotypem Formgefühl und bruchstückhaftem Kunstwissen zutage tritt. Verkürzt um den entscheidenden Teil von Erfahrungen taucht die fehlende Vertrautheit im »cultural lag«, d.h. im nachlaufenden Kunstbewußtsein (Arrieregarde), wieder auf [hierzu Pfaff 1972/55]. Die These vom »cultural lag« trifft aber nur dort zu, wo ein elitäres oder selbstreferentielles Kunstsystem sich den allgemein erreichbaren Erfahrungsräumen entzogen hat, oder wo für Betrachter aufgrund sozialer Herkunft und mangelnder Unterweisung die Bildungsgrade unerreichbar bleiben, die ihnen ästhetische Spektren einer künstlerischen Bildkommunikation plausibel machen [letzteres vgl. Bourdieu 1982]. Deshalb können die Darstellungsformen der Konsumwelt, die seit ihrer wertindizierenden Stilisierung im Werbedesign niveauvoll aufzutreten meinen, nur dort eine Ursache für Geblendetheit hinsichtlich der Kunstformen sein, wo sie von diesen abweichen. Zwar versucht die populäre Konsumwelt, künstlerische Darstellungsformen zu übernehmen, dabei kopiert sie aber allenfalls die Formen und nicht die künstlerische Botschaft. Für kommunikative Zeichenphänomene ist es daher abwegig, wenn man mit Langer [vgl. 1984/259; vgl. Gaube 1987/81] annimmt, "Geblendetheit" würde aus den Erfahrungen mit *räumlichen* Gegenständen resultieren. Wie kultur- und epochenvergleichende Bildbetrachtungen - z.B. eines Baumes - attestieren, hat die materielle Umwelt nahezu keinen Einfluß darauf, welcher Darstellungscode für ikonisches Wissen und welches Medium gewählt wird. Ikonisches Wissen ist eine Frage von tradierten Darstellungskonventionen und -innovationen der visuellen Kommunikation. Der blendende Augenschein vertrauter Alltagsdinge schlägt sich nicht in den Ähnlichkeiten nieder, die wir in den sinnhaltigen Formen der Kunst erkennen. Diese Position formulierte zu Beginn der modernen Malerei Cézanne: "Die Kunst ist eine Harmonie parallel zur Natur ..." [in Hess: 1988/24].

Ein interpretierendes Formgefühl geht aus dem Umgang mit bildlichen Formen hervor. Die Vertrautheit mit sehr innovativen Darstellungsformen, wie sie selbst die Konsumwelt erzielt und aus Gründen der Aufmerksamkeit wiederholt durchbricht, würden bei größerer



Öffentlichkeit durchaus mit Kunstbildern zu erreichen sein. "Geblendetheit" unterliegt keinem Wandel, weshalb beispielsweise manche Formveränderungen von Werbebildern in den letzten zwanzig Jahren undenkbar wären. Vertrautheit mit einem spezifischen ikonischen Darstellungscode sollte besser lerntheoretisch hergeleitet werden, damit deutlich bleibt, wie sich die visuell kommunikative Kompetenz aus dem lebensweltlichen Umgang mit Bildkommunikation entwickelt. Beispielsweise wuchs das Vertrauen gegenüber Bildern, die mittels der Camera obscura hergestellt wurden, bei den holländischen Malern des 17. Jahrhunderts erst allmählich aus dem Umgang mit diesen neuen Formen [vgl. Alpers 1985/89].

Den neuen Formen, die mit der Camera obscura erfunden wurden, gestand man nach und nach einen kulturellen Wert zu. Ein Wert, der deshalb entstand, weil diese Formen etwas optisch Neues und für die Epoche Essentielles mitteilten. Groys [vgl. 1992/152, 141, 129f.] schätzt daher Individuen inkorrekt ein, wenn deren mögliche Geblendetheit und Geschmacklosigkeit *primär* über kulturelle Werte präjudiziert sein soll, und dabei kulturelle Kommunikationsstrukturen, ohne die valorisierte Kultur undenkbar wäre, eine sekundäre Rolle übernehmen sollen. Kommunikation und Sinn ist die Prämisse für valorisierte Kultur und nicht umgekehrt. Gleichwohl legt Groys im hier übertragenen Kontext eine Spur, die verdeutlicht, daß das valorisierte Kreative, das Neue bei vollständiger Kommerzialisierung dem gegenständlich Profanen übergeben wird, und somit kraft des entstehenden Gewohnheitswissens nahezu nichts mehr von besonderer Bedeutung bezeichnet, also vorkommunikativ wird. Allerdings überspannt Groys seine Ansicht, wenn er im profanen Ding einer Kultur gar nichts mehr bezeichnet sieht, und es deshalb "selbst zur Wirklichkeit" [Groys 1992/152] werden läßt. Ein Ding, das seine kulturelle Herkunft nicht indizieren kann, hat nicht nur keinen kulturellen Wert, es erhält überhaupt keinen Ort in der Kultur als Kultur.

Das Wechselspiel zwischen Geblendetheit und Vertrautheit verlängert sich bis in die visuelle Kommunikationssituation hinein. Herkömmlicherweise bringt ein Individuum das ikonische Wissen zum Ausdruck, was es einerseits in sehr persönlichen und kreativen Sinzeichen und andererseits in vertrauten und tradierten Segmentierungen von Darstellungsformen unterbringen kann. Seine visuell kommunikative Performanz korrespondiert mit der biographischen Lernsituation, in der es die Fertigkeit der Bildherstellung *kennenlernt*. Diese Voraussetzung ist das elementarste Ereignis, bei dem Personen das "soziale Apriori" [Schütz u. Luckmann 1979/334] der tradierten Signifikationscodes einüben.

Man muß derzeit kein Hellseher sein, um zu registrieren, daß maschinell gestützte Bilderzeugungen die manuellen Fähigkeiten aus dem Kennenspool von Individuen

weitgehend eliminieren. Die Anforderungen an die Wahrnehmungskompetenz erhöhen sich heutzutage zwar ständig, doch entwickeln sich die Anforderungen an die körperliche Performanz gegenläufig. Die Zufälligkeiten, mit denen sich Personen in handwerklicher Bildumsetzung am Ort ihres Wissens einfinden können, glätten die automatischen Bildkonventionen tadellos. In dieser Automatik stellen die (Foto-)Bildapparate jedes Individuum automatisch in den kulturellen Kontext. Infolgedessen finden Individuen ihr dargestelltes Wissen ohne besondere Phantasiebemühungen dort wieder, wo sich der Ort des generalisierten Anderen längst manifestiert hat. Das Individuum büßt demnach die *figurative Erkenntnis* ein, von der Piaget [vgl. 1978/477ff., 514] sagt, sie wäre ein *kognitiver Plan*, der in aktiver Intelligenz einige Merkmale, die im optischen Realismus gesehen wurden, so *bezeichnet*, daß sie als figural-symbolisch *verstanden* gelten können. Der Automatismus der Bildapparate verwirklicht eine figurative Erkenntnis a priori, die das Verstehen verliert, das Glasersfeld mit Vico wie folgt verdeutlicht: "... etwas verstehen, heißt wissen, wie wir es gemacht haben" [Glasersfeld 1986/23]. Das "soziale Apriori" der tradierten Signifikationscodes, welches Bildautomaten ermöglichen, sozialisiert das Individuum somit stärker als es jemals eine handwerkliche Darstellungskonvention vermocht hätte. Denn ohne genau zu wissen, wie der syntaktisch-semantische Sinnautomat das macht, steht das Individuum mit jedem Bild automatisch in sozial-an-schlußfähigen Kontexten seiner Kultur. Mit diesem Automatismus der ikonischen Semantisierungsmaschinen entsteht die subjektive Formwelt nicht erst, sondern ist vor aller Phantasie vollendet. Wo Grassi bemerkte, "die Phantasie verschmilzt die Sinneserscheinungen, sie gestaltet sie um zu 'Zeichen'" [Grassi 1979/195], verhält es sich bei der automatischen Form "Wissen" umgekehrt. Denn die automatische "Phantasie" der Fotografie beispielsweise ist, noch bevor sie zur Sinneserscheinung entwickelt worden ist, potentiell als die kulturelle Form »ikonischen Wissens« vorhanden. Demnach überspringt das Individuum mit ikonischen Semantisierungsmaschinen weitgehend seine performative Sozialisation. Es rückt augenblicklich an die Stelle eines Ego auf, an der es mit nahezu jedem Phantombild einen konventionellen Darstellungscode realisiert, der unverzüglich kommunikativ an-schlußfähig ist. Jeder komplexere Sprechakt, der auf einem kulturellen Begriffsrepertoire beruht, bedarf einer längeren Einübung als ein visuell kommunikativer Akt, den Individuen mittels semantischer Sinnautomaten erstellen. Daher vermögen es automatische Darstellungskonventionen, die müheloser als jeder Sprachcode formuliert werden, interkulturelle Kommunikationssituation zu beginnen. Doch impliziert dieser Beginn sicherlich nicht, daß symbolische und indexikalische Objektbezüge sowie subjektive Sinzeichen [s.S. 196] kulturübergreifend synonym interpretiert werden.

Offenbar verlieren moderne Individuen bei unbedarfter Anwendung von Automaten die Phantasie, die dazu anregen könnte, eigene bzw. konventionsverminderte Darstellungscodes aufzubauen. Und es ist klar: je vehementer die Kultur auf die ikonische Erkenntnisgewinnung Einfluß nimmt, desto spärlicher werden die Innovationen für die Kultur ausfallen. Von diesem Standpunkt aus könnte man meinen, daß mit der automatisierten Bildkommunikation die ästhetischen Erkundungen verschwinden, die mit Erfindungsgabe neue Segmentierungen der Ähnlichkeit aufspüren. Für diese Position wäre jedoch eine Wertentscheidung zu treffen: entweder man wertet es positiv, daß Darstellungscodes nach freien Phantasien kreiert werden, oder man schätzt es als vorteilhaft ein, daß zwar nicht Darstellungscodes der Phantasie folgen, dafür aber anhand konventioneller Codes über inhaltliche Phantasien im Objektbezug kommuniziert wird. Die beiden Wertpositionen schließen sich nicht gegenseitig aus, da innovative Darstellungsformen sicherlich diverse kommunikative Inhalte ermöglichen können. In der Kunst ist gegenwärtig beispielsweise eine Überzeugung artikuliert, die die darstellenden Formen in der Moderne hinreichend entwickelt sieht und nunmehr vorrangig Inhalte kommunizieren möchte. Im Namen von "political correctness" formuliert diese Kunstströmung einen Anspruch, der die formale Grammatik bisheriger Kunst mit Themen politischer Aktualität anfüllen soll [vgl. Tannert/Fontanelle-Konzept 1993/5ff.]. Dem Kunstsystem wäre mit jener Position kaum vorzuwerfen, daß es seine Phantasie verloren hat, nur weil es sich selbst darin gefällt, nicht die Kunstformen selbst zu erneuern, sondern deren Inhalte gesellschaftsfähig (korrekt) mitzuteilen. Ebenso wäre es schwer zu beurteilen, ob die televisionäre Kulturindustrie tatsächlich die Phantasie einengt. In der Kulturindustrie blieben zwar die Darstellungscodes gleichförmig, aber ihre ikonischen Inhalte sind im Laufe der letzten achtzig Jahre stets phantastischer geworden. Solange in westlichen Gesellschaften tatsächlich, wenn auch in einseitiger Richtung, kommuniziert wird, was intensiviert passiert, wird es kein Problem sein, daß die massenmediale und manche künstlerische Bildkultur keine Formrevolution durchmacht, denn Kommunikation verändert. Daß diese Veränderung bei vorkommunikativer Bildwahrnehmung zeitweise stagniert, problematisiert die Angelegenheit kulturgemäß [s.S. 168].

Die Anwendung von automatischen Darstellungskonventionen hat allerdings die visuelle Kommunikationssituation grundlegend umfunktioniert. Denn technische, hauptsächlich computeranimierte Bilder überziehen die Welt mit Formen, die selten einer subjektiven Gegenstandserfahrung entspringen. Dies wäre de facto ein Prozeß von *Dekulturation*, in dem sich durch kulturelle Automatismen ein ehemals kulturalisiertes Können von Individuen retardiert. Denn hier trifft Flussers [vgl. 1989a/40f.] Differenzierung zu, daß

der historische Mensch noch Bedeutungen in den Dingen gelesen hat, wohingegen der moderne Mensch, noch bevor er der Dingen gewahr wurde, bereits konventionalisierte Zeichen automatisch konzeptualisiert [vgl. Thurn 1986/379ff.]. Dieser evolutionäre Schritt brachte es zuwege, daß Bilder einen Abstraktionsgrad erlangen konnten, der sprachlichen Kommunikationscodes teilweise vergleichbar ist. Damit ist gemeint, wenn man von relationalen Wahrheitskontexten absieht, daß computeranimierte Bilder analytische Zustandsbeschreibungen von Dingen liefern, die nicht mehr empirischer Bestätigung bedürfen. Die Beobachtungsbilder, die in der Aufklärung synthetisierte Zustands- oder Anschauungsbeschreibungen liefern sollten, lassen die computeranimierten Bilder weit hinter sich. Die computeranimierten Bilder führen Phantombilder ohne Zeugen vor. Vergleichbare Tendenzen zeigt auch die Kunst. In der aufklärerischen Zentralperspektive ist es die Natur, die problematisch war, dagegen wurde seit der Moderne die visuelle Kommunikation problematisch und damit thematisch relevanter.

Mit der Kritik von Rorty [vgl. 1979/222ff.] an Quine muß es zwar aufgegeben werden, daß irgendeine privilegierte Referenz in synthetischen und analytischen Formulierungen vorhanden wäre, trotzdem stehen computeranimierte Bilder nicht einmal mehr an ihren erkenntnistheoretischen Grenzen mit Gegenstandserfahrungen in physikalisch energetischer Berührung [s.S. 66 Fußn. 19]. Dieser Verzicht auf einen dynamischen oder energetischen Interpretanten, den ehemals Individuen erfuhren, findet sich beispielsweise in der Mathematik und Architektur, die per rechnergestützter Einbildungskraft mathematische Algorithmen in Bilder (Mandelbrotmenge) umsetzen oder multiperspektivische Gebäudemodelle erstellen.

Der aus der Kreativität des Menschen entwickelte Computer macht den Künstler Weibel glauben, daß das Sein des Subjekts, seine Zweitheit, seine leibliche Erfahrung und "Ontologie" übersprungen werden könne, denn "das Sein ist ... im technischen Kunstwerk ein Apparat und ein System von Zeichen" [Weibel 1991/243]. Weibels Euphorie für Zeichen führt vor, wie moderne Personen die Traditionen des ikonischen Wissens bis zur Automatisierung vorangetrieben haben, und dabei auf ihren Körper und das Kennenlernen von faktischen Gegenständen nahezu verzichten können und wollen. Denn jetzt verständigt sich Weibel, was eher soziologisch als philosophisch interessant ist, mit analytischer Wissenstechnologie über die Seinsbestätigung seines Subjekt-daseins und nicht umgekehrt [vgl. Weibel 1991/229]. Mit dem Prinzip, »ich entwerfe Computerbilder, also meine ich, daß ich die Wirklichkeit, die meinem Subjektsein *ähnlich* ist, illustriere«, hat sich die Bildtechnologie zu einem vollständig entähnlichten Kommunikationscode verwandelt, welcher auf subjektverhaftete Körpererfahrung sowie ikonische und indexikalische Referenz-

behauptung zu Gegenständen verzichtet. Journalistische Bildproduzenten, die den Betrachter emotional mitreißen müssen, täuschen zwar aus tradierten Machtansprüchen vor, daß die referierte Wirklichkeit so besteht, wie sie dargestellt wurde, aber allmählich glaubt auch die nachdenkliche Öffentlichkeit nur selten, daß jene ikonische Meinungsäußerung der Realität *wirklich (dicentisch)* entspricht. Die zirkuläre Ego-Bestätigung, die im sozialen Kommunikationscode von Computerbildern, Werbebildmontagen und televisionären Nachrichten kursiert, läßt den lang tradierten Anspruch fallen, daß irgendwelche tatsächlichen Objekte *indiziert* werden sollen. Ohne Frage konnten Bilder dies im erkenntnistheoretischen Sinne sowieso nur bedingt, da beispielsweise Fotos die Lichtintensität nur eingeschränkt *messen*, also dicentische indexikalische Tatsachen rein materialabhängig behaupten.

Verlieren Bilder den auf Wirklichkeit reagierenden Indexbezug vollständig, dann kommunizieren sie eine permanente Selbstähnlichkeit von regelhaften Darstellungscodes, die wiederum vom Betrachter regelhaft anerkannt werden. Ikonische Bilder würden also nur die konventionelle Regel der Regel der Regel usw. darstellen, um eine vertraut gewordene Nachricht mitzuteilen, die ausschließlich innerhalb des Kommunikationssystems Orientierung für das System bietet. Daraus folgt für computeranimierte Bilder, daß sich nur wenig, was in der gesellschaftlichen Alltäglichkeit passiert, in konventionalisierte Darstellungscodes niederschlägt. Solche Bilder benötigen keine gegenständlichen Modelle mehr; sie sind sich selbst Modell. Sie übergehen die Phantasie des motivierten Subjekts. Das technische Bild gehorcht einem Darstellungscodex, der "... eine blindlings konkretisierte Möglichkeit [bietet, um] ein blindlings sichtbar gewordenes Unsichtbares" [Flusser 1989a/18] aufzuzeigen. Schlechterdings meint dies nicht, daß ikonische Assoziationen immer phantasieloser werden, sondern im Gegenteil: die Bilder semantischer Sinnautomaten werden kraft der Abkopplung von wirklicher Erfahrung und der Produktionsgeschwindigkeit stets phantastischer, soweit dies das Computerprogramm zuläßt.

Was Baudrillard [vgl. 1978] prophetisch als »Simulation« kritisiert, wird durch den Computer, was bei religiösen Bildern nie ungewöhnlich war, zu erprobten Kommunikationsprinzipien des *Symbolischen* transformiert. Weibels "Techno-Kunst" postuliert zwar, daß es die wahrheitskritischen Simulationen sein werden, die "im Täuschen sehen machen" [Weibel 1991/245], aber genaugenommen verspricht diese Kritik keine Innovationen, deren Kartographien irgendeine relevante Orientierung für unsere Welt bieten. Mit Weibels Kommunikationsprogramm verdeutlicht sich, warum technische Bilder trotz hoher Ansprüche dem Interesse dienen, sich eher von körperlich erreichbaren Welten abzuwenden als diese zu beschreiben. Die angebliche Simulation dissimiliert ("entähn-

licht") sich hiermit von potentiell erlebbaren Alltagswelten, deren Umstände sie nicht mehr berücksichtigt, da sie sich selbst zur Dissimulation ("Verheimlichung") entwickelt hat. In dieser Dissimulation fingieren ikonische Bilder eine Weltkonstruktion, die das verbirgt, was in der Alltagswelt potentielle Orientierung bieten könnte. Damit bringen Computerfiktionen das figurative Erkenntnisprogramm, welches seit der renaissancistischen Zentralperspektive bestand, in der öffentlichen und künstlerischen - ausgenommen der wissenschaftlichen - Kommunikation zu seinem Abschluß. Denn die nachdenkliche Öffentlichkeit sieht den Simulationen fingierte Augenwischerei an, weshalb sie deren Dissimulationsstrategien kaum Relevanz beimißt, wenn sie Orientierung für soziale und sonstige Wirklichkeiten sucht.

Mit dem Verstehen von Dissimulationen transformiert sich ikonisches in symbolisches Wissen. In zukünftiger Tendenz ringt das ikonisch Dissimilierte ("Entähnlichte") zwar noch um die visuelle Aufmerksamkeit und Beachtung, aber es wird für die eingeweihten Betrachter eher symbolisch als ikonisch bedeutungsvoll. Dem nachdenklichen Betrachter simulieren die ikonischen Bilder nämlich nicht erreichbare Wirklichkeiten, sondern sie symbolisieren ihm allenfalls Realitätskonstruktionen, die zur kommunikativen, aber nicht zur praktischen Orientierung relevant sind. Mit diesem Bildverständnis verwandelt sich die Ähnlichkeit des Bildes in ein Symbol, das sein Objekt durch Entähnlichung bezeichnet und deshalb in Dissimulation visuell kommunikativ verbirgt. Übrigens handelt es sich um ein Bildverständnis, welches nicht zum ersten Mal auftritt. Wenn nämlich ein Charakteristikum kultischer Riten darin besteht, daß bei diesen "... die Idee des Bildes ... im Geist mit der Idee [und Wirkung] des Modells verbunden ..." [Durkheim 1981/480] wird, also Ähnliches durch Ähnliches erzeugt wird, indessen Kultbilder der Ähnlichkeit für das christlich religiöse Weltverständnis unduldsam waren, weil dieses von dissimilierenden Symbolen und dem Glauben an geistige Wesen beherrscht wird, dann ist festzustellen, daß sich der kultische Status der televisionären Bilder der letzten Jahrzehnte langsam wieder zu einer aus christlichen Religionen bekannten Wertschätzung verändert. [vgl. Durkheim 1981/53; Berger 1988/158; Bauch 1994/282] Denn insbesondere rechnergestützte Bilder transzendieren die Alltagswelt auf einem Niveau, auf dem selten etwas der subjektiven Wirklichkeitserfahrung ikonisch ähnlich sein soll. Gleichfalls verbindet die nachdenkliche Öffentlichkeit die Idee des Bildes immer weniger mit der Idee und Wirkung des Modells. Rechnergestützte Bildern zeigen allein in symbolisch generalisierten Relevanzstrukturen ein ikonisches Wissen, das sich bis zur optischen Entpragmatisierung ausgeformt hat. Anstatt die Trennlinie immer wieder zwischen Simulationen und (ikonischer) "Realitätsdarstellung" zu setzen, wo jeder Unterschiede bemerkt und apodiktische Referenz so oder

so ausbleibt, ist die von Schütz u. Luckmann [vgl. 1979/360] entlehene Formulierung der »Entpragmatisierung« wesentlich einleuchtender. Mit Entpragmatisierung ist nämlich zu begreifen, daß sich die ikonisch vermittelten Wissensgebiete aus den Handlungszusammenhängen der erlebten Alltagswelt lösen, da sie in dieser über nahezu keine Relevanz mehr verfügen. Das ikonische Bild vermittelt in errechneten Fiktionen hauptsächlich symbolisch relevante Nachrichten, deren ikonische Bezeichnung keine Informationen bietet, die sich an potentiell erfahrbarer Welt orientiert. Das ikonische Bild wird dadurch genauso orientierungslos wie dessen Betrachter, dem in televisionären Kartographien jede sozial notwendige Orientierung abhanden gekommen ist. Mit dieser Wendung fungiert Ähnlichkeit nur als Kommunikationsprinzip, welches ikonische Nachrichten zum Vergnügen ohne Rückkopplung an Nutzen und soziale Orientierung darstellt. Aus diesem Grund ruft die inflationierende Tendenz, die sich mit dem Schwund des optischen Nutzens anbahnt, eine beschleunigte Entropie ins Leben, bei der das ikonische Wissen im zutreffendsten Sinne des Wortes *vorprogrammiert* anschwellt. Denn auf dem *öffentlichen* Markt von Unterhaltungsfiktionen hat alles das einen flüchtigen Wert, was sich aus der Abgedroschenheit des Gestrigen und des Alltäglichen kurzfristig befreien kann. Das inflationäre Bombardement mit Computerbildern, die erheblich planloser als Fotografien realisiert werden können, wäre dann lediglich eine weitere Steigerung "motivationaler Selbstgenügsamkeit" [Luhmann 1991/258], bei der sich die kunterbunte Bilderzeugung von keinerlei Konventionen und Relevanzkriterien gängeln läßt. Doch geht die televisionäre Zwanglosigkeit zweifellos nur soweit, wie Darstellungscodes und teilweise die symbolisierten Verständigungskontexte einer längerfristigen Übereinkunft folgen. Allerdings treten die symbolisierten Kontexte dabei deutlich vielgestaltiger auf, als es jemals bei Religionen der Fall war, wodurch sich symbolische Bildinhalte aus konventionellen Sinnsetzungen entfernen. Diese Vielgestaltigkeit von Bildern wird der Kunstgeschichte viel Mühe bereiten, wenn sie beabsichtigt, sich mit unserer Gegenwart zu beschäftigen.

Sicherlich waren zu allen Zeiten die Darstellungsmöglichkeiten von Techniken abhängig, aber neuerdings kann das Individuum auf körperliche Techniken weitgehend verzichten, wenn es die im Automaten konventionalisierte Kultur nutzt, um sich visuell kommunikativ mitzuteilen. Das scheinhafte Gegenargument dazu zeigt sich darin, daß das Individuum ohne Körper, ohne Bewußtsein und ohne visuelles System nicht kommunizieren bzw. den doppelten Sinn der Form erkennen kann. Es hat also nach wie vor anzunehmen, daß die Formen, die aus dem Apparat kommen, als die Kultur anzusehen sein werden, die ihm eine figurative Erkenntnis vermittelt. Diese Erkenntnis berührt zwar nicht die Seinsbegründung des Subjekts, aber sie spricht dessen empirische Erfahrungsgrundlage mit Bildern an. Wie

Habermas [vgl. 1988b/83] mit Durkheim, und Apel [vgl. 1988/189] mit Peirce betonen, sind kollektive Erkenntnisse oder Vorstellungen an materielle Zeichenvehikel gebunden, wenn es zur Vermittlung von kommunikativen Zeichen kommen soll. Automatische Bilder beanspruchen demnach Wahrnehmungsbewußtsein, aber, und das ist ein riskantes Unterfangen, sie erfordern selten ein Ego, welches sein ikonisches Wissen mit Non-Ego-Erfahrungen vergleicht, weil in selbstreferentiellen Computerwelten diese empirische Falsifizierbarkeit chancenlos bleibt. Die innovierende Erfahrung, die ein Individuum in der Gegenstandswelt erleben könnte, schließt das visualisierende Computersystem vollständig aus. Ob diese ungeprüften Erkenntnisse, die mit den automatisierten Konventionen entstehen, tatsächlich den Wissenshorizont erweitern, der für das überlebensnotwendige Wissen eine Relevanz hat, bleibt offen.

Trotz aller möglichen Entpragmatisierung des ikonischen Wissens produzierten auch analytische Theorien und Kunst relevantes Wissen, ohne Kontakt zur pragmatischen Wirklichkeit zu berücksichtigen. Allerdings ließ sich bei traditionellen Bildern mit pragmatischem Ertrag fragen, was sie bedeuten und was ihre Kartographien über die Welt aussagen. Dieser Ertrag fehlt in computeranimierten Bildern. Deren entpragmatisierten Entwürfen ist mit der Frage zu begegnen, "... wozu sie das, was sie zeigen, bedeuten" [Flusser 1989a/43]. Bei vorkommunikativer Bildwahrnehmung gerät jedoch das »Wozu« kraft der Entspannungsleistung, die dem innenorientierten Individuum widerfährt, ins Stocken, obwohl es sich genau dadurch schweigend beantwortet. Demgegenüber thematisieren computersimulierte Bilder zumindest Visionen, wodurch sie hinsichtlich eines Zukünftigen die Reaktionsgeschwindigkeiten erhöhen. Gleichwohl ist die Konkordanz zwischen rechnergestützten Phantasiegebilden und der möglichen Realitätsentwicklung geringfügig, wie sich z.B. bei Wettervorhersagen oder Architekturmodellen zeigt. Doch haben es fast alle Kulturen für ihre Existenzsicherung versucht, die Komplexität, die ihnen im Chaos der Welterfahrungen widerfuhr, dadurch zu bändigen, daß sie sie in Bildern minimal reduzieren und auch kompensieren. Computerbilder folgen diesem kulturell tradierten Interesse in zwei Tendenzen: einerseits macht ihr ikonisches Wissen einige Wahrscheinlichkeiten zukünftiger Entwicklung vorhersehbar, womit so manche Angst abgewendet werden soll. Andererseits vermitteln Computerbilder ein ikonisches Wissen, das die erwünschte Wirklichkeit heraufbeschwören soll und das diese für erreichbar hält. Entsprechend der jeweiligen Sichtweise präsentieren moderne Bildschirme daher Angstabwehr- oder Erfüllungsbilder, also Reizschutz bzw. Reizbefriedigung.



## d) Kulturelle Sedimentierung von ikonischem Wissen

Sedimente sind verfestigte und unverfestigte Ablagerungen, die eine Bodenstruktur bilden, deren strukturelle Typik sich im jungen Stadium auf das nachfolgende auswirkt. Liegen die Sedimente sehr tief oder sind sie verwittert, so wird deren strukturelle Typik die prägenden Auswirkungen auf kommende Formationen verlieren. Infolge dieser Begriffsführung meinen Schütz u. Luckmann: "Wissenserwerb ist die Sedimentierung aktueller Erfahrungen nach Relevanz und Typik in Sinnstrukturen, die ihrerseits in die Bestimmung aktueller Situationen und Auslegung aktueller Erfahrungen eingehen" [Schütz u. Luckmann 1979/154]. Wie wirkt sich diese kulturelle Sedimentierung auf das ikonische Wissen von Bildern aus?

Die Geschichte der Fotografie und öffentlichkeitswirksamen Medien - im Gegensatz zu Kunstbildern - bestätigt, daß sich die Darstellungsformen der Kultur seit der Ablösung von der Bedeutungs- und der Hinwendung zur Zentralperspektive nicht grundlegend verändert haben, obwohl die Präferenzen der ikonischen und symbolischen Semantik seit der Renaissance variierten. Aber diese Variation ist - bei rigoroser Begriffsverwendung - keine Veränderung des kulturellen Darstellungscodes, sondern der kulturellen Semantik, die eine Gesellschaft nutzt, um mittels sedimentierter Darstellungsformen zu kommunizieren. Was in Bildern kulturell sedimentiert wurde, wirkt sich auf den kulturellen Inhalt der ikonischen Objektbezüge deutlich weniger prägend aus als auf die kulturellen Inhalt der symbolischen Objektbezüge. Denn entgegen der These, die Schütz u. Luckmann bezüglich der verbalen Sprache vorbringen, trifft es für konventionslose Ikons nahezu nie zu, daß "das, was für den einzelnen typisch relevant ist, ... meist schon für seinen Vorgänger typisch relevant [war] ..." [Schütz u. Luckmann 1979/283]. Im Ikon, also in dem, was das Bild zum Bildlichen macht, kommen deshalb selten *semantische* und *pragmatische* Entsprechungen vor.

Obwohl symbolische Sachverhalte kulturell typisch wiederkehren, stellen die vielen verschiedenen Knipsbilder von Hobbyfotografen, mittels denen sie Familien und Urlaubsreisen per Fotobild dokumentieren, keine Zeichen zur Schau, die einen typischen Sachverhalt, eine charakteristische Semantik *ikonisch* aufweisen. Wenn nämlich die Oma im Bild immer die kulturell typische Oma wäre, könnte man Familienalben mit Oma-Bildserien verkaufen. Solche Serien für das private Fotoalbum werden jedoch nicht hergestellt, weil "Omas" und andere Aufzeichnungen ikonischer Sachverhalte nicht von der vielfach unikalen "... Weise ihres Erscheinens, Wirkens und Bedeutens /.../ separiert werden" [Boehm 1978/453] können. Insofern würden ikonische Bezeichnungen jede Ausbildung

einer kollektiven (Kunst-)Geschichte vereiteln, wenn sie wahrhaftig autonom gegenüber indexikalischen und symbolischen Zuschreibungen wären. Allein der tradierte Darstellungscode von Bildern vermag lebensweltliche Typisierungen und auch kulturelle Sedimentierung zu befördern. Unter Sedimenten einer Bildkultur soll deshalb ein Gewohnheitswissen verstanden werden, welches sich im typisierten Darstellungscode kondensiert hat, wie es auch oben genannte Fotoamateure tagtäglich aktualisieren. Solche sedimentierten Darstellungslösungen legen es den Bildbetrachtern nahe, die *kulturellen Einheiten* zu erkennen, deren kulturelle Ähnlichkeitsbezüge durch den ikonischen Signifikationscode hergestellt wurden. Demnach gehen die Darstellungslösungen in kulturell verwendete Sedimente über, die zumindest für kurze Zeit eine spezifische Relevanz im Bild verdichten. Beispielsweise stiftet nach wie vor die Zentralperspektive einen Sinnzusammenhang, der seine einheitliche Bestimmungsrelation darin findet, daß er auf die räumliche Relevanz von Gegenständen eingeht. Warum aber dieses kulturelle Sediment bei seiner Einführung eine besondere Relevanz hatte, dürfte zumindest dem Hobbyfotografen selten geläufig sein, obwohl er die Perspektive meist für erforderlich hält. Gleichfalls verzichten Amateurfotografen selten auf das typisierende Darstellungsmittel der Farbfotografie, weil sie im Schwarzweißfoto keine adäquate Beschreibungsmöglichkeit mehr erkennen. Kulturelle Sedimente tradieren sich demnach in einer Weise, deren Ursprung zwar selten von Anwendern rekonstruiert wird, deren Anwendung aber eine kulturtypische Relevanz effektiv zeigt. Erst diese sedimentierten Darstellungslösungen geben der subjektiv ausgewählten Nachricht (Sinzeichen) einen sozial generalisierten Ausdrucksrahmen von kulturellen Legizeichen mit auf den Weg. Denn die strukturierenden Signaturen im kulturellen Legizeichen sind es, die erstens ein ikonisches Wissen von Bildern ermöglichen, und die zweitens "... zu einem Bestandteil des dem Subjekt vorgegebenen gesellschaftlichen [und kulturellen] Apriori werden" [Schütz u. Luckmann 1979/282]. Solche Bildsedimente tragen die strukturelle Typik von Differenzierungsleistungen, die die Gesellschaft in kulturellen Orientierungsmaßstäben verhältnismäßig parat hält.

## 2.8. Aufmerksamkeit als kommunikative Praxis von Bildern

Wenn gleich von Aufmerksamkeit als eine kommunikative Praxis zu lesen sein wird, dann impliziert dies den bisher verwendeten Begriff der Kommunikation, deren wichtigste Voraussetzung die Interpretation von Zeichen ist. Trotzdem reduziert sich Aufmerk-

samkeit, so wie diese bezüglich wahrgenommener Gegenstände jeder erfahren hat, keinesfalls nur auf kommunikative Begebenheiten. Aufmerksamkeit spielt auf mehr an als auf Kommunikation. Deshalb wird Aufmerksamkeit kurz selbst thematisiert, um danach zum weiteren Aufmerksamkeitskomplex die folgenden Fragen aufzugreifen: Warum ist das Erwecken von Aufmerksamkeit nicht notwendigerweise Kommunikation? Wie erlangen Bilder ihr kommunikatives Potential über Aufmerksamkeit? Welche nicht mit Aufmerksamkeit belegten kulturellen Sedimentierungen treten notwendigerweise auf, damit eine kommunikative Aufmerksamkeit entstehen kann?

Die psychologische Bestimmung verbindet Aufmerksamkeit untrennbar mit dem Bewußtsein, das einen Gegenstand in seiner Zweitheit per Wahrnehmung konstruiert. Im Wahrnehmungsbewußtsein richtet ein Individuum seine fokale Aufmerksamkeit auf die Merkmale aus, die in kognitiven Schemata differenziert werden können. Die Merkmale, für die keine Schemata verfügbar sind oder gebildet werden, ignoriert ein Individuum unausweichlich. Gedächtnis sowie ein zeitlich limitiertes Kurzzeitgedächtnis erfüllen hier eine Funktion, die für Unaufmerksamkeit und Aufmerksamkeit eines Individuums gleichermaßen fundamental ist. Denn alle Informationen im Aufmerksamkeitsbrennpunkt spielen sich notwendigerweise vor dem Hintergrund der Unaufmerksamkeit ab, der vom gedächtnishaften Mechanismus der wahrnehmungsmäßigen Informationsaufnahme selbst bestimmt wird [vgl. Neisser 1979/68, 140; Gombrich 1984/15; Oeser 1988/143; s.S. 100]. Allerdings fällt in das Wahrnehmungsbewußtsein auch eine gewisse *Plötzlichkeit*<sup>98</sup> ein, deren »Jetzt« an ein aufmerksamkeitsbedingtes Drei-Sekunden-Fenster anknüpft [s.S. 133 Fußn. 62]. Plötzlichkeit drängt sich in den Aufmerksamkeitsfokus, sobald sie vertraut gewordene Erwartungen durchbricht. Daher erlangen Bilder in denjenigen Merkmalen eine Aufmerksamkeit, denen die konzeptualisierte Wirkungseinschätzung von erfahrenen Bildern entgegensteht. Ihrerseits nutzt aber jede bildbezogene Aufmerksamkeit den Hintergrund der Unaufmerksamkeit, da Individuen sonst von unerwarteter »Plötzlichkeit« derart in Fassungslosigkeit versetzt würden, daß sie kaum zu erkannten Zeichen- und Gegenstandsbedeutungen gelangen könnten. Die Aufmerksamkeit strukturiert deshalb den Fokus des Bewußtseins um, indem sie der "Weiterentwicklung des Psychischen" [Ciompi 1992/175] bzw. der affektiv-kognitiven Operationsschemata dient.

Peirce [vgl. 1960/3.433; Schönrich 1990/434] würde den oben verwendeten Begriff der »Plötzlichkeit« semiotisch an den Index in seiner Zweitheit binden, da Plötzlichkeit in direkter Wirkung die Aufmerksamkeit erzwingt und lenkt. Daraus hätte Peirce eventuell gefolgert, daß eine Person ohne konzeptualisierten Hintergrund im Kantschen Sinne blind

<sup>98</sup> Zu diesem Begriff vgl. Bohrer 1981.

bleiben würde, weil sie nicht erkennen kann, wie sich jene einmalige Plötzlichkeit (Sinzeichen) zu etwas anderem, zu einem zeichenhaften Objektbezug, verhält. Aufmerksamkeit wird zwar durch ein indexikalisches Sinzeichen erregt, aber es bedarf einer regelhaften Erwartungshaltung, die die indexikalische Bildwirkung mit irgendeiner bereits typisierten Erfahrungssituation vergleicht, damit sich Aufmerksamkeit vor dem Hintergrund der Unaufmerksamkeit abspielen kann. Wenn eine neue Form, die für einen Bildbetrachter plötzlich auftaucht, ohne regelhaft vertrauten Hintergrund bleiben würde, dann könnte der Betrachter nicht erkennen, daß es sich um eine darstellende Bildform handeln soll. Ein Zeichen zu interpretieren, "... heißt zu wissen, was mit ihm kompatibel ist" [Goodman 1973/199] und was seine kontextuelle "Kompatibilitätsklasse" [Goodman 1973/200] ist. Eine plötzlich neue Situation erregt zwar Aufmerksamkeit, aber sie wird erst dann als ein kommunikatives Zeichen verstanden, wenn in ihr einige Merkmale von Regelmäßigkeit *wiedererkannt* werden. Die reine Provokation der Aufmerksamkeit durch plötzlich auftauchende und vollständig neuartige Formen erzeugt zwar eine Reaktion, diese erlangt aber erst dann einen kommunikativen Status, wenn jenes mit Aufmerksamkeit belegte Sinzeichen in einem kommunikationsanzeigenden (Bild-)Rahmen von Legizeichen integriert ist, damit angemessen und kommunikativ reagiert werden kann. Dies bedeutet auch, daß eine Person die kulturellen Bildsedimente akkommodiert haben muß, damit sie künftig per assimilatorischer Bildwahrnehmung eine Situation gesellschaftlicher Kommunikation wiedererkennt. Es sind demnach die kulturellen Bildsedimente von Legizeichen, vor deren Hintergrund sich die mit Aufmerksamkeit belegte Bildkommunikation abspielt.

Die mit dem Begriff der »Plötzlichkeit« umschriebene Situation, die, wenn man so will, eine reizgebundene Aufmerksamkeit als Sensation erzeugt, steht allerdings einer Aufmerksamkeit gegenüber, die ein *innengeleitetes* Moment beinhaltet. Diese innengeleitete Aufmerksamkeit resultiert aus konzeptualisierten Zeichen, d.h. hauptsächlich aus Sprache. Beispielsweise gehen Erwachsene im Unterschied zu Kindern aufgrund ihrer Wahrnehmungs- und Zeichenkompetenz über die visuelle Information schnell hinaus, da sie die optische Wirklichkeit weniger reizgebunden und stärker innengeleitet verstehen [vgl. Neisser 1979/140]. Sie verbreitern daher ihre innengeleitete Aufmerksamkeit auf einer Ebene der internalisierten Kultur. Denn der erfahrene Bildbetrachter sieht in weiten Teilen das, was sein ikonisches und symbolisches Zeichenrepertoire an *aktiver* Selbstbestimmung erlaubt. Der Bildbetrachter aktualisiert somit ein *aktiv-wahrnehmungsmäßiges Sehen* [s.S. 110], welches von interpretierten Signifikationscodes seiner Kultur gelenkt ist. Er wird hier in willkürlicher Aufmerksamkeit von den Darstellungsregeln seiner Kultur an die

Hand genommen, indem er dem Nachdruck seines beteiligten "Willens" folgt. Denn ein Individuum zergliedert in willkürlicher Aufmerksamkeit die Wahrnehmungswelt in solchem Maße, wie diese konzeptualisierten Zeichenstrukturen - ohne Rücksicht auf anders mögliche Information - entspricht [vgl. Rubinstein 1959/566]. Diese zur Gewohnheit gewordene Aufmerksamkeit erweitert den ikonischen Wissenshorizont sicherlich selten, da sich allein das kulturell Segmentierte und Erwartete erfüllt. Deshalb stellt Rubinstein der willkürlichen die unwillkürliche Aufmerksamkeit gegenüber. Bei unwillkürlicher Aufmerksamkeit drängt sich ein unerwarteter Appell, eine Plötzlichkeit, in die Wahrnehmungswelt eines Individuums. Diese Unterscheidung präzisiert: ein Ego sieht in willkürlicher Aufmerksamkeit das, was es kennt oder weiß, wohingegen es in unwillkürlicher Aufmerksamkeit unbeabsichtigte Überraschungen erfährt, die die Sensibilität gegenüber Neuem erhöhen werden. Die Unterscheidung sieht folgendermaßen aus:

Unwillkürliche Aufmerksamkeit bietet die *Möglichkeit* von Sinn und Bedeutung in etwas Anwesendem.

Willkürliche Aufmerksamkeit sucht den bekannten Sinn und die schon bekannte Bedeutung in etwas Anwesendem.

Von hier aus wird plausibel, daß sich der Hintergrund der Unaufmerksamkeit bei wachsender Wahrnehmungsroutine fortwährend vergrößert. Denn die vertraut gewordenen Darstellungsstile überraschen den Betrachter jedesmal weniger, infolgedessen er sich auf die kommunikativen Inhalte des ikonischen Bildes konzentrieren kann. Diese Vertrautheit wurde mit dem Begriff des *passiv-wahrnehmungsmäßigen Sehens* benannt. Der Betrachter schenkt selten den Darstellungsformen eine Aufmerksamkeit, sondern er sieht die Funktion des Bildes darin, welche visuellen Informationen es ihm ermöglicht [s.S. 110]. Ohne eine gewisse Kulturvertrautheit würden z.B. Filmbilder einen Betrachter eher erschrecken als optische Nachrichten mitteilen: dem unerfahrenen Betrachter würde ein Kulturschock widerfahren. Dies ist ein Grund, warum es für alltägliche Bildkommunikation relativ unsinnig wäre, wenn alles an ihr erstmalig wäre oder ihre Darstellungsformen vollständig denen von aktuellen Kunstformen folgen würden. Eine gewisse Stumpfheit der Sinne, eine trivialisierte "Anästhetik" [Welsch 1993/10] von Darstellungsformen, erleichtert alltägliche Bildkommunikation.

Wie erlangen Bilder ihr kommunikatives Potential über Aufmerksamkeit? Wie oben erläutert, bleibt die visuell kommunikative Aufmerksamkeit auf den Hintergrund der Unaufmerksamkeit angewiesen. Borbé erläutert an der Blickfangfunktion von Wahlplakaten lediglich zwei Möglichkeiten, wie unwillkürliche Aufmerksamkeit

hervorgerufen wird: "a) Das Plakat hat einen auffallenden Farbgrund [z.B. eine "giftig" gelbe Signalfarbe], b) das Plakat hat eine von den üblichen Normen erheblich abweichende Form" [Borbé 1983/68]. Diese beiden Faktoren betreffen den konventionellen Darstellungscode, der im Stilbruch kraft neuartiger oder ungewohnter Sinzeichen gestört wird. Selbstverständlich wird auch unwillkürliche Aufmerksamkeit darüber erreicht, daß durchaus konventionelle Darstellungsformen in ungewohnten *zeichenwirksamen Zeitspannen* und Umgebungsräumen auftauchen. Wesentlich bedeutsamer als die Störung von Darstellungskonventionen ist für Bildkommunikation der ikonische Inhalt. Insbesondere bei visuellen Massenmedien weicht der Darstellungscode nur selten stark vom Vorbild ab. Bilder in Massenmedien erlangen unwillkürliche Aufmerksamkeit normalerweise, sobald sie etwas ikonisch eröffnen, was vorher nie oder jedenfalls nie so, wie dargestellt, gesehen wurde. Sie benötigen Sensationen, keine Veränderungen der kulturellen Sedimente. Der strenge Semiotiker könnte berechtigt einwenden, daß Sensationen nur dann von Bildern erzielt werden, wenn deren Legizeichen ein abweichendes Sinzeichen präsentieren. Da aber der Betrachter selten auf Darstellungsmodalitäten achtet, gilt seine unwillkürliche Aufmerksamkeit meist dem ikonischen Objektbezug des sensationellen Bildes. Denn im ikonischen Inhalt zeigt das Bild etwas, was der durch Aufmerksamkeit gebannte Betrachter so meist nicht gesehen hat. Hier kristallisiert sich nochmals der Unterschied von ikonischer und symbolischer Kommunikation: mit Aufmerksamkeit belegten Adressaten (Deutende) die visuelle Kommunikation, wenn diese ihnen im optischen *Informationsgehalt* des Ikons etwas selten oder nie *Gesehenes* zeigt. Demgegenüber erlangt symbolisch visuelle und sprachliche Kommunikation eine Aufmerksamkeit, wenn sie im *Nachrichtengehalt* etwas mitteilt, was so nicht *gedacht* oder *symbolisch begrifflich gewußt* wurde. An etwas denken kann man immer, aber etwas sehen, kann man nur, wenn es optisch präsent ist.

Beispielsweise unterliegt Spangenberg [vgl. 1988/781] einer Fehleinschätzung der Aufmerksamkeit bei visueller Kommunikation. Er meint, daß die Bilder vom ersten Weltraumspaziergang einen niedrigen Informationswert haben, weil das öffentliche Interesse an den Sendungen über die Weltraumfahrt mittlerweile nachließ. Obwohl Spangenberg nicht zwischen Information und Nachricht trennt, läßt sich leicht feststellen, daß vorrangig der Nachrichtenwert jener Landung nach einiger Zeit verblaßte, da alle Betrachter von der Mondlandung wußten. Nichtsdestoweniger stößt der optische Informationswert sogar 25 Jahre nach Apollo 11 auf Interesse, denn zahlreiche Betrachter möchten den dramatischen Ausflug ins All nochmals im Film "Apollo 13" visuell erleben. Der Nachrichtenverfall, den jene kommunikative Abwicklung beinhaltet, erscheint darin, daß televisionäre

Medieninhalte langfristig keinen symbolischen Status einnehmen. Deshalb symbolisieren die Bilder der Kulturindustrie nach kurzer Zeit auch nichts mehr, woran noch einmal *gedacht* werden müßte und sollte. Ikonische Bilder erlangen hingegen ihren visuell kommunikativen Wert darüber, daß sie eine Aufmerksamkeit erwecken, indem sie entweder etwas Neues, Aktuelles, Sensationelles, Modernes, Fremdes, Ungesehenes und Ungewohntes oder lange Unwiederholtes und Vergessenes *optisch* zeigen. Kultureller Wandel im Darstellungscode und neue Ausrichtungen im ikonischen Objektbezug sind folglich das wesentliche Kommunikationsprinzip von Bildern, sobald diese visuell kommunikative Aufmerksamkeit stimulieren wollen. Wenn identische Bilder in Kulturen langfristig von denselben Personenkreisen verwendet werden, dann ist dies entweder ein Fall von symbolischer Kommunikation, die ein ikonisches Trägermedium nutzt, um eine in der Zeit ablaufende Erfahrungsplattform für symbolische "Kultzwecke" oder Herrschaftsabsichten bereitzuhalten, oder von Wiederholung eines seltenen, wertvollen bzw. faszinierenden Seherlebnisses.

Andererseits kann man schon hier ermitteln, wie Spangenberg bemerkte, daß die Formen der Medien im Wettstreit um die unwillkürliche Aufmerksamkeit des Betrachters immer wichtiger werden, "... weil die Zuschauer bei steigender Medienvielfalt stets knapper werden"<sup>99</sup>. Allerdings muß man wissen, welche Formen des Mediums um den Triumph ringen. Das optische Medium "*massiert*" zwar das aufmerksame Wahrnehmungsbewußtsein des Publikums, wie McLuhan u. Fiore [vgl. 1984/26] schreiben. Dies ist aber nicht gleichbedeutend mit der Idee, daß *jede* Form des Mediums eine Botschaft wäre, wie Spangenberg [vgl. 1993/92, 99] meint. Auch McLuhan [vgl. 1968/14] hat erkannt: jedes Medium erhält durch präzise Formen seine Sichtbarkeit, indessen jedes sichtbare Medium infolge kultureller Zeichenkontexte seine Botschaft als Kommunikationsmedium erhält. Ein als Zeichen unverstandenes Medium entsagt sich einer Botschaft, die mehr als dessen Verneinung vermitteln möchte. Deshalb teilt sich die Botschaft eines Mediums mit dessen Toleranz bzw. Intoleranz gegenüber (Ver-)Formungen mit.

Der Unterschied, den Spangenberg in Anlehnung an McLuhan zwischen Medium und Form zu finden meint, besteht in der Differenz von präsentierender und repräsentierender (darstellender) Form [s.S. 176ff.]. Das Medium, oder zu deutsch das *Zeichen-Mittel*, kann zwar selbst zur Botschaft werden, man muß nur fragen, zu welcher Art von Botschaft. Denn sobald das stilisierte Bildmedium sich im *Beziehungsaspekt* zum Zeichen personalisierender Selbstdarstellung (z.B. Statussymbol) verwandelt, die im rhematischen

<sup>99</sup> Auf dem Symposium Interface II in Hamburg am 5.2.1993.

(offenen) Interpretantenbezug symbolisiert ist, gerät die ursprüngliche Botschaft und der Inhalt ins Hintertreffen. Eine solche Metakommunikation, die das Medium (Zeichenmittel) auf kommunikative Beziehungsaspekte trimmt, exponiert den Darstellungsstil zur indexikalischen oder sogar symbolischen Botschaft, die in kulturellen oder subkulturellen Stereotypen spontan gedeutet wird. Dies verläuft wunschgemäß dann, wenn der Akzent des Akzents im kulturellen Darstellungsstil (Legizeichen) hervorgehoben wird, da Stereotypen gewisse Erfahrungs- und Erwartungsfestigkeiten benötigen [hierzu Hodge 1988/79]. Auf diese Weise veranlassen feine Unterschiede im Darstellungsstil von Bildern die Klassifikationen, die den Klassifizierenden selbst formsemantisch klassifizieren, wie Bourdieu [vgl. 1982] darlegte.

Mit dem Begriff des kommunikativen »*Beziehungsaspekts*« [s.S. 122] wurde die metakommunikative Botschaft im syntaktischen Darstellungsstil aufgegriffen. Wie bei der Kleidermode oder der Prestigebedeutung von Autos interessiert dann weniger die Verwendbarkeit des Gegenstandes, sondern der interaktionistische Mitteilungswert der stilisierten Form und Farbe bzw. des Materials oder Mediums; kurz: das Design oder Kulturstyling entzückt, weil beides im kulturellen Beziehungsaspekt die Zugehörigkeit zu einem definierten Lebenskontext in *offener und emotionaler* Interpretationsmöglichkeit symbolisiert und oft auch nur indiziert. Von hier aus klärt sich auf, warum internationale und lokale Kulturformen, Subkulturen und Kunstrichtungen auf spezifische Bildstile angewiesen sind. Diese indizieren und symbolisieren nämlich die Zugehörigkeitsverhältnisse, die eine Annahme oder Ablehnung eines kulturellen Sinnkonsenses deutlich zeitreduzierter ermöglichen als kommunikative *Inhaltsaspekte*. Kommunikative Inhaltsaspekte, die zeitaufwendiger nachzuvollziehen sind, erhalten deshalb immer erst infolge der Interpretation des Beziehungsaspekts eine oder eben keine Chance. Die für Bilder mächtigste Symbolfunktion eines kommunikativen Beziehungsaspekts hatte beispielsweise Panofsky [vgl. 1964/99] im Darstellungscode der Perspektive als "symbolische Form" bemerkt. Die Perspektive symbolisiert hier die rational-mathematischen Konzeptualisierungsformen, auf die sich Maler der Renaissance [vgl. Abels 1981/104ff.] festlegten, um im Medium der Malerei einen naturwissenschaftlichen Realitätsfilter einzusetzen, der im Beziehungsaspekt permanent Objektivität mitkommunizieren soll. Wer hingegen in den letzten hundert Jahren im Kunstsystem anerkannt werden wollte, verzichtete am besten auf den symbolischen Beziehungsaspekt der "naturwissenschaftlichen" Perspektive nicht nur in der Malerei, sondern auch im Film und in der Fotografie. Denn ästhetisches Differenzierungsvermögen als Zeugnis kultureller Kompetenz findet seine Anerkennung heutzutage meist außerhalb populärer Zeichensegmentierungen, obwohl die angestrebte Personali-



sierung im Experimentierfeld einer *subkulturellen* Standardisierung erfolgt. Dies führen beispielsweise subkulturelle Graffities vor. Sie symbolisieren Zugehörigkeitsverhältnisse, die sich aus einem besonderen Materialgebrauch (Spraydosen) und einem spezifischen Stil ergeben, denen Sinn außerhalb allgemeingültiger Stereotypen zufällt [hierzu Hebdige 1988/89, 101f.]. Offensichtlich beziehen sich Bildsegmentierungen, sobald sie sich als Zeichen eines *kulturellen, subkulturellen oder künstlerischen* Stils subsumieren lassen, im symbolischen Objektbezug auf Bildproduzenten oder Rezipienten, die ihre Geltungsinteressen im Kreis der Beziehungspersonen und den erwähnten Zugang ihrer lebensweltadäquaten Sinnkonstruktion auf diese Weise indizieren und symbolisieren.

Letztere Behauptung läßt sich ebenfalls auf die präsenste Form des Bildmaterials übertragen. Wer dies überprüfen möchte, braucht nur darauf zu achten, welche kulturtragenden Gruppen sich durch Ölgemälde, Zeichnungen, Reproduktionen, Druckgraphiken, Videoaufnahmen oder Fotografien symbolisieren bzw. indizieren. Aus diesem Grund mußten künstlerische Fotografien vermutlich noch lange Zeit nach der Erfindung der Farbfotografie schwarz/weiß bleiben, um mit historischer Konnotation zu symbolisieren: "Jetzt kommt detrivialisierte Foto-Kunst". Eine ebenbürtige Botschaft des Fotomaterials erreicht momentan die Cibachrome Farbfotografie, die mit hyperchromer Farbpräsenz und -differenziertheit einen Beziehungsaspekt symbolisiert, der auf hyperreale Sinnkonstruktionen und finanzielle Ehrerbietung hindeutet.

Ebenso wie die stilisierte Optik des Zeichenmittels dirigiert die Wahl des Materials einzelne Auswirkungen, die sich auf Bedeutungen und die unwillkürliche Aufmerksamkeit erstrecken. Da aber die Form wahrnehmungspsychologisch keine eigenständige Bedeutung einnimmt und zumindest mit Gegenstandsbedeutung bzw. Funktion auftreten muß [vgl. Rubinstein 1959/317; Holzkamp 1973/25; s.S. 88, 174], erstaunt es wenig, daß in einer auf Prestige oder Geltungskonsum bedachten Kultur die präsenste Form sofort als kommunikatives Zeichen (häufig als Symbol) interpretiert wird. Daß ein solcher Geltungskonsum sowohl den Verlust inhaltlicher Kommunikation als auch manchmal die Untauglichkeit des Gegenstands begünstigt, ist nichts Neues. Eine kommunikationsrelevante Aufwertung des Materials erweckt auch hier eine Aufmerksamkeit, die im kommunikativen *Beziehungsaspekt* eine rasche Stigmatisierung von Stereotypen feststellt. Auf diese Weise können z.B. Gemälde in Leinöl gruppenbezogenen Kunstverstand symbolisieren. Allerdings setzten und setzen zahlreiche Kulturen Materialien, wie z.B. Gold, Bronze, Seide, Brokat, Elfenbein, Marmor, Ölfarbe, Tusche, Edelstahl, Cibachrome Farbfotografie, Video, Hochglanzdruck, Holzkohle, Blut, Fett usw., als *signifizierendes Medium* einer kulturellen Botschaft ein. Genaugenommen wird der materielle Zeichenwert von fast allen alltäglichen und

künstlerischen Bildern - auch unabhängig von darstellender Form - in abgestufter Relevanz für die willkürliche und unwillkürliche Wahrnehmung kulturalisiert. Der materielle Zeichenwert hat vermutlich schon immer gefühlsmäßige Interpretationen und sensible Beziehungsaffekte provoziert [hierzu Baudrillard 1974/50ff.]. Typischerweise bestimmen sich kulturelle Leistungen nämlich nicht nur in einer Medienkultur, sondern auch in allen anderen Kulturen über formale Anwendungsweisen des (Bild-)Materials. Denn dieses stellt für das passiv-wahrnehmungsmäßige Sehen diejenigen Sedimente bereit, die lediglich bei nicht alltäglichen Ereignissen (z.B. Kunst, Kult, fremde Kulturen) von unwillkürlicher Aufmerksamkeit und bewußt meta-kommunikativen Beziehungsaspekten begleitet sind. Ansonsten trägt das Material selten Botschaften, die in kommunikationsrelvanter Aufmerksamkeit verfolgt werden, wie z.B. die Gewöhnung an elektrische Farbbildröhren bekräftigt.

## 2.9. Bildkultur als anwesende Umwelt

Dieses Kapitel wird anfangs den soziologischen Kultur- bzw. Gesellschaftsbegriff knapp aufarbeiten und nachfolgend klären, wann Bildkultur wie eine "anwesende Umwelt" [Luhmann 1975/29; s.S. 263] wirkt. Auf diese Begriffsbildungen wird sich dann das Kapitel 2.10. stützen, um Überlegungen anzustellen, wie Bildkultur als Gedächtnis für Gesellschaften fungiert, und wie diese Kultur als Gedächtnis dazu neigt, von Individuen unbewußt gehandhabt zu werden. Die Idee dabei ist, daß, wenn es für die Psyche von Individuen ein kulturell Unbewußtes geben sollte, dieses auf sozialer und kommunikativer Ebene rasch den Status einer »anwesenden Umwelt« erlangen würde. Obwohl Gesellschaften auf das Bewußtsein von Individuen angewiesen sind, so unterscheiden sich Gesellschaften und Bewußtseinsprozesse dadurch, daß nur in letzteren Zeichenkonzepte kreiert und gelernt werden, um gesellschaftliche Kommunikation und die Vergesellschaftung selbst zu verwirklichen. Wenn Gesellschaft sich aber durch das konstituiert, was für Individuen innerhalb sozialer Systeme als erwartungssichere Pragmatik generalisiert ist und wofür Kultur den Signifikationscode parat hält, dann wäre Kultur - so die Hypothese - für den größten Teil gesellschaftlicher Bildkommunikation eine anwesende Umwelt, eine zweite, selten problematisierte "Natur" oder unwahrscheinliche Wahrscheinlichkeit menschlicher Bildkommunikation. Denn zumindest in bezug auf Bilder basieren die überwiegenden Verständigungen darauf, daß kulturelle Darstellungsformen einen Rahmen bieten, der selten selbst Aufmerksamkeit erweckt. Wie sich diese Behauptung begründen

läßt, soll im folgenden geklärt werden. Zuvor möchte ich für meinen Zusammenhang abschließend klären, wie Kultur als Signifikationscode und Gesellschaft als Pragmatik miteinander in Beziehung stehen, und wie diese Begriffe sich in bisherige soziologische Theorien einfügen.

## a) Exkurs zur Beziehung zwischen Kultur und Gesellschaft

Soziologische Klassiker und neuere soziologische Theorien bieten im Zusammenhang mit Bildern nur bedingt brauchbare Begriffe dafür, wie Kultur und Gesellschaft zueinanderfinden. Infolgedessen muß hier nochmals [s.S. 216] umfassender begründet werden, warum Kultur und Gesellschaft in eine Polarität gesetzt werden, obwohl diese theoretische Gegensätzlichkeit sich in Alltagswelten selten entflechten läßt. Die Unterscheidung zwischen Kultur und Gesellschaft involviert ausnahmslos unauflösbare Austauschbeziehungen.

Für einen Begriff der »Gesellschaft« bietet Simmel auch heutzutage eine brauchbare Formulierung, die schon vorwegnimmt, daß "... sich Soziales nicht auf die Bewußtseinsleistung eines monadischen Subjekts zurückführen [läßt]" [Luhmann 1987/120]. Nach Simmels Auffassung beginnt Gesellschaft dort zu existieren, "... wo mehrere Individuen in Wechselwirkungen treten" [Simmel 1992/17/A5/B4]. Diese soziale Beziehung sieht er verwirklicht, sobald "... eine Wirkung von einem [Individuum] auf das andere - unmittelbar oder durch ein Drittes vermittelt - stattfindet ..." [Simmel 1992/19/A7/B6]. Mit der dynamischen ("unmittelbaren") Gegenstandsbedeutung und interpretierten Zeichenbedeutung begründete sich, daß Wirkung eine Frage jeweiliger Pragmatik ist. Deshalb meine ich, obwohl Simmels Anliegen auf diese Weise beträchtlich verkürzt wird, daß sich das Gesellschaftliche und Soziale mit den jeweils aktualisierten *Interpretanten* verwirklichter Bedeutungen von Bildern konstituiert. Oder umgekehrt, ohne irgendeine, wenn auch "wechselseitig unkontrollierbare" [vgl. Luhmann 1995a/167] Bedeutungsaktualisierung erreichen Bilder nichts, was sinnvoll als soziale oder gesellschaftliche Wirkungsbeziehung, d.h. auch Kommunikation zwischen Personen, benannt werden kann. Die gesellschaftliche Bewegkraft wird demnach von verallgemeinerten und subjektiven Bedeutungen bzw. Wirkungen angestoßen, da Bildkommunikation ohne eines von diesen kaum soziale Wechselbeziehungen herbeiführen würde. Solche Interaktionen entziehen sich allerdings dort dem Gedanken an ein binär codiertes System, wo für beliebige Bildformen ungebundene Wirkungsmechanismen, z.B. Gefühlsinterpretationen,

aufzufinden sind. Gleichwohl benötigen Wirkungsbeziehungen von Bildern einen kulturellen Sinn der Form. Und ebenso sind Wirkungsbeziehungen auf individuelle und verallgemeinerte (kulturelle) Wertpräferenzen angewiesen. Was fungiert jedoch als Kultur?

Um den soziologischen Begriff der Kultur zu bestimmen, ist es unzureichend, ihn als bedeutungsgleich mit dem semiotischen Begriff der Semantik aufzufassen. Das genuin Kulturelle von Bildern ist zwar deren syntaktisch-semantischer Code, aber kulturelle Wertpräferenzen, die sich in Erwartungen kollektivierter Werte (wie z.B. Schönheit, Authentizität, Wahrheit, Gerechtigkeit) formulieren, fechten die schlichte Reduktion auf semiotisch verstandene Semantik an. Zweifellos sind kulturelle Wertpräferenzen kommunizierte Zeichenphänomene. Aber der dabei zu unterstellende Wertkonsens, so unbestimmt er auch sein mag, gehört zur Kultur, obwohl er ausschließlich in sozialen Wechselwirkungen, also in aktualisierten Gesellschaften, und nicht in den Bildern selbst stabilisiert wird. Aus der kulturellen Semantik von Bildern sind Wertpräferenzen unter Umständen rekonstruierbar. Soziale Umstände verfügen aber bereits über Wertpräferenzen, nach denen private Malereien, die nie als Ausstellungsstück intendiert waren, beispielsweise dem Völkerkundemuseum zugeschlagen werden, um als valorisierte Kulturleistung eine wissenschaftliche Wahrheit in Gesellschaften zu untermauern. Kultur beschreibt deshalb ein doppeltes Charakteristikum: Kultur ist sowohl in syntaktisch-semantischen Codes als auch in einzelnen Wertpräferenzen der Wahrheit, der Schönheit, der Authentizität usw. stabilisiert. Die pragmatische Bedeutung eines Bildes ist deshalb einerseits von dessen syntaktisch-semantischer Bezeichnungsfunktion initiiert, andererseits ist sie aber auch von kulturellen Wertpräferenzen geleitet, die z.B. ein Bild als wertvolle Schönheit innerhalb des Kunstsystems behaupten. Diese einleitenden Überlegungen zu einem tragfähigen Kulturbegriff möchte ich im folgenden eingehender spezifizieren, indem ich mich an einzelnen Aspekten soziologischer Theorien orientiere.

Zunächst möchte ich den Kulturbegriff von Simmel ansprechen. Sein Begriff der »Kultur« stützt sich auf die "Form", die z.B. in der Sprache eine beharrende Festigkeit erlangt hat. Um Subjektives zu kommunizieren, muß sich nach Simmel [vgl. 1983/183, 204; 1993/90f.] die subjektive Seele in Formen eines objektiv geistigen Erzeugnisses entäußern. Mit diesem Umweg des Subjektiven über objektivierende Kulturformen verdeutlicht er die kulturkritische Paradoxie, daß die objektivierete Kulturleistung auf tragische Weise dem subjektiven Lebensfluß und dem orts- wie zeitbezogenen Beziehungsaspekt formfremd wird, sobald Individuen in normativen Kultur-Formen einer Kulturindustrie den Weg zu ihrer Lebenspraxis nicht mehr zurückfinden. Die Kulturformen, die in einer Unzahl von technisch perfekten Formen auftreten, sprechen hier den einzelnen nicht mehr in ihrer

Gesamtheit an, woraufhin sie an Bedeutung und Wert für subjektive Orientierungen verlieren. Simmel nimmt somit den Begriff der Entpragmatisierung von kultureller Bildkommunikation vorweg und sieht, wie die Öffentlichkeit Subjekte dezentriert, wenn sie diese in das Gewohnheitsrecht allgemeinen Mittelmaßes zentrieren will.

Simmel weicht zwar vor der Frage zurück, wie kulturelle Wertpräferenzen in sozialen Wechselwirkungen Stabilität erhalten, aber er erfaßt mit seinem Kulturbegriff, warum Wertpräferenzen nicht in Bildern gespeichert sind. Denn er sieht in kulturelle Codierungen ("Objektivierungen") eine Bedeutungsmöglichkeit hineingelegt, die nicht nur aus der Codierung als solcher ihre gesamte Bedeutung gewinnt. Simmel [vgl. 1983/200] erläutert dies anhand eines Beispiels von einem Weber, der um die Bedeutung seines Webstücks nicht vollständig wissen kann, da er sie nicht in sein Werk einweben kann. Sein Webbild könnte beispielsweise innerhalb von kulturellen Wertpräferenzen ungeahnterweise als Kunst berühmt werden und so eine gänzlich andere Bedeutung für die Kultur erhalten, als sie eine gewöhnliche Handarbeit erhält. Der Weber, ein Künstler sowie jeder einzelne legen daher nicht die öffentliche Meinung fest, wie diese ihre "Webbilder" in kulturelle Wertsphären einordnen wird. Ihre "Webbilder" weisen eine Kontingenz an Bedeutungen auf, die weniger dem syntaktisch-semantischen Gewebe, sondern mehr den kulturellen Wertpräferenzen irgendeines menschlichen Kollektivs gehorcht.

Obwohl die kulturelle Wertpräferenz, die ein Bild als Kunstwerk erachtet, außerhalb subjektiver Wertbehauptungen liegt, möchte Simmel jedoch den eigentlichen Kulturwert in die Subjektivität des Handelnden zurückverlegen. Damit wirft er aber die Frage auf, wie rein individuelle Kulturformen als Kommunikation fungieren können. Beispielsweise verläßt insbesondere Kunst die eindeutigen Verstehenskontexte der visuellen Kommunikation, da sie kommunikative Aufmerksamkeit vordringlich kraft positiver Irritationen der gebräuchlichen Kultur erhält. Visuelle Kommunikation baut deshalb darauf, daß ihre Kulturformen und ihr kultureller Wert von Gesellschaften stabilisiert sind. Das einzelne Subjekt reicht zwar für Anerkennung von Kunst-Verständigung aus, weil sich bei deren Ereignishaftigkeit die subjektiv Beteiligten gerade nicht an der Perspektive des verallgemeinerten Anderen orientieren wollen. Ein Individuum ignoriert dabei aber den Verstehenskontext, in dem sich eine kulturelle Wertpräferenz in sozialer Ko-Orientierung entwickelt hat. Anders beschrieben, hinreichender kultureller Wertkonsens über eine Kulturleistung und deren pragmatische Bedeutungen muß bei sozial orientierten Wechselwirkungen selbst geleistet werden, obwohl Individuen dies nur mit Kultur verwirklichen können.

Simmels [vgl. 1983/206] Interesse für Subjektivität in der Kultur begründet sich im Kunstwerk, das seines Erachtens menschlicher Arbeitsteilung unzugänglich sei, und deshalb den subjektiven Schöpfer auf das Innigste bewahren soll. Hiermit spricht er das maßgebliche Problem seines Kulturbegriffs an. In keineswegs fernem Abstand zur Schillerschen Meinung, daß der Künstler den "Stoff", den Inhalt und die Materie "... von der Gegenwart nehmen [wird], aber die Form von einer edleren Zeit ..." [Schiller (1905) 1984/32], sieht Simmel [vgl. 1983/142, 153, 185, 206] die Form und den Stil. Simmel nimmt die Form und den Stil zwar nicht als historisch edlen, aber als bewegten und zeitbezogenen Wahrheitsgaranten, der den gepflegten Eigenwert der Kultur von der schlichten Kultiviertheit der Techniken trennt. Das bildungsbürgerliche Element des hochkulturellen Werts, welches Simmel auch in einzelnen Bildstilen erkennt, schwebt sozusagen am Kulturhimmel exquisiter Stilideale über dem Profanen. Somit beschreitet er den "deutschen Sonderweg", den Schnädelbach [vgl. 1991/528] darin bemerkt, daß Kultur immerwährend das "Höhere", die "ewigen Werte" meinte. Solche geadelten Paradedeise führen am Kulturellen von Bildern insgesamt vorbei, weniger weil Alltagskultur "aus dem Spiele" [Simmel 1983/193] gerät, sondern besonders, weil kulturelle Werte im Sozialen der Gesellschaft keine Stabilität gewinnen.

Gegenüber Simmel dirigiert Max Weber den Begriff der "Kultur" in eine Wertbestimmung, die dem anvisierten Bestimmungsort näher kommt. Weber versteht unter Kulturformen nicht nur hochkulturelle Werterscheinungen, sondern nimmt deren Existenz als ubiquitäre Wertideen, "... welche das Stück Wirklichkeit, welches in jenen [kulturellen] Begriffen gedacht wird, für uns *bedeutsam* machen" [Weber 1956/223]. Die kulturelle Methode präjudiziert die Wertdifferenzierungen, die wir in sozialen Kontexten mit Bedeutungen belegen. Obwohl Weber »Gesellschaft« dem Begriff der »Kulturgemeinschaft« überantwortet, gilt ihm doch Kultur als "... ein vom Standpunkt des Menschen aus mit Sinn und Bedeutung bedachter endlicher Ausschnitt aus der sinnlosen Unendlichkeit des Weltgeschehens" [Weber 1956/223]. Vorschnell könnte man bei Weber zur Auffassung tendieren, daß Kultur quasi zum gesellschaftsunabhängigen Wertbegriff aufrückt. Jedoch befindet Weber für die Kulturträger, also die sozialen Akteure, daß für diese die Wirkungen der kulturellen "... Leistungen in spezifischer Art zugänglich ..." [Weber 1972/530] sein müssen. Kultur als Wertbegriff meint, daß nicht etwa Kultur selbst Bedeutung beinhaltet, sondern eine programmatische Heraushebungsweise und Wertidee bereitstellt, unter deren Kulturperspektiven etwas zur Bedeutung kommt [vgl. Weber 1956/217f.]. Kultur übernimmt - so weit möchte ich Weber interpretieren - das präformierte Repertoire der jeweiligen Ausschnitts- oder Thematisierungsformen. Diese

implizieren Wertideen dadurch, daß allein das, was unter jenem präformierten Themenfokus steht, überhaupt nur zum Wert und zur sozialen Wirkung kommen kann. Kurzum, Kultur übernimmt konsensfähige Wertdirektiven (z.B. fotografischen Realismus für Authentizität), insoweit Kultur die gewünschte Art und Weise vorstrukturiert, »wie« etwas in der Gesellschaft als pragmatische Bedeutung verankert werden kann. Und dieses »Wie« findet für Bilder seine Bestimmung im ikonischen Signifikationscode, weshalb dieser einen Teil des Kulturellen als *Semantik*, als syntaktisch-semantischen Bezeichnungscode, beschreibt. Deshalb ist entgegen Habermas [vgl. 1988a/125], der kulturellen Werten grundsätzlich Darstellungsfunktionen abspricht, zumindest hinsichtlich Bildern darauf zu verweisen, daß deren kulturelle Semantik eine Darstellungsfunktion übernimmt. Trotzdem ist die kulturelle Semantik darüber hinaus von kulturellen Wertpräferenzen, wie etwa Wahrheit in der Wissenschaft oder Schönheit in der Kunst, begleitet. Kulturelle Wertpräferenzen übernehmen also keine Darstellungsfunktion, da sie sich im kritisierbaren Selbstverweis nicht auf "Entitäten" einer äußeren oder inneren Welt beziehen, sobald beispielsweise der Kunststatus in Frage steht.

Trotz allen Insistierens auf Codierungen ist zu beachten, daß Kultur ihren Gegenbegriff nicht in codeloser "Unkultur" hat. Außerdem substituiert der Codebegriff weder den Gesellschaftsbegriff, wie Friedrich [vgl. 1994/160] meint, noch füllt er den Kulturbegriff komplett aus, da Kultur nicht ohne Wertpräferenzen auskommt. Semiotische Codes registrieren ausschließlich partielle Regelmäßigkeiten, von denen sich - auch laut Friedrich - Positionen der Subjektivität ohne weiteres dispensieren. Insbesondere Kunstbilder führen unmißverständlich vor, daß der "uncodierte" Gegenpol zur sozial eingespielten Kultur im Neuen, im Sinzeichen und im *individuellen Stil* zu finden ist. Aus diesem zunächst normdistanzierten Potential der Kunst erwächst oft erst das, was generalisierbare Thematisierungsformen einer Kultur ermöglicht. Wer von "Unkultur" spricht, versucht Individuen als "Unmenschen" und "Unpersonen" abzudrängen, um meist innenorientierte Kreativität mit normativen Wertimperativen zu entmutigen. Von daher dürfte die »freie« Kunst ihrer Bestimmung ausschließlich dann gerecht werden, wenn es für sie nichts gibt, was nicht Kunst ist. Einen Versuch zu diesem kulturellen Kehrum, das die individuell codierte "Gegenkultur" propagieren sollte, unternahm z.B. Beuys. Er forderte die kreative Souveränität des Individuums gegenüber dem Kunstsystem mit dem Grundsatz: "Jeder Mensch ist ein Künstler ..." [Beuys 1984/121]. Das ausdifferenzierte Kunstsystem, in dem Kunst dann ermessensfrei sein darf, wenn Kunst schon Kunst sein soll, ließ sich aus ökonomischen Traditionen und nötigem Verzicht auf Beliebigkeit nur stückweise auf die Forderung ein, daß jeder Mensch seine individuelle "Kultur" zur Kunst erheben

darf. Deshalb wird jedoch nicht der kulturelle Stillstand eintreten, der die individuelle Kreativität kraft soziokultureller Kontrolle und institutionalisierten Codes beherrscht.

Schon die individuelle Kreativität läßt erkennen, warum Individuen den Einflüssen nicht vollständig unterliegen, denen sie in ihrer Kultur und Gesellschaft ausgesetzt sind. In der knappen Explikation der Kulturbegriffe von Simmel bzw. Weber könnte nämlich rasch untergehen, daß beide Theorien eine soziologistische Reduktion des Individuums auf Gesellschaft und Kultur als Unmöglichkeit erachten, was ebenfalls für die Bildkommunikation zu beachten ist. Es entsteht vielmehr eine Dreierbeziehung im Sinne Parsons, "... da sowohl Teile des kulturellen Systems wie der sozialen Struktur in Persönlichkeiten verinnerlicht sind und weil Teile des kulturellen Systems in der Gesellschaft institutionalisiert sind" [Parsons 1972/18]. Gleichfalls vergißt Parsons nicht, daß eine Gesellschaft oder Gruppe differierende Kulturformen z.B. in Ritualen, Zeremonien, Museen und codierten Medien institutionalisieren bzw. daß unterschiedliche Gesellschaftsordnungen weitgehend ähnliche Kulturformen für kommunikative Zwecke nutzen können, wie beispielsweise die deutsche Ost/West-Teilung erkennen ließ. Unweigerlich gilt dies nur für *elementare* Kulturformen. Es war gerade jener Teilung inhärent, daß der ikonische Signifikationscode relativ zügig deutliche Unterschiede zwischen Ost und West aufwies. Denn die gesellschaftspolitischen Institutionen wollten auf die jeweils eingeführten Thematisierungsformen ihrer optischen Realitätskonstruktion bestehen, um ihrem veränderten Orientierungs- und Wertbedürfnis nachzukommen. Andererseits kann sich auch bei gleichbleibenden Signifikationscodes lediglich die pragmatische Interpretation ändern. Beispielsweise parodiert mittlerweile der sogenannte "Zynische Realismus" von Yu Youhans den chinesischen Personenkult um Mao derart, daß dieser als ikonisches Protestsymbol gegen die herrschende Ordnung interpretiert wird. Darüber hinaus bringen Betrachter bei konvergenten Signifikationscodes (z.B. Massenmedien) durchaus heterogene Reaktionen und Interpretationen hervor, die eher mit Bedeutungsaktualisierungen einer diskursiven Trivialkultur, Subkultur oder Hochkultur harmonieren, je nachdem, wie und welche Sozialisationsinstanzen erfahren wurden.

Zusammengenommen ist die Plausibilität trivial, daß gesellschaftliche Standorte und biographische Lernvorgänge heterogene Interpretationen der kulturellen Signifikationscodes denkbar machen. Die Homogenität der kulturellen (Bild-)Semantik steht in manchen Fällen der Heterogenität von Gesellschaften, Nationen, kleinen Kollektiven oder sozialen Gruppen nicht im Weg. Demgegenüber ist zweifellos einzuräumen, daß lokale Sinnproduktionen einer Subkultur existieren, die sich zwar von einer Hochkultur oder Zivilisation abgrenzen, die aber eine homogene Gesellschaftsordnung soweit akzeptiert



haben, daß lediglich einzelne Interpretationen gruppenspezifisch oder individuell stark schwanken. Kultur und Gesellschaft sowie kulturelle Signifikationscodes und pragmatische Interpretationen von Bildern beugen sich nie monokausalen Abhängigkeiten, die das eine auf das andere mit absoluter Erwartungssicherheit folgen lassen. Und doch erheben Gesellschaften, Gruppen und Individuen erst dasjenige zu etwas Kulturellem, was sie als interpretierte Signifikation eines Zeichens bestimmen können. Alles das, was nicht thematisiert wird, wofür kein kultureller Signifikationscode, keine kulturelle oder zumindest individuelle Kartographie besteht, taucht auf kommunizierbarer und damit gesellschaftlicher Ebene nicht *explizit* auf. Gesellschaft stabilisiert somit syntaktisch-semantische Bedingungen, die sie als Kultur für die pragmatische Produktion und visuell kommunikative Mitteilung von Bedeutungen benötigt.

Die entworfene Korrelation zwischen Kultur und Gesellschaft, die im Unterschiedenen ohne Trennung auskommt, entzieht sich dem Dualismus, den beispielsweise Stagl [vgl. 1986] aufzudecken meint. Denn keineswegs wird Kultur und Gesellschaft derart entzweit, daß "Triebe" und "Interessen" einzig mit sozialen Strukturen zusammenhängen, denen kulturelle Produkte für ein "Orientierungs- und Sinnbedürfnis" gegenüberstehen. "Den Grad der Unabhängigkeit", den Stagl [vgl. 1986/80] zutreffend zwischen Kultur und Gesellschaft bemerkt, möchte ich als einen pragmatischen Interpretationsspielraum gegenüber kultureller Semantik verstanden wissen. Trotzdem ist in jenem Grad der Unabhängigkeit keine Polarität vorhanden, die darauf schließen ließe, daß irgendwelche kulturellen Produkte außerhalb von Gesellschaften ein Eigenleben führen würden. Denn Individuen, die hinsichtlich irgendeiner Kultur (z.B. der Mayakultur s.S. 30) ohne einen einzigen *Interpretanten* wären, könnten einerseits diese Kulturform keinesfalls als menschliches (An-)Zeichen identifizieren, und sie würden andererseits nicht einmal selbst eine kulturelle Semantik hervorbringen, die durch Kommunikation und Interaktion in der Bedeutung stabilisiert wäre, um irgendwelche Institutionen einer Gesellschaft aufzubauen. Eine Institutionalisierung bildet sich deshalb nicht schon mit Kulturformen oder einer Semantik heraus, da sie prinzipiell von den jeweiligen Teilsystemen der Gesellschaft unter Verwendung von Kultur zu leisten ist [vgl. Schmidt 1991/39]. Gesellschaftliche Institutionen (z.B. Museen, semantische Codes), die sich auf einzelne Bildgenres der Kultur beschränken, nehmen somit paradigmatische Programmteile in den Blick. Institutionen manifestieren nie die Kultur insgesamt, sondern sie geben etwaiger Kreativität einen programmatischen Rahmen für jeweilige Exemplifizierungen in der Gesellschaft. Und eine solche Institutionalisierung können Gesellschaften ausschließlich mit einer Kultur leisten, die ihrerseits in Teilen einen »gesellschaftlich anerkannten« Signifikations-

code aufweist. Diese kulturelle Regelverwendung entsteht gleichursprünglich mit der Vergesellschaftung der Regel, wodurch Kultur und Gesellschaft unzertrennlich werden. Mit den syntaktisch-semantischen Signifikationscodes als Kultur reformuliert die aufgezeigte Terminologie im gewissen Sinne den Kulturbegriff, den Parsons [vgl. 1973/39ff., 1972/10] und Clifford Geertz [vgl. 1983/16] als symbolisches System der Formen bezeichnen und den Luhmann [vgl. 1980/19, 70; 1987/224; 1992/108f.] vermeintlich prägnanter als Semantik anspricht. Denn Kultur in semiotischer Geltung als *Semantik* [s.S. 17] verstanden, meint die kulturellen Signifikationscodes, die z.B. beim fotografischen Darstellungscode, ein Repertoire an realisierbaren Formen und Modellen offerieren, damit sich Kommunikation in sozialen Situationen auf mitteilbare Themen ausrichten kann. Diese semiotische Deutung der Kultur als Semantik strebt Luhmann allerdings nicht an. Deshalb ist es bei ihm begrifflich unklar, ob Semantik die pure Bezeichnungsfunktion übernehmen kann, die ihr dadurch zusteht, daß erst Gesellschaften bzw. Individuen sie mit interpretiertem Sinn (Bedeutung) belegen. Andererseits konstatiert Luhmann [1980/7ff.] aber, daß Semantik<sup>100</sup> ein kulturelles Aufzeichnungs- oder Bezeichnungssystem ist, welches nicht grundsätzlich bei Wiedereintritt in die gesellschaftliche Realität eine eindeutige Bedeutungskonstituierung gewährleistet, sondern eher zur aktualisierten Bedeutungsfülle neigt. Von Bildern wissen wir inzwischen, daß sich im Verlauf veränderter Verwendungskontexte ihre offene Bedeutung wandelt, obwohl die syntaktisch-semantische Kultur in ikonischer Gegebenheit, was auch die Materialität berührt, merklich beständiger auftritt. Deshalb meint der hier verwendete Kulturbegriff, abweichend von Parsons, Geertz und Luhmann, die *semiotisch* begründete Semantik, die ausschließlich Bezeichnungsfunktionen in den Blick nimmt.

Im weiteren ist der Kulturbegriff als semiotisch begründete Semantik und Bezeichnungsfunktion von Geertz abzugrenzen. Denn Kultur besteht weder aus "sozial festgelegten Bedeutungsstrukturen" [Geertz 1983/19] noch ist sie ein "Geflecht von Bedeutungen" [Geertz 1983/99] oder ein "historisch überliefertes System von Bedeutungen" [Geertz 1983/46]. Die Bedeutung kultureller Formen entsteht im sozialen Handeln, das Formenrepertoires einer Kultur in Gebrauch nimmt, wie sogar Geertz [vgl. 1983/25] selbst feststellt. Daher folge ich Geertz nicht in der Annahme: "Kultur und Sozialstruktur sind ... nur verschiedene Abstraktionen der gleichen Phänomene" [Geertz 1983/99]. Geertz meint

<sup>100</sup> Obwohl Luhmann [vgl. 1980/19 Fuß. 70] seinen Begriff der Semantik von Koselleck untermauert wissen will, übernimmt er dessen wie folgt bekundetes Verständnis nicht: "Ein Wort enthält Bedeutungsmöglichkeiten, ein Begriff vereinigt in sich Bedeutungsfülle" [Koselleck 1979/29]. Die ursprüngliche Bedeutung bleibt nie voll erhalten, da bereits "... nach den Grundaxiomen linguistischer Pragmatik jede Veränderung des Verwendungskontextes eines Prädikats notwendig mit einem Bedeutungswandel verbunden ist" [Gumbrecht 1979/99].

damit, daß einerseits soziales Handeln sich der *Bedeutungen* bedient, die in der Kultur *verankert* sein sollen, und daß andererseits die soziale Struktur diejenige Form wäre, "in der sich das Handeln manifestiert" [Geertz 1983/99]. Unter diesen Annahmen wären *zwei* Zeichenbedeutungen in Kollektiven vorhanden, nämlich eine in der Kultur und eine in der Sozialstruktur. Kultur wäre dann ohne Rückgriff auf Sozialstruktur als autonomes Bedeutungskonstrukt für *symbolisch* (sozial) Handelnde verwendbar. Wie hätten diese sozial Handelnden jedoch ohne Sozialstruktur die öffentliche Bedeutung irgendeiner Kulturform, die sich ja nur dank vergesellschafteter Bedeutung langfristig behaupten kann, erlernen können? Dies ermöglicht selbstverständlich trotzdem, daß subjektiv Handelnde auch individuell motivierte Bedeutung kreieren. Unsere Soziabilität verwirklicht sich jedoch im Zuge zwischenmenschlich sinnhafter Bedeutungsverwirklichung [vgl. Tenbruck 1990/27]. Es mutet deshalb unglaublich an, daß Sozialstruktur ohne Kultur oder verallgemeinerte Kultur ohne Sozialstruktur bestehen könnte. Wenn man schon vorbringt, "Gesellschaften bergen wie Menschenleben ihre eigene Interpretation in sich ..." [Geertz 1983/260 vgl. 136], dann sollte Kultur auch als das »geordnete Formenrepertoire« verstanden werden, was erst kraft institutioneller, sozial-struktureller oder individueller Aktualisierungen zur pragmatischen *Bedeutung* in Verwendungskontexten kommt. Somit stellt (Bild-)Kultur diverse Leitmuster (Legizeichen) an syntaktisch-semantischen Signifikationen bereit, mit deren Unterstützung Individuen zu solchen Bezeichnungsformen kommen, die gleichfalls von anderen mit Bedeutungsmöglichkeiten belegt werden. Wobei kulturelle Leit- oder Stilmuster keineswegs auf konkrete Realisationen abzielen, sondern vielmehr den kulturellen Rahmen bewahren, in dem sich die kreative Leistungsfähigkeit einer individuierten Bildkultur (Sinzeichen) potentiell entfalten kann.

Wenn es denn tatsächlich so ist, daß Weber und Simmel nach Auffassung von Thurn ganz geradlinig meinen, "... daß die Gesellschaft mithilfe der Kultur zu ihren Formen finde und daß dementsprechend die vorrangige Aufgabe der Kulturosoziologie sei, die *Formensprache* der sich beschleunigt wandelnden Gesellschaft des 20. Jahrhunderts zu entziffern" [Thurn 1979/443], dann werden offensichtlich kaum Irrwege beschränkt. Kultur oder kulturelle Bildformen greife ich deshalb als syntaktisch-semantisches Signifikationsmodell auf, mit dessen Thematisierungsfähigkeiten etwas in der gesellschaftlichen Pragmatik mitgeteilt werden kann. Dies impliziert überdies, daß zumindest Bildkultur seit jeher an Übertragungsmedien gebunden ist. Deshalb werden Medien ohne Kulturformen und kulturelle Kontexte selten etwas Soziales mitteilen können. Hiermit wird das Schlagwort des Kulturverfalls und das pseudokritische Kalkül, das dem Alltag, den Wilden und den

Massenmedien jede Kultur abspricht, hoffentlich entauratisiert [zu letzterem z.B. Haefner 1991/215; vgl. Lehmann 1991/62]. Wie Gehlen [vgl. 1986/233] zu bedenken gibt, beendet eine Demokratisierung der Kunst womöglich die Bildung einer avantgardistischen Elite und damit meist auch visionäre Thematisierungen. Jedoch verfällt aufgrund der Standardisierung und Serienfabrikation nicht die Bildkultur, da gerade in dieser Tendenz einzelne Segmentierungen stabilen Traditionen folgen. Denn Gehlens [vgl. 1986a/59] Aufforderung "Zurück zur Kultur" ruft lediglich nach den gesellschaftlichen Institutionen, die ein *hochkulturelles* Erbe weiterhin stabilisieren und nutzbar halten. Und tatsächlich ist es ein kultureller Wert, wenn sich eine Gesellschaft »kommunikative Satelliten« [s.S. 234] auf planetenfernen Thematisierungsbahnen leisten kann.

Zusammengefaßt benennt der Begriff »Kultur« sowohl kulturelle Wertpräferenzen als auch syntaktisch-semantische Signifikationscodes. Über Darstellungsfunktionen verfügen allerdings ausnahmslos die kulturellen Signifikationscodes, da deren semantische Formen in Bildern etwas als *kulturelle Einheit thematisieren*. Bezieht man den semiotischen Teil des Kulturbegriffs hier nochmals auf Bilder, so behaupten sich deren Formen nur im legizeichenhaften Darstellungsstil als tradierte Kulturformen; im Sinzeichen treten Bilder als individuierte Darstellungsformen auf und im ikonischen Objektbezug gehen sie kaum konventionsgeleitete Bezeichnungsfunktionen ein [s.S. 223f.]. Demgegenüber verdeutlicht der Begriff »Kultur« in seiner Komponente der Wertpräferenzen, warum (z.B. künstlerische) Bilder umso stärker auf die soziale Stabilisierung von kulturellen Wertpräferenzen angewiesen sind, je unsicherer sie im Signifikationscode als Kultur generalisiert sind. Brechen beispielsweise Bilder im Kunstsystem mit kulturellen Stiltraditionen, dann kann nur die kulturelle Wertpräferenz des Systems die Bilder als Kunst behaupten, da ihr individueller Stil andernfalls die erwünschte Wertschätzung verpaßt. Dies würden die gekritzelten Bilder von Cy Twombly bestätigen, wenn sie außerhalb sozialer Systeme besondere Geltung erreichen müßten.

## b) Anwesende Bildumwelt

Mit Kultur oder Bildkultur bezeichne ich weiterhin »kulturelle Darstellungsfunktionen«, indessen spreche ich »kulturelle Wertpräferenzen« nur mit dieser expliziten Begrifflichkeit als Kultur an. Mit dem Kulturbegriff als Darstellungsfunktion möchte ich begründen, wie in *vertrauten* Bildern ein ikonischer Signifikationscode vorkommt, der in seiner Alltäglichkeit weitgehend ohne begriffliche Interpretation wahrgenommen wird. Eine

solche Kulturform würde bei visueller Massenkommunikation eine anwesende Umwelt verkörpern, die weitgehend ohne Bedeutungen für soziale Kommunikationssysteme ist, weil sie in diesen kaum Resonanz erhält. Was ist jedoch eine nicht-anwesende bzw. anwesende Umwelt?

Luhmann [vgl. 1987/22-36] folgend, konstituieren sich soziale Systeme in Abgrenzung zu ihrer Umwelt. Alles das, was mittels Kultur im sozialen System interpretiert wird, gehört zum System, das seinen Kontakt zur Umwelt nach internen Bedeutungen differenziert. Umwelt existiert somit relational zu offenen Systemen, die sich ihrerseits durch Grenzerhaltungen zur Umwelt aufrechterhalten. Offene Systeme sind demnach solche, die auf Umwelt reagieren. Demgegenüber reagieren geschlossene Systeme kaum auf Umwelt, da diese für sie "... nur über spezifizierte Kanäle von Bedeutung ist ..." [Luhmann 1987/22] Geschlossene Systeme sind daher selbstreferentiell; sie erzeugen ihre Elemente der Beschreibung per Selbstbeschreibung, indem sie einzelne Aspekte in symbolisch-generalisierter Kommunikation themafähig machen (Sinn hat Sinn). Diese "klassische Unterscheidung" zwischen »geschlossenen« und »offenen« Systemen ersetzt Luhmann durch die Frage, "... wie selbstreferentielle Geschlossenheit Offenheit [für Umwelt] erzeugen könne ..." [Luhmann 1987/25].

Für Bilder hatte sich gezeigt, wie sie sich innerhalb des Sinns ihrer Formen für Umwelten offen halten. Sie verhindern deshalb eine solipsistische Kommunikationsordnung, weil sie in ikonischer Beschreibung eine Wirkungseinschätzung geben können, die vorkommunikativ manchmal vom Wahrnehmenden erster Ordnung der dargestellten Umwelt (dem dargestellten Gegenstand) ähnlich erfahren wird. Das heißt: visuelle Kommunikation erschwert zeitweise die Grenzerhaltung zwischen Kommunikation zweiter und wahrgenommener Umwelt erster Ordnung [s.S. 118]. Generalisierte Kommunikation zweiter Ordnung meint also lediglich, daß im sozialen System Interpretationen aktualisierbar sind. Für eine anwesende Umwelt gilt dies nicht, sie findet *zeitweise* in Thematisierungen einer sozialen Interpretation keine Resonanz, obwohl sie in der komplexen Wirkung erfahren wird. Ein solcher Fall ist zumindest die Wahrnehmungswelt. Diese ist im psychischen System (Individuum) eine Konstruktion anwesender Umwelt, die erst dann im sozialen Kommunikationssystem thematisierbar wird, wenn dort mittels eines interpretierbaren Zeichens über etwas referiert werden kann. Wenn wir uns nunmehr "... Sätze [Zeichen] als mit Sätzen [Zeichen], nicht mit der Welt, verknüpft denken" [Rorty 1987/402], so fällt es für ein philosophisches Weltbild schwer, mit Habermas [vgl. 1991/438; 1971/195; s.S. 192] anzunehmen, daß z.B. sprachliche Reflexivität definitiv "intersubjektive" Bedeutung für das Wahrnehmungsbewußtsein hat. Diese Differenz

zwischen anwesender Umwelt in der Wahrnehmung und dem Kommunikationssystem taucht zwar selten in der kommunikativ verständigten Sozialdimension gesondert auf, dennoch beeinflussen sich psychische Wahrnehmungssysteme und soziale Kommunikationssysteme auf dem "... Wege der Co-evolution. Die jeweils eine Systemart ist notwendige Umwelt der jeweils anderen" [Luhmann 1987/92]. Dies wird sich gleich bei der Formulierung der anwesenden Bildumwelt aufzeigen. Nicht-anwesende Umwelt wird in keinem der beiden Systeme bemerkt, ihr kommt keine Gegenstands- oder Zeichenbedeutung zu. Sie wird deshalb als etwas definiert, "... was jenseits aller relevanten Wahrnehmung liegt" [Luhmann 1975/28].

Wie wird diese für Bilder schlechthin überanspruchsvolle Theorieerörterung relevant? Das Problem der anwesenden Umwelten in kulturellen Bilderwelten stellt sich auf vielfache Weise. Zunächst zum einfachsten, *vollständigsten* Fall, in dem Bilder wie eine anwesende Umwelt auftreten, weil sie auf Wahrnehmung ohne Kommunikation zurückfallen. Wie beschrieben, gibt der bildliche Darstellungscode den kulturellen Sinnkontext vor, der jedem Kulturmitglied per Darstellungsweise indiziert, daß es sich um ein Bild handelt. Sobald allerdings der kulturelle Sinnkontext *sehr* fremd ausfällt, verliert ein Bild jede indizierende Funktion, die es als sinnorientierte Kommunikation plausibel macht. Ein drastisches Beispiel ließe sich verdeutlichen, wenn Chaosforscher [vgl. Crilly 1991/173] ihre bildlichen Sinnkonstitutionen *unverhofft* im Fernsehen senden, da jeder spätestens bei den Verzerrungen der "Hamiltonischen Funktion für positive Werte" meinen würde, sein Bildschirm wäre defekt. Da es dem Durchschnittsbetrachter bei unerwarteten Bildverzerrungen an verwandten Sinnkontexten fehlt, würde er ebenfalls Kultur vermissen, wenn er jene Kommunikationsform als Rauschen einer anwesenden Umwelt erlebt.

Offenkundig sind Bildsegmentierungen, die außerhalb von aktualisierbaren Zeichenkompetenzen eines Betrachters liegen, für diesen eine kommunikativ abwesende, aber als präsenste Form anwesende Umwelt. Andererseits beruhen Interpretationen zumindest potentiell darauf, daß *optische* Wirklichkeitswahrnehmungen [Zweitheit] von Bildgegenständen weitgehend äquivalent für Kulturmitglieder verlaufen. Beispielsweise könnte ein Beobachter die beiden schwarzen Formen in Abb. 10 [s.S. 175] zwar sehen, aber übersehen, daß sie das doppelte Gesicht der USA darstellen sollen. Beide Beispiele illustrieren eine wahrnehmungsmäßig anwesende Umwelt, die aufgrund ihrer optischen Präsenz nur möglicherweise als Element eines Kommunikationscodes aufgefaßt wird. Gleichwohl existiert die anwesende Umwelt als eine reale Wahrnehmungswelt, denn keinesfalls ist "... alles, was für uns real ist, ... abhängig von [Zeichen-]Interpretationen" [Pape 1989/386]. Es fällt sogar eine gewisse Gemeinsamkeit in Luhmanns und Adornos Theorie

auf, indem die ästhetische Wahrnehmung von anwesenden Umwelten solche kulturellen Sinnlinien einbringt, die "... vor allem die im System handelnden Beteiligten mit ihren Überschlußkapazitäten für unerwartetes Handeln" versorgen [Luhmann 1975/28, .s.S. 47]. Werden Bilder nämlich als sehr ungewöhnlich erfahren, dann erscheint deren Dynamik wie eine anwesende Umwelt, die Betrachter eher zu unerwarteten als zu erwarteten Interpretationen bewegt. Bilder verwirken hingegen ihre visuell kommunikative Funktion, wenn sie *vollständig* auf eine anwesende Umwelt zurückfallen, bei der es für Betrachter zweifelhaft ist, ob es sich dabei überhaupt um ein sozialorientiertes Ereignis handelt. Denn ausschließliche Wahrnehmung einer komplexen Anwesenheit ohne Zeicheninterpretation ist keine Kommunikation.

Auf andere Weise als bei jener komplexen Anwesenheit ohne kulturellen Index entstehen anwesende Umwelten, die *unvollständig* in Bildern selbst eine organisierte Komplexität darstellen. Diese Unvollständigkeit verwirklicht sich, sobald Bildkultur eine anwesende Umwelt suggeriert, deren organisierte Komplexität sich aus einem kulturellen Darstellungssinn herleitet, der infolge seiner anhaltenden Botschaft in Vergessenheit gerät. Innerhalb bildlicher Signifikationscodes wird zwar vieles aufgegriffen, was stört, was rauscht, aber andererseits läuft ebenso vieles in ihnen mit, was geräuschlos verweilt. Sobald wir uns nämlich in kulturelle Sinnkontexte begeben, die wir fraglos beanspruchen, schwindet die Botschaft, die wir als kulturellen Darstellungscode immerwährend akzeptiert haben. Das ikonische Bild führt dann erlebnistaugliche *Wirklichkeit* vor, die als anwesende Bildumwelt wahrgenommen wird. Denn diese anwesende Bildumwelt präsentiert eine organisierte Zeichenkomplexität, deren vertraute Kultur insoweit als Vorzeichenhaftes wahrgenommen wird, wie ihre kommunikative Bedeutung in den Hintergrund tritt. Auf diese Weise verwirklicht die vertraut gewordene Bildkultur eine anwesende Umwelt, die nicht mehr als *Nachricht*, sondern nur als optische *Information* relevant wird.

Sicherlich kann für jede anwesende Umwelt die Frage gestellt werden, was sie für soziale Systeme bedeutet. Alltäglicherweise wird jedoch vieles unproblematisiert wahrgenommen, weshalb wir allein Differenziertes als Zeichen in Gebrauch nehmen. Nur das Einfinden in den bildlichen Sinnkontext bemerken wir als Zeichen des Übergangs. Denn kulturelle Sinnkontexte der Form fungieren erstens nicht als symbolische Zeichen für sich selbst, und zweitens sind sie niemals welche dafür, »was« kommuniziert wird [s.S. 182 Fußn. 82]. Sinnkontexte *indizieren* lediglich *appellierend*, »wie« oder »auf welche Weise« im Beziehungsaspekt kommuniziert werden soll. Dieses »Wie« resultiert vorerst aus dem *Kennen*, das uns Sinnkontexte im kommunikativen Beziehungsaspekt verwirklicht, die die Funktion übernehmen, irgend etwas anderes zu bezeichnen. Deshalb möchte ich im folgenden

detailliert erläutern, wie es dazu kommt, daß vertraut gewordene Sinnkontexte der Bildkultur eine anwesende Umwelt erzeugen, deren Bezeichnungsfunktion sich temporär verliert. Wenn wir sagen wollten, der kulturelle Darstellungscode vermittelt uns eine bezeichnende Botschaft, dann müßten wir auch meinen, daß Kultur die Botschaft wäre. Sobald z.B. japanische Bilder ihre Kultur und deren Stil aufzeigen sollen, können sie kaum mehr vermitteln als japanische Beziehungsaspekte zu Sinnkontexten. Für Japaner würden diese Bilder sicher nicht hergestellt werden, um ihnen zu indizieren, »wie« japanische Kultur eigene Sinncodierungen aufbaut, sondern um ihnen eine Nachricht von etwas anderem zu vermitteln. Für sie vermittelt die Botschaft, »wir beschreiben Gegenstände mit japanischen Bildsegmentierungen«, kaum mehr als integrierende Wir-Beziehungen, die kulturelle Distanzreduzierung als Verständigungsmedium bereithalten. Aber selbst jene Botschaft wird in Japan erst dann zu einer solchen, wenn ihr Sinnkontext die Voraussetzung dafür bietet, daß sie überhaupt repetitiv veranschaulicht werden kann. Ohne Bildkultur, ohne regelhafte Darstellungscodes bliebe die Botschaft der kommunikativen Beziehungen unverständlich. Demnach begegnen auch wir unserer Bildkultur in kulturgemäßer Einstellung, damit wir kommunizieren können, »wie« wir kommunizieren wollen. Haben wir uns in das »Wie« der Kultur eingefunden, so kommunizieren wir mit ihr über »etwas anderes«, ohne daß das legizeichenhafte »Wie« der Kultur pausenlos eine bemerkte Nachricht trägt. Wie verdeutlicht sich dies?

Wie jeder erfahren hat, findet sich in unserer Kultur der maßgebliche Sinnkontext dort, wo dessen Bildformen durch das Legizeichen »Zentralperspektive« bestimmt werden. Die Perspektive indiziert daher die kommunikative Funktion des Bildes. Sehen aber Betrachter so durch alltägliche Bilder hindurch, als ob sie auf alltägliche Gegenstände blicken, dann thematisiert der Sinnkontext eine kulturelle Wirklichkeit, bei der das Dargestellte wie eine anwesende Umwelt wahrgenommen wird. Der organisierte Zeichencharakter des Bildes verliert sich hier in der Komplexität der Bildwahrnehmung. Wenn wir nämlich z.B. in einem perspektivisch dargestellten Spielfilm "eintauchen", dann büßt der kulturelle Sinnkontext (Legizeichen) seinen indexikalischen Funktionsverweis ein. Solche Fälle verwirklichen Bilder, sobald deren legizeichenhafte Materialsegmentierung sie zur vertrauten Kultur erhebt, während dem Betrachter vorerst die *exemplifizierten* Abweichungen auffallen, auf die er im Sinzeichen aufmerksam wird und die für ihn die kommunikative Botschaft im Ikon tragen.

Beispielsweise kann die kulturelle Zentralperspektive im ikonischen Objektbezug eines Fotos die Ureinwohner Nordamerikas thematisieren. Die kommunikative Botschaft dieses Bildes vermittelt sich jedoch weniger darüber, wie jene Indianer anhand der Zentral-



perspektive einen kulturellen Sinngehalt bekommen, sondern mehr darüber wie sie in jenem spezifischen Moment abgelichtet wurden. Die Perspektive indiziert zwar, wie wir dem Sinnkontext begegnen können, sobald wir uns jedoch in diesen einfinden, gibt nicht Perspektive die Nachricht, sondern diese wird durch visuell wahrnehmbare *Exemplare* von ikonischen Indianer-Sinzeichen vermittelt. Derart verwirklicht die kulturelle Perspektive eine anwesende Bildumwelt. Denn sie kommuniziert im Inhaltsaspekt nichts und im Beziehungsaspekt so sehr Vertrautes, daß sie zwar wahrgenommen wird, aber normalerweise ohne weitere Interpretation in sozialen Kontexten mitläuft. Hier erscheint die essentielle Modalität: wenn die Wahrnehmungserfahrung zur "voll-sozialisierten natürlichen Einstellung [des] fraglos Gegebenen wird" [Schütz u. Luckmann 1979/97], oder besser, sich zur kulturgemäßen Einstellung gegenüber dem kulturellen Signifikationscodes einprägt, dann kommuniziert die Kultur der Perspektive keine Nachricht, die kommunikative Beachtung findet.

Diese kulturgemäße Einstellung verleitet uns dazu, im *kulturellen Bildstil* einen vertraut gewordenen Oberton zu vernehmen, der aufgrund seines unproblematischen Charakters selten Gehör findet. Im Signifikationscode finden wir zwar kulturellen Sinn, dieser bietet uns aber keine Nachricht, die mehr als die kulturspezifische Kommunikationskonstruktion signalisiert. Und dies bedeutet, wenn Sinn kein kommunikatives Zeichen ist, daß vertraute Bildkultur lediglich partiell Symbolisches und gesellschaftlich Relevantes kommuniziert [s.S. 249 (Ausnahme: Medium als Botschaft)]. Somit begründet sich die Behauptung von Seite 67f.: die Bildwahrnehmung verwirklicht sich partiell in einer vorkommunikativen Situation, der hauptsächlich in den Teilen soziale und kommunikative Relevanz zugesprochen wird, in denen sie von der kulturellen Normalität abweicht. Sobald ein Ego nämlich den kulturellen Darstellungsstil, den es mit »dem anderen« gemeinsam hat, als kommunikativen Index vernachlässigt, verschiebt sich *bei Bildern* die sozial-kommunikative zur faktischen Realität. Denn ein Ego bemerkt hier kaum mehr, »wie« »der andere« sieht, sondern es sieht vorrangig, »was« auch er sieht bzw. darstellt. Das Bild als anwesende Umwelt verliert so geartet seinen Status als Kommunikation, es täuscht zeitweise vorkommunikative Wirklichkeit vor.

Die Annahme einer vorkommunikativen Bildwahrnehmung wäre allerdings fehlerhaft, wenn die kulturellen Sinnwelten bis auf vortheoretische Umwelten hinunterreichen sollen. Berger und Luckmann wenden berechtigt ein, daß "... eine symbolische Sinnwelt als solche ein theoretisches oder mindestens ein synoptisches Phänomen ist und bleibt, auch wenn sie naiv erlebt wird" [Berger u. Luckmann 1980/113]. Sobald aber die bildliche *Exemplifizierung* (Sinzeichen) innerhalb eines kulturell vertrauten Bildstils verläuft, können Bilder

ohne Sprache und manchmal sogar ohne Zeicheninterpretation vorkommunikativ wahrgenommen werden. Und sorgfältig überdacht, beinhaltet dies eine kulturgemäße Anschauungsfähigkeit, die Betrachtern das kulturell Vermittelte als anwesende Umwelt erscheinen läßt. Denn der bildvertraute Betrachter läßt den kulturellen Darstellungscode, die kulturelle Sinntautologie [s.S. 182], unbeachtet und webt nur wenig von dem, was im Wahrnehmungsfluß an ihm vorüber zieht, in soziale Interpretationskontexte ein. Dies verwirklicht sich für ihn, wenn er einerseits den kulturellen Darstellungscode soweit internalisiert hat, daß er diesen selten interpretiert, und andererseits wenn er lediglich vereinzelte ikonische Sinzeichen, Blickmomente oder exemplarische Situationen, die er medialen Bildströmen entrißt, im Boden sozialer Interpretationen verankert. Folglich ermöglicht verinnerlichte Bildkultur sinnorientierte Informationen, ohne daß diese als Nachrichten, Botschaften oder kommunikative Zeichen verstanden werden müssen, weshalb Bilder ihre Information als anwesende Bildumwelt verwirklichen können. So geartet doubelt das Bild Wirklichkeit ohne soziale Realität.

Wenn dies ersteinmal eingesehen wurde, dann kann man leicht verstehen, was die einfache Kontingenz (erste Ordnung) von Bildern kommuniziert. Der Bildbetrachter, der unweigerlich einer spezifischen Sozialisation unterlag, aktualisiert nämlich alle ihm *möglichen Interpretationen*, die ihm seine Herkunft und seine Subjektivität pragmatisch im Sinne von Gefühlen, Reaktionen, Sprache oder sonstigen Bedeutungen erlaubt. Der Betrachter dissoziiert die anwesende Bildumwelt standortgebunden. Er sieht sich nämlich einer organisierten Komplexität von Bildumwelten ausgeliefert, die er abhängig von gesellschaftlicher Herkunft derart pragmatisch deuten muß, daß er überhaupt ikonische, indexikalische und symbolische Bezeichnungsfunktionen erkennen bzw. verstehen kann. Hinzu kommt selbstverständlich, daß eine anwesende Umwelt auch Erfahrungen bzw. subjektive Erlebnisse erzeugt, die nicht innerhalb einer kommunikativen Codierung der jeweiligen Kultur und Gesellschaft adäquat konzeptualisiert werden können. Denn das subjektive Erleben (Non-Ego) von anwesenden Umwelten hat erstens selten Entsprechungen in soziokulturellen Kommunikationscodes, und zweitens sind artikulierte Zeichen das Symptom von Wahrnehmungsbewußtsein. Demnach eröffnet die internalisierte Bildkultur eine »zweite Umwelt«, die, obwohl zweidimensional und oft verkleinert, die ursprüngliche Umwelt verdoppeln bzw. wesentlich erweitern kann. Insbesondere televisionäre Massenmedien vergrößern unvermeidlich stärker anwesende Umwelten, als daß sie tatsächlich zu *interpretierten* Weltvorstellungen führen. Dies folgt aus ihrem hohen Informationsgehalt, der kraft seines Tempos nur lückenhaft in kommunikativer Bedeutungskomplexität verfolgbar ist - man kann eben keinesfalls alles gleichzeitig inter-

pretieren. Und in einer solchen bildvermittelten Ersatz-Umwelt stellt Kultur zeitweise anwesende Umwelten dar, die im *vorkommunikativen Bewußtsein* wahrgenommen werden. Denn je stärker kulturelle Legizeichen repetiert werden, desto weniger kommunizieren sie, und desto *unaufmerksamer* werden ihre kulturellen Regeln in Anspruch genommen. Bei Befolgung der kulturellen Regel wählen wir Betrachter nämlich nicht, sondern wir folgen "der Regel *blind*" [Wittgenstein 1990/213 (219.)], um zu sehen, »was« für Inhalte im kulturvariieren »Wie« der Formen mitgeteilt werden.

Die regelhafte Durchsicht (Perspektive) auf das dargestellte Objekt fungiert gleichsam einer legizeichenhaften Kulturfolie, der selten selbst Aufmerksamkeit zukommt, und in deren *Hintergrund von Unaufmerksamkeit* [s.S. 245f.] anwesende Umwelten mit-schwimmen. Zweifellos wird diese kulturvermittelte Anwesenheit, die die ikonische Bezeichnungsfunktion verwirklicht, mit individuellen Abweichungen annähernd monosemantisch gesehen, aber ihr polypragmatischer Charakter läßt es dem Betrachter offen, was seiner Aufmerksamkeit entgeht und was nicht. Das eigentlich Erstaunliche kommt auf, wenn vermöge jener medialen Folie *ikonisches Wissen* kulturell festgehalten wurde, und in diesem eine komplexe, aber anwesende Umwelt wahrgenommen wird, die in verschiedenen Epochen, Gesellschaften und Kollektiven eine jeweils andere Interpretation bzw. Pragmatik beinhaltet. So kann beispielsweise der Dokumentarfilm "Triumph des Willens" von Leni Riefenstahl eine ikonische Wissensquelle für Historiker sein. Jedoch steht keinesfalls zu erwarten, wie Maimann meint, die Zeit im Bild könnte jedermann die "Herrenmenschenideologie des Nationalsozialismus ... perfekt [vermitteln] ..." [Maimann 1984/150], oder aus dem Film würden politische und soziale Standards augenscheinlich, indem der Historiker "... genau verzeichnet, was er sieht" [Maimann 1984/149].

Wo solche Enthüllungen ankern, zeigen Interpretationen von ein und demselben Bild deutlich auf, egal ob sie die hermeneutische oder ikonologische Sicht bevorzugen. Zur Bekanntheit gelangte in diesem Zusammenhang Heideggers [vgl. 1992/27] einführende Bildinterpretation. Er verstrickt van Goghs Darstellung von "Schuhzeug" dahingehend in symbolische Ankerplätze, daß es ein Paar Bauernschuhe wären, in denen sich die derbgediegene Schwere eines langsamen Ganges über den Acker aufstauen würde. Hingegen versichert Meyer Schapiro [vgl. Derrida 1992/325], es solle sich um ein Paar Stadtschuhe von van Gogh höchstpersönlich handeln. Zu dieser Verschiebung des ikonischen in symbolisches Wissen hätte Heidegger vermutlich betont, "die Bodenlosigkeit des abendländischen Denkens beginnt mit diesem Übersetzten" [Heidegger 1992/15]. Was die unendlichen Bestimmbarkeiten einer anwesenden Bildumwelt schon implizieren, zeigt Derrida [vgl. 1992/312, 330ff.]. Er beschreibt, wie sich die beiden Interpreten, Heidegger

und Schapiro, nahezu vorreflexiv mit unterstellten Kulturvorstellungen von *Paaren* beruhigen, welche ihren sprachbekannten Referenten in den Füßen einer bodenständigen oder industriell städtischen Gesellschaft finden sollen. Für alle Interpretationen dieser Art, wobei insbesondere die von Schapiro ästhetische Sinnübersetzungen möglicherweise versäumt, hatte Gehlen, vom Gedanken intellektueller Usurpation angeregt, treffend dargelegt:

"Die gestaltete [ikonische Informations-(?)] Dichte der [bildlichen] Kultur[-folie] kann sich nur im Urteil einer kleinen Schicht geltungssicherer Maßgeblicher stabilisieren oder in Anlehnung an allgemein Zugegebenes." [Gehlen 1986/232]

Es kommt weniger darauf an, daß auch Gehlen einer der Maßgeblichen sein will, der nach Dada-Kunst z.B. darüber verfügt, "wer sich in Filz, Fett, alter Pappe, in Schokolade engagieren ..." [Gehlen 1986/232] darf, und wer gegen systeminterne Tabus handelt. Triftiger ist, wie ikonisches Wissen infolge der verinnerlichten Durchsicht von den genannten Bildinterpreten auf das Niveau einer anwesenden Umwelt gebracht wird, damit dieser im nachhinein eine gesellschafts- bzw. bildungsabhängige Geltung und Interpretation zugestanden werden kann. Denn insbesondere Schriftgelehrte verfolgen kaum die *Kultur* von ikonischem Wissen, wenn sie ihre verbale Urteilskompetenz zu einem Kultursymbolismus ausbauen, der z.B. ikonischen Inhaltsaspekten und Materialien der Bilder von van Gogh oder Beuys spezifische Statusfaktoren zuschreibt. Bei solchen Interpretationen, die mehr über den Betrachter, als über das Betrachtete aussagen, verlieren Bilder meist ihre genuinen Wissenswerte, die sie per ikonischer Ähnlichkeit *zeigen* und nicht durch kulturelle Symbolnetze verschleiern. Diese verdeutlichende Polemik stolpert zugegebenermaßen über meine Unaufrichtigkeit. Gehlen [vgl. 1986/158f.] hat unter anderem durchaus gesehen, daß sich moderne Kunstgestaltungen tendenziell aller Tradition und Gegenständlichkeit entheben, wodurch sie Gefahr laufen, sich mit dem selbstinspirierenden Künstler zu isolieren.

Es ist keinesfalls zu leugnen, daß Bilderwelten innerhalb des verbalsymbolischen Bedeutungsfeldes über gesellschaftliche Relevanzparameter verfügen, und teilweise abstrakte Kunst ohne Kommentar ortlos bliebe. Aber man kann bestreiten, daß alles zur Anwesenheit von Bilderwelten gesagt wurde bzw. gesagt werden kann. Gehlen weiß kulturgemäß von der Parallelität zwischen sinnlicher Anschauung und Begriff. Er befindet sogar im spekulierenden Sinn für heutige Bilder, es wäre bei ihnen "... nicht mehr dahinter, als darauf ist ..." [Gehlen 1986/225; vgl. 8ff.]. Sobald nämlich Bilder als anwesende Umwelt wahrgenommen werden können, sieht man nicht mehr, als man eben sieht. Und für alles, was in Bildern gesehen wird, bestehen keinesfalls Denkwänge oder Kom-

mentarbedürftigkeiten, die jedes ikonische als ein symbolisches Zeichen interpretieren müßten. Es wäre für Kunst, die die "Grenze der Wortfindung anrührt" [Gehlen 1986/186], wie für triviale Medienbilder gänzlich absurd zu behaupten, allein ihr symbolischer Status solle das menschliche Interesse am Bild tragen. Denn der wahrnehmungs- und materialbezogene Erlebnischarakter erhebt ein Bild zum Bild. Allzuviel Hintersinniges übermittelt weder optische noch ästhetische Informationen, da diese zunächst anwesend sein müssen, bevor ihnen irgendwelche symbolischen Regelverordnungen und Interpretationen oktroyiert werden. Bilder verwirklichen bereits die Wahrnehmbarkeit von anwesenden Umwelten, sobald Individuen im kulturellen Training die ikonische Zeichenfunktion in scheinbar enger Beziehung zur dynamischen Gegenstandswirkung durchschauen können. Die kulturvermittelte Anwesenheit von etwas nötigt Individuen zwar meist zur Interpretation oder zumindest zur Reaktion. Dies ist jedoch nicht gleichbedeutend damit, daß Individuen es anstreben würden, jede Wahrnehmungsinformation als kommunikative Hinterlassenschaft irgendeines geheimnisvollen Senders zu interpretieren. Wahrnehmungsinformationen, die aus Lichtenergie konstruiert wurden, besitzen keinen hintergründigen Sender, den man *erblicken* kann, sobald man nur hinter das Bild schaut, denn dort ist es für gewöhnlich dunkel. Ausschließlich Zeichen, an denen wir indexikalische oder symbolische Bezeichnungsfunktionen erkennen, lassen auf (gegebenenfalls geheimnisvolle) Mitteilende schließen, die kommunikative Nachrichten mit *symbolischem Charakter* senden. Und aus diesem Grund transferieren wir die kulturvermittelte Anwesenheit von Bildinformationen in die pragmatischen Interpretationen, die wir in indexikalischer und symbolischer Kompetenz noch aktualisieren bzw. in Performanz vermitteln können und wollen. Der visuell informative Rest bleibt ein kommunikativ unvermittelbarer Überhang, eine quasi anwesende Umwelt, solange wir für Botschaften über Bilder und wirkliche Gegenstände keine weiteren Bilder nutzen. Dies verdeutlicht sich näher im folgenden Abschnitt.

### c) Wie unterliegt eine anwesende Bildumwelt sozial-pragmatischen Bedeutungen?

Aus der Unterscheidung zwischen kulturellen Signifikationscodes und gesellschaftspragmatischen Deutungsmustern ergeben sich weitere Konsequenzen zur Bildkommunikation. Diese kommen dort auf, wo Kultur für die ikonisch anwesende Bildumwelt sorgt, diese jedoch keinesfalls von jedem in gleicher Aufmerksamkeit interpretiert wird. Die

folgenden Absätze sollen deshalb der Frage nachgehen: Wie lenken Bedeutungsvariablen den Wahrnehmungshandelnden auf eine anwesende Umwelt, und wie beeinflusst diese den Handelnden? Dies soll mit der Unterscheidung der Gegenstands- und Zeichenbedeutung konkretisiert werden, damit deutlich wird, daß nicht ausschließlich kulturelle Sprachen und Zeichen die Wahrnehmung lenken, wie etwa Whorf meinte, sondern auch dynamische Materialwirkungen von Bildgegenständen.

Zunächst zur materiellen Wirkungserfahrung, die, wie gehabt, mit der Gegenstandsbedeutung [Zweitheit] skizziert wird. Jeder Bildbetrachter wird bemerkt haben, wie Farbe und Form qualitative Wirkungserfahrungen verursachen, die in ihrer Besonderheit etwas vermitteln, was einem auffällt, worauf sich die Aufmerksamkeit richtet. Man lernt dabei kennen, wie jede Transposition eines Bildes in andere Materialien auch die Wirkung verändert. Für solche qualitativen Nuancen entwickeln Individuen unvermeidbar Präferenzen. Es ist demnach das Bildmaterial, das die Wahrnehmenden in einer Funktionseigentümlichkeit erfahren, die sie als spezifische Anwesenheit bei sich verankern können. Die körperbezogene Wahrnehmungserfahrung oszilliert zwar zwischen Anschauung und Begriff, aber lediglich die sinnliche Anschauung kann sich der realen Wirkung versichern. Daher ist die Wirkung des Bildgegenstandes als eine Anwesenheit erfahrbar, obwohl womöglich wenig in kommunizierbaren Begriffen oder Theorien verstanden wurde. Eine solche vorbegriffliche Erfahrung bezweckt insbesondere Kunst, die mit spezifischer Materialität visuelle Aufmerksamkeit herausfordert. Trotzdem muß man nicht, wie Holzkamp [1973], die Materialität von Gegenständen unbedingt als historischen Prozeß menschlicher Arbeit auffassen, um zu bemerken, daß kulturalisierte Materialien orientierungsrelevante Wirkungen provozieren. Denn diese Wirkungen leiten in jeweiliger Besonderheit eine Bedeutung, die jedesmal erst durch die Materialbeschaffenheit selbst zur repetitiven Geltung kommt. Gleichwohl gilt für solche Materialwirkungen, daß sie sowohl kulturspezifisch gehandhabt werden als auch soweit in eine anwesende Umwelt absinken können, daß ihnen selten unwillkürliche Aufmerksamkeit zukommt. Demnach nehmen Individuen kulturalisierte Materialqualitäten und Gegenstandsbedeutung in Anspruch, indem sie, wie Blumer [vgl. 1973/80ff.] meinte, die Dinge im individuellen Handeln selbst und auf der Grundlage sozial verallgemeinerter Bedeutungen interpretieren. Andererseits beziehen Individuen sinnliche Bildträger und gegenständliche Bedeutungsmomente auch so weit in ihr Handeln ein, daß die kulturgemäß verwendeten Materialitäten in einer Selbstverständlichkeit verwendet werden, die im Alltag selten Aufmerksamkeit provoziert. Mit dieser Unaufmerksamkeit verlieren materielle Medien weitgehend ihre provozierenden Wirkungseigenschaften, wodurch sie eine anwesende Umwelt von gut vertrauten

Erfahrungen werden.

Gewiß leiten kulturalisierte Materialwirkungen die Bildproduktion und -perzeption nur so weit an, wie sie durch imitatives Lernen von Individuen gleichförmig reproduziert und verwendet werden. Da Individuen aber über undeterminierbare Kreativitätspotentiale verfügen, durchbrechen insbesondere kreative Bildproduzenten unaufhaltsam kulturhistorische Prozesse. Im Moment soll es jedoch darauf ankommen, in welche zwei Wirkungsbereiche sich die kulturelle Gegenstandsbedeutung aufteilt. Die Folgerungen des vorhergehenden Absatzes kündigten schon an, daß sowohl assimilierte Wirkungserfahrungen unaufmerksame Handlungen ermöglichen, die im blinden Fleck der Kultur in eine Anästhetik übergehen, als auch sensible Aufmerksamkeiten sich zu einem pragmatischen Sichtfeld ausformen können, das akkommodierende Ästhetikerfahrung kontingent initiiert. Mit diesem Begriffspaar von Anästhetik und Ästhetik charakterisierte Welsch [vgl. 1993/10] eine gewisse Unsensibilität konträr zur besonderen Sensibilität. So nimmt beispielsweise ein Hobbyfotograf die materiellen Wirkungseigenschaften von Fotografien im allgemeinen unsensibler wahr als ein Profi. Diese Differenzierungsfähigkeiten beleuchten, wie figural-qualitative Materialeigenschaften von einer individuellen Praxis (Zweitheit/pragmatic turn) begleitet werden, die sachlich dingliche Wirkungseigenschaften mit standortbezogener Aufmerksamkeit begleitet. Denn bei ästhetisch sensibler Wahrnehmung geht die Gegenstandsbedeutung aus einer Wirkungserfahrung hervor, die vom Gegenstand aus die individuelle Aufmerksamkeit beeinflusst, obwohl sicherlich einzelne Begriffe hinzupendeln und provoziert werden.

Konträr zur ästhetischen, provoziert bei anästhetischer Wahrnehmung die materielle Wirkungserfahrung kaum Aufmerksamkeit. Die Wirkungserfahrung ist dem Individuum hier zur assimilierten Gewohnheit geworden, die in der Gegenstandsbedeutung von anwesender Umwelt versickert. Bei anästhetischer Wahrnehmung versinken Farb- und Formwirkungen in kulturelle Wahrnehmungsgewohnheiten. Beispielsweise beeindruckte Giotto seine Zeitgenossen mit griechischer Eitempera, die sich vom dunkelgetrübten Firnis byzantinischer Tafelbilder dadurch absetzte, daß sie einst "... beängstigend naturwahr durch ihre lichte Farbe ..." [Doerner 1980/182] erschien. Gleichfalls kommen nur einem Europäer die grellfarbigen und kitschig anmutenden Devotionalienbilder des indischen Hinduismus in ihrer Wirkungspräsenz besonders außergewöhnlich vor. Und umgekehrt würde deren schrille Tönung unsere religiösen Andachtsbilder gotteslästerisch anmuten lassen, da Kritiker es bereits als Vandalismus bezeichnen, wenn die Sixtinische Kapelle renoviert wird, um deren verblaßte Farbigkeit in den vermutlich "ursprünglichen" Zustand zu versetzen. Alle Beispiele verdeutlichen, wie die materiellen Wirkungspräsenzen die Wahr-

nehmung beeinflussen, da zur "... Wahrnehmungstätigkeit des Menschen stets und notwendig die mehr oder weniger adäquate Erfassung sinnlich eingebundener Gegenstandsbedeutung ..." gehört [Holzkamp 1973/120]. Sobald allerdings die Wirkungseigenschaften nur *assimilatorisch wiedererkannt* werden, verlieren diese sich schließlich derart *traditionell* und *konventionell* in der Kultur, daß sie als kulturell anwesende Umwelten von Gegenstandsbedeutungen beständig reproduziert und anerkannt werden. Fortschrittsgemäß durchbricht die Werbe-, Presse- und Kunstbildwelt zwar derartige Latenzen mit innovativen Farb- und Formwirkungen, die zur Zeit nahezu vollständig auf neuen Bildmaterialkreationen der Chemie- und Elektroindustrie beruhen. Am deutlichsten führt dies momentan die Tagespresse vor, die ihr Layout auf Farbe umgestellt hat. Aber dieser meist kurzfristigen Herausforderung einer ästhetischen Aufmerksamkeit und begrifflichen Urteilsbestimmung folgt, wenn auch weniger auf der Produzentenseite, so doch zumindest auf der Betrachterseite, unmerklich rasch die anästhetische Wahrnehmung, die die kulturelle Handhabung eines materiellen Mediums ohne weitere gegenstandsbezogene Relevanzparameter ermöglicht, und die Individuen schlicht *passiv-wahrnehmungsmäßig* erleben [s.S. 110, 246].

Bereits die kulturalisierten Gegenstandsbedeutungen verführen Individuen zu Wahrnehmungsprägungen und Wirkungseinschätzungen von Bildern, wie diese universal keinesfalls vorzufinden sind. Von daher ist anzunehmen, daß auch die wesentlich stärkeren Faktoren des sozialen Lebens, also die Kommunikationsfunktion der Zeichen im allgemeinen und der Sprache im besonderen, Kräfte ausüben, die die wahrnehmungsmäßige Differenzierungsweise antizipatorisch vorsteuern können. Wie diese These zu begründen ist, möchte ich zunächst für die verbalen Zeichen zeigen, da diese willkürliche Aufmerksamkeit lenken und somit die Bildumwelten mit Relevanzparametern überziehen. Die folgenden vier Absätze sprechen deshalb die Bildwahrnehmung an, woraufhin die Darstellungsseite folgen wird.

Schon Whorf bot die Hypothese an:

"Die Begriffe der "Zeit" und der "Materie" werden nicht allen Menschen durch die Erfahrung in gleicher Weise gegeben. Sie sind ihrer Form nach vielmehr abhängig von der Sprache oder den Sprachen, in deren Gebrauch sie entwickelt wurden." [Whorf 1963/100]

Mit dieser Annahme deutet er auf diverse Fälle hin, in denen soziokulturelle Gebrauchsweisen der Sprache (*fashions of speaking*) die Erfahrung beeinflussen. Diese symbolischen Gebrauchsweisen leiten die Koordination von Koordinationen (Handlungen, Wahr-



nehmungshandlungen) an. Daher strukturieren sie die Ordnung, die vorsteuert, was die Analyse der Erfahrung erbringen wird. Whorf [vgl. 1973/152ff.] geht sogar noch weiter, denn seiner Untersuchung nach wird manchmal die sprachliche Realitätskonstruktion mit handfesten Fakten verwechselt. Dies gilt ebenfalls manchmal für ikonische Realitätskonstruktionen.

Da Bilder eine faktische Wirklichkeit innehaben, interessiert, wie Benennungen die Bildwahrnehmungen koordinieren. Die wahrnehmungspsychologischen Untersuchungen von Ulmann [vgl. 1975] und Jörg [vgl. 1978] kamen hier, trotz unterschiedlicher Theoriestandpunkte, zu übereinstimmenden Ergebnissen bei konkret sinnlicher Wahrnehmung. Beide relativieren die Whorfsche Auffassung. Sie billigen der Sprache eine Fähigkeit zu, die kraft allgemeiner Kategorisierungsebenen über distinktive Eigenschaften hinwegtäuscht. Demgegenüber sehen sie aber auch ein sprachunabhängiges Differenzierungsvermögen von Individuen realisiert. Gemäß jener beiden Untersuchungen steuern verbale Bezeichnungen grobe Kategorisierungsebenen, die insbesondere bei *benannten* Bildern und Bildteilen zu verminderten Unterscheidungsleistungen führen, da visuelle Ereignisse irrtümlicherweise äquivalenten Begriffskategorien zugeordnet werden. Sprache subsumiert demnach anwesende Bildumwelten unter kulturellen Einheiten (Signifikaten), die die Häufigkeit von fälschlicher Identifikation erhöht. Andererseits verdeutlicht Jörg [vgl. 1978/117ff.], daß die Wiedererkennungslleistung bei *unbenannten* und benannten Wahrnehmungen gleich ausfällt, wenn die Quote der korrekten Identifizierungen herangezogen wird. Diese Ergebnisse verdeutlichen zwei Meinungen: 1) Sprache übernimmt die Funktion eines soziokulturellen Interpretationsgitters, welches Wirkungseigenschaften von anwesenden Umwelten deutlich rücksichtsloser generalisiert, als es erfahrene Gegenstandsbedeutungen vermögen bzw. zulassen. 2) Mittels Sprache wird keineswegs mehr wiedererkannt als ohne Benennung oder vorsprachliche Wahrnehmungsweisen von Bildern.

Demnach sind sprachliche Benennungen nicht notwendig, um etwas im Bild wiederzuerkennen. Vielmehr bringt das ikonische Wissen auch Unbenanntes zur *wiedererkennbaren* Anwesenheit. Soll indessen von dieser vermittelten Anwesenheit ikonischer Bilder abstrahiert werden, dann müssen Generalisierungen aktualisiert werden, die die anwesende Bildumwelt in sozialkommunikative Codierungen indexikalischer und symbolischer Darstellung transformieren. Geschieht dies nicht, dann verbleibt ikonisches Wissen im Schweigen des Betrachters. Denn es muß für Menschen davon ausgegangen werden, daß *alle* Zeichen eine Klasse von subsumierenden Abstraktionen einer anwesen-

den Umwelt vortragen. Zweifellos enthebt eine Person, die durch Wiedererkennen die ikonischen Bildformen in Gebrauch nimmt, diese für sich selbst der anwesenden Umwelt; die Person sieht der Bildform kulturell indizierte Bildlichkeit an. Was die Person aber in *erster Ordnung* einer anwesenden Bildumwelt vorkommunikativ gesehen hat, das kann sie nur über die *zweite Ordnung* der kulturellen Signifikationscodes mitteilen. Will sie nämlich die Aufmerksamkeit der anderen auf die ikonische Anwesenheit lenken und gleichzeitig auf weitere nachahmende bzw. bildliche Darstellungen verzichten, dann kann sie dies nur, wenn sie eine kommunikative Codierung wählt, die indexikalische (meist non-verbale) oder symbolische (meist verbale) Bezeichnungsfunktionen beinhaltet. Und man enthüllt derzeit kaum Geheimnisse mit der Meadschen [vgl. 1988] Feststellung, daß jene Person auch jene beiden Bezeichnungsfunktionen weitestgehend von ihrer Kultur erlernt hat, weshalb der Index und das Symbol die individuelle Aufmerksamkeit den anderen verwandt auf kulturell relevante Merkmale lenkt. Kurzum: man kann zwar vieles in ikonischen Sinnkontexten visuell wiedererkennen, jedoch wird das Wiedererkannte in einen interpretierten Bedeutungsrahmen eingeflochten, der seine *willkürliche* Aufmerksamkeit verbalen Begriffen und indexikalischen (non-verbalen) Referenzvorstellungen der jeweiligen Kultur verdankt, sobald eine sozial-kommunikative Relevanz angestrebt, mitgeteilt und interpretiert werden soll.

Zweifellos erlangt ikonisch Wiedererkanntes auch *individuell motivierte Bedeutungen*, die das zum Ausdruck bringen, worin sich ein Individuum selbst ästhetisch/emotional im Bild "wiederfindet". Aber, und dies ist eine kommunikative Sperrung, das Individuum kann seine "Selbstfindung" und Affinität erst dann vermitteln, wenn diese für jemand anderen einen indexikalischen oder symbolischen Verweis auf die ikonische Bezeichnungsfunktion<sup>101</sup> enthält. Das Individuum könnte lachen, erschrecken, berührt sein, darauf zeigen oder sprechen. Dies begründet, daß singular wiedererkannte Ikons im Bild für niemand anderen, und auch für jenes Individuum keinesfalls selbst *etwas anderes* bezeichnen würden, sobald indexikalische (Verhaltens-/Reaktion-/Handlungsweisen) oder symbolische Äußerungen unlokalisierbar wären, wenn also das Gesehene interaktiv und kommunikativ bedeutungslos bliebe. Bei individueller Interpretation und zwischenmenschlicher Kommunikation entfällt demnach die Bezeichnungsfunktion der ikonischen Ähnlichkeit, falls deren Index unbemerkt bleibt oder in Vergessenheit gerät. Dieser Verlust der Kommunikation zeichnet sich ebenfalls dort ab, wo die permanente Indizierung der Bildfunktion als visuelle Kommunikation kaum noch Interpretationen bewirkt. Deshalb betrachten wir in zeitweiser Vergessenheit der eigentlichen Funktionsindizierung meist

<sup>101</sup> [s.S. 41 u. genauer S. 336 "kommunikative Funktion von mimetischer Ähnlichkeit"]

anwesende Bildumwelten, zu denen wir sagen, wir sehen ein Auto, einen Baum, ein Tier usw., obwohl wir ein Bild von einem Auto, einem Baum und einem Tier sehen. Oder wir reagieren auf (manchmal minimale) Differenzen des Veranschaulichten, indem wir z.B. in Gesichtern eine Glücklichkeit, Trauer oder Melancholie wahrzunehmen meinen. In solchen Fällen verliert die ikonische Ähnlichkeit ihre Bezeichnungsfunktion, da wir mit Worten und Reaktionen unsere Aufmerksamkeit darauf lenken, »was« wir in Bildern sehen und nicht darauf, »wie« Bilder kulturell per "optischer Nachahmung" an ohnehin selten überprüfbareren Fakten etwas veranschaulichen. Solange nämlich ein Ikon jemandem so erscheint, als ob es Eigenschaften von Gegenständen oder vorgetäuschten Umwelten hätte, solange erzeugen Bilder optisch anwesende Umwelten, in und an denen erst indexikalische oder symbolische Bezeichnungen auffallen müssen, wenn über die visuell kommunikative Information hinaus eine interaktionistische Kommunikation zweiter Ordnung erfolgen soll.

Diese Interpretation einer optischen Information als kommunikative Nachricht verdeutlicht, wie indexikalische und überwiegend verbal-symbolische Bezeichnungsfunktionen antizipatorisch auf kulturvermittelte Ähnlichkeiten hinlenken, wenn deren Anwesenheit etwas kommunizieren soll. Der Möglichkeit nach können Bildbetrachter zwar Zahlloses wiedererkennen, größtenteils richten sie aber ihre Aufmerksamkeit (wie an Augenbewegungen ermittelt) auf die Merkmale, die für sie indexikalische oder symbolische Bezeichnungsfunktionen beinhalten, da allein diese beiden für sie interpersonale Geltung, Relevanz und Nachricht in *sozialen Kommunikationscodes* erhalten können. Die ikonische Nachricht »diese optischen Informationen seien irgendeinem Gegenstand bezeichnend ähnlich« dirigieren deshalb die kulturellen Signifikationscodes, die in sozialen Kontexten vorwiegend *interpretierbare* Bedeutungsunterschiede (Nachrichten) einer Mitteilung zulassen, wie die Interpretation von indexikalischen Merkmalen, künstlerischen Gesten, Mimiken, angezeigten Stimmungen, verbalisierbaren Symbolen, Verhaltensweisen, Handlungsweisen usw. beweist. Hieraus folgt Dreifaches:

- 1) Zur generalisierten Abstraktion von anwesenden Umwelten nötigt die indexikalische bzw. symbolische Kommunikation, die Aufmerksamkeit auf Merkmale ikonischer Sinnkodierung lenkt und manchmal über diese hinweglenkt. Es wird in anwesenden Bildumwelten oftmals dasjenige assimilatorisch wiedererkannt, worauf die kultur-bekannteren Anzeichen und Symbole die individuelle Wahrnehmungshandlung hin-führen.

- 2) Verbale und indexikalische Kommunikation instruiert einzelne Wahrnehmungshandlungen derart antizipatorisch, daß bezüglich anwesender Umwelten vorrangig die Nachrichten thematisiert werden, die die beiden Kommunikationsformen zulassen und epochengemäß problematisieren.
- 3) Das Übrige verliert in dem Verständigungsrahmen vermittelbarer Interpretation<sup>102</sup> seinen Ausdruck, obwohl es in der anwesenden Umwelt von ikonischem Wissen zeitweilig ästhetisch erfahren wird. Die strukturelle Kopplung an Darstellungscodes läßt uns zwar vieles sehen, aber wir können Interpretanten allein soweit interaktiv vorweisen, wie wir etwas im Bild als etwas Vermitteltes aus der eigenen Interpretationsfähigkeit des Kennens sowie Wissens erfassen und darstellen können.

In Übertragung gilt die zweite Folgerung ebenfalls für ikonische Signifikationscodes. In diesen wird dasjenige *gebildet*, was in vielen Fällen eine projizierte Relevanz für Individuen und Gesellschaften besitzt, bzw. was der kulturelle Darstellungscodes an Konzeptualisierungen zuläßt. Auf den Seiten 107 u. 213 wurde überdies darauf hingewiesen, daß Wahrnehmungshandlungen bezüglich einer Wirklichkeit auch von ikonischen Sinncodierungen (z.B. biologische Darstellungen) instruktiv verändert werden, sobald deren Kartographien als (indexikalische) Handlungsanweisung für visuell-empirisch überprüfbare Wirklichkeiten *verstanden* werden. Dieser mitgeteilte Überprüfbarkeitsaspekt beinhaltet jedoch nur ein kommunikatives Prinzip neben vielen anderen, die die Darstellungsmodalitäten und Handlungsorientierungen bezüglich ikonischer Sinncodierungen beeinflussen. Sobald die indexikalische und verbalsymbolische Einflußnahme auf bildliche Darstellungshandlungen zu klären ist, treten etliche Erklärungsschwierigkeiten auf.

Die Differenz zwischen Bildrezeption und Bildproduktion läßt eine erste Hürde entstehen, die sich in der aufgezeigten Unvereinbarkeit der visuellen Wahrnehmung mit der *figurativer Erkenntnis* wiederfindet [s.S. 95]. Das Piagetsche Verständnis von »figurativer Erkenntnis« bietet es an, diese in den Begriff des ikonischen Wissens zu überführen, da sich Darstellungskonzepte in kulturelle Wissenscodierungen und nicht in die wahrnehmbare Natur einpassen. Demgegenüber widersetzt sich dieser Anpassung an ikonische Wissensnormen ein grundlegender Aspekt, den Piaget vorbringt. Er entdeckt in Bildgestaltungen einen *individuell motivierten* Bedeutungsursprung, der in sozialen

<sup>102</sup> Beispielsweise verstehen heutige Betrachter von Bildern des 15. Jahrhunderts die Botschaft der Farbe Ultramarinblau vermutlich selten im gemeinten Sinne. Denn diese Farbe sollte den Reichtum des Auftraggebers symbolisieren und seine besondere Wertschätzung einzelner Figuren indizieren [vgl. Baxandall 1987/20].

Begriffskontexten<sup>103</sup> partiell inkommunikabel ist [s.S. 80]. Deshalb kann die Diskrepanz, die zwischen den individuell motivierten Bedeutungsursprüngen und dem Erlernen kultureller Wissenscodierungen liegt, nur dadurch adäquat beschrieben werden, daß Individuen einerseits kulturelle Konzeptualisierungen bildlicher Darstellungscodes erlernen, während sie andererseits potentielle Wahlfreiheit darüber erlangen, wie sie individuell motivierte Bedeutungen in den subjektiven Sujets der ikonischen Objektbezüge variieren. Mit ikonischen Beschreibungen realisieren Bildner zwar meist monosemantische Sichtbarkeit, diese kommt jedoch unter subjektiven Gesichtspunkten ohne interpersonale Begrifflichkeit oder Bedeutung aus. Denn die kulturell tradierte Sichtbarkeit der bildlichen Darstellungscodes läßt jede Bedeutung offen. Sie erhält erst dann mehr als individuell motivierte Bedeutung, wenn sie interpersonale Bedeutungen erlangt, die in manchen Interpretationen der indexikalischen und symbolischen Objektbezüge konventionalisiert sind. Demnach löst sich der Bildner im Moment individuell motivierter Bedeutungsursprünge von der kulturellen Schatzkammer verbaler Konzeptualisierungen. Mit seinen Bildern sickern in die Kultur quasi anonyme Thematisierungen ein, deren produktive Imaginationen insofern anwesende Bildumwelten vorführen, wie diese auf verallgemeinerte Bedeutungen warten. Lediglich der kulturelle Darstellungscodes, welcher kollektiven Dispositionen folgt, gibt Bildern einen demonstrativen Aufwärts- und Kreiseldrall mit, der zur sozialen Bedeutungsinterpretation anregt; man könnte dies den kommunikativen Topspin nennen, der Bilder (*Trompe-l'œils*) über anwesende Umwelt hinaushebt. Die kreativen Potentialitäten von unzentrierten Vielheiten, die die ikonischen Objektbezüge ermöglichen, reichern somit die Kultur um mehr oder minder symbolisch zu thematisierende Innovationen an.

Man bemerkt sofort, in Kunstbildern dominieren individuell motivierte Bedeutungen, die auf der Betrachterseite lediglich auf eine ästhetische Bedeutungshaftigkeit oder einen *emotionsmotivierten Sinnkonsens* hoffen können. Wenn nämlich "Signifikationsmodi ... bloße Abstraktionen von Gebrauchskriterien [sind]" [Zimmermann 1980/40], die sich im fortwährenden Gebrauch stabilisiert haben, dann wird deutlich, daß sprachliche Generalisierungen, beispielsweise an modernen Formen der "konkreten Malerei"<sup>104</sup>,

<sup>103</sup> Ich übersetze hier die Terminologie von Piaget [vgl. 1983/56], da er nur Zeichen als sozial auffaßt, während er Symbolen und Symbolisierungen einen individuellen Ursprung zuschreibt, der im operationellen Denken und in Bildern etwas nicht Gegenwärtiges repräsentiert.

<sup>104</sup> "Dem Begriff entzogen, die Anschauung erfüllend, fordern diese Bilder das Anschauen, sonst nichts. Und gerade deshalb fordern sie, in ihrer Unbegrifflichkeit dennoch begriffen zu werden. Als »konkrete Malerei ..., weil nichts konkreter ist, nichts realer als eine Linie, als eine Farbe, als eine Fläche«, bezeichnete Theo van Doesburg die sonst abstrakt genannte Kunst in seinem Manifest von 1930." [Bockemühl 1985/13 (Auslassungspunkte sind zitiert); vgl. Pawek 1963/66]

scheitern, insofern symbolische Geltungs- und Gebrauchskriterien erst noch zu entwickeln sind. Will man demgegenüber gesellschaftliche Einflüsse auf ikonische Darstellungshandlungen lokalisieren, so können sie lediglich in der Syntaktik der Formen sowie in der Semantik der Objektbezüge und interpretierten Bedeutungen maßgeblich sein, in denen Traditionen oder zumindest schwache Konventionen anzutreffen sind. Denn das Inkommunikable entsagt sich zwangsläufig demjenigen Eingriffsspektrum, dem über interpersonale Normierungen eine regelhafte Verfestigung zukommen kann. Die möglichen Eingriffsspektren einer soziokulturellen Beeinflussung errichten ausschließlich Reglements, die auch kollektiv gebildet werden. Fest umrissen heißt dies, daß das in Bildern subjektiv Dargestellte dort von Kultur und Gesellschaft beeinflußt wird, wo sich Darstellungsregeln (Stilideale), indexikalische und symbolische Objektbezüge zu interpersonal thematisierbarer Bedeutung etabliert haben. Ändern sich diese interpersonalen Relevanzparameter, weil beispielsweise einzelne Werte bzw. Geschmacksrichtungen reformiert wurden oder neuartige Sachverhalte zu problematisieren sind, folgen die ikonischen Objektbezüge meist diesen Veränderungen, soweit diese sich im interpersonalen Anspruch in allgemeiner Weise formulieren. Der sozial anforderungslose Überhang, dem durch den Darstellungscode zur ikonisch anwesenden Umwelt verholfen wird, bleibt der subjektiven Differenzierung des Bildners überlassen.

Aufgrund dieses anforderungslosen Überhangs verfügt die Darstellung von ikonischen Wissenskonzepten immer über eine "»private« Komponente" [vgl. Schütz u. Luckmann 1979/147], die kulturelle Konventionen nur schwach exemplifiziert. Es wäre jedoch unrichtig, wenn das interpersonal Begründete mit Kultur und das Unbegründete (im Privaten) mit Natur assoziiert werden würde, da es schlechterdings nicht angeht, "... beim Menschen eine erste Schicht von 'natürlich' genannten Verhaltensweisen und eine zweite, erst hergestellte und darübergelegte Schicht der geistigen oder Kultur-Welt unterscheiden zu wollen" [Merleau-Ponty 1966/224]. Die privat begründete Komponente beinhaltet deshalb nur eine subjektiv allgemeine Approximationshoffnung, die sich nach *kultureller Möglichkeit* in einen ästhetisch [s.S. 46] offenen Wohlgefallenskonsens integriert, welcher selbst bei Fachleuten - so Bourdieu [vgl. 1982/98] - in den ästhetischen Taxonomien meist *unausgesprochen* mitläuft.

Wenn nach stabilen Konventionen gefragt wird, die bildliche Darstellungshandlungen beeinflussen, dann lassen sie sich darauf einengen, daß sie ausnahmslos in den symbolisch oder indexikalisch konzeptionierten Werthaltungen und Problematisierungen vorkommen, die im Bezugsrahmen der Kommunikation interpersonal als Regel, Konvention und

kultureller Stil etabliert wurden. So soll beispielsweise die Modedesignerin Jil Sander, trotz ihres mittleren Alters, dem verbal vermittelten Wert von ewiger Jugend genügen. Nach entsprechender Kosmetik verwirklicht der Fotograf dies am unauffälligsten, wenn er mit kultureller Beleuchtungstechnik ein Frontallicht erzeugt, welches indexikalische Altersfältchen verschwinden läßt. Hier lenken symbolvermittelte Wertschätzungen einen Teil der konventionalisierten Darstellungsparameter.

Das bekannteste Beispiel der soziokulturellen Einflußnahme auf regelgeleitete Darstellungsstile von Bildern bietet hier nochmals die Zentralperspektive. Sie scheint in historischen Rekonstruktionen eine Reaktion darauf zu sein, daß interpersonal überprüfbare Problemlösungskapazitäten gesucht wurden, wie über die Dreidimensionalität des Raumes mathematisch exakt benachrichtigt werden kann. Inspiriert wurde sie vermutlich von Intervallen und Proportionen, die für die Meßtechnik im 15. Jahrhundert entwickelt wurden, um den Handelsverkehr zu objektivieren [vgl. Baxandall 1987/105 u. Goldstein 1988/82/147]. Ein Kennzeichen haben die Perspektive und die Meßtechnik jedenfalls gemeinsam: beide leiten ihren Objektivierungsanspruch aus einem mathematisch verfaßten Darstellungsstil ab. Dieser mathematische Darstellungsstil ermöglicht die starke Kontrolle darüber, ob der einzelne und seine Naturbetrachtung sich in die monokulare Perspektive der homogenen Kollektivsicht *nachmeßbar* einpassen. Weichen Bildner hingegen von der Perspektive ab, so verlieren sie zumindest heutzutage die symbolischen Geltungsansprüche, die das bildlich Dargestellte als ikonisches Wissen über eine faktische "Welt" behaupten. Deshalb verwirklicht seit geraumer Zeit insbesondere die Perspektive die visuell kommunikative Vergesellschaftung. Sie konnte es nämlich mit ihren monosemantischen Visionen erreichen, daß private Wissenskomponenten weitgehend durch kollektive Kontrolle entsubjektiviert und diszipliniert wurden. Hiermit sollte deutlich geworden sein, daß die Kollektivierung der kulturellen Darstellungsmodalitäten dort erfolgt, wo ein Konsens über einzuhaltende Konventionen kommunikativ generalisierbar ist. Denn selbst die Perspektive läßt durchaus offen, welche ikonischen Objektbezüge subjektives Interesse und individuell motivierte (rhematische) Bedeutung finden.

## 2.10. Wie kommt Gedächtnis und Unbewußtes in Bildkulturen vor?

Die begriffliche Analyse derjenigen Fähigkeit, die wir als Gedächtnis beobachten, verursacht fortwährend theoretische Verwicklungen [hierzu Porath 1995]. Unverfänglich und auf Bilder gemünzt, läßt sich für diese ein kultureller Gedächtnisbegriff darauf eingrenzen, daß man mittels Bildern etliche Informationen und ikonische Nachrichten veranschaulicht, die ohne die mediale Existenz der Bilder nie dergestalt in Zeiträumen überlieferbar wären. Von dieser Bestimmung ausgehend, mag zunächst für manchen dort eine unauflösliche Zwickmühle vorliegen, wo Gedächtnis und Unbewußtes unter dem Dach des bisher verwendeten Kulturbegriffs zueinanderfinden. Die folgenden zwei Gedankengänge fallen deshalb zwar mit der Tür ins Haus, aber sie lassen zumindest die Eingangspforten erkennen, zu welchem Raum sie Zutritt gewähren. Das erste Tor stößt Freud mit seiner Bemerkung über psychische Systeme auf. Er konstatiert, daß das pure Wahrnehmungssystem "... keine Fähigkeit hat, Veränderungen zu bewahren, also kein Gedächtnis ... [besitzt]. Umgekehrt sind unsere Erinnerungen, die am tiefsten uns eingprägten nicht ausgenommen, an sich unbewußt. Sie können bewußt gemacht werden; es ist aber kein Zweifel, daß sie im unbewußten Zustand alle ihre Wirkung entfalten" [Freud 1991/530; 1961/545]. Und diese *ausgeprägte Wirkung*, auf die es Freud auch im sogenannten Wunderblock<sup>105</sup> ankommt, entfaltet das Gedächtnis, indem es einzelne Wahrnehmungen eher als andere unbewußt fixiert. Vergleichbares erläuterte die visuelle Assimilation, deren Schemata einen bildbezogenen Erkennungscode für Individuen ermöglichen [s.S. 159].

Soweit zur Auffassung Freuds, die die Verbindung zwischen unbewußten Gedächtnisstrukturen und Wahrnehmung in bezug auf *psychische Systeme* anspricht. Das andere Tor, welches einen Eingang zur Kultur als kollektives Gedächtnis<sup>106</sup> bietet, öffnen Lotman u. Uspenskij für *soziale Systeme* weit. Ihres Erachtens kann Kultur "im weitesten Sinne des Wortes ... als das [biologisch] nicht vererbare Gedächtnis eines Kollektivs verstanden werden, das in einem bestimmten System von Vorschriften und Verboten seinen Ausdruck

<sup>105</sup> Mit "Wunderblock" wird bei Freud [vgl. 1994/363ff.] die Maltafel für Kinder benannt, die Zeichnungen mit farblosen Stift erlaubt, indem ein farbiges Wachspapier von dem Stift an eine obere Zelluloidplatte gedrückt wird, um den Strich sichtbar werden zu lassen. Das wichtige ist, daß das Wachspapier alle (Mal-)Spuren behält, während auf der Zelluloidplatte stets Zeichnungen gelöscht und neue angefertigt werden können.

<sup>106</sup> Diese psychologisch organoide Ausdrucksweise behalte ich mangels einer passenderen bei, obwohl Gesellschaften oder soziale Systeme allein in interaktionsfähigen Äußerungen, also außerhalb von Individuen über die Kultur als Gedächtnis im Sinne eines Organs ("Werkzeuges") verfügen.



findet" [Übers. d. A.<sup>107</sup>]. Diese Konzeption der »Kultur als Gedächtnis« soll sowohl als historische Schatzkammer von Artefakten (Texten/Bildern) aufzufassen sein als auch einen generierenden Mechanismus beinhalten, der die gegenwartsbezogene Realisierung von Codes durch die kulturelle Vergangenheit (*Sedimentierung*) beeinflusst. Mit diesem generierenden Mechanismus stehen Lotman u. Uspenskij [vgl. 1984/28; Lotman 1990/18, 272] der Kulturkonzeption von Max Weber [s.S. 256] nahe, da sie kulturelle Sinnstiftungen als axiologische Geltungen (Wertparameter) beschreiben, die für gegenwärtiges und zukünftiges Handeln bereitstehen. Daher widersprechen sie teilweise der Speicheranalogie, die Kultur als gedächtnishafte Einlagerung darstellt. Für sie ist vielmehr eine Konstruktivität maßgeblich, da sie beobachten, daß die jeweiligen, kulturellen Gegenwartskonstruktionen das Erinnerungsvermögen verändern. Die Kultur hat demzufolge zahllose Aufgaben, sogar so viele, daß bei Lotman ein Begriff der Gesellschaft weitgehend fehlt. Trotzdem meint er nicht ganz unberechtigt, daß die Kultur insoweit für Gesellschaften eine Gedächtnisfunktion übernimmt, wie Kultur dafür sorgt, daß Individuen im Erinnerungsvermögen eines gemeinsamen Zeichenvorrats überhaupt kommunizieren können. Doch es bleibt die Frage: Wie können Bilder eine Funktion für das kulturelle Gedächtnis von Gesellschaften übernehmen? Dafür muß dargelegt werden, wie ein kulturelles Bildgedächtnis verfügbar sein kann und wie dessen Übertragungsfähigkeiten ihren Zweck für Gesellschaft erfüllen. Die angestrebten Klärungen werden deshalb zuerst Interdependenzen zwischen Gedächtnis und Kultur ansprechen und später ein kulturell Unbewußtes analysieren.

Warum sollte man glauben, daß ein Bildatlas von ca. 1140 meist fotografisch reproduzierten Bildmotiven, die zu 63 nummerierten Tafeln zusammengestellt wurden, die Funktion eines abgeschlossenen Bildgedächtnisses der Kultur erfüllt, zumal Atlanten (Kartographien) ständigen Revisionen unterzogen werden? Solch einen Versuch ins Riesenhafte unternahm Aby Warburg mit seinem "Mnemosyne-Atlas". Warburgs pragmatischer Beobachtungsstand ist zwar unwiederbringlich verloren und seit dem 2. Weltkrieg gilt auch das originale Bildtafelwerk als verschwunden, aber dessen Sagengestalt macht weiterhin als Beispiel eines kulturellen Gedächtnisses nachhaltigen Eindruck [vgl. Rappl 1993]. Denn mit dem Atlas wollte Warburg nach Meinung Gombrichs darauf hinweisen, daß "... das Bild ... im Kollektivgedächtnis dieselbe Rolle [spielt] wie das »Engramm« im Zentralnervensystem des Individuums. Es [sollte] ... eine Energieladung [darstellen], die durch Berührung wirksam wird" [Gombrich 1992/381]. Wie speist aber ein umfangreicher Bildspeicher die Erinnerung für Kollektive?

<sup>107</sup> "In the widest sence of the word culture may be understood as non-hereditary collectiv memory expressed in a definite system of prescriptions and prohibitions" [Lotman u. Uspenskij 1984/3]

Wären beispielsweise die Archive von Fernsehsendern und Museen eine unaufhörliche Erinnerungsmaschine? Zweifellos nicht, denn die Entleerung jener Bildspeicher würde eine "Hoch-"Energieladung freisetzen, deren aufgestaute Erinnerungsgewalt jede Kommunikation zwischen zur Zeit lebenden Individuen blockiert. Wie sollten sich aber Individuen einer Kollektivität nähern, wenn sie nicht miteinander kommunizieren, also nicht kollektiv erinnern? Umgekehrt hätten die gedächtnishaften Stauräume, in die insbesondere unsere Kultur archiviert wird, ihren Zweck verfehlt, wenn sämtliche visuell kommunikativen Produkte ungesehen in ihnen gesammelt werden würden. Denn Mitglieder einer Gesellschaft, die ihre Bilder eigens für jene Gedächtnisdepots produzieren, kommunizieren nicht, sondern sie pflegen meist (beispielsweise im Tal der Könige im alten Ägypten) einen Totenkult mit einer kommunikativ einseitigen Beziehung zum Jenseits oder zur Nachwelt, wodurch sie Gefahr laufen, daß die Erinnerung an ihren Gedächtnisnachlaß verlorengeht. Dies ist übrigens eine Unsicherheit und zugleich Entsorgungsweise von Lesmosyne (gr. Lethe "(Fluß der) Vergessenheit"), der auch unsere Kunstbilder infolge mnemotechnischer Musealisierung und betont marktstrategischer Lagerung in Spekulationsdeponien (z.B. die Bilder von van Gogh in japanischen Banktresoren) ausgesetzt sind. Für diese Gedächtnisdeponien bleibt deshalb die monetär codierte Erinnerung eine letzte Hoffnung, die sich in ferner Zeit über die Höhe des Preises und weniger über den kommunikativen Inhalt erfüllt.

Die verstreuten Arbeiten von Warburg erschweren detaillierte Explikationen, doch führt die Idee eines kulturellen Engramms in eine semiotische Richtung. Diese zeichnet sich ab, sobald Engramm weniger als Erinnerungsbild oder kartographisches Memory, sondern als segmentierte Spur eine kulturelle Gedächtnisfunktion übernimmt. Wenn Zeichen das sozial Zeitliche mittels materiell organisierten Kulturformen überdauern, bleibt von ihnen zwar lediglich die segmentierte Spur, dennoch sichert diese als regelhafter oder kultureller Stil fragmentarisch die kollektive Erinnerungsfähigkeit. Dies meint nicht, daß Bedeutungen und Bezeichnungen identisch erinnert werden, sondern erst einmal, daß kultureller Sinn am unkompliziertesten demonstrativ wird, sobald er durch eine widernatürliche Regel (Legi-zeichen) indexikalische Aufmerksamkeit provoziert. Beispielsweise würde eine Reliefplatte der Mayakultur [s.S. 259] uns nicht als kulturelle Formulierung vorkommen, wenn sie uns im kulturellen Darstellungscode ohne Sinn der repräsentierenden Form erscheint, weil sie stark von Natureinflüssen gezeichnet oder in *absolut allen* Merkmalen einmalig ist. Ihre Gedächtnisfunktion wäre für uns nicht zu entziffern, also vergessen. Fällt uns indessen an der Reliefplatte etwas Kulturindizierendes auf, und entschlüsseln wir ihren kulturellen Darstellungscode, indem wir in der fixierten Sinnstruktur etwas als etwas

sehen, so eröffnet sich der ikonische Objektbezug infolge rhematischer Interpretation. Es wurde darauf hingewiesen [s.S. 270], daß bei kulturverwandten Bildern vorwiegend die Bedeutungsinterpretationen schwanken. Aber bei den kulturfremden Reliefplatten der Mayas kommen uns sogar diverse ikonische Bezeichnungsfunktionen trotz des kulturellen Darstellungscodes zweifelhaft vor. So mutmaßen manche, z.B. Erich von Däniken [1973/90ff.], in einzelnen Zeichenfragmenten eine Ähnlichkeitsbeziehung zu raumfahrenden Wesen unbekannter Welten, wohingegen andere Zahlenschreibungen in den ikonisch-symbolischen Kopfglyphen erkennen. Aber die kulturelle Amnesie, die die monosemantischen Ikons verschwinden ließ, zerstörte nicht alle Sinnfragmente der Mayakultur. Einige der kulturellen Gedächtnisfunktionen sind weiterhin intakt, da im Unterschied zu sozialen Bedeutungen etliche ikonische Bezeichnungsfunktionen aus dem kulturellen Darstellungssinn ersichtlich sind. Der kulturelle Signifikationscode der jahrhundertealten Reliefe tritt somit im Ikon deutlich (re-)konstruierbarer auf als soziale Bedeutungen und symbolische Objektbezüge der Kultur.

Zum kulturellen Bildgedächtnis, dem materielle Überdauerungsfähigkeit nur rudimentär (z.B. in Reliefplatten) gegeben ist, gehört es banalerweise, daß seine Erinnerungsmöglichkeiten zumindest restaurierbar sind. Was allerdings verschwindet, sind seine angestammten Beobachter, seine zeicheninterpretierenden Gesellschaften. Luhmann hat auf den Faktor hingewiesen, "... daß es das, was als Gedächtnis bezeichnet wird, *nur für einen Beobachter gibt*" [Luhmann 1987/103 Fußn.]. Welche Beobachter gibt es aber, und was wird von ihnen im Gedächtnis beobachtet? Vordergründig ist die Unterscheidung folgende: der Beobachter erster Ordnung nimmt eine anwesende Umwelt visuell wahr, während der der zweiten Ordnung sich gegenüber Zeichen kommunikativ verhält [s.S. 118]. Von daher ist geklärt, daß, soweit Wissen *kollektiv* gewußt werden soll, es eigens in den Kanälen der aktualisierten Kommunikation fließen muß. Diese Disponibilität erlangt ikonisches Wissen gleichfalls erst über visuelle Kommunikation: ikonisches Wissen muß als Zeichen durchblickt werden, wenn es aus dem Bildgedächtnis reaktiviert werden soll. Somit hängt die Gedächtnisfunktion eines Trägermediums davon ab, wie und als was dessen Anwesenheit im "Auge" des Beobachters als Information wahrgenommen bzw. als Nachricht kommunikativ verstanden wird. Ich komme nach der Klärung des Gedächtniscodes darauf zurück, daß auch ikonisches Wissen in keinem dauerhaften Speichergedächtnis aufbewahrt werden kann, sondern in der veränderlichen Pragmatik des gesellschaftlichen Beobachters jeweils neu konstruiert werden muß. Festzuhalten ist: Das Erinnern des ikonischen Wissens ereignet sich, wenn ein Bildgedächtnis in seinen kulturellen, also widernatürlichen Darstellungscodes derart Aufmerksamkeit erregt, daß es

in der Beobachtung als eine Kommunikation verstanden wird, die ikonische Objektbezüge thematisiert.

Im Hintergrund der dublierten Beobachterordnungen entstünde jedoch ein Problem, falls folgende Formulierung Luhmanns zuträfe: "Das System selbst reproduziert sich nur in der Gegenwart und braucht kein Gedächtnis" [Luhmann 1987/103 Fußn.]. Im Sinne eines Wissens- oder Nachrichtenspeichers ist die Behauptung berechtigt. Wir benötigen tatsächlich keine Bildarchive, um beispielsweise die Signifikationscodes der Fernsehbilder weiterhin zu verwenden. Und ebensowenig übernehmen Bildarchive dort eine Gedächtnisfunktion, wo ihr ikonisches Wissen nicht in visuelle Kommunikation umgesetzt werden kann, wo genannte Mayahieroglyphen den Einblick in die ikonische Bezeichnungsfunktion verwehren. Das Problem entsteht vielmehr dann, wenn die Gedächtnisfunktion von materiellen Notierverfahren (wie sie z.B. in Bildarchiven, Museen, Kultstätten bewahrt werden) gegenüber der von kulturellen Codes ohne Unterscheidung bleibt. Ohne erstere Mnemotechnik des Archivs wären soziale Beziehungen zwar fortdauernd möglich, aber ohne zweite des Codes wäre visuelle und auch jede andere Form der Kommunikation zumindest der restlosen Verwirrung ausgeliefert, wenn nicht sogar vollständig undurchführbar. Der kulturelle Signifikationscode selbst macht deshalb die kommunikative Anschlußfähigkeit als eine synchronische Gedächtnisfunktion verlässlich. Denn verlieren sich kommunikativ gemeinte Handlungen in diskontinuierlichen Formen, dann wird es den betreffenden Interpreten selten gelingen, daß sie kommunikativ gemeinte Formen von zufälligen Umweltereignissen zuverlässig unterscheiden können. Gerät die synchronische Gedächtnisfunktion der Kultur, der aktualisierte Signifikationscode, durcheinander, dann zieht die Übermittlung von Nachrichten zwischen Personen zumindest keine kalkulierbare Wahrscheinlichkeit der Verständigung nach sich. Kommunikation wäre dann ein zufälliges Ereignis. Kommunikation ohne kulturelles Gedächtnis würde sich deshalb mit einer unerwartbaren Kontingenz vollziehen, bei der die Mitteilung von (ikonischem) Wissen einem äußerst zufälligen Phänomen gleichkäme. Vergessen also Individuen die aktualisierte Struktur ihrer Kommunikation, dann erinnern sie nicht mehr, was für sie Kommunikation sein soll.

Abweichend zur obigen Formulierung, bemerkt Luhmann selbst undeutlich den Unterschied: "Mit Hilfe eines Gedächtnisses können Erstvorfälle das System binden" [Luhmann 1987/504], wodurch dieses auf weitere Ereignisse sensibilisiert reagiert [hierzu Piaget 1974/43; Gibson 1982/274]. Zumindest für diese evolutionäre Sensibilität des Kommunikationssystems ist ein synchronisches Gedächtnis nötig, das einige Signifikationscodes kultureller Verständigungsfunktionen stabilisiert. Mit diesen

Signifikationscodes ist gleichfalls ein Repertoire an deutbaren Erinnerungsmöglichkeiten vorgegeben. Um die veränderliche Funktionstüchtigkeit des Kommunikationssystems zeitweise zu stabilisieren, müssen allerdings auch dessen Betreiber in der Lage sein, das jeweilig Zeitgenössische als ihren kulturellen Signifikationscode zu erinnern oder zumindest in Margen wiederholter Gleichförmigkeit zu (re-)konstruieren. Sicherlich ist der kulturelle Code selbst wandlungs- und entwicklungsfähig, aber ohne eine gewisse Äquivalenzklasse, in der Wiederholungen assoziativ als Legizeichen erkannt werden, würde Bildkommunikation zur Aphasie neigen. Denn die Beobachter erster Ordnung sind auch bei visueller Kommunikation darauf angewiesen, erstens den kulturellen *Darstellungscode* als Anzeichen eines kommunikativen Appells zu konstruieren, und zweitens einen teilweise wiederkehrenden Sinn im Darstellungscode zu entziffern. Absolut ikonische Sinzeichen, die ja jede Regel vermissen lassen, verfehlen daher jede Kollektivität; sie werden allenfalls individuell gemerkt oder stellen vorerst Individualistisches dar. Deshalb wirkt sich erst ein kultureller Signifikationscode als Mnemotechnik aus, denn er behält die zeitgenössischen Thematisierungsformen bei, denen die Betreiber des jeweiligen Codes (Legizeichen) eine wiederkehrend sinnbildende Funktion anmerken. Somit trägt der Signifikationscode in den syntaktisch-semantischen Thematisierungsformen ein kulturelles Gedächtnis, welches einerseits in diachronischer Entwicklung auf die Gegenwart sowie die kommunikative Sensibilität und Differenzierung einwirkt, aber für welches andererseits in synchronischer Funktionserfüllung jene Diachronie auch vergessen sein kann.

In Einzelheiten wäre das soeben erwähnte Fazit zur Synchronie des Gedächtnisses zwar auch von Assmann u. Assmann [vgl. 1994/121ff.] mit dem Begriff des "Funktionsgedächtnisses" berührt worden, da eine Konkordanz in den Merkmalen (wie etwa konfigurierend, perspektivisch rahmenbildend, sinnhaft und lebensgeschichtlich bewohnt) besteht. Jedoch läßt man sich auf Komplikationen ein, wenn kulturelle Eigenschaften gleichzeitig fallengelassen werden. Denn unzweideutig erfüllt der kulturelle Signifikationscode (Stil) die Aufgabe, daß sowohl die synchronische Funktion des Kommunikationssystems erhalten bleibt, als auch die diachronischen Möglichkeiten einer Erinnerung von Sinn andauern. Weshalb es gleichfalls - bei aller stimmigen Konstruktion der gedeuteten Erinnerung - irreführend ist, wenn die diachronische Erinnerungsmöglichkeit von jenen beiden Theoretikern als ein residuales Speichergedächtnis beschrieben wird, dem *Sinn* und *Struktur* "abgehen" würde. Denn für die meisten Kulturspuren der "langen" Menschheitsgeschichte ist es unwahrscheinlich, daß wir den Sinn der Form auf kulturelle Gedächtnisstätten [z.B. der Kultur der Mayas oder der Ägypter] einseitig projizieren, oder die natürliche als kulturelle Wirklichkeit "radikal konstruktivistisch" *erfinden* würden. Die

Diachronie des kulturellen Gedächtnisses von Bildern erinnern wir in zwei Assoziationsketten: entweder wir nutzen *assimilatorische* Assoziationen, indem wir Zeichenklassen und ikonische Bezeichnungsklassen nach unseren synchronischen Signifikationscodes überformen, oder wir bilden *akkommodierende* Assoziationsketten, die kulturell vergessene und daher ungebräuchlich wirkende Klassen (Konventionen) [s.S. 189f.] sinnfindend als kulturellen Code konstituieren.

Insofern für Bilder die »Kultur als Gedächtnis« bezeichnet wird, ist folglich weder die Wissensspeicherung noch die Kommunikation gemeint, sondern der ikonische Signifikationscode. Dessen Reproduktion und kulturelle Konvergenz ermöglichen überhaupt erst visuelle Kommunikation und bringen diese in Gang. Diese stabilisierende Gedächtnisleistung erbringt Kultur, sooft diese dafür Sorge trägt, daß ikonisches Wissen in optischen Kommunikationscodes mobilisiert werden kann. Und selbst dann hält Kultur die mnemotechnische Reserve parat, wenn ihre ursprünglichen Beobachter verstorben sind, da gestalteter Sinn repräsentierender Form die Interpretation von Bedeutungen ermöglicht. Dies heißt selbstverständlich nicht, wie Assmann meint, daß das "kulturelle Gedächtnis ... den Wissensvorrat einer Gruppe [bewahrt]" [Assmann 1988c/13], sondern daß es lernenden Beobachtern einen kulturellen Rahmen von Möglichkeiten bietet, um ikonisches Wissen zu (re-)konstruieren. Die Erinnerungsfähigkeit, welche in der veränderlichen Reproduktion von kulturellen Darstellungscodes und der nachbildenden Konstruktion von optischen Nachrichten erzeugt bzw. verwertet wird, hat ihre vorrangige Aufgabe nicht in der »*Möglichkeit zur kommunikativen Wirklichkeit*«, die in der Kultur als diachronisches Gedächtnis »etwas« von versunkenen oder vergangenen Kulturformen erinnern läßt. Die Erinnerungsfähigkeit der aktualisierten Kommunikation liegt in der »*Notwendigkeit zur kommunikativen Wirklichkeit*«<sup>108</sup>, wie sie vitale Kulturen für synchronische Kommunikation und kommunikative Anschlußfähigkeit benötigen. Denn das, was ich Kultur als synchronisches Gedächtnis nennen möchte, tritt ebenfalls und sogar vorrangig als figurativer Imperativ auf, sobald es subjektive Mitteilungsinteressen (Sinzeichen) unter Androhung von Mißverständnissen in präskribierte Rahmendefinitionen (Legizeichen) der jeweiligen Epoche und Zeit drängt.

Den letzten Zusammenhang knüpfte Maurice Halbwachs, indem er ein soziales Gedächtnis dafür verantwortlich machte, daß historische Gegebenheiten innerhalb der Kommunikation oder Oral History erzählerisch überdauern. Dieser Begriff vom kollektiven, sozialen und

<sup>108</sup> »Möglichkeit zur Wirklichkeit« meint die Ersttheit (Qualizeichen) als Voraussetzung zur kommunikativen Zweitheit (Sinzeichen) in der Kategorie Ersttheit. »Notwendigkeit zur Wirklichkeit« meint die Replicabildung oder Exemplifizierung in kommunikativer Zweitheit (Sinzeichen) aus der Drittheit (Legizeichen) in der Kategorie Ersttheit.

neuerdings auch "kommunikativen Gedächtnis" [Assmann 1994/119] trägt zwar nicht das von mir kulturell Gemeinte, trotzdem ist "die Erinnerung ... in sehr weitem Maße eine Rekonstruktion der Vergangenheit mit Hilfe von der Gegenwart entliehenen Gegebenheiten ..." [Halbwachs 1985/55], die im Sinne einer zu eigen gemachten "Denkungsart" [Halbwachs 1985/3] verwendet werden. Während Halbwachs die entliehenen Gegebenheiten, welche Erinnerungen determinieren, anteilig von sozialen und historischen Konditionen vorbereitet sah, sind jene Gegebenheiten jedoch lohnender als kulturelle und damit oft als historische Maßgaben zu sehen. Kollektivität setzen gewiß beide Perspektiven voraus. Auch wenn jedes kollektive Gedächtnis von der Sozialität seiner Beobachter abhängt, so liegt im Sozialen doch nicht das Organ oder Werkzeug, aus welchem historische Reminiszenzen erworben werden [vgl. Schmidt 1991a/47]. Das Soziale als Wirkungsbeziehung gibt es ausnahmslos in aktivierten Komponenten, es läßt sich deshalb nicht selbst aufbewahren oder irgendwo deponieren. Gleichfalls entziehen sich interpretierte Bedeutungen der Ablagerung. Das Problem eines sozialen oder kommunikativen Gedächtnisses für bildnutzende Gesellschaften sei noch zurückgestellt. Zumindest sollte vage erkennbar sein, daß das soziale etwas anderes als das kulturelle Gedächtnis meint, da sich ausschließlich letzteres im *Sinn der Formen* sedimentieren und materialisieren kann.

Ein unzureichendes Argument wäre es, wollte man die Kultur als Gedächtnis im allgemeinen dadurch klären, daß Bilder als materielle Medien einige Zeit überdauern. Denn diese historische Gedächtnisform betrifft lediglich die Diachronie von Kulturformen. Zwar würde deren "versteinerter" Code eine kulturelle Erinnerung ermöglichen, dies aber nur dann, wenn irgendeine bestehende Kultur eine vitale Gedächtnisfunktion der Synchronie entwickelt hat. Einerseits wäre nämlich eine Gesellschaft mit einem toten oder vergessenen Gedächtnis ohne Kultur, und andererseits könnte sie auch kein materialisiertes Gedächtnis frei von Kulturformen entwickeln oder verstehen. Einzig die generative Reproduktion einer bestehenden Kultur sichert dessen Erinnerungsfunktion als Gedächtnis. Die gesuchte Gedächtnisleistung der Kultur stützt sich folglich nicht auf die Wiederentdeckung von seinerzeit entfallenen Artefakten. Ebensowenig betrifft die momentan gemeinte Gedächtnisleistung die kollektiven Erinnerungen, die in weitergereichten Erzählungen von Mythen, Lebenserinnerungen und sonstigen Geschichten eine Zeitlang überdauern, zumal Hejl [vgl. 1991/317] mit J. Goody und I. Watt [vgl. 1981/50] zu diesem »sozialen Gedächtnis« bemerkt, daß in schriftlosen Gesellschaften die Erinnerungen übereinstimmender Bedeutungen wenig mehr als sechs bis acht Generationen zurückreichen. Es wäre allerdings zu überprüfen, ob diese Gesellschaften auch bilderlos waren,

da sie anderenfalls sehr wahrscheinlich über Erinnerungsfiguren, Denkmäler oder Gedenkbilder verfügten, die über größere Generationsfolgen Möglichkeiten einer Wissensaktualisierung boten. Was aber annehmbar scheint, ist, daß jene Gesellschaften kaum alle sechs bis acht Generationen ihre Sprache, ihre kulturellen Signifikationscodes, von Grund auf neu entwickelt haben. Und genau in dieser Kontinuität kristallisiert sich der Erinnerungsfaktor für Bilder: die von kulturellen Legizeichen abhängigen Ikonen, also die ikonischen Signifikationscodes, erbringen eine Gedächtnisleistung, solange sie historisch gewachsene Kulturperspektiven in sich entwickelnden Strukturen in eine andere Zeit tragen. In dieser Aufgabe birgt der Code jedoch zwei Besonderheiten, die einem Gedächtnis zu widersprechen scheinen.

Die erste Eigenheit kommt dem ikonischen Signifikationscode als Gedächtnis dort zu, wo ihm die materialisierte Hinterlassenschaft im historischen Artefakt verweigert wird. Beispielsweise lassen die Navajo-Indianer nachfolgende Generationen scheinbar ohne kulturelle Erbschaft zurück, wenn sie ihre traditionellen Sandbilder für kurzzeitige Heilungsrituale mit Sand und anderen trockenen Utensilien streuen, um die zügige Verwischbarkeit der Zeichnungen zu gewährleisten und deren Permanenz zu vermeiden [vgl. Hatcher 1974/24ff.; T.C. McLuhan 1985/145; Congdon-Martin 1990]. Diese situative Darstellungsweise, die als Gedächtnis in Betrieb zu charakterisieren ist, bedingt sich durch eine phasische Vorschrift. In dieser schreitet der kulturelle Signifikationscode mit den jeweils aktualisierten Konstruktionen fort, sobald seine Beobachter ihn zur situativen Kommunikation ikonischen Wissens nutzen und verändern. Demgemäß erhält die Kultur als synchronisches Gedächtnis den jeweiligen Status quo eines ikonischen Signifikationscodes aufrecht, ohne daß seine Benutzer dessen Genese erinnern und stets dessen Wandel beobachten, wie es z.B. auch beim perspektivischen Realismus der Fernsbilder vorkommt. Selbst Extremfälle des Vergessens, die vollständig die Erinnerung an vergangene Sedimente verwehren, verkraftet die synchronische Form des kulturellen Gedächtnisses, solange dessen Funktionstüchtigkeit durch bruchlose Kommunikation erhalten bleibt. Unter manchen Umständen ist Vergessen sogar erforderlich, weil stark fragmentierte oder enorm pluralistische Kulturen, die jede Kulturform erinnern wollen, ihre interpersonale Kommunikation hemmen, so daß sie zumindest Verstehens- und gegebenenfalls Vergesellschaftungsprobleme bekommen. Kurz: Bilder besitzen im kulturellen Stil veränderlicher Legizeichen dann ein synchronisches Gedächtnis, wenn dessen phasischer Code eine kommunikative Kontinuität gewährleistet, die Lernbereitschaft hinsichtlich einer Gegenwärtigkeit durch Vergessen der Vergangenheit ermöglicht.



Aus der fortwährenden Gegenwartsnähe ergibt sich die zweite Eigenheit der Kultur als synchronisches Gedächtnis. Diese Eigenheit rührt daher, daß dem Beobachter die synchronische Kultur aus dem Blick gerät, sobald deren mnemotechnische Darstellungsstruktur die selbstverständliche Regel dafür bietet, wie etwas durch deren vertraute Perspektive kommuniziert werden soll. Mit Aufmerksamkeit verfolgen die Beobachter nämlich kaum den Darstellungscode, den sie oft unbewußt miterinnern, und der ihnen das kulturelle Gedächtnis verwirklicht, wenn sie in kulturellen Darstellungskonventionen etwas sehen oder darstellen. Und deshalb verwirklicht ihnen das synchronische Gedächtnis der Bildkultur eine anwesende Umwelt, die sie bei passiv-wahrnehmungsmäßigem Sehen vorkommunikativ beobachten. Exemplifizieren die Beobachter hingegen etwas bei aktiven Kommunikationshandlungen, dann folgen sie der Kultur als synchronischem Gedächtnis oft aus internalisierter Gewohnheit. Das synchronische Gedächtnis ist deshalb die zweite Wahrscheinlichkeit ("Natur") des Menschen, die die Erwartungssicherheit für Kommunikation stabilisiert. Infolgedessen stellt die Kultur als synchronisches Gedächtnis (im Sinne der »Notwendigkeit zur kommunikativen Wirklichkeit«) den unbeobachteten Handlungsrahmen bereit, in dem eine Schaustellung als visuelle Kommunikation zu verstehen ist. Ansonsten fällt die Handlung als Gedächtnisstörung auf, die zum Zwischenfall führt, bei dem unverständige Kommunikationspartner entweder auf Erinnerung der kulturellen Regel, also auf Einhaltung des figurativen Imperativs, drängen, oder selbst Kreativität und Lernfähigkeit einbringen, um die Kulturform für sich als Kommunikation zu er-sinnen. Konkret trägt dies beispielsweise ein Porträtiertes vor, wenn er meint, seine Proportionen wären nicht "realistisch" oder vollständig unerkennbar bebildert, weshalb er in der Illustration seiner Physiognomie kaum oder kein ikonisches Wissen über sich wiedererkennt. So gesehen übernimmt die Kultur als synchronisches Gedächtnis die Rolle einer "stilbildenden Macht" [vgl. Warburg n. Gombrich 1992/359]. Denn alle Kommunikationspartner müssen dem kulturellen Stil in einigen Graden folgen, wenn ihre bildnerischen Werke als kommunikative Objektivationen mit einer Verständigungsabsicht beurteilt werden sollen.

Mit dieser stilistischen »Notwendigkeit zur kommunikativen Wirklichkeit« kündigt sich der Blickwinkel an, unter dem später die Kultur als synchronisches Gedächtnis und das kulturell Unbewußte von Bildern partiell kongruent sind. Denn jener Bildbetrachter des Porträts ist sich selten bewußt darüber, daß die kulturelle Kompetenz, über die er im Erkennungscode verfügt, über ihn verfügt, sobald er auf der syntaktisch-semanticen Regeleinhaltung insistiert, die er ansonsten oft vorkommunikativ hinnimmt [hierzu Bourdieu 1974/120; s.S. 157 (Erkennungscode)].

Die bisherigen Ausführungen verdeutlichen, daß die »Kultur als Gedächtnis« in unteren und oberen Modi auftritt, wo sie zwei Variationen des Unbeobachteten impliziert. Die (Bild-)Kultur als unterer, diachronischer Gedächtnismodus verläuft sich in anwesender Umwelt, wenn sie nicht oder noch nicht als kommunikatives Element beobachtet wird. Hingegen kann die (Bild-)Kultur im oberen, synchronischen Gedächtnismodus ebenfalls einen unbeobachteten Status erlangen, wenn sie die Kontinuität einer anwesenden Bildumwelt ohne kommunikative Nachricht ermöglicht. Im unteren Modus, wo die Erinnerungspotentialität auf ein materiell beständiges Medium angewiesen ist, bietet die Kultur daher die »Möglichkeit zur kommunikativen Wirklichkeit« von Zeichen, insofern alles, was im Bild-Zeichen unbeobachtet bleibt, als visuell kommunikative Realität vergessen ist. Von daher gibt diese Kultur als diachronisches Gedächtnis, wie es in Warburgs Mnemosyne-Atlas, Bildarchiven, Tontafeln und sonstigen Artefakten überdauert, die ikonischen Wissensfragmente frei, die der konstruierende Beobachter vom Beobachtungspunkt seiner strukturellen Wahrnehmungskopplung und Interpretationsfähigkeit gewissermaßen kreativ oder sinnfindend einbringt. Denn erst im Wahrnehmungssystem des sinnfindenden Beobachters entfaltet sich die kulturelle Potentialität der Diachronie zur Aktualität einer Synchronie, d.h., es werden infolge der visuell kommunikativen Abduktion [s.S. 160] vergessene Spezialfälle akkommodiert, wodurch diese in synchronische Kommunikation einfließen. Somit gehört der diachronische Gedächtnismodus, z.B. Warburgs artefaktischer Atlas, eher zur Lesmosyne, aus deren Quelle mögliche und vergessene Sinnformen in die kulturellen Orientierungsmaßstäbe der Gegenwart fließen. Doch lassen solche kulturellen Sinnfindungsakte die sozialkommunikativen Bedeutungsfeststellungen unberührt.

Wenn auch jene Kreativität eine mögliche Erinnerungsweise von kulturellem Sinn begründet, so muß hier beachtet werden, daß dieser mögliche, kulturelle Atavismus vielfach von der Notwendigkeit gegenwärtiger Sinnstrukturen überformt wird. Damit ist gemeint, daß die oben beschriebenen »Notwendigkeiten zu kommunikativen Wirklichkeiten« [s.S. 288, 291] in starkem Maße kontrollieren, was in beispielsweise historischen Bildern gesehen bzw. erinnert wird. Die Kultur als synchronisches Gedächtnis beeinflusst nämlich die Beobachtungen, die das ikonische Wissen diachronischer Möglichkeit in Kommunikation umsetzen. Der zeitgenössische Gedächtniscode im synchronischen Modus moduliert deshalb die Nachrichten, die der Beobachter, sofern er die Sozialisationsmedien seiner Kultur erfahren hat, in der Kultur als diachronisches Gedächtnis konstruieren wird. Bleibt der Beobachter von seiner visuell kommunikativen Kompetenz gegängelt, wird er selten den kulturellen Sinn finden, in dem die Bilder erstellt worden sind. Woraus streng-

genommen für ihn folgt, daß er gegenüber dem kulturellen Bildgedächtnis einerseits seine eigene Unfähigkeit der Erinnerung erfährt, und andererseits bestätigt findet, daß die optischen Konstruktionen seiner Gegenwart die einsichtigeren Konstruktionen sind.

Beispielsweise veränderte sich unsere synchronische Kommunikationserfahrung dahingehend, daß uns historische Bilder ohne Perspektive ein ikonisches Wissen vermitteln, welches in seinem Nachrichtengehalt über eine optische Wirklichkeit "wertlos" bleibt. Was mitnichten darauf hinausläuft, daß solche Bilder wertlos seien, sondern daß diese im Inhaltsaspekt eine Wertvorstellung vergangener Zeiten vorführen, deren realitätskonstituierende Kraft uns entfallen ist (z.B. Höhlenmalereien, frühe indische u. ägyptische Malereien, Holzschnitte vor dem 15. Jahrhundert). Aufgrund dessen verlieren sie auch ihre Konnektivität zu unseren Bildern einer Weltrepräsentation und wirken optisch anachronistisch und fiktional. Vom Vergessen erheblich stärker betroffen ist der kommunikative Beziehungsaspekt, der sich mit dem kulturellen Darstellungscode ausdrückt. Dessen indexikalischer Objektbezug auf soziokulturelle Beziehungen und Emotionen, die im Bild unerkennbar sind und nicht identisch nacherlebt oder nachemotionalisiert werden können, muß entweder über Analogieschlüsse zur heutigen Verwendung und lebensweltlichen Erfahrung oder über Schriftquellen konstruiert werden. Die Rekonstruktionen, die z.B. Kunsthistoriker im symbolischen Gebrauch der Farben Gold und Ultramarinblau leisten [s.S. 278 Fußn. 102], bleiben jedoch symbolisch und daher nicht emotional erinnert.

## a) Exkurs zum sozialen Gedächtnis

Die Formulierung der (Bild-)Kultur als Gedächtnis beantwortete die Frage: »Wie« erinnern wir in Kollektiven »etwas« als »etwas anderes«, so daß es von uns in einer sozialen Bedeutung aktualisiert wird? Damit ist jedoch nicht geklärt, welche sozialen Bedeutungen infolge des kulturellen Gedächtnisses erinnert werden können. Der ikonische Signifikationscode als kulturelles Gedächtnis verwirklicht zwar mögliche und notwendige Rahmen, in denen Bilder als visuelle Kommunikation zu verstehen sind, dennoch ist unbegründet, worin sich neben jenen kulturellen Kontexten das sogenannte soziale oder kommunikative Gedächtnis erweisen kann. Wie steht es also um diese mit Halbwachs [s.S. 288] angesprochene Gedächtnisfunktion, die die Bedeutung eines Bildes für Gesellschaften bewahren soll?

Nach Halbwachs [vgl. 1985/36] bedienen sich Personen alltäglich einer "sozialen Gedächtnisses", indem sie mittels kollektiv erarbeiteter Bedeutungen das interpretativ

erinnern, was ihre Gruppenangehörigen an historischen Erzählungen, Formeln, Chroniken, Gedenktafeln usw. für sie hergerichtet haben. Das soziale Gedächtnis (re-)konstruiert die historischen Bedeutungen, nach denen sich die Gruppenmitglieder bei Interaktionen wiederholt richten, die den Mitgliedern etwas Vergessenes ausrichten, und die alles im allem als Bedeutung konzeptualisiert werden können. Wie dauerhaft kann eine solche Erinnerung der sozialen Bedeutungen aber sein? Übersetzt man den Terminus "soziales Gedächtnis" provisorisch mit »Gesellschaft als Gedächtnis«, dann verrät dies bereits die Mortalität, die den Bedeutungen mit dem Absterben einer Gesellschaft widerfährt. Annähernd unsterblich sind lediglich ganz allgemeine Bedeutungen, wie z.B. die der visuellen Kommunikation mit Bildern, die über lange Zeiträume verhältnismäßig übereinstimmend von Gesellschaften erinnert werden, so denn deren Mitglieder über viele Generationen weiterleben.

Infolge der Labilität von Gesellschaften ist auch deren soziales Gedächtnis schwankend. Bilder sind daher vollständig überfordert, wenn sie Bedeutungen über lange Zeit in ikonische Bezeichnungen *identisch und unsterblich speichern* sollen. Ein solches Speicher-gedächtnis, in dem die Identität der Bedeutungen bewahrt bleiben soll, existiert für Gesellschaften notwendigerweise deshalb nicht, weil deren Mitglieder aus ihrer Gegenwarts-konstruktion heraus andere Bedeutungskontexte einbringen, als diejenigen, die seinerzeit der Bildproduzent konstruierte. Schon die Unbeendbarkeit iterativer Bedeutungsanalysen von Zeichen verhindert identische Erinnerungen und historische Bedeutungsübertragung [s.S. 22]. Hinzu kommt, daß der ikonische (im Gegensatz zum symbolischen) Signifi-kationscode von Bildern von sich aus rhematisch zu interpretieren ist, d.h., seine Bedeu-tung folgt einem offenen Konnex, dem es an regelhaften oder eindeutigen Verknüpfungs-regeln fehlt. Deshalb können Betrachter auf die offene Bedeutung von Bildern sowohl individuell - meist emotional motiviert - als auch kollektiv und interpersonal verständlich reagieren [hierzu Blumer 1973/137]. Aber auch historische Bild-Symbole, z.B. ein Bild eines Papstes, erlangen ihre Bedeutung darüber, zu welcher symbolischen Geschichte (Sprachspiel) sich die jeweilige Gesellschaft angeregt fühlt. Bildliche Kulturformen leisten deshalb ein soziales Gedächtnis, das Bedeutungen in halbwegs solider Verwandtschaft intakt hält, allenfalls in derart allgemeinen Aussagen, wie etwa die Feststellung einer kulturellen Zeichenhaftigkeit oder, wesentlich instabiler, in unhinterfragten Etikettierungen, wie z.B.: "Das ist der Papst", oder "das symbolisiert ihn." Womit auch die Illusion der unsterblichen Bedeutung eines künstlerischen Werks beendet sein sollte. Denn das soziale Gedächtnis kann nicht mit der Lagerung oder Speicherung historischer Bilder

stabil bleiben, weil es infolge der sprachlosen Nichtsprache der Bilder unabwendbar ist, daß die Erinnerungslosigkeit der ursprünglichen Bedeutungen einsetzt.

Die historische Instabilität der Bedeutungen liegt daran, daß kommunikative und somit soziale Bedeutungen erst mit denjenigen Interpretationen entstehen, die die Betrachter im jeweiligen Zeitalter vereint entwickeln, d.h. gesellschaftsabhängig vitalisieren. Deshalb sollte es niemanden überraschen, wenn Bilder mit langen kulturellen Traditionen und beispielsweise private Fotos eines alten Freundes in den (emotions-)motivierten Bedeutungen variieren. Der kulturelle Aspekt kann allerdings von solchen Bedeutungsschwankungen unberührt bleiben, wenn er unter jeweiligem Gesichtskreis zu kommunikativen Bedeutungen und optisch vergessenen Einblicken führt, die als ikonisches Wissen der Vergangenheit interpretiert werden. Bildkultur speichert somit keine Bedeutungen von ikonischem Wissen, sondern bietet regelhafte Sinnstrukturen, die sich der jeweilige Betrachter als Information bzw. Nachricht konzeptualisieren und erdeuten muß. Von daher betonen Hejl [vgl. 1991/324] und Luhmann [vgl. 1992/62] zutreffend, daß es für Gesellschaften und damit für ein soziales Gedächtnis keine materielle Speicherung von Wissen gibt, obwohl materialisierte Kulturformen geschichtlich überdauern. Kultur als Gedächtnis ist deshalb keine Wissensspeicherung von Bedeutungen, sondern eine erinnerungsmögliche Darstellungsregel, deren widernatürliche Daseinsweise auf die Bedeutungsanimation im kommunikativen Bezugsrahmen jeweiliger Gesellschaften wartet, um eine Erinnerungskonstruktion an vergangene Sozialstrukturen und deren Wissen zu speisen.

Es gibt jedoch Unterschiede des sozialen Gedächtnisses in Abhängigkeit der verwendeten Kulturformen. Für eine rein mündliche Kultur ohne zeitstabile Materialisierungen wurde gesagt, daß die historischen Erinnerungen kaum mehr als acht Generationen zurückreichen. Indessen können Schriftkulturen ihre Erinnerungen in einer Art archivieren, die zwar keine Bedeutungsidentität garantiert, die aber einen wesentlich stärker normierten Interpretationsrahmen vorgibt als eine reine Bildkultur. Hat nämlich eine vitale Gesellschaft eine in sich verkettete Symbolcodierung archiviert, die einer eng geregelten Syntaktik und Semantik folgt, dann funktioniert ihr soziales Gedächtnis im Inhalt des interpretierten Wissens vergleichsweise abgestimmter, weil sich die symbolischen Kombinationsmöglichkeiten durch annähernde Interpretationsiterationen rasch auf wenige Bedeutungsfelder, wenn auch nicht auf absolut eindeutige Felder eingrenzen lassen. Von einem solchen handlungspragmatischen Minimal-Konsens gehen Mead [vgl. 1988/86ff., 108] und Habermas [vgl. 1988b] aus, obwohl sie ihn in bezug auf synchrone Kommunikation unrichtigerweise als kollektive Bedeutungsidentität des "signifikanten Symbols" idealisieren. Trotzdem ist z.B. der Erfolg von numerischen Codierungen

in den Naturwissenschaften darauf zurückzuführen, daß im Vergleich zu verbalen Symbolcodierungen der Konsens über die Interpretationsgrenzen der mathematischen Bedeutungen verhältnismäßig eng ist. Im Vergleich zu Bildern hält ebenso das Sprachspiel Schrift, das als kulturelle Gedächtnisform in Büchern verkörpert ist, die Bedeutungen im engeren Interpretationsraum. Deshalb wäre es von uns unvernünftig, wenn wir Hejl [vgl. 1991/333] darin folgen würden, daß vertextete Schrift ein Code sein solle, der Prozesse des Nachdenkens und des Erinnerns völlig anspruchslos nach Gutdünken anregen würde. Zum Nachdenken und Erinnern regt selbst das Lesen im Kaffeesatz an. Dies ist gewiß aufmerksamkeitsheischend polemisch, aber es verdeutlicht, warum vergesellschaftete Schrift die Interpretationsakte des Nachdenkens und Erinnerns auf erheblich engerem Denkraum hält als viele andere Kommunikationscodes. Unsere Gesellschaft wäre ohne Schrift zweifellos nie an der Stufe der sozialen Evolution angelangt, auf der sie steht. Nichtsdestoweniger widersetzen sich schriftliche Artefakte einer Bedeutungsidentität, die nur eine einzige Interpretationsmöglichkeit zuläßt. Ohne jede Bedeutungsidentität ist jedoch die Annahme von Habermas zu verwerfen, daß kulturelles "Wissen ... in Form von Technologien und Strategien" bzw. in "*Theorien* gespeichert" werden kann [Habermas 1988a/447, vgl. 90; s.S. 22]. Die Speicherung von identischen Bedeutungen ist für das soziale Gedächtnis weitestgehend undurchführbar, weil Bedeutungsidentität bereits für synchronische Kommunikation einem Approximationsoptimismus gleichkommt. Was bedeutet dies für das soziale Gedächtnis einer Bildergesellschaft?

Die Bedeutung eines einzelnen Symbols läßt sich nicht aus diesem selbst erdeuten, wenn es weder im Bild noch anderswo kontextuell mit anderen Symbolen verbunden ist. Um die Bedeutung eines Einzelsymbols angemessen zu verstehen, muß eine kontextuelle Einbindung vorhanden sein, die eine Gesellschaft in komplexeren Interaktionen, wie etwa Ritualen oder Schrift codiert hat. Denn ohne Ritual kann beispielsweise die rituelle Kunst schlechthin nicht verstanden werden [vgl. Gehlen 1986/19f.]. Würden also kontextuelle Bedeutungsstützen verschwinden, die eine Gesellschaft institutionalisierte, dann ließe ein Bild lediglich eine ikonische Bezeichnung erkennen, die zwar ihren monosemantischen Bezug durchblicken ließe, die aber polypragmatisch im jeweiligen Gesellschaftskontext zur Bedeutung käme. Deshalb wird eine Gesellschaft aufgrund konventionsloser Bedeutungen eine beliebig konstruierte Vergangenheit erinnern, ohne daß für sie kombinationslogische Widersprüche auftauchen. Aus diesem Grund schreibt man neuerdings auch gerne Geschichte, indem man Bilddokumente heranzieht. Solche überlieferten Bilddokumente lassen nämlich die Paramnesie ("Erinnerungstäuschung") über Bedeutungen unentdeckt,

da diese ohne Gegenargument nach zeitgenössischen Plausibilitätskriterien vorgetragen werden können.

Jene erfinderischen Beliebigkeiten vermeiden beispielsweise archäologische Dolmetscher des Mayacodes, indem für sie ein Symbol als "übersetzt" und verstanden gilt, wenn dessen Bedeutung an drei verschiedenen Vertextungsstellen annähernd konvergent ist und Sinn macht. Man weiß, wie zwiespältig und auch phantasiert diese Bedeutungstranspositionen sein können, dennoch sind solche Kombinationsspiele mit rein ikonischen Bildern unhaltbar, weil keine Konventionen vorhanden sind, die die ikonische Bezeichnungs- und rhematische Bedeutungsfunktion aus sich heraus regeln. Und frei von Interpretationsregeln entsagt sich das ikonische Bild notwendigerweise allen projizierten Bedeutungsidentitäten. Aufgrund dessen sind Bilder für ein soziales Gedächtnis höchst ungeeignet. Entschiedener gesagt: eine Bildergesellschaft, deren soziale Bedeutungserinnerung von einem kulturellen Bildgedächtnis abhängt, ist eine Gesellschaft des Vergessens. Denn die Bedeutungen, die sie erinnern würde, müßte sie aus einer Oraltradition rekonstruieren, die längstens über acht Generationen bruchlos überliefert sein könnte. Entsagen sich die Individuen außerdem der verbalen Kommunikation untereinander, dann ist es für eine reine Bildergesellschaft wahrscheinlich, daß eine ausgeprägte Individualisierung vorangetrieben wird, die umfangreiche Interpretationsparallelen zwischen Personen aufhebt.

Würde beispielsweise das Internet ausschließlich Bilder übermitteln, dann könnten schwerlich Bedeutungen in einem kollektiven Bezugsrahmen erinnert und aktualisiert werden. Diese verhängnisvolle Tendenz bekräftigen beispielsweise die ungeheuren Mengen privater Erinnerungsfotos und Postkartenbilder, wie sie in privaten Schubladen und auf öffentlichen Flohmärkten auftauchen, und von denen wohl niemand behaupten wird, sie würden interpersonal erinnerungsfähige Bedeutungen wecken. Eine reine Bildergesellschaft verzichtet demzufolge weitgehend auf ein soziales Gedächtnis, das einzelne Bedeutungsparallelen über große Zeiträume erinnerungsfähig hält. Dies macht ein unwahrscheinliches, aber trotzdem mögliches Risiko für unsere bildgierige Gesellschaft klar, da beispielsweise seit kurzem unkommentierte Bildnachrichten weltweit ausgestrahlt, und internationale Zeitschriften ohne Worte (z.B. "Colors" [vgl. Kalman 1995]) angeboten werden. Dieser televisionäre Bilderstrom ist für Gesellschaften ein lesmosynischer Strom beschleunigter Vergessenheit kollektiv paralleler Bedeutungen, er ist kein Strom der Mnemosyne von historischen und vergesellschafteten Bedeutungen. Oder umgekehrt: einen Mnemosyne-Atlas, ein kartographisches Werk mit Legende und somit eine Historie der Bilder gibt es erst, seitdem diese von vertexteten Schriftsymbolen begleitet werden.

Eine wichtige Ergänzung ist hinzuzufügen. Eine bedeutungsvergessene Bildergesellschaft verliert selten die formulierte Kultur als Gedächtnis. Nämlich das, was vielfach medientheoretisch als Kulturverfall bezeichnet wird, sollte als Gesellschaftsverfall, oder besser als Auflösung kommunikativer Kollektivität und Verbindlichkeit, beschrieben werden. Denn ein minimaler Konsens über die Bildbedeutungen bleibt in der Sozialstruktur zunehmend aus und ist in Anbetracht des heutigen Reichtums an kulturellen Zeichenpaletten außerdem unmöglich. Diese kommunikative Ausdifferenzierung hat weniger zum Problem, daß ikonische Kulturformen in Vergessenheit geraten, sondern im Gegenteil: unsere heutige Gesellschaft erinnert eine dermaßen große Vielfalt an bildlichen Kulturformen, daß lediglich kleine Gruppen interaktiv verständige Bedeutungen damit verbinden können. Bei ständigem Zuwachs an bildlichen Kulturformen zerfällt daher kaum die Bildkultur, sondern eher die Vergesellschaftungsmöglichkeit über symbolische Sprachformen und die an Plausibilitätskontexten orientierte Koordination unter den Individuen. Im Extremfall würde eine Gesellschaft, die sich exzessiv über visuelle Kommunikation definiert, sogar ihre sozialen Verbindlichkeiten über Bedeutungen und Werte atomisieren. Denn emotionale und ästhetische Interpretationen [s.S. 46 (Rhema)] verfügen über Kontingenzen, die interpersonale Interpretationserwartungen selten normativ beschränken. Geltungssichere Bedeutung würde dann auf einem eher zufällig passenden Gefühl zur bildlichen Sinnwelt beruhen. Dies bringt weniger ein Sinnverlust mit sich, sondern zieht einen Verlust an kollektiver Orientierung und Koordinationen nach sich. Im übrigen verzichtet eine absolute Bildergesellschaft darauf - wie beispielsweise schon archaische Bildergesellschaften - daß die Nachwelt symbolisch gemeinte Bedeutungen auch nur annähernd in ursprünglicher Relevanz verstehen wird, da semantische Verknüpfungsregeln für die ikonischen Darstellungen ausbleiben.

Und dennoch können derart bedeutungsvergessene Gesellschaften die Erinnerungsfunktion ihrer Bildkultur in diachronischen und synchronischen Ausprägungsmodi intakt halten. Denn trotz aller Schranken, die das aktualisierte Wissen um die versunkenen Bedeutungen begrenzen, verwirklicht der Bildbeobachter ein ikonisches Wissen, das ohne ursprüngliche Bedeutung auskommt. Sehen wird der Betrachter die Bilder, wenn auch assimilatorisch modifiziert, nämlich nach wie vor. Die materiellen Bilder kommunizieren deshalb zumindest die Kulturperspektive und das ikonische Wissen bedeutungsverfälscht über lange Zeitspannen hinweg. Ihre optischen Nachrichten bleiben *informativ* präsent und *vorkommunikativ* einsehbar, d.h. rein visuell decodierbar. Und das betont nochmals den wesentlichen Unterschied zum symbolisch codierten Wissen, denn dieses ist ohne annähernd decodierte Bedeutungen uneinsehbar, also gänzlich unverstanden und ohne



*Nachricht.* Das vorkommunikative Kulturverständnis eines Bildes zieht demnach nicht notwendigerweise auch ein kommunikatives Verständnis nach sich, wie jeder psychoanalytisch ungeschulte Träumer oder Besucher von mnemonischen Pinakotheken und Höhlenmalereien "weiß", weil er "nichts" weiß [s.S. 115 Verstehen].

## b) Unmöglichkeiten eines kollektiv Bewußten und Unbewußten für gesellschaftliche Bildkommunikation

Je größer die Begriffe, desto größer die Anstrengungen, deren Inhaltsfokus auf die speziellen Fälle zu minimalisieren, die begriffen werden sollen. Einer dieser uneinholbaren Termini (lat.: "Grenzsteine") markiert das »kollektiv oder kulturell Unbewußte« und ein anderer das »kollektiv Bewußte«, welches auch als »Kollektivbewußtsein« oder »kollektive Vorstellung« formuliert wurde. Da Freud für menschliche Psychen erklärt, daß "das Unbewußte ... der größere Kreis [ist], der den kleineren des Bewußtseins in sich einschließt ..." [Freud 1991/599; 1961/616], konturiert die angestrebte Frage nach dem Kollektivbewußtsein die kleinere Kreisfläche, deren Verbindung zur umfassenderen des kollektiv Unbewußten nachfolgend aufgegriffen wird. Diese Reihenfolge vom Bewußten zum Unbewußten begründet sich durch den terminierenden Zirkel, dessen Öffnen die markierten Grenzlinien um so mehr verschwimmen läßt, desto größer die gekennzeichneten Kreisflächen sein sollen. Wie groß die abgezielte Kreisfläche auch sein mag, für uns als Beobachter hebt sich ein Unbewußtes nie durch Grenzerhaltung hervor, sondern formt sich in unmerklicher Union mit dem Bewußten vom vermeintlichen Kreis zur unüberblickbaren Kugel aus. So zur Kugel geformt, rundet sich ein Unbewußtes im Rücken desjenigen Seefahrers, der meint, er könnte bei Erreichen des sichtbaren Horizonts an das Ende einer vermeintlich flachen Welt gelangen.

In gleicher Weise wie das Unbewußte markiert der Terminus »Kollektivbewußtsein« ein Gebiet, das nach seiner historischen Entwicklung zu einer Ausdehnung kam, die allem und nichts theoretische Überlebenschancen einräumte. Um in der terminologischen Komplexität jedoch nicht zu versinken, möchte ich deren historische Genese unbeachtet lassen und vielmehr nach theoretischen Begriffsreduktionen erproben, ob in den gewonnenen Reformulierungen konzeptionelle Reserven stecken, die kulturelle Prinzipien der Bildkommunikation tragen.

Um Schiffbruch in jenen problematischen Fahrinnen zu vermeiden, wird der Kurs durch unablässiges Ausloten der Begriffe bestimmt. Zuerst muß dem Begriff »Kollektiv-

bewußtsein« die Tiefe des Bewußtseins genommen werden. Der Begriff »Kollektivbewußtsein« suggeriert vergeblich sprachliche Operationen auf der Ebene, auf der Bewußtsein in erster Ordnung unausgesprochen bleibt. Kollektivität ist ein *Symptom* von Bewußtsein. Sie benötigt die Aktualisierung von kommunikativer Gemeinsamkeit in zweiter Ordnung. Falls nämlich vom Kollektiv-Bewußtsein der Zähler Kollektivität sein soll, dann ist dieser dort zu konstituieren, wo er auch kollektiv ausgetragen wird. Und dieser Ort des Zählers ist der Kommunikationscode, der innerhalb seiner interpersonalen Bereiche durch kollektive Merkmalservartungen und -beobachtungen aufrechterhalten wird. Der Kommunikationscode und die Kollektivität bedingen sich im Zähler wechselseitig, denn ohne die Existenz und weitere Ausbildung von interpersonalen Gemeinsamkeiten, so sehr man sich in diesen zeichenhaften "Masken" [lat. *persona*] auch täuschen mag, ist der kommunikative Austausch von (Da-)Nachrichten und die regelhafte Annäherung an Fremderwartungen unmöglich. Ebenfalls ist für gesellschaftliches Kulturvermögen Kollektivität die Prämisse.

So sehr aber der Zähler im Begriff des »Kollektivbewußtseins« seine Berechtigung findet, so sehr verfehlt er seinen Nenner des Bewußtseins. Denn in wessen Bewußtsein verwirklicht sich die »Gesamtheit aller Bewußtseinsprozesse« bzw. die Kollektivität? Zweifellos existiert die »Kollektivität von Bewußtseinsprozessen« nie im Bewußtsein eines Individuums, und ebenfalls ist sie als Gesamtheit der Bewußtseinsprozesse unbeobachtbar. Kollektive Gemeinsamkeiten lassen sich ausschließlich dann konstituieren, wenn ihnen durch Clusterbildung eine Regelmäßigkeit nachgesagt wird, so wie z.B. die Kunstgeschichte den Expressionismus und Kubismus durch eine Regelsetzung zum kategorisierenden Sprachzeichen bündelt. Solche Nachsagungen bauen sich innerhalb der Kommunikation auf und ab, nicht innerhalb eines Bewußtseins. Daher ist auch den Massenmedien nicht nachzusagen, sie würden sich an ein immenses Bewußtseinskonglomerat wenden. Sie lassen lediglich beobachten, daß sie für jedes einzelne Bewußtsein von Millionen attraktiv sind.

Mit dem zuvor Gesagten möchte ich den semantischen Fehlschluß vermeiden, kommunikative Kollektivität und psychische Systeme als eine Einheit zusammenzufassen, die oft in Worten des Kollektivbewußtseins, des kulturell und kollektiv Unbewußten eine Bezeichnung findet. Die semantische Schwäche begründete sich dadurch, daß das Kollektiv sich unmöglich in einem personalisierten Gesamtbewußtsein und Gehirn vereinigen kann, wie Durkheim [vgl. 1976/73, 87] es mitunter äußerst unglücklich metaphorisierte. Allerdings hat er durchaus gesehen: "... jedes individuelle Bewußtsein ist in sich verschlossen; es kann mit dem Bewußtsein der anderen nur mit Hilfe von Zeichen

kommunizieren, in denen sich ihre Innenzustände ausdrücken" [Durkheim 1981/315]. Das Kollektiv denkt nicht kollektiv. Ausschließlich Individuen denken, wohingegen Kollektive kommunizieren. Es läßt sich daher nur metaphorisch sagen: Kommunikation ist der Denkprozeß des Kollektivs. Lediglich dieses metaphorische Wortverständnis schützt vor dem Irrtum, dem wir aufsitzen würden, sobald uns der Begriff »Kollektivbewußtsein« zu der Annahme führt, daß Personen, die sich in einem Kollektiv organisiert haben, auch in einem uniformen Bewußtsein handeln. Auf die kollektive Pflege von Kulturformen folgt nicht die Konsequenz, daß Artikulation und Verständigung mittels Zeichen uniforme Innenzustände eines Bewußtseins bedingen. Unsere exemplifizierten Symptome können einer soziokulturellen Normerwartung von kommunikativ anschlufähigen Formen folgen, gleichwohl wir diese in bewußter Lüge [s.S. 29] und damit in Differenz zu unserem Bewußtsein darstellen können.

Aus den erwähnten Gründen muß der Begriff des »Kollektivbewußtseins« in seinem Nenner des Bewußtseins ersetzt werden. Ein soziologisch vernünftiger Ersatz ist der Begriff der »kollektiven Merkmale«<sup>109</sup>. Dieser Begriff markiert die soziologische Selbstreferenz, die in der kommunikativen Autopoiesis liegt, wenn sich regelsetzende Merkmalsbeobachtungen von Personen in kommunikationsinternen Elementclustern der Soziologie artikulieren. Solche Regelfixationen und Wiedererkennungsmerkmale (wie z.B. die Zentralperspektive) konstituieren Soziologen und andere Personen, wenn sie generalisierbare Merkmale in der (visuellen) Kommunikation *wiedererkennen*, um zwischen Kommunikation und Verhalten zu unterscheiden. Wenn im weiteren - mangels eines vorteilhafteren Begriffs - die *kollektiven Merkmale* angeführt werden, dann sollen diese kommunikative Sinnstrukturen beschreiben, die Personen nach allgemein erwarteten Differenzierungskriterien wahrnehmungsmäßig dissoziieren, interpretieren und wiederum regelmäßig kommunikativ formieren. Gleichwohl ist der individuelle Gegenpol zu *kollektiven Merkmalen* darin zu sehen, daß Personen ebenso individuell besondere Interpretationen (Sinzeichen) entwickeln, die von einer gesellschaftlich vorgeordneten Regelerwartung unberührt bleiben [vgl. Adorno 1976/13f.].

Wegen aller genannten terminologischen Problematiken kennzeichne ich mit *kollektiven Merkmalen* den Bereich, in dem Individuen die kommunikative Koordination von Koordinationen (Handlungen) mittels eines anmerkbaeren (funktionsindizierenden

<sup>109</sup> Etymologisch kommt Merkmal von Mal, dessen reichhaltige Bedeutung folgendermaßen angegeben wird: 1) Schwedisch: »mål« im Sinne von "Abstecken, Abgemessenes, Maß". 2) Mittelhochdeutsch: Fleck, Zeichen, Befleckung, Sünde, Schande". 3) Und im heutigen Sprachgebrauch wird es verwendet, "um die Wiederholung einer gleichen Lage zu verschiedenen Zeitpunkten anzugeben" [Duden Etymologie 1989 Mannheim], also im Sinne eines (An-Merk-)Zeichens.

Legi-)Codes vornehmen. Diese kommunikativen Codierungen unterliegen zwar einer »kulturellen Drift«, d.h., ihre soziale Reproduktion verhindert fixierte Identität, aber sie verwirklichen in ihrer Synchronie (der Koordination von Koordinationen) eine operationale Kohärenz "unseres gemeinsamen [z.B.] In-der-Sprache-Seins" [Maturana u. Varela 1987/251, vgl. 226]. Dennoch zieht unser gemeinsames Im-Bilde-Sein eine andere kartographische Koordination von Koordinationen (Handlungen) als "In-der-Sprache-Sein" nach sich.

Aufgrund der sozialpsychologischen Unsicherheit, die in der wechselseitigen Dependenz zwischen kommunikativer Koordination und psychischen Systemen liegt, geht Lacan zu weit, wenn er postuliert, "... daß das Subjekt dem Zug des Symbolischen folgt ...", "... weil wohl oder übel dem Zug des Signifikanten als Sack und Pack alles psychologisch Gegebene folgt" [Lacan 1991/29]. Diese vollständige Knechtschaft, die Lacan [vgl. 1986/170f.] von der symbolischen Herrschaft einer unkreativen Kybernetik garantiert sieht, wird von Bildern in ihrer ikonischen Unbeirrbarkeit unterhöhlt. Dafür "spricht" bereits der schweigende Widerstand der Bilder gegen signifikante Sprach-Ketten, wie ihn letztlich sogar den Bildern unvergleichbare Traumgedanken aufweisen, wenn deren "bildliche" Verdichtung und Verschiebung die List sein soll, die die Zensur einer sprachlichen Ausdrucksweise überrumpelt [vgl. Freud 1991/285f.; 1961/284]. Es wird folglich zu beschreiben sein, wie visuelle Bildkommunikation auf psychische Systeme rückwirkt, und wie dieser Einfluß wiederum in kollektiven Kommunikations-Merkmalen außerhalb von sprachlichen Wahrheitsgaranten thematisiert wird.

Wer weiß schon, auf welche Weise sich ein Unbewußtes strukturiert? Wenn es sich jedoch in Bildern mitteilen würde, die den materiellen Bildern unserer Alltagswelt gleichen, dann ist ein Unbewußtes von Individuen im bildlichen Bereich keinesfalls wie eine Sprache strukturiert, weil Bilder der Sprache ungleich artikuliert werden: Bilder sprechen nicht über das Gemeinte, sie zeigen es, dem Traumgedanken vergleichbar, mit einer "Verdichtungsquote ..., [die] - strenggenommen - unbestimmbar" ist [Freud 1991/285; 1961/285]. Deshalb ist im weiteren zu untersuchen, ob bildliche Zeigehandlungen einige Merkmale aufweisen, für die im Bewußtsein der Kommunizierenden eine gemeinsame Basis supponiert werden kann, die sowohl unbewußt als auch vorkommunikativ, aber selten mit sprachlicher "Bestimmtheit" interpretiert wird. Einen Anhaltspunkt dafür bietet die *Kultur als synchronisches Gedächtnis* [s.S. 288]. Dessen Funktion verwirklicht sich zwar kollektiv, aber sie verwirklicht sich kaum kontinuierlich kommunikativ, falls das am Bildgegenstand orientierte Handeln ohne finale Interpretation dynamisch andauert. Somit erzeugt der kulturelle Signifikationscode für Individuen eine Vertrautheit, die in der

kognitiven Leistung der vorkommunikativen Bildwahrnehmung mündet und die in Hinsicht auf die strukturelle Kopplung an den Darstellungscode kognitiv unbewußt sein kann. Hieran wird sich später die Folgerung anschließen, daß visuelle Kommunikation eine Interpretationspraxis voraussetzt, die gegenüber dem kulturellen Darstellungscode *kennengelernt* wird und die vielfach kulturell unbewußt die Prämisse dafür ist, *w i e* Assoziationsketten des Ähnlichkeitsbezugs eher geschlossen werden als andere. Allerdings wird ein kulturell Unbewußtes zum Schluß nicht als ein Affektives bestimmt, sondern muß als kulturell Kognitives kategorisiert werden, wenn es den Charakterzug kollektiver Merkmale tragen soll. Von diesen kollektiven Merkmalen ausgehend, möchte ich zumindest die Sichtgrenze der erwähnten Kugel konturieren, indem erkennbar wird, daß ein kulturell Unbewußtes von Individuen an das synchronische Gedächtnis der Kultur strukturell gekoppelt sein kann, also ein kulturell Unbewußtes mit dem synchronischen Gedächtnis der Kultur korrelieren kann, dem sich unbewußt, vorbewußt im Anblick einer anwesenden Bildumwelt und schließlich bewußt bedient wird.

Zunächst jedoch zur Frage: Wie und wo wird der Begriff der *kollektiven Merkmale* für Bilder relevant, und wie ersetzt er den des Kollektivbewußtseins? Bild- und Kunsttheoretiker erfanden den Begriff des »Kollektivbewußtseins« zwar nicht, jedoch zogen sie ihn heran, wenn sie wie Durkheim - der vermutliche Urheber des Begriffs »Kollektivbewußtsein« - untersuchen, "... wie denn ein Geist mit einem anderen zu kommunizieren vermag" [Durkheim 1987/144]. Diese Frage verfolgte für eine Bildtheorie insbesondere Mukařovský [vgl. 1986]. Er entwickelte in den 30er Jahren eine Theorie, die sich auf ein »kollektives Bewußtsein« stützt, wie es Durkheims Zeitgenossen Saussure [vgl. 1931/117] für die strukturalistische Linguistik erläuterte. Allerdings bekundet die Idee, die im Entwurf des kollektiven Bewußtseins steckt, eine enge Verwandtschaft zu vielen Klassikern, denen »Verstehen« zu der Zeit als ein komplexes Phänomen vorkam, zu der Kommunikation infolge massenmedialer Technik sowohl eine größere Interpersonalität anstrebte als auch konstant komplexer wurde. Mead [vgl. 1988/196, 216ff.; Helle 1977/88f.] arbeitete beispielsweise die allgemeinen Formen der Kommunikation zu einer vergesellschafteten Normenverpflichtung aus, die die subjektive Psyche kraft des »verallgemeinerten Anderen« internalisiert und die als sogenanntes "me" für alle soziokulturellen Imperative und Erwartungserwartungen sorgt, denen das spontaner handelnde "I" nachzukommen hat. Auf Vergleichbares wies Wittgenstein [s.S. 189] hin, der konventionelle Konzeptualisierungen von der Notwendigkeit einer durch Öffentlichkeit kontrollierten Regeleinhaltung abhängig machte. Und diese Idee rekapituliert auch Mukařovský [vgl. 1986/51f.], wenn er den Künstler als denjenigen schildert, der bei ästhetischen Kommuni-

kation partiell den Normenkomplex seiner Gesellschaft einhält. Welcher Komplex normiert aber ästhetische Bildkommunikation, oder, genauer gesagt, welcher kann in dieser als Norm beobachtet und wiederum von Individuen regelfolgend formiert werden? All jene erwähnten Positionen beziehen sich vorrangig auf kommunikative Darstellungshandlungen, die ein Akteur nie nach den Bewußtseinsprozessen, sondern nach den Verständigungshandlungen seiner Mitmenschen arrangiert. Oben angeführtes Insistieren auf der kollektiv kontrollierten Normenverpflichtung läuft auf das hinaus, was auch Durkheim mit der folgenden, um den Positivismus bereinigten Zitatverfremdung<sup>110</sup> unterstellt werden kann: etwas soziokulturell darzustellen, heißt im Ergebnis, in gewissem Maß, auf interpersonale Weise etwas regelfolgend darzustellen; es heißt deshalb auch, unter dem Gesichtspunkt der kommunikativen Anschlußfähigkeit etwas zu formieren. Ikonische Bilder weisen diese interpersonale Regel der Kultur hauptsächlich im Legizeichen auf, welches sich mit der kommunikativ anschußfähigen Rahmung indiziert. Trotzdem schlagen selbst die regelfolgenden Zeichenbezüge [s.S. 54] eine interpersonale Regel aus, die sich in der gesellschaftlichen Gesamtheit in absoluter Identität repetieren soll. Deshalb hat sich Mead [vgl. 1973/196] getäuscht, als er den »verallgemeinerten Anderen« als eine Instanz beschrieb, die ein Individuum verinnerlichen kann, um die idealtypische Haltung einer ganzen Gemeinschaft einzunehmen. Diese angenommenen Verschwandtschafts- und Ähnlichkeitsklassen, die Personen in Erwartung einer sicheren Anschlußfähigkeit wiederum regelgeleitet artikulieren, unterliegen jedoch einer soziokulturellen Drift, da "eineiige Zwillinge" in der sozialen Exemplifikation von Kommunikation eher ausnahmsweise vorkommen. Insbesondere die konsumsüchtige Forderung nach immer wieder Neuem und das Wettstreiten um *unwillkürliche Aufmerksamkeit* in der Bildkommunikation treiben die soziokulturelle Drift an, die das steuerlose Wegkommen vom Nahen zum uferlosen Ziel hat. Dieses diachronische Driften ist unvermeidlich, sofern keine einfachen mathematischen Regeln befolgt werden, wie z.B. die relativ zeitstabile Zentralperspektive von trivialen Bildmaschinen.

Bereits die Unmöglichkeit, eine Regel direkt zu beobachten, unterhöhlt die Annahme von einer kollektiv beständigen Identität. Um eine Regel zu situieren, muß der Beobachter in einem Dritten schlußfolgern, daß z.B. eine Gemeinsamkeit zwischen einem Vergangenen und einem Gegenwärtigen wiederzuerkennen und anzunehmen ist. Infolgedessen inter-

<sup>110</sup> Das Original lautet: "Logisch zu denken heißt in der Tat immer, in gewissem Maß, auf unpersönliche Weise denken; es heißt auch *sub specie aeternitatis* denken" [Durkheim 1981/583], d.h., "*unter dem Gesichtspunkt der Ewigkeit*" zu denken. Hinzuzufügen ist noch, daß eine "Unperson" gerade das Gegenteil von einer Adresse ist, die man kommunikativ erreichen könnte, da sich z.B. in »unpersönlichen« Gesprächen die Person nicht angesprochen fühlt.

nalisiert ein Beobachter innerhalb seiner sozialen Raum-Zeit-Koordinaten die kulturellen Darstellungsregeln, in deren erfahrenen Merkmalen er etwas wiedererkennt, was ihm als die regelgeleitete Exemplifizierung eines Legizeichens vorkommt. Die Regeln, die ein Individuum aber konstruiert, gehorchen keineswegs einem Determinismus, der aus der (meinigen) Beobachtung von Sozialisationsmedien kausal ableitbar wäre. Denn die ermittelten Regeln sind eine Konstruktion von Erkennungs-codes, die auf die Orientierung an Sozialisationsmedien ebenso verweisen wie auf den wiedererkennenden Beobachter selbst. Dieses relationale Verhältnis führt manchen Beobachter zu Regeln, die ihm zwar so vorkommen, *als ob* sie unumstößlich wären, die aber trotzdem absolute Identitätsbehauptungen verbieten, die z.B. manchmal Kunsthistoriker aus pragmatischen Gründen zu beobachten meinen [s.S. 159 Wiedererkennen].

Sieht man von kulturellen Legizeichen ab, deren kommunikative Konvergenz zeitrelational konstruiert wird, so liegt die Schwierigkeit für ikonische Bilder darin, daß die Herstellung von persönlich motivierten Ähnlichkeitsbezügen weder von kollektiven Merkmalen noch von "kollektiven Vorstellungen" in eine imperative Regel gedrängt werden kann, "... die das Ergebnis einer ungeheuren Zusammenarbeit [ist], die sich nicht nur im Raum, sondern auch in der Zeit ausdehnt" [Durkheim 1981/37]. Divergierend von Symbolcodierungen, deren Semantik sich auf einem kulturell eingespielten Minimalkonsens gründet, sprechen die subjektiv variierten Ikons und deren Interpretationsmöglichkeiten dagegen, daß Bildproduzenten im "synchronischen" Raum und in "diachronischer" Zeit sich an einer geregelten Gemeinsamkeit orientieren. Der kollektiven Normierung widersetzen sich Bilder, indem selbst bei deren massenmedialer Herstellung strikt vermieden wird, daß sich ihr ikonischer Objektbezug, der für den Bruchteil einer Sekunde "global" synchron verläuft, zur wiederholten und damit potentiell konsensfähigen Konvergenz entwickelt. Der unikale Charakter des Ikons widersetzt sich einer kollektiven Übereinstimmung auch dann, wenn symbolische oder indexikalische Objektbezüge konvergierend hinsichtlich divergierender Ikons geäußert werden. Beispielsweise besagt die symbolische Feststellung "das sind alles Autos" nicht, es wären immer die gleichen Veranschaulichungen von Autos zu sehen. Deshalb gilt für das bildliche Konstituens, also für den ikonischen Objektbezug per Ähnlichkeit, daß die Rede von einer Norm, einer Regel, dem Meadschen "me", dem kollektiven Bewußtsein, der kollektiven Vorstellung und auch der »kollektiven Merkmale« für Bilder ins Referenzlose läuft. Von daher zerschellt an der ikonischen Klippe auch der Begriff der »kollektiven Identität«, mit dem Habermas in Anlehnung an Durkheim einen normativen Konsens beschreibt, der nicht langsam "erzielt" wird, sondern der sich

"... gleichursprünglich mit der [symbolisierten] Identität der Gruppe her[-stellt]" [Habermas 1988b/85].

In den ikonischen Objektbezügen und deren rhematischen Bedeutungen sind Bilder zu sehr individuell motiviert, als daß sie von gesellschaftlichen Verpflichtungen ohne weiteres, z.B. ohne Symbole, vereinnahmt werden könnten. Den verallgemeinerten Imperativen einer "kollektiven Identität" - die überwiegend totalitäre Systeme für Symbole herbeireden, um Legitimitätsansprüche durchzusetzen - sperren sich ikonische Objektbezüge schon deshalb, weil ihre Auswahl nach ästhetischen, individuell- und emotions-motivierten Kriterien einer kollektiv verbindlichen Orientierung entgegentläuft, worin im übrigen ihre eskapistische Tendenz gegenüber dem Konformitätszwang anderer Kommunikations- und Sozialisationsmedien liegt. Insbesondere Antikonventionalität ist ein Charakteristikum, das sich in der Kunst - ein Ziel der Berufswünsche vieler Jugendlicher - und in den Massenmedien nachhaltig formuliert, um nonkonforme Persönlichkeit zu beweisen. Denn den Versuch, das Nichtgestrige vorzuführen, bietet die Kulturindustrie als "Action News" an, die die "Erwartung des Unerwarteten" [Bolz 1993/123] erwartbar machen soll.

Mit umgekehrtem Erklärungszweck beschrieb Durkheim [vgl. 1981/495f.] die Repräsentationen, die in Kollektiven einer Interpretationsregel folgen. Er legte für mimetische (ikonischen) Objektbeziehungen dar, daß sich bei deren Anschauung ein Gefühl der Regelmäßigkeit dann einstellt, wenn sie sich in ständiger Repetition zu einer "gebiete-rischen Denkregel" entwickeln. Andernfalls verlaufen mimetische Objektbeziehungen nicht innerhalb erwartungssicherer Interpretationen, die z.B. bei interpersonalen Interpretationserwartungen bezüglich einer symbolischen Wappenverwendung aufzufinden sind. Die oftmals erwartbaren Konventionen einiger Symbolverwendungen missionieren Individuen sicherlich nicht derart, daß ihr Bewußtsein von einer "gebiete-rischen Denkregel" eingenommen werden könnte. Aber im minimalen Rahmen folgen Symbole und ihre Interpretationen interpersonalen Regeln, deren Bekanntheit die Teilnehmer voneinander erwarten. Solchen Erwartungserwartungen verweigern sich ikonische Objektbeziehungen vollständig. Denn deren Interpretationen schaukeln sich in subjektiven Affekten hoch, die sich von autoritären Lernimperativen deshalb kaum kommandieren oder dirigieren lassen, weil man etwas Unerwartetes nicht als Unerwartetes nochmals wiederholen oder gar befehlen kann. Da aber von ikonischen Bildern heutzutage erwartet wird, daß sie in der Kultur durch Unerwartetes faszinieren, widerstreitet ihre Plötzlichkeit einer erwartungs-sicheren, symbolischen Koordination von Koordinationen (Handlungen). In diesem Verzicht auf interpersonale Regelerwartungen zerstreuen sich Affekte in subjektiven Interpretationen, deren Verbindlichkeit ohne Symbole ungewiß ist. Eine unstete Gewißheit über



erwartbare Affekte bezüglich ikonischen Zeichen ist allenfalls dann vorhanden, wenn ein emotionsmotivierter Sinnkonsens in kleinen Gruppen als wechselseitiges Miterleben projiziert wird, wie beispielsweise eine an (jugendlichen) Lebensstilen orientierte Werbung, die spezifischen Lebensgefühlen modische Formulierungen gibt. Ansonsten haben "... die sozialen Gefühle ohne Symbole nur eine ungewisse Existenz" [Durkheim 1981/316] und kommunikative Fortdauer. Die Unregelmäßigkeiten im Ikon weisen demnach keine interpersonalen Merkmale auf, von denen sich die im Kollektiv vergesellschafteten Personen bedeutungsparallel angesprochen fühlen.

Sofern man von zeichenwirksamen Umgebungsräumen einmal absieht, verliert ein Bild ganz ohne kollektive Merkmale den kommunikativen Appell, der es interpersonal anschlussfähig macht. Diesen Appell erlangt ein ikonisches Bild, wenn dessen Darstellungsstil im Vergleich zu bekannten Stilen einen wiedererkennbaren Normenkomplex beobachten läßt, wie z.B. in den Darstellungsstilen von Lifestyle-Magazinen und der allgemeinen Zentralperspektive. Denn vergleichbar dem, was Durkheim [vgl. 1981/367] für die soziale Konstruktion einer Person feststellte, gilt auch für Bilder, daß das, was ein Bild zur Klasse der Bilder zugehörig macht, das ist, was es im Darstellungsstil mit anderen Bildern der eigenen Kultur gemeinsam hat. Mit dieser Klassifikation allgemeiner Darstellungskennzeichen entsteht ein kultureller Sinnkontext, dessen legizeichenhafter Rahmen einen kommunikativen Sinn für Exemplifikationen indiziert.

Infolge des kulturellen Sinnkontextes ist ikonische Bildkommunikation nicht auf einen pragmatischen Konsens angewiesen, der den Inhaltsaspekt der Objektbezüge betrifft, sondern sie ist einem kollektiven Merkmal verpflichtet, das sich aus dem *kulturellen Darstellungsstil* herleitet. Dessen Verbindlichkeit signalisiert eine kulturelle Adressierung, mit der sich Personen im kommunikativen Beziehungsaspekt verständigen. Diese Adressierung entsteht tatsächlich mit der Kommunikation kulturell gleichursprünglich, da jede als Kommunikation erkannte Handlung zumindest eine zwischenmenschliche Beziehung gleichursprünglich stiftet, gleichwohl gemeinte Inhaltsaspekte und Motive nicht notwendigerweise vom reziproken Verstehen begleitet sein müssen. Das für Kommunikation Unentbehrliche ist, daß der Adressat die Anschrift, das Anzeichen am Bild, auf sich bezieht, sich also als Adresse für das kommunikative Ansinnen des anderen nimmt. Für eine derartig allgemeine Adressierung benötigen Bilder ein kollektives Merkmal, mit dem sie Kulturmitglieder interpersonal anschreiben können. Dennoch bietet diese kulturelle Bildadressierung keine Erwartungssicherheit dafür, wie ihre kommunikative Bedeutung interpretiert werden wird, sondern sie bietet ausschließlich eine Sicherheit dafür, daß sie als interpersonales Zeichen interpretiert werden wird. Diese Normerwartung verbindet sich

untrennbar mit dem Begriff der Funktion, deren interpersonale Anschlußfähigkeit durch die Normerwartung stabilisiert wird [vgl. Mukařovský 1989/129/1]. Ein Bild kann zwar ohne interpersonale Legi-Merkmale seine kommunikative Funktion erfüllen, wenn es zufällig als Sinzeichen etwas per Ähnlichkeit bezeichnet, aber es ist wegen dieser Autonomie ohne erwartungssichere Adresse. Es muß deshalb seinen kommunikativen Anschluß an irgend jemanden einer Zufälligkeit überlassen, die ohne hinzugesprochene Worte höchstunwahrscheinlich jemandem von selbst als Verständigungsabsicht auffällt. Der kommunikativ autonome, warme Milchfleck auf der Tischdecke adressiert sich nämlich nicht ohne weiteres als Bild, Kunst oder gar als Mama, wie es beispielsweise Kinder nach Mißverständnissen anlässlich ihrer kommunizierten Differenzierungskriterien verwundert beobachten müssen, wenn sie den Fleck als Zeichen für Mama interpretieren.

Mit letzterem begründet sich gleichfalls ein Unterschied zur verbalen Sprache und anderen Symbolcodierungen. Deren Koordinationskraft, die beim Verstehen durchaus abgelehnt werden kann, basiert neben dem adressierten Beziehungsaspekt hauptsächlich auf dem wechselseitig erwartbaren Minimalkonsens über die Inhaltsaspekte der Symbole. Bildkommunikation erzielt indessen ihre kommunikative Anschlußfähigkeit, indem sie kulturelle Beziehungsaspekte mittels Darstellungscodes stiftet, deren Konvergenz die Betrachter als kulturellen Bildtyp erwarten. Wäre desgleichen der Objektbezug von einzelnen Ikonen konsensuell gebunden, würde heutige Bildkommunikation ihre Anziehungskraft verlieren, weil damit der optische Informationsgehalt, vergleichbar der kultsymbolischen Bildverwendung, für lange Zeit annähernd identisch wäre, was die visuelle Sinnesfreude von Fernsehzuschauern und manchen Kunstbetrachtern erheblich schmälern würde. Somit bereiten die kollektiven Merkmale der Kultur ein Verständigungsmilieu vor, das zwar im ikonischen Signifikationscode nach kommunikativen Beziehungsaspekten verlangt, das aber keineswegs notwendigerweise einer Kollektivität des interpretativen Verstehens den Weg bereitet. Vielmehr franst die Homogenität der Bildkultur, die insbesondere die Kulturindustrie weltumspannend als kollektive Merkmale verbreitet, in der Heterogenität von Gesellschaften und pragmatischen Bedeutungen aus. Dies geschieht um so drastischer, je umfangreicher Bilder außerhalb eines Symbolgeflechts etwas rein ikonisch repräsentieren. Denn ohne diese semantische Vernetzung erhalten die subjektiven Wert- und Bedeutungsorientierungen im Ikon und Rhema einen Verstehens(-vor-)sprung, der trotz kollektiv plausibler Bildkultur höchst selten in kollektiv geteilten Bedeutungsdifferenzierungen (sprachlichem Verstehen) aufgeholt werden kann. Das Im-Bilde-Sein entsagt sich deshalb jeder Hoffnung auf ein vergesellschaftetes In-der-Sprache-Sein eines Kollektivs. Vergesellschaftet sich ein Kollektiv ausschließlich mittels ikonischer Bilder, dann leistet

es sich Bedeutungsinterpretationen, die hinsichtlich erfolgreicher Koordinationen (Handlungen) ungebundener nicht sein könnten. Die Bilder stiften daher vorausseilend eine Globalisierung der kulturellen Beziehungen, ohne daß sie im nachhinein über Grenzen hinweg in den Bedeutungen vergesellschaftet werden. Sie erhalten allenfalls vagabundierende Bedeutungen, die im Verzicht auf sozial globalisierte Bindungen sich eher in unvermuteten als in vermuteten Handlungsplazierungen und Bewußtseinspositionen aktualisieren. Wie verdeutlicht sich dies?

Von Kommunikation zwischen Menschen kann gesprochen werden, sobald jemand Formen eines anderen wahrnimmt und sie in Interpretationsakten aufgreift, in denen er sowohl individuell als auch gesellschaftlich bekannte Kontexte für irgendeine Bedeutung herstellt, um diese in jenen Kontexten als Nachricht zu verstehen. Damit soll auch der Fall impliziert sein, "... daß das Individuum keine Sprachsymbole entwickeln könnte, wenn es nicht fähig wäre, auf nichtsprachliche und nichtgesellschaftliche Zeichen zu reagieren ..." [Morris 1934/18]. Die Möglichkeit ist also gegeben, daß ein Bildbetrachter sich von den Anforderungen entlastet, die die Bedeutungsinterpretationen seiner »verallgemeinerten Anderen« (gesellschaftlichen Kontexte) ihm nahelegen wollen. Für ihn reicht es aus, um visuell im Bilde zu sein, wenn er den (kulturellen) Sinn der repräsentierenden Form durchschaut, d.h. *kennengelernt* hat. Jede gesellschaftliche Verstehensanforderung, die ihn zu generalisierten Bedeutungen zwingen will, kann er dabei durchaus vergessen. Sicherlich assoziiert ein solcher Betrachter irgendeine Bedeutung bezüglich des Gesehenen, doch muß und kann er sie nicht so interpretieren, wie sie seine Gesellschaft oder "seine Weltgesellschaft" als verallgemeinerte Haltung konstituiert hat. Ein neues Ikon, ein erstmaliges Bild, ein aktuelles Foto aus einem subjektiven Blickwinkel ist nicht von einer interpersonal geteilten Bedeutung okkupiert, sondern diese muß, wenn es zu einer kollektiven Besetzung kommen soll, nachträglich innerhalb eines symbolischen Kommunikationskontextes vergesellschaftet werden. Bleibt dies aus, verlieren Bedeutungen ihre gesellschaftliche Rückbindung, weshalb eine ikonische Semantik sich polypragmatisch, also sozial unkalkulierbar, interpretieren läßt.

Die Kalkulierbarkeit der Bedeutungen erhöht sich mit der Konventionalität, mit der eine kulturelle Semantik sozial integriert wird. Solchermaßen stabilisierte Bedeutungen beobachten Habermas, Durkheim und Mukařovský dann, wenn sie eine regelgeleitete und repetitiv gleichförmige Äußerung identifizieren, aufgrund der sie einem Kollektiv eine pragmatische Norm der Bedeutung unterstellen. Sie beobachten also nicht Bewußtseinsprozesse, sondern sie beschreiben kollektive Merkmale, die Individuen als Symptom ihres Bewußtseins artikulieren, wenn sie sich verallgemeinerter Bedeutung verpflichtet wissen.

"Stoßen sie [die Individuen] denselben Schrei aus, sprechen sie dasselbe Wort und machen sie dieselben Gesten in bezug auf den denselben Gegenstand, dann sind sie und fühlen sie sich [in der Beobachtung von Durkheim] im Einklang" [Durkheim 1981/315]. Gleichermaßen stellt sich für Habermas [vgl. 1988b/95f.] der "Kern des Kollektivbewußtseins" in einem normativen Konsens her, der neben individueller Orientierung an vergesellschafteten Symbolen auch auf Bedeutungsidentität angewiesen sein soll, so divergierend deren Kontexte auch ausfallen mögen.

Mukařovský, der die vergebliche Idee des "Kollektivbewußtseins" auf die Kunst anwendet, beschreibt jene sozialintegrative Orientierung. Für ihn wird ein künstlerisches Werk zu einer kollektiven Angelegenheit, sobald z.B. ein "Kritiker ... mit seiner individuellen Haltung in beträchtlichem Maße die Haltung der übrigen Wahrnehmenden gegenüber dem Werk [formt]" [Mukařovský 1986/54]. Worüber verfügt jedoch der Kritiker? Er verändert die Wahrnehmung der Betrachter zwar, dies aber nur dort, wo er symbolisch formulierte Interpretationen zur Verfügung stellt, um willkürliche Aufmerksamkeit im Sinne der Whorf-Hypothese [s.S. 274] zu koordinieren. Kollektive Merkmale autorisieren sich daher erst mit einer symbolischen Sprache, der sich die ikonischen Bilder vielfach entziehen, sofern in diesen selbst auf symbolisierte Autoritäts- und Geltungsansprüche verzichtet wurde.

Die aufbegehrende Energie der Bilder, die sich den Fängen eines sprachlichen Nachtrags entsagt, wird zwar gewollt, aber sie bereitet dennoch eine (kunsthistorische) Streitfrage darin, wie sie zur kollektiven Angelegenheit werden soll. Die Gegenstandsbedeutung und Non-Ego-Erfahrung gegenüber ikonischen Bildern widersetzt sich nämlich denjenigen Berührungen, die mit Wortwechseln alles als kollektive Angelegenheit ergreifen wollen. Sprache formt zwar die sprachliche Haltung der Wahrnehmenden, aber sie leitet die kennelernde Wahrnehmung zu einem wesentlich geringeren Teil an, als die Bilder selbst. Als artikulierte Haltung beschreibt Sprache daher etwas, das als Symptom des Bewußtseins einen sozialen Anknüpfungspunkt bietet, der gegenüber anderen Betrachtern die wahrgenommene Bildinformation anschlufähig generalisiert, so denn die Worte nicht fehlen. Man vermittelt in sozialen Situationen nicht, wie man vorkommunikativ wahrgenommen hat, sondern man richtet aus, wie Wahrnehmung in sprachlicher Haltung wahrgenommen wurde, um sich in zweiter Ordnung von kollektiven Angelegenheiten mitzuteilen. Aus diesem Grund bieten Symbolverwendungen, Bildtitel und kunsthistorische Texte die sozialintegrativen Geltungsorientierungen an, die als Sprache anschlufähig sind. Sprache ermöglicht also sowohl Normenkonformität als auch Normenorientierung, indem sie die Erfahrung und die Herstellung eines ikonischen Sujets anleitet. Sie bietet daher

erwartungssichere Kontexte für interpersonale Bedeutungen. An diesen symbolischen Kontexten orientieren sich gewiß viele Bildner, indem sie sozial bedeutsame Autoritäten in ihren symbolisierten Themenstellungen anerkennen. Sie symbolisieren beispielsweise ihre Freunde, ihren Urlaub, historische Ereignisse oder die politische Gegenwart in ikonischen Bildern. Die dabei intendierten Bedeutungen gehen über individuelle Strukturen hinaus, sie gehören deshalb zu Strukturen, deren Merkmale ein Kollektiv stützt [vgl. Mukařovský 1986/51]. Die Mitglieder eines Kollektivs verfügen jedoch nicht über ein kollektives Bewußtsein, wenn sie sich an einem erlernten Komplex von Bedeutungserwartungen orientieren, den sie spontan auf jedes Werk applizieren, um manche Ikons so in Symbole zu transponieren, daß diese in die jeweilige Synchronie der gesellschaftlichen Kommunikation passen.

Alle oben genannten Beobachtungen enthüllen weder ein Kollektivbewußtsein noch die Kommunikation mit Bildern. Sie beschreiben lediglich Zeichen, die infolge individueller Orientierung an vergesellschafteten Symbolen verwandt verlaufen und ein kommunikatives Symptom eines Bewußtseins sind. Daher kommunizieren gleichfalls Bilder mittels Ikons und Einzelsymbolen nur etwas, was zwar die Existenz von sozialen Gefühlen darstellt, was aber nicht gleich Interpretationen nach sich zieht, die auch intersubjektiv gleichlaufend im Kollektivbewußtsein *erlebt* werden. Eventuell gehört deshalb zur Bildbetrachtung das Gebot des miterlebenden Schweigens, um möglichen Dissens in einen verbindlichen Konsens zu überführen, der es bei Unsagbarkeiten beläßt, wie beispielsweise bei religiösen Symbolen oder sonstigen vorsprachlichen Realitäten. Jeder Begründungsversuch, der die kollektive Gültigkeit eines symbolisierten Zugehörigkeitsgefühls beweisen soll, zerstört nämlich die Botschaft, die im Symbolismus einer "intersubjektiven" Gemeinsamkeit gemeint und als gleichursprüngliche Lebenswelt geglaubt ist. Vor dem religiösen Symbol, vor dem ikonischen Kunstwerk oder einer Lebensstilwerbung sind wir also solange scheinbar gleich, wie wir expressives Schweigen beobachten und diese Haltung als kommunizierten Anlaß der emotionalen Gleichheit projizieren. Insbesondere die televisionären Massenmedien provozieren einen kommunikativen Beziehungsaspekt, der uns bis zur Besinnungslosigkeit kulturalisiert, während wir im kommunikativen Inhaltsaspekt bis zur unvergesellschafteten Bedeutungsisolation verstummen. Konsensuelles Schweigen verschweigt somit den Dissens, den Personen entstehen ließen, wenn sie ihrer verständige Übereinkunft nach ihre bedeuteten Referenz im Bewußtsein befragen würden oder erklären müßten. Je weniger nämlich das mögliche Reaktionsverhalten erwartet werden kann, desto sozial unauffälliger ist der Versuch, durch nicht-verbale Kommunikation stillschweigende Übereinkunft zu signalisieren [vgl. Siegrist 1970/56].

Wird Schweigen untolerierbar, dann kommt interpersonalen Symboläußerungen eine integrative Autorität zu, die sie in bezug auf Ikon ausspielen. Denn in Symbolen suchen Personen eine sozialintegrative Orientierung, die in beredeter Gleichheitsbeziehung den unvergesellschafteten Augenblick am Ikon vergesellschaftet, ohne dessen subjektiven Erlebnismoment selbst zu zerstören; deshalb muß man Bilder trotz allem Gerede auch höchstpersönlich betrachten, sofern sie erlebnisorientiert genutzt werden sollen.

Das Ikon ist eine unvergesellschaftete Bezeichnung. Es ist zwar von seiten seiner Darstellungsform sinnhaft auf die Kultur(-Mitglieder) bezogen, indem es etwas kulturell zur anwesenden Umwelt erhebt, aber von seiten der Pragmatik wartet die Bedeutung des Ikon auf dessen nachträgliche Vergesellschaftung, um dort symbolisch oder indexikalisch in Bedeutungskontexte verwoben zu werden. Verzichtet man auf die Vergesellschaftung der interpretativen Bedeutung, bieten ikonische Bilder zwar kulturell allgemeine, jedoch keine sozial allgemeinen Orientierungen. Niemand wird also ohne weitere Zeichen nachvollziehen, was jemand angesichts eines Bildes verstanden hat, sondern er wird allenfalls ein indexikalisches Anzeichen registrieren, daß jemand etwas als Kultur wahrgenommen hat. Mit Webers Begriff beschrieben: man kann gegenüber der kulturellen Bildkommunikation "massenhaft gleichartiges Handeln" [Weber 1968/195] beobachten, vergleichbar den Passanten auf der Straße, die bei einem Regenschauer mit dem Aufspannen des Regenschirms (Bildschirms) reagieren. Für die wahrnehmungshandelnden Bildbetrachter impliziert dies jedoch kaum, daß sie eine Interpretation aktualisieren, die sinnhaft auf den Bildproduzenten oder andere Personenkreise bezogen ist. Ihre unwillkürliche Aufmerksamkeit folgt vielmehr dem Vorfall, der sich in Farb- und Formverläufen des Bildgegenstandes ereignet. Diese Orientierung an der direkten Gegenstandsbedeutung geschieht im vorkommunikativen Bewußtsein, welche das kommunikative Ansinnen weitgehend in Wahrnehmung versickern läßt [s.S. 71]. Folglich ist Wahrnehmung kein soziales Handeln. Zweifellos zerfließen die Unterscheidungen zwischen reaktivem Wahrnehmen, das ohne soziale Bedeutungsorientierung auskommt, und spezifisch sozialem Handeln, welches an anderen Personen orientiert ist [vgl. Weber 1968/301]. An jeder Bildrezeption ist gewiß eine soziokulturelle Interpretationspraxis beteiligt, mit der beispielsweise Stummfilme interpretiert werden. Obwohl dessen filmische Ausdrucksformen kulturell sinnhaft am Betrachter orientiert sind, steht aber kaum zu erwarten, daß sie auch sozial sinnhaft an seinem Verhalten orientiert sind. Denn das Verhalten des Betrachters und seine Interpretationen werden selten der Erwartungserwartung entsprechen, die der Bildproduzent als Zeichenbedeutung intendiert hat. Vielmehr läßt sich erwarten, daß der Betrachter Unerwartetes oder gar nichts interpretiert, wenn er sich mit der stummen Welt von

anwesender Komplexität konfrontiert. Aus diesem Grund machen sich Stummfilme mit Texteinblendungen, Symbolen, überzeichneter Gestik bzw. indizierender Mimik sozial verständlich, um ihre Unbestimmtheiten in erwartungsstabilere Bestimmtheiten zu überführen. Mit nichts anderem als Ähnlichkeiten läßt sich zwar ein emotionsmotivierter Sinnkonsens erzeugen, jedoch enthalten sie sich der mitgeteilten Bestimmtheit, die etwas anderes erwartbar macht als Nachahmung und optische Erkennbarkeit von kulturellen Bildthematizierungen (Semantik). Denn bei papageienhafter Nachahmung von Ähnlichkeitsmerkmalen ist das Verhalten keineswegs so orientiert, daß dessen "stillschweigende Vereinbarung" [Weber 1968/198], die aus der Akzeptanz der Kulturformen herrührt, ein geltendes Einverständnis bezüglich interpersonaler Bedeutungen signalisiert. Bilder widerstreiten deshalb dem Einverständnishandeln, dem eine kollektive Geltung dadurch zuteil werden soll, daß ein kommunikativ Handelnder aus ko-orientierten Erwartungen heraus agiert.

Im Unterschied zu einer Sprachgemeinschaft [hierzu Weber 1968/196f.] verzichtet ein Kollektiv der Bildkommunikation auf die sinnhaften Bedeutungen, die auf die Erwartungen bauen, daß ein kommunikativ Handelnder sein Verhalten auch von jedem anderen so erwarten kann, wie er es selbst infolge seiner Interpretation aktualisiert. Der visuell kommunikativ Handelnde hat lediglich eine geringe Chance, seine erwarteten Bedeutungsinterpretationen mit den interpretierten Bedeutungen des anderen korrespondieren zu lassen. Diese Wahrscheinlichkeit korrespondierender Bedeutung, wie sie ja eine kollektive Bedeutungsgeltung beansprucht, ist überaus gering, weil dem ikonischen Wissen oft ein emotionsmotiviertes Verhalten folgt, dessen innenorientierter Zufallscharakter sich selten von fremdorientierten Erwartungsstrukturen über Bedeutungen ablenken läßt. Wenn also ikonisches Wissen ausschließlich kulturell an anderen orientiert ist, es aber kein Einverständnis impliziert, welches Verhalten es zur Folge hat, dann ist es insofern partiell außersozial, wie es keine praktische Notwendigkeit nach sich zieht, die Bedeutungen erwartbar stabilisiert. Von daher begründet sich einerseits die Unmöglichkeit eines Bewußten und Unbewußten, das zu kollektiven Merkmalen neigt, die die sozialen Bedeutungsinterpretationen von ikonischer Kommunikation betreffen. Andererseits muß im nächsten Abschnitt geklärt werden, ob die kulturellen Darstellungsformen kollektive Merkmale aufweisen, da kulturelle Ko-Orientierungen bewußt und unbewußt zumindest teilweise vorhanden sind.

Abschließend ergeben sich zwei Beurteilungen für die mangelnde soziale Ko-Orientierung, die aus der unkalkulierbaren Bedeutung von Bildern folgt. Wenn man will, kann man diese soziale "Koordination ohne Wahrheit" [Miller 1986/436], die infolge ikonischen

Wissens (z.B. massenmedial) zur Aufhebung vergesellschafteter Bedeutungen führt, mit Max Miller - ohne seiner Untersuchung sozialer Koordinationsprobleme gerecht zu werden - als den "absoluten Terror" [Miller 1986/436] verstehen. Oder man sieht im ikonischen Wissen eine kreative Kontingenz, die sich dem »argumentativen Wahrheits-Terror« einer sozialen Sprachautorität entzieht, indem sie (wie z.B. in der Kunst) nicht vordenkbare Möglichkeiten eines Nicht-Identischen zu inszenieren sucht. Ganz gleich, wie man dies beurteilen mag, festzuhalten ist: ikonisches Wissen ohne symbolische Ko-Orientierungen reduziert keinesfalls soziale Koordinationsprobleme, sondern es provoziert diese. Denn Individuen fehlen zwangsläufig adäquate Worte für unikal Vorkommendes, und ebenso versagt ihnen jede Wahrheit für konventionslose, ikonische Bezeichnungen. Mit diesem Verzicht auf verbalen und wahrheitsorientierten Reizschutz liegen Chance und Debakel für Gesellschaften dicht beieinander. Chance deshalb, weil Individuen ihr Bewußtsein in einer Kulturperspektive konzeptualisieren können, die aus subjektiver Stellungnahme etwas kommuniziert, was Gesellschaften über ein sehr zeitnahes Orientierungsmaß benachrichtigen kann, sofern sie bereit sind, Individuen von Traditionsimperativen zu entlasten. Ästhetische Auflehnung wäre daher fehlsichtig bewertet, wenn man ihr, die ja den Sinnen zugehörig ist, ein Verbrechen gegenüber betriebsblinder Wahrheits- oder Sprachautorität vorwirft [hierzu Marcuse 1984/171ff.]. Debakel deshalb, weil Individuen ihr Bewußtsein in einem heimatlosen Bedeutungskontext konzeptualisieren können, der sie in soziale Isolation treibt, sofern diese von einer Erlebnisgesellschaft nicht mehr eingeholt werden will oder kaum mehr mit kollektiv entwickelten Bedeutungen versorgt wird, wie es beispielsweise erfolglosen Künstlern widerfährt.

### c) Möglichkeiten eines kognitiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation

Das vorangegangene Kapitel begründete, warum Bilder in ihrer ikonischen Semantik und in ihrer rhematischen Pragmatik zu einer Offenheit tendieren, die Differenz ohne Bedeutungsidentität beobachten läßt. Aus diesem Grund mußte das sogenannte »Kollektivbewußtsein«, welches ich als die Beobachtung von kollektiven Merkmalen aufgriff, für die gesellschaftliche Pragmatik verworfen werden. Für die gesellschaftliche Pragmatik stellte sich das proportionale Verhältnis heraus, daß ikonische Bilder um so weniger eine erwartungssichere Koordination von Koordinationen (Handlungen) verwirklichen, je weniger sie an vergesellschafteten Symbolen partizipieren. Gleichwohl Gesellschafts-



mitglieder aufgrund dieser mangelnden Ko-Orientierung weitgehend Bedeutungsinterpretationen entwickeln, die hinsichtlich ikonischer Bilder ohne erwartbare Parallelität auskommen, involviert dies trotzdem keine Gültigkeit für die syntaktischen Formen der Bildkultur. Sobald wir z.B. den ikonischen Signifikationscode von Bildern betrachten, erkennen wir durchaus kulturell konvergierende Syntaktiken wieder. Denn wir akkommodieren den Sinn im Sinn soweit, daß uns Darstellungsformen zur kulturellen Konvergenz werden, indem wir Sinn assimilativ als exemplifiziertes Sinzeichen eines Legizeichens wiedererkennen. Daher fungiert Bildkultur für uns als eine solche Notwendigkeit, die anschlussfähige Weiterführung nicht dem Zufall überläßt. Trotzdem umfaßt diese kulturelle Anschlußwahrscheinlichkeit nicht die eingrenzbare Erwartungssicherheit, mit welchen Bedeutungsverknüpfungen jemand fortfahren wird. Ikonische Kulturformen inhärieren ausschließlich eine Wahrscheinlichkeit dafür, daß überhaupt jemand der organisierten Komplexität eine signifizierende Ähnlichkeit ansehen wird. Wie aber Bildkultur, die sich im Vergleich zur Natur durch Unwahrscheinlichkeit anzeigt, als eine Wahrscheinlichkeit generalisiert wird, deren synchronische Gedächtnisform an menschliche Individuen unbewußt und bewußt Anschluß findet, werden folgende Ausführungen beschreiben.

Die jetzt kommenden Überlegungen konzentrieren sich auf den kulturellen Bildaspekt. Mit Kultur wurde der Bildstil bezeichnet, der in Medienformungen zur Rigidität neigt. Diese gewisse Unnachgiebigkeit war die Prämisse für den kulturellen Signifikationscode, dem infolge struktureller Kopplung hohe Anschlußwahrscheinlichkeit an Wahrnehmung anvertraut wird. Die Anschlußwahrscheinlichkeit ordnete ich dem abstrakten Existenzmodus zu, den ich mit Eco als "Semiotik der Signifikation" und als Kultur beschrieb [s.S. 141]. Ich lasse also die kommunikative Verständigung, die eine sozialorientierte Bedeutungsaktualisierung impliziert, weitgehend unberücksichtigt, wenn ich das Verhältnis von Bild-Kultur und kognitiver Bild-Wahrnehmung beschreibe. Eine solche Auslassung hat allein theoretischen Sinn, da jede Wahrnehmung einer bedeutungsgeleiteten Pragmatik folgt. Es existiert keine Wahrnehmung, die niemals eine Bedeutung in Affekten, Emotionen oder kognitiven Aktualisierungen bewirkt hätte. Wenn ich aber einer tradierten oder produzierten Bildkultur die Möglichkeit zugestehe, daß sie innerhalb eines Kulturkreises eine hohe Anschlußwahrscheinlichkeit hat, dann müssen ihr kollektive Merkmale zukommen, denen die beteiligten Individuen zumindest kognitiv verwandt folgen können, so denn "das Wesen der Identität ... kognitiv [ist]" [Mead 1988/216]. Ein Beleg für die kognitive Sinn-Verwandtschaft ist darin zu sehen, daß Bilder bei Einhaltung einiger Legizeichen ihren ikonischen Objektbezug für kulturalisierte Mitglieder meist monosemantisch

freigeben. Welche Affekte und polypragmatischen Bedeutungen ein Bild erzeugt, ist für Kollektive unvorhersehbar; für deren Mitglieder ist es lediglich wahrscheinlich, daß sie ein Bild als Bild wahrnehmen werden. Wie kommt es aber zu der kognitiven Wahrscheinlichkeit einer Wahrnehmung, und wie läßt sich die Untrennbarkeit von kognitivem und affektivem Bewußtsein unterscheiden? Außerdem ist ungeklärt, wie ein kognitiv und affektiv Unbewußtes vorkommen kann, und wie dieses über eine Relevanz für visuelle Kommunikation verfügt.

Zwei Begriffspaare sind offenzulegen, die für Bewußtseinssysteme zur Disposition stehen, nämlich kognitiv/affektiv und unbewußt/bewußt. Das erste Paar benennt die unzertrennlichen, aber polarisierten Bewußtseinsprozesse, die sich auf affektiver Seite eher dem emotionalen, energetischen und konkret körperlichen Erfahrungen zuordnen lassen, während sie auf kognitiver Seite eher die erkenntnismäßigen Aktivitäten des Wahrnehmens, Vorstellens, Lernens, Urteilens, Handelns und Denkens einbeziehen [vgl. Ciompi 1992/11, 47]. Das zweite Paar unbewußt/bewußt nuanciert folglich die Pole des ersten Paares nochmals nach ihrem Bewußtseinsgrad. Zunächst möchte ich den kognitiven Pol mit der Differenzierung von unbewußt/bewußt näher erläutern.

Die Polarität unbewußt/bewußt übernehme ich von jemanden, der sich kaum um sie gekümmert hat, nämlich Luhmann. Allerdings erkenne ich bei ihm eine Parallele zur Theorie, die Ciompi [vgl. 1992/65f.] und Piaget [vgl. 1976/68] vertreten. Diese beiden beschreiben als ein primär Unbewußtes alles das, was trotz operationaler Schemata nicht in bewußten Konzeptualisierungen verfügbar ist, wofür dem handelnden Individuum also keine bewußtwerdenden Vorstellungen und Ideen gegenwärtig sind. Gleichwohl siedelt Ciompi das verdrängt Unbewußte Freudscher Provenienz in einem affektiv Unbewußten an, zu diesem jedoch später. Denn jenem kognitiv Unbewußten vergleichbar konstruiert Luhmann ein Unbewußtes, das "... als positiver Zustand eines Beobachters ..." [Luhmann 1995a/146], "... aber nicht in ausdifferenzierter Reflexivität, sich selbst ermöglicht" [Luhmann 1987/612 Fußn.]. Damit verpflichtet er Unbewußtes und Bewußtes auf die Unterscheidung zwischen Medium und Form.

"Als Medium wäre das Bewußtsein dann die lose Kopplung möglicher Bewußtseinszustände, die nur durch Grenzen der Kompatibilität von Sinn beschränkt wäre; als Form wäre Bewußtsein dann die strenge Kopplung aktualisierter Sinnelemente, die als Gedanken ausgewählt und als Struktur erinnert wird." [Luhmann 1995a/146].

Obwohl Luhmann die Freudsche Psychoanalyse umformulieren möchte, trifft er vorrangig ein kognitiv Unbewußtes, wie es Piaget verdeutlicht. Nach dessen Meinung verfügt ein kognitiv Unbewußtes über sensomotorische (Perzeptions-) und operationale Schemata, die

in Strukturen entwickelt sind. "Die Schemata drücken aus, was das Subjekt 'tun' kann, aber nicht, was es denkt. Zum Subjekt gehören außerdem affektive und individuelle Schemata, zum Beispiel Tendenzen, Triebe etc." [Piaget 1976/65, Übers. d. A.]. Zwei Aspekte führen momentan weiter.

Erstens beschreiben Piaget und Luhmann gleichermaßen das (kognitiv) Unbewußte als Grenze der Kompatibilität, deren Schemata die bereits entwickelte Bandbreite bewußter Aktualisierungen kennzeichnen. Demnach fassen sie das (kognitiv) Unbewußte als eine assimilierte Struktur auf, die infolge unbewußter Schemata mögliche Verwirklichungen begrenzt. Diese von Piaget und Luhmann angesprochenen Grenzen der Möglichkeit sind deshalb eine Drittheit der Erstheit, d.h. eine erlernte bzw. erinnerte Struktur individueller Möglichkeiten. Beide Theorien beschreiben daher, wie Individuen kognitiv unbewußt drittheitliche Legizeichen assimilatorisch als Sinzeichen abduzieren, um einen deutenden Gedanken zu aktualisieren [s.S. 104 (Assimilation), 160 (Abduktion)]. Handelt es sich indessen um den für Menschen potentiell sichtbaren Wahrnehmungsbereich, ist Luhmanns obigem Zitat zu entgegen, daß die »Grenzen der Kompatibilität von Sinn« nur dann eingeschränkt sind, falls mögliche Bewußtseinszustände einen Sinn als kulturelle Konvention projizieren. Denn ausschließlich abduzierte Konventionen limitieren die visuelle Kommunikation zwecks Grenzerhaltung. Das kognitiv Unbewußte eines Individuums baut sich deshalb über die formalen Sinnstrukturen einer Konvention auf, die es hinsichtlich des kulturellen Bildstils verinnerlicht. Entfaltet es aber »Sinn als Möglichkeit« vom Quali- zum unvorhergesehenen Sinzeichen akkommodativ, entledigt es sich zeitweise hemmender Barrieren, die ihm kraft verinnerlichter Konventionen die offenen Formen von Kunstwerken einengen. Unumwunden muß aber gesagt werden, daß Bewußtseinssysteme, denen ja eine Regel privatim unkontrollierbar ist, niemals eine für sie tatsächlich stabile Konvention internalisieren können, es kommt ihnen und ihren kontrollierenden Beobachtern, die ja selbst in kultureller Synchronie driften, nur so vor. Die Drift individueller Kulturkompetenz ist in der Diachronie unvermeidlich, wie man an der Veränderung seiner eigenen Wahrnehmungsgewohnheiten und visuellen Zensurmechanismen über Jahrzehnte bemerkt.

Zweitens zielt, sofern man von Akkommodation bei Piaget und von Interpenetration bei Luhmann einmal absieht, individuelle Kulturkompetenz auf die erlernten Möglichkeiten, die einem Individuum zur Verfügung stehen, um legizeichenhaften als sinzeichenhaften Sinn zu erkennen. Mit nachahmenden Worten: Kulturkompetenz involviert die *kennengelernte* Möglichkeit, was ein Individuum in Bildern wahrnehmend erkennen kann, sie involviert nicht, was ein Individuum dazu an "vergesellschafteten" und affektiven Bedeu-

tungen denkt bzw. fühlt. Sinkt die Kulturkompetenz aber aus dem konzeptualisierten Bewußtsein ab, so eröffnet sie die Möglichkeit, daß sie als gut adaptierte Aktion unbewußt wird, um von dort aus sensomotorische Regulationen zu dirigieren, die zur unwillkürlichen Gewohnheit geworden sind [vgl. Piaget 1976/65]. Auf diese Weise parallelisiert sich der Erkennungscode hinsichtlich Bildern mit einem kognitiv Unbewußten, das den Betrachtern die vorkommunikative Wahrnehmung einer anwesenden Bild-Umwelt verwirklicht [s.S. 105, 157, 265].

Im [kognitiv] unbewußten Zustand, der für das Bewußtsein als Medium fungiert, "[operiert das Bewußtsein zwar] ... mit Bewußtsein, aber es ist sich dessen nicht [in Konzeptualisierungen] bewußt und etabliert insofern intern auch keine Bezugspunkte für kritische Steuerung und Selbstkontrolle" [Luhmann 1987/612 Fußn.]. Die synchronische Gedächtnisfunktion der Kultur ermöglicht daher für ein Individuum ein kognitiv Unbewußtes. Denn kritische Steuerung und Selbstkontrolle sind entweder von (emotionsmotivierter) Aufmerksamkeit oder von bewußten Bedeutungen zu erwarten, jedoch nicht von akkommodierten Schemata, die gegenüber dem synchronischen Gedächtnis der Bildkultur ihre assimilative Verstetigung finden. Aus diesem Grund neigt das synchronische Gedächtnis der Bildkultur dazu, sofern in ihm kontinuierlich die Syntaktik von Legizeichen repliziert wird, den Beobachter unkritisch werden zu lassen. Demgegenüber tendiert das diachronische Gedächtnis der Bildkultur und ebenso die Kunst zum Kritischen, da beide infolge ihrer überraschenden Uneinsichtigkeit bewußtwerdende Konzeptualisierungen provozieren. Beispielsweise ist der Realismus der Zentralperspektive für Betrachter eine unkritisch gewordene Kulturform, die an kollektive Merkmalerwartungen höchstwahrscheinlich und meist unbewußt anschließen kann. Hingegen macht die mittelalterliche Bedeutungsperspektive heutzutage kaum eine Realismushypothese plausibel, die unkritisch oder gar kognitiv unbewußt hingenommen wird. Kunst und das diachronische Kulturgedächtnis haben eins gemeinsam: ihre »Möglichkeiten zu kommunikativen Wirklichkeiten« wirken gegenüber eingespielter Synchronie noch bzw. längst wieder "unzeitgemäß". Dies passiert kulturgemäß, weil kommunikative Beziehungsaspekte, die sich niemals gesamtkulturell synchronisieren lassen, in und zwischen den Zeiten bewußt wie unbewußt in den Formen driften, obwohl bedeutete Inhaltsaspekte, die z.B. innere Konflikte oder Liebe ausdrücken sollen, über lange Perioden konvergieren.

Wie streng ist aber ein kollektives Merkmal zu formulieren, das für Mitglieder einer Kultur streckenweise kognitiv unbewußt andauert? Ist es überhaupt auf der Ebene eines Unbewußten anzusiedeln? Muß es nicht leistungsfähiger auf die Ebene eines Vorbewußten überführt werden, da es zumindest im Sinne Freuds bewußtseinsfähig werden kann? Unbe-

wußte Limitationen der angesprochenen kulturellen Stilart wie auch Gewohnheiten sind allemal kraft bewußter Kritikfähigkeit zu durchbrechen. Wer sprach überhaupt vom Unbewußten bezüglich der Bilder? Hierzu zitierte ich Bourdieu [s.S. 156]. Er formulierte die Annahme, daß jede Wahrnehmung einen unbewußten Code (Regel) einschliesse, allzu drastisch. Er überzeugt zwar damit, daß Individuen nicht sehen, "... was ihnen erst zu sehen ermöglicht ...", wenn sie durch ihre "Brillen der Bildung" [Bourdieu 1974/164] blicken, um etwas zu sehen. Jedoch ist ihm in Abrede zu stellen, der blinde Fleck, den jene Bildung mit sich bringt, würde zum kollektiv Unbewußten der Gesamtkultur aufrücken. Es ist nämlich fraglich, ob Bildungs- und andere Institutionen, wie z.B. die Schule, über die uneingeschränkte Macht verfügen, das "... kollektive Erbe in ein sowohl *individuell* als *kollektiv Unbewußtes* zu verwandeln" [Bourdieu 1974/139]. Wenn man Individuen im jeweiligen Zwischenergebnis ihrer kulturellen Sozialisation mit unserer gegenwärtigen Sprache als Institution "beobachtet", folgt daraus nicht, daß man den Durchgriff auf unkritische Steuerung ihres Bewußtseins geschafft hätte, zumal kulturelle Sozialisationsinstanzen und deren Bedeutung ebenfalls nur Zwischenergebnisse von vergesellschafteten einzelnen sind. Die Einheit vom kulturellen Stil und von sozialer Bedeutung formuliert sich als differenzierende "Bedeutung im Werden" [Bourdieu 1974/184], deren Dynamizität im Individuum (z.B. bei jugendlicher Musikvideokultur, Werbung) kritische Relevanz annehmen kann.

Um etwa eine Marionettenschule für Menschen einzurichten, fehlen dem kulturellen Code die Fäden, die sowohl direkte Verbindung zu Bewußtseinsgliedern des Individuums aufnehmen, als auch alle Entscheidungen so aus dem Off vorsteuern, daß diese Steuerung als das unsichtbar Absolute eines kollektiv Unbewußten verborgen bleibt. Die kommunikative Praxis von Bildern, welche ich als Aufmerksamkeit formulierte, ereignet sich vor dem Hintergrund des Unkritischen, doch changieren Hinter- wie Vordergründe stets vom Unkritischen ins Kritische und umgekehrt [s.S. 245]. Kognitiv unbewußt sind deshalb allenfalls die synchronischen Gedächtnisformen, die den perspektivischen Hintergrund als unkritisch gewordenen Medium für visuelle Kommunikation umgrenzen.

Wenn aber beispielsweise jemandem die Zentralperspektive zur unbedenklichen Gewohnheit geworden ist, dann deutet dies auf den Gesichtspunkt, daß er momentan vor dem Hintergrund einer gedanklich beruhigten Konstruktion auf Besonderheiten aufmerksam wird. Grundsätzlich verwehrt es ihm aber keine soziokulturelle Macht, die Gesichtspunkte seiner Aufmerksamkeit zu verändern. Es geht lediglich ein beschleichender Impuls zu gedanklich beruhigten Konstruktionen von kulturellen Legizeichen aus. Denn diese rücken zum unkritischen Medium auf, sobald sie bei hoher Anschlußwahrscheinlichkeit jeman-

dem so vorkommen, *als ob* sie den regelgeleiteten Rahmen bereitstellen, den Sinzeichen-Formen für ihre kommunikativ wirksame Exemplifikation benötigen. Andernfalls wirken z.B. künstlerisch freie Sinzeichen nur *möglicherweise*, aber nicht *notwendigerweise* kommunikativ, denn sie sind wegen ihrer mangelnden Regelbefolgung nur durch Zufall als ikonisches Wissen wiederzuerkennen. Folglich tendieren Bildbetrachter zum kognitiv Unbewußten, wenn ihnen das synchronische Kulturgedächtnis zu dem erwartbar gleichförmigen Hintergrund-Medium geworden ist, in dem sie individuelle Formulierungen mit hoher Anschlußwahrscheinlichkeit monosemantisch erkennen. Oder mit zitierten Worten beschrieben: "vor dem Hintergrund habitualisierten Handelns öffnet sich ein Vordergrund für Einfall und Innovation" [Berger u. Luckmann 1980/57]. Für Bilder zeigt sich die Habitualisierung in der unkritischen Metakommunikation des kulturellen Beziehungsaspekts, da in diesem visuell kommunikative Kartographien aufgezeigt werden, die mit Bekanntem über Unbekanntes, Abwesendes oder Innovatives benachrichtigen. Lediglich in der Kunst wird die innovative Kommunikation über Kommunikation erwünscht, um habitualisiertes Handeln zu verunsichern.

Aufgrund struktureller Kopplung an kulturelle Legizeichen, die zu visuellen Gewohnheiten verleiten, ist Bourdieu kaum darin zu folgen, daß ein kognitiv Unbewußtes der Kultur ausgerechnet in der Kunst anzutreffen ist, da Kunst es im affektiven Regelverstoß zu durchbrechen sucht. Dessenungeachtet wäre es plausibel gewesen, wenn Bourdieu die massenmediale Bildkommunikation herangezogen hätte, um kognitiv unbewußte Kompositionsregeln zu bestimmen, die Betrachtern und Produzenten zum synchronischen Kulturgedächtnis werden. Denn für Individuen tendiert das kollektive Erbe, welches sie im diachronischen Gedächtnis beobachten, dann zum kognitiv Unbewußten, wenn sie im synchronischen Gedächtnis jenem Vermächtnis verwandte Sinnkonstitutionen projizieren, die einzelne Beobachtungen unbewußt eher an sich binden als andere [s.S. 282 (Freud), S. 291 (Bourdieu)]. Ansonsten entstehen Inkompatibilitäten, die Individuen und Kollektiven entweder besonders *in* den oder *aus* dem bewußten Blick geraten, wie es insbesondere hinsichtlich künstlerisch "autonomer" Bilder anzutreffen ist.

In der heutigen Kultur hat die kommunikative Komplexität und Erinnerungsarbeit derart drastisch zugenommen, daß zweifelhaft ist, ob alle ausdifferenzierten Teilsysteme in äquivalenter Unbewußtheit beobachten. Deshalb ist ein kognitiv Unbewußtes sicher nicht gesamtulturell ausprägt, soweit ich es für Bilder sehe. Äußerstenfalls erlangen traditionelle Dauerspuren, die sich in einzelnen Signifikationsstilen über eine Epoche erstrecken, die Stärke eines kulturellen Projektionsstils, der sich aus gewohnter Sinnverinnerlichung am Sinn der Bildformen tautologisch bestätigt [s.S. 182 Sinn hat Sinn].

Andererseits dauert es mitunter Jahrhunderte, bis ästhetische Spekulationen sich soweit zum Code etablieren, daß diesem kognitive Unbewußtheit nachzusagen wäre [vgl. Eco 1991/338].

Inwiefern stabilisiert sich ein kultureller Code als unbewußte Institution? Folgt man dem theoretischen Wagnis von Berger u. Luckmann [vgl. 1980/63], dann fungiert auch verbale Sprache in deren verankerten Codierungen wie eine kulturelle Institution, wo sie eine eigene Realität konstituiert, die dem Individuum in den regelfolgenden Zeichenbezügen als zwingendes, soziales Faktum gegenübersteht. Davon abgesehen, daß sich verbale Sprachpragmatiken mit jeder situativen Sprechhandlung aus institutionalisierten »Vorschriften« graduell absondern<sup>111</sup>, also weder gänzlich willkürlich noch komplett zwanghaft exemplifiziert werden, geht es mir um den zwingenden Charakter, den Mario Erdheim mit Freud in Institutionen entdeckt. Es ist nämlich strittig, ob die Zwanghaftigkeit, die auch visuelle Kommunikation im Legizeichen partiell aufweist, wie folgt aufzufassen ist: "Unbewußt muß all das werden, was die Stabilität der Kultur, vor allem aber ihre Herrschaftsstruktur bedroht" [Erdheim 1991/275].

Ohne Frage stabilisieren verallgemeinerte Strukturen kollektiv erwartbare (Bild-)Kultur. Die sogenannte, lebensweltliche Hintergrundverständigung eines "impliziten Wissens" [Miller 1986/265] bietet die soziologische Beschreibung dafür, wie vor unbefragtem ("Welt-")Hintergrund exemplifizierte Vordergründe kommuniziert werden. Vorauszusehende Stabilisierungen können Individuen bewußt als kulturelle Herrschaft, aber auch als kognitiv unbewußte Legitimationsstruktur ihrer ikonischen Wissensinterpretation vorkommen, wie z.B. der interpretierte Realismus hinsichtlich der fraglosen Zentralperspektive. Kann man aber für Bilder insgesamt vermuten, daß die Legitimationsstruktur, deren Normativität sich aus Legizeichen herleitet, tatsächlich eine ist, die im Imperativ der Kultur unbewußt und sogar kollektiv unbewußt werden müßte? Was passiert beispielsweise, wenn ein Maler bei jeder Gelegenheit seine Freunde auf den Kopf gestellt porträtiert? Ihre dringlichste Frage wird sich darauf richten, warum er sie verkehrt herum veranschaulicht, und ob er nicht mal eine realitätsgetreue Darstellung von ihnen anfertigen könne. Selbst wenn der Maler Baselitz heißt, bemerkt die soziale Gruppe sofort, daß er die normative Legitimationsstruktur verlassen hat, und daß er seinen Zuschauern wenigstens Rechenschaft für die abweichende Darstellungsweise schuldet. Während Baselitz sich

<sup>111</sup> Sprache und auch Bilder sind kein System [vgl. Luhmann 1992/51], weil keine klare Grenze zwischen System und Umwelt per Konvention gezogen werden kann und sprachlicher und bildlicher Sinn stets vor Konventionen möglich ist. Und deshalb sind Replikabildungen der legizeichenhaften Codierung etwas, das so tut, *als ob* es als eine Institution und Regel zu begreifen wäre, obwohl insbesondere bei Bildern bewußtseinsmäßig mehr gelingt als instituiert war.

wohl nicht auf größere Legitimationsprobleme einstellen muß, wird dem Hobbymaler weniger selbstverständlich die soziale Position eines Künstlers, sonder eher eines kleinen Verrückten zugesprochen werden. Wie auch immer, der Kern der Sache ist, daß das Verlassen von institutionalisierten Kommunikationscodes prompt bewußte Aufmerksamkeit erzeugt. Gerade die Formen, die aus kultureller Normativität ausbrechen, entledigen sich in der Bildkommunikation unbewußter Affirmation und fordern die Lernbereitschaft der Betrachter heraus. Hinzu kommt, daß ein Bildner ohne Maschinen, wie etwa Fotoapparate selten die kulturelle Syntaktik interpersonal unterschiedslos reproduzieren kann, wodurch er sich seiner individuierten Eigenarten nicht erwehren kann. Für die Institutionalisierung eines Signifikationscodes ist Erdheim deshalb zu entgegnen, daß vieles, was aus der Symmetrie der Bild-Kultur ausbricht, auf irgendeine Art kommunikative Bewußtheit erweckt. Andererseits ist ihm aber beizupflichten, daß der kulturelle Signifikationscode immer dann zur unbewußten Institution tendiert, wenn deren Funktionieren die visuelle Kommunikation vor unbedenklichem Hintergrund garantiert. Institutionalisierte Unbewußtheit gegenüber dem synchronischen Gedächtnis gewährleistet die Konzentration auf Formen, die im Vordergrund kommunikative Wirksamkeit erhalten.

Es ließe sich psychoanalytisch metaphorisieren, die kulturelle Zentralperspektive wäre eine hintergründige Herrschaft, die immer dann zum unbewußten Widerstand aufriefe, wenn es ihr an den normativen Kragen ginge, dabei hätte sie sich allerdings schon mit tonloser Stimme ins Bewußtsein gedrängt. Sobald ihre Herrschaft in (Kunst-)Bildern malträtiert wird, spürt man sogar eine bewußtwerdende Freude oder Verärgerung dabei. Für unbewußte Herrschaft ist Zwang oder Gewalt das falsche Mittel, ihre Durchsetzung bedarf der Widerstandslosigkeit, wie sich gleich zeigt.

Trifft für die oben genannte, unbewußte Funktionsgewährleistung die zweite globale Kraft zu, die Erdheim [vgl. 1991/270ff.] den Institutionen zuschreibt, wenn er von diesen eine kollektive Unbewußtheit vorangetrieben sieht, die Individuen ihrer Reflexionsfähigkeit berauben soll? Ich meine, Erdheims These, daß Individuen sich von Institutionen zu deren unbewußten Verwendung drängen lassen, verfehlt zumindest kommunikative Institutionen. Denn einem Individuum, dessen Bewußtsein ohne Orientierung an kulturellen Institutionen, an Sprache und an kulturellen Codes wäre, fiel es schwer, überhaupt komplexe Reflexions- und Kritikfähigkeit zu erlangen. Ohne die Bildung von gedanklich beruhigten Konstruktionen, die sich infolge institutionalisierter Codes ermöglichen, ist Kommunikation zwar theoretisch vollständig bewußt, praktisch aber undurchführbar, da Medium und Form, Gedächtnis und Kommunikation im zeitgleichen Bewußtseinsgrad zusammentreffen müßten. Deshalb benötigt Bildkommunikation einen institutionalisierten Rahmen, der ihr



die unkritische Anschlußwahrscheinlichkeit an Wahrnehmung ermöglicht. Dieser institutionalisierte Rahmen kann nämlich für Individuen solange kognitiv unbewußt wirken, wie er als synchronisches Kulturgedächtnis so verwendet wird, *als ob* er ein widerstandsloses Medium für die mögliche Aufnahme von kommunikativ wirksamen Formen wäre.

Selbstverständlich passiert es gleichfalls materiellen Medien, daß lediglich deren aufgenommene Formen und weniger deren Gegenstandsbedeutung bewußtwerdende Botschaften erlangen; aber materielle Medien (z.B. Ölfarbe) unterscheiden sich von institutionalisierten Codierungen dadurch, daß sie als solche ungeformt sind. Beispielsweise setzte sich die Zentralperspektive als eine kulturelle Institution durch: sie leistet als synchronisches Gedächtnis-Medium der Aufnahme von beliebigen Formen (Sinzeichen) scheinbar keinen Widerstand. Die kulturelle Institution »Zentralperspektive« reduziert somit mögliche Komplexität auf das synchronische Gedächtnis-Medium normativ, wodurch sich die organisierte Komplexität von verwirklichten Exemplifizierungen (Sinzeichen) enorm steigern läßt, wie z.B. die Fotografie dokumentiert. Zumindest für die Perspektive kann daher gelten: kulturelle Institutionen fungieren als widerstandslose Medien, deren autoritäre Kontrollfunktion so unsichtbar scheint, daß in ihnen *angeblich* jede Form thematische Aufnahme findet. Diese Widerstandslosigkeit erzielte für die Zentralperspektive den Nebeneffekt, daß sie zum unkritischen Massen-Medium aufrückte, welches Individuen bei der Auswahl von wahrnehmbaren Darstellungsformen kognitiv unbewußt nutzen, doch keineswegs nutzen müssen. Infolge der institutionalisierten Möglichkeiten, die das synchronische Gedächtnis der Kultur jedem anvertraut, erlangen perspektivische Bilder ihre monosemantische Anschlußwahrscheinlichkeit an Bewußtseinssysteme. Der konsensbereite Bildner "... stellt sich darauf ein; die visuelle Kompetenz seines Publikums muß sein Medium sein" [Baxandall 1987/54]. Fiele jegliche Stabilisierung weg, wären Bewußtseinssysteme zur orientierungssuchenden Reflexion gezwungen, die jeweils aktual Sinn ohne wiedererkennbare Sinnerfahrungen generieren müßte; Reflexion schlug ganz ohne Kontakt zu kommunikativen Institutionen, ohne synchronisches Kultur-Gedächtnis in zeitweiligen Irritationen fehl. Infolgedessen gelingt visuelle Kommunikation außerhalb aller kulturellen Institutionen ausschließlich aleatorisch. Dieser Zufälligkeit überlassen, decodiert ein Individuum den doppelten Sinn der Form unvorhergesehen und kontextlos als eigene Kreation, die selten mit Sinn- bzw. Bedeutungskontexten des Produzenten übereinstimmt, und die bei Kunstereignissen wohlweislich nicht mit Eindeutigem korrespondiert, um die Demobilisierung des Denkens abzuwehren.

Trotz allem liefe ein unkritisches Plädoyer für Institutionen fehl. Schließlich üben sich diese in der unvollendbaren Macht, den Individuen einiges an möglicher Kreativität aus dem Kopf zu schlagen. In den kulturellen Institutionen ist deshalb unvollständig vorentschieden, wie Individuen etwas darstellen werden. Nichtsdestoweniger steigert eine gewisse Institutionalisierung die individuelle Reflexionskomplexität eher, als daß sie sie beschränkt. Kommunikative Institutionen involvieren somit eine Ambivalenz: einerseits limitieren ihre Medialitäten individuelle Kreativität, um dieser zeichenwirksame Kontexte zu verleihen, wohingegen sie andererseits die emanzipatorische Relationierung in exemplifizierte Formen benötigen, um überhaupt kommunikative und damit bewußtwerdende Wirkung für Individuen zu realisieren. Zumindest für Bilder fungiert daher institutionalisierte Herrschaft als ein interpersonales Durchgangsmedium, das in Graden durch Formen verletzt werden muß, wenn kommunikative Aufmerksamkeit bewirkt werden soll. Nur das unverletzte, traditionelle Medium schweigt, wenn dessen Institutionalisierung wiederholt zur identischen Replikation kommt. Insbesondere Künstlern obliegt nicht folgende Formulierung ihres Kollegen Daniel Buren: "Wenn früher die weiße Leinwand als Medium gleichzeitig Gewähr und Hindernis war für Experimente, so ist heute die Gewähr der Institution das einzige Medium des Künstlers" [Buren 1990/325]. Burens Aussage mag für Fotografen gelten, die die automatische Perspektive als kognitiv unbewußte Institution nutzen. Andere Bildner, z.B. Video-, Graffitikünstler, verstehen es durchaus, gegen Institutionen so zu verstoßen, daß ihre Arbeiten nicht "bloß eine miserable Dekoration in den Händen der heutigen 'Künstler' ... [sein müssen], als da sind Museumsdirektoren, Ausstellungsorganisatoren, Kunstkritiker, Kunsthistoriker, Sammler ..." [Buren 1990/325].

Wenn der Gang durch die Institutionen das einzige Medium für Formulierungen wäre, dann geriete der ästhetische Ausbruch zum normativen Einbruch jeglicher kognitiven Lernbereitschaft und Individualität. Persönlichkeit ohne Individualität, Legizeichen ohne exemplifizierte Sinzeichen wären die theoretische, aber lebenspraktisch unbeobachtbare Folge. Daher adressiert sich Interpersonalität mit dem institutionalisierten Anschlußmedium, dem synchronischen Kulturgedächtnis, während sich in diesem Individualität als Kommunikativität einer aktualisierten Form mitteilt.

Diese aktualisierte Form hätte Mead [vgl. 1988/210, 216ff.] beachten müssen, als er im "me" (Legizeichen) die synchronische Perspektivenübernahme des "generalisierten Anderen" ansprach, um zu zeigen, daß das "me" die Individualsicht der einzelnen in Institutionen transzendiert. Das "me" adressiert auch für Bilder ausschließlich einen konsensuellen Bereich, den Personen aufgrund ihrer eigenen Beobachtungen der anderen normativ erwarten, um sich kommunikativ im "I" (Sinzeichen) zu exemplifizieren. Das

"me" ist ein verallgemeinertes Medium. Es spricht als generalisierte Perspektive jedoch nicht und liegt auch nicht im Individuum, sondern es indiziert den konsensuellen Hintergrundbereich, das synchronische Kulturgedächtnis, von dem sich sprechende, sich äussernde Individuen eine erwartungssichere Kommunikation erhoffen. Gleichwohl ahnen sie zumindest gefühlsmäßig, daß jede aktualisierte Beobachtung und Formulierung in jenem Gedächtnis von individuellen Perturbationen und Vergessen begleitet sind. Trotzdem ist ein solch *konsensueller Bereich* in institutionalisierten Medien nicht die einzige Möglichkeit, wie Individuen sich kommunikativ beeinflussen. Denn nichtidentische und antikonventionelle Kunst übt kommunikativen Einfluß aus, aber selbstverständlich keinen, dessen Folgekoordinationen auch nur annähernd abzusehen wären.

#### d) Möglichkeiten eines affektiv Unbewußten für kulturelle Bildkommunikation

Zwei Sektionen, die zur Freudschen Psychoanalyse führen, blieben bisher offen: erstens die genauere Beachtung eines Vorbewußten, und zweitens die Beziehung des formal wahrgenommenen Signifikationscodes zum affektiven Bewußtsein. Zunächst spreche ich den ersten Zusammenhang an. Überträgt man die bisherigen Ausführungen auf die Freudsche Psychoanalyse, ist die temporäre Unbewußtheit des erläuterten Signifikationscodes ins Vorbewußte der Kommunikation zu setzen, um die Kompatibilität zu wahren. Konsequenterweise konzeptualisieren Individuen mitunter kritisch, daß sie hinsichtlich des kulturellen Codes eine gewohnheitsmäßige Haltung einnehmen. Der kulturelle Signifikationscode ist demzufolge keineswegs so überaus unbewußt, daß er bewußtseinsunfähig wäre, weshalb ihm der exaktere Status eines Vorbewußten zugeschrieben werden müßte. Gerade seine unablässige Repetition verführt Individuen dazu, ihn in vorbereufter Erinnerungsspur zu habitualisieren. Vorbewußt ist daher die visuelle Gewohnheit, die aufgrund des individuellen Gedächtnisses dazu tendiert, in sensomotorischer Funktion sowohl zensierenden Reizschutz als auch assoziative Wiedererkennungsmerkmale zu erzeugen [vgl. Freud 1991/532; 1961/546; 1994/368; Roth 1994/125] Um aber die weitere Erläuterung, die sich mit Empfindungen und Gefühlen befaßt, nicht unnötig zu erschweren, halte ich mich an die binäre Differenzierung, die auch Freud [vgl. 1994/291] bei jenem Thema anwendet, da das Konzept des Vorbewußten bei Empfindungen keine Anwendung findet.

Zum Unbewußten ist noch zu sagen, daß Freund [vgl. 1994/135, 145] den Kern des Unbewußten nicht als einen versteht, der zum Objekt des Bewußten gemacht werden könnte, da dem Bewußten lediglich die Vorstellungen und Affektzustände, die den Trieb repräsentieren, zugänglich sind. Die Spekulation läge allerdings nahe, daß Triebrepräsenzen partiell aus dem kulturellen Code herrühren, weil dieser vorrangig die formale Funktion innehat, dem Individuum seine Wunschinhalte kommunikativ nahezu legen. Das artikuliert Begehren nach Lusterfüllung geht nicht nur aus der Sprache des anderen hervor, wie Lacan [vgl. 1986/189ff.] analysierte, sondern, wenn man die televisionären Massenmedien betrachtet, ebenfalls aus dem kulturellen Code, der vorsprachlich, und dennoch emotional bewußt, ikonische Objektpräsenzen als Oberflächenattribute von z.B. Menschen als augenscheinliche Lustobjekte begehrenswert macht. Symbolischem gelingt nämlich nicht die organisatorische Fernsynchronisation, die optische Massenmedien modellieren, indem diese die appellative Anziehungskraft von kulturellen Modeidealen als sinnlich nachahmbare Form vorahmen. Die weiteren Passagen sprechen jedoch lediglich Affekte bezüglich der kulturellen Codierung an, Triebenergien und den Drang nach Kommunikation setze ich dabei unanalysiert voraus.

Die Unterscheidung zwischen Unbewußtem und Bewußtem setzte ich bisher in Relation zum Kognitiven. Piagets Theorie bot dafür die theoretischen Bezugspunkte. Diese ließen mit meinem Akzent auf Kultur und formale Strukturen allerdings meist unberücksichtigt, welche Bedeutungen angesichts von Bildern bewußt oder unbewußt aktualisiert werden. Wenn auch die untrennbare Polarität von affektiven und kognitiven Funktionen eine ist, die zwischen Fühlen und Denken kontrastiert, so korrelieren trotzdem beide darin, daß sie sich durch Bedeutung im Bewußtsein aktualisieren. Kognitives ohne Bedeutung ist ebensowenig denkbar, wie affektive Regung ohne Bedeutung nicht bemerkbar ist. Das Besondere, was ich aufzeigen möchte, ist, wie es Bilder bewirken, kognitiv weitgehend unbewußt eine bewußtwerdende Emotion zu erwecken, die nicht den Umweg über sprachliche Konzeptualisierungen nimmt, sondern präsentativ mit der Bildwahrnehmung aufglimmt, sofern das institutionalisierte Medium seine gedankliche Attraktion für Bewußtseinssysteme verliert. Es ist also die vorkommunikative Bildstruktur gemeint, die Bewußtseinssysteme emotional bindet, obwohl das Repräsentative des Bildes parallel dazu zeitweise kognitiv unbewußt mitläuft. Warum müssen also Bildbetrachter hinsichtlich Bildern nicht denken, wenn sie ihren ikonischen Objektbezug emotional interpretieren, nachvollziehen oder "verstehen"? Diese Frage betont den Unterschied zur begrifflichen Sprache, weil diese ohne Denken ihren Objektbezug nicht preisgibt. Bilder und Emotionen

sind indessen in einem entscheidenden Ereignis gleichgesinnt: ihr sinnlicher Auftakt erregt bewußtwerdende "Einsicht" vorbegrifflich.

Wie ist die Relation von affektivem Bewußtsein und Bildern genauer aufzugreifen? Die aktuelle Diskussion um den epistemologischen Status von Emotionen gibt nicht wesentlich mehr her, als bereits Freud beschrieb. Affekt- und Gefühlsregungen scheinen Bedeutungsenergien zu sein, die vor Wortvorstellungen das Bewußtsein affizieren, indem sie in diesem irreduzibel zur Präsenz kommen [hierzu Freud 1994/291]. Sie gehen daher nicht in dem auf, was wir von ihnen begrifflich beschreiben. Genausowenig wissen wir, warum sie sich so ausformen, wie sie sich ausformen. Im Ergebnis scheinen sie jedoch relativ bewußt, wenngleich ihr evozierender Mechanismus dem Individuum unbewußt ist [hierzu Piaget 1976/64]. Unbewußt ist daher der Anfang emotionaler Differenzen. Doch heißt bewußt nicht, wir könnten Gefühle immer sprachlich formulieren, vielmehr bietet uns deren Erregung eine Orientierung, die bei starken Affekten noch dazu sprachlos macht. Die Situation läuft darauf hinaus, daß man mit Florey und dem heiligen Augustinus "fast ... versucht [ist], zu sagen: Gefühlsmäßig wissen wir, was ein Gefühl ist", ... "wenn ich es aber jemandem erklären möchte, dann weiß ich es nicht" [Florey 1994/93].

Diese Erklärungsschwierigkeiten eröffnen die eigentliche, soziologische Problematik. Denn Gefühle verwirklichen zwar soziale Orientierung, aber sie erhalten in unserer ratiozentrischen Verstandeswelt keine Geltung, die innerhalb eines Kommunikationscodes als argumentatives Wissen generalisiert oder als dauerhafter Bestand aufgezeichnet werden kann. Wenn nämlich »Wissen« seine gesellschaftliche Geltung erlangt, indem es in interpersonalen Kommunikationscodes eine allgemein nachvollziehbare Interpretation erhält, dann bemerkt man schnell, daß interpretierende Gefühle keiner Bedeutung entsprechen, die als interpretiertes Wissen in der Gesellschaft allgemeingültig, d.h. argumentisch oder dicentisch, relevant wird. Gefühle lassen die Anforderung einer interpersonalen Wissensgeltung unerfüllt. In bezug auf die Kunst kommt Arnold Gehlen [vgl. 1986/14] dann auch zur wissensverkürzten Festschreibung, das Wort "Emotion" sei so leer, daß es niemals falsch oder falsifizierbar sein kann. Welche Kunst ist aber falsifizierbar? Unzweifelhaft ist das Wort "Emotion" nicht so leer, sondern nur so interpretativ offen oder eben rhematisch, daß es für die Ausbildung eines präformierten Kunst- oder Wissenssystems, aber nicht für Bilder und deren Betrachter insgesamt ungenügend auftritt. Die zurückgewiesene Legitimation von privaten Emotionen hat zwei Ursachen:

Erstens empfindet jedes Individuum Emotionen. Sobald ihm jedoch deren Formen einer kultur- oder kunstgemäßen Darstellungscodierung zweiter Ordnung unbekannt sind, stoßen seine emotionalen Expressionen schwerlich auf anerkennendes Verständnis. Diese unkon-

ventionellen Expressionen werden dann oft als die unkultivierten Gefühle der Barbaren, Banausen, Naiven, Narren, Verrückten oder der sonstigen von kulturellen Teilsystemen Ausgeschlossenen beschrieben, deren unwissentliche oder gewollt lustvolle Dispensierung die Weisung Adornos verpaßt: "Kunst existiert nur innerhalb einer bereits entwickelten Kunstsprache ..." [Adorno 1973/524]. Mit gleicher Insistenz auf kulturellen Codierung, da uncodierte Emotionen charakter-mangelndes "Ausspeien" [Dewey 1988/76] seien, konkretisiert Dewey: "Gefühlsentladung ist eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für [kommunikativen und künstlerischen] Ausdruck" [Dewey 1988/76].

Der zweite Geltungsmangel hat seine Ursache darin, daß ein Individuum zwar seine subjektiven Gefühle mittels Zeichen externalisiert, so daß andere von seinen Emotionen wissen, es aber die anderen nicht von seinen Emotionen überzeugen kann, wenn sie diese nicht selbst kennenlernen oder innenorientiert wahrnehmen. Oft fällt die Jugend sowie deren Musik- und Bildkultur dieser mangelnden Überzeugungskraft zum Opfer, da ihr heutzutage meist ein verständnisverlorenes Los gegenüber etablierten Weltkonstruktionen beschieden ist. Wenn Individuen auch Emotionen externalisieren, indem sie etwas mittels Bildern exemplifizieren, so können sie Emotionen im Unterschied zum Wissen dennoch nicht internalisieren, sofern sie sie nicht selbst innerlich erfahren. Deshalb ist es "unmöglich, Amusischen zu erklären, was Kunst sei, die intellektuelle Einsicht könnten sie nicht in ihre lebendige Erfahrung einbringen" [Adorno 1973/183].

Diese beiden Ursachen verdeutlichen, warum Emotionen sich mit erlebten Bedeutungswirkungen aktualisieren, die in erster Ordnung mit der kognitiven Wahrnehmung von etwas zeitlich zusammenfließen, und die erst später in zweiter, kommunikativer Ordnung formuliert werden, wenn sie denn kulturell formuliert werden können. Allerdings kann man sich in kommunikativer Ordnung nicht mehr selbst von den Gefühlen eines anderen sinnlich überzeugen, man erlebt dessen Gefühle nicht telepathisch mit, weshalb man ihm glauben muß, daß er das fühlt, was er zu fühlen meint. Auf Luhmanns [vgl. 1992/122-147] krasse, doch zutreffende Wissensdefinition bezogen, nach der nur soziale Kommunikation etwas wissen kann, aber nicht erlebende Individuen, heißt dies: (visuelle) Kommunikation kann zwar etwas über Gefühle wissen, aber sie überzeugt erst dann, wenn ihr die Reduktion auf allgemeines Erleben von Individuen glückt. Gelingt ihr die Reduktion auf affektives Erleben jedoch, dann widerspricht dies wiederum dem Wissensbegriff, der auch in dieser Arbeit [s.S. 148, 204] darauf angelegt ist, daß die Neutralisierung des Eigenbeitrags von psychischen Systemen möglich sein müsse, damit sich prinzipiell jeder von der Wissensgeltung wiederholbar überzeugen kann. Wahrheitsfähiges Wissen erhält deshalb - in *unserer* Gesellschaft - seine interpersonale Geltung, sobald sich zumindest einige nach

kognitiven Wahrnehmungen und Denkvorgängen vergewissern, ob das Behauptete plausibel anmutet, also zumindest als *Dicent* interpretiert werden kann.

Die Anonymisierung von subjektiven Eigenbeiträgen machen jedoch allenfalls »idealisierte« Bewußtseinsvorgänge mit, die gemeinhin als kognitiv attribuiert und im Handeln bzw. kommunikativen Handeln als Wissen generalisiert werden. Subjektives Erleben findet deshalb keine Geltung als Wissen. Denn es korrespondiert mit einer innenorientierten Bedeutungsgebung, die verallgemeinerter Kommunikation, welche auf Außenorientierung und Verstand angelegt ist, als diffuse, da private Umweltvoraussetzung vorkommt. Der Wissensbegriff, der auf generalisierte und anonymisierte Plausibilität setzt, bröckelt folglich genau an der Stelle ab, wo sich das unentbehrliche Konstituens von Bildern aufbaut, nämlich im privaten Erlebnis von subjektiv motivierten Eigenbeiträgen. Diese wissensunterlaufende Intrige spielen Bilder nicht aus, indem sie ein Gefühl in symbolischen und intellektuellen Begriffen zu beschreiben oder als Wissen zu kommunizieren suchen. Sie unterlaufen symbolisches Wissen, indem sie ikonisch dramatisierte Thematisierungsformen tragen, die das Gefühl im Erlebnis einer anwesenden Umwelt direkt erzeugen, allerdings nur, sofern Bildner auf die Gegenstandsbedeutung und den kognitiv unbewußten Signifikationscode der Kultur setzen [hierzu Dewey 1988/82]. Die vermeintliche Paradoxie einer "sprachlosen Sprache" brauchen Bilder nicht zu fürchten, sie ist eine, welche von unverstandener Sprache und nicht von Bildern spricht. Ikonisches Wissen zeigt sich mit sprachloser Nichtsprache, die sich selbst im Bild als anwesende Umweltvoraussetzung eines Nichtwissens gefühlsmäßig erlebbar machen kann. Mit emotionalen Bedingungskriterien immunisieren sich Bildbetrachter deshalb nicht gegen die kognitive Wahrnehmung von ikonischem Wissen, sondern gegen die Kommunikation eines sozial kontrollierbaren, "objektiven" bzw. symbolischen Wissens und dessen "allgemeinem", sprachbezogenen Bedeutungsanspruch.

Die emotionalisierende Intensität des ikonischen Wissens entfaltet zwei Tendenzen: einerseits erweckt es bei besonderer Dramatik ein Interesse, das die emotionalisierte Öffentlichkeit manchmal dorthin lenkt, wo sich symbolisch verallgemeinertes Wissen anbahnen soll. Und andererseits bewirkt es, daß die Öffentlichkeit sich in emotionaler Orientierung privatisiert, sofern jedes Individuum es vorzieht, in der Reduktion auf subjektives Erleben seiner eigenen Alltagsrationalität zu entfliehen, zeitweise die Reflexion einzustellen und mundvolles Schweigen herauszukehren. Denn "der peinliche Mythos von der Isoliertheit der ästhetischen Erfahrung kann [ausschließlich dort] zum alten Eisen geworfen werden" [Goodman 1973/261], wo ihm kulturelle Kognition demonstriert, daß visuell kommunikative Abduktion der Kulturmitglieder überwiegend *monosemantisch*

erwartbar ist. Wer will aber meinen, Emotionen wären derart an kognitiven Bedeutungsstrategien beteiligt, daß sie zur monoteleologischen Handlungsmacht ausflocken, um eine symbolisch dominante Bedeutung als generalisierbares Wissen durchzupfeitschen? Emotionen immunisieren sich gegen solche entprivatisierenden Machtansprüche, die dem Individuum den privilegierten Zugang zu seinen unübertragbaren Emotionen und ästhetischen Erfahrungen versperren wollen.

Aus dem Versuch mancher, den Wissensbegriff von emotionalen Eigenbeiträgen des Subjekts freizuhalten - was die Bedeutung von ikonischem Wissen umfangreicher als die von anderem Wissen ausdünnert - ergibt sich ein weiteres Problem. Denn außenorientierte Kommunikation ist ohne subjektive Innenorientierung genauso schwer zu erreichen, wie kognitives ohne affektives Bewußtsein zu verwirklichen ist. Bilder, ikonisches und anderes Wissen ließen einen erkalten, sobald man damit auskäme, es rein kognitiv zu beobachten, um es zu verstehen; vermutlich vergäße man Wissen ohne irgendein bindendes Gefühl wie Lust, Neugier, Angst, Ärger usw. sofort wieder, wie Roth [vgl. 1994/125] bemerkt. Er, Ciompi [vgl. 1992/398] und sogar Goodman [vgl. 1973/249] weisen darauf hin, daß kognitive Prozesse, d.h. Wahrnehmung, Erkennen, Denken, Handlungsplanungen, ohne emotionale Prozesse unmöglich sind; denn jene bilden mit diesen eine untrennbare Konföderation, die alle Erkenntnis- und Aufmerksamkeitsweisen in unterschiedlichen Bewertungsskalen begleitet.

Jede kommunikative Vermittlung von Wissen, sei es ikonisches, indexikalisches oder symbolisches, evoziert Emotionen. Diese müssen im kommunikativen Beziehungsaspekt der subjektiven Bedeutungsorientierung bewußt oder unbewußt wahrgenommen werden, damit Kommunikation, wie gemeint, in "richtiger" Beziehung "verstanden" werden kann. Verlöre ein Individuum seine Innenorientierung an Emotionen und Affekten, verschwände ihm das Erleben, was in Beziehung zu seinem Subjekt-Sein und seinem Körper an affektiven Relevanzen erweckt wird. Es müßte diese Beziehung ausschließlich von außen aufnehmen, sich also quasi als black box im ("kognitiv") kommunikativen Hohlspiegel konstruieren, ohne innere, private Erlebnisse zu empfinden. Allerdings ist Meads [vgl. 1988/270] Hinweis zu beachten, daß ein Individuum seine privaten und subjektiven Gefühlsorientierungen nicht zu sich in Beziehung setzen könnte, sich also nicht zum "Objekt" seiner Konzeptualisierungen machen würde, wäre es vom "konkaven Hohlspiegel"<sup>112</sup> der Kommunikation isoliert. Wäre es aber umgekehrt von allen inneren, emotionalen Erfahrungen getrennt, könnte es ebensowenig sich selbst und die anderen so

<sup>112</sup> Der konkave Hohlspiegel, der infolge der Krümmung sein Objekt an lügnerischer Stelle vortäuscht, spielt auf das von Lacan [vgl. 1991/63ff.; 1986/194] benannte Spiegelstadium an, in dem sich das Ich vom symbolischen Ort des andern zu sehen meint.



verstehen, wie die anderen, die innenorientiert sind, sich in ihren subjektiven Beziehungen verstehen. Ohne selbst ein Mensch zu sein, wird man nicht erfahren können, wie es sich anfühlt, ein Mensch zu sein.

An diesem inneren Abgrund der Emotionen, der unausleuchtbar scheint, sehen die "intelligenten" Computer und die sonstigen lustlosen black boxes [s.S. 67 Fußn. 20] schwarz, solange sie den "blinden Fleck in Luhmanns Systemtheorie" [vgl. Schulte 1993/99ff.] nachahmen, indem sie die subjektive und affektive Introspektion für intern isolierte Problemlagen halten und daher annehmen, daß Kommunikation und kognitives Verstehen auf eine unvermischte (konföderationslose) Extrospektion reduzierbar wäre. Für diese black boxes wären soziale Systeme nur eine Folge von soziohormonalen Lockstoffen, wie sie beispielsweise Insekten nach außen abgeben. Infolge menschlicher Innenorientierung partizipieren Bilder jedoch am Begriff des "dramaturgischen Handelns". Mit diesem Begriff beschreibt Habermas [vgl. 1988a/135ff.], wie ein Akteur ["Aktor"] seine innenweltliche Subjektivität so in der Außenwelt zur expressiven Äußerung formiert, daß diese anderen indiziert, wie ihm wiederum etwas subjektiv Emotionales zugerechnet werden kann. Die internen korrelieren deshalb mit den externen Problemlagen der visuellen Kommunikation, wie sich am Schluß dieser Arbeit zeigen wird.

Jenes Außen und Innen in den Überlegungen zu verbinden, wirft zwar mehr Fragen als Antworten auf, aber was die Konsequenzen anbelangt, wird wohl kaum ein Bildbetrachter abstreiten wollen, daß er neben dem, was er kognitiv wahrnimmt, ebenfalls Emotionen bemerkt, die ihn aus manchmal unerfindlichen Gründen anrühren. Solche Emotionen sind privat. Sie lassen sich durch keine öffentliche Sprache oder Institution in der Weise sozialisieren, daß konventionell dirigierbar wäre, wann, wie und welche Emotionen zur pragmatischen Bedeutung, d.h. Erlebnisverwirklichung, bei einem Individuum kommen sollen. Emotionen sind zwar öffentlich kommunizierbar, dies heißt aber nicht, daß die Zeichen, die ihre Vorhandenheit anzeigen, auch so nachvollzogen werden, wie sie subjektiv motiviert sind. Beispielsweise versteht man selten, warum sich zwei Personen lieben, obwohl man von ihrem Präferenzcode, der Liebe anzeigt, weiß. Der Begriff der Liebe versteht die Liebe nicht.

Im Gegensatz zu äußeren, optischen Ereignissen, die in Bildern ikonisch und damit kognitiv wahrnehmbar codiert werden, verhindert die innere Erlebnishaftigkeit von Emotionen direkte, dem Ereignis ähnliche, Darstellbarkeit. Dies begründet sich damit, daß kognitive Wahrnehmbarkeit von Bildern den kulturellen Signifikationscode betrifft, beispielsweise die Codierung von Liebe, während emotionale Erlebnisse eine individuelle Bedeutungsaktualisierung (Pragmatik) einbeziehen. Unter Auslassung der Bedeutung ließe

sich dies auf die vereinfachte Formel bringen: "Die Außenwelt ist schon optisch differenziert, die Emotion nicht" [Gehlen 1986/149]. Folglich benötigt der Beobachter neben kognitiven Fähigkeiten der Außenwahrnehmung ebenso Erfahrungen mit seinen Emotionen, damit er gemeinte Regungen sowohl projektiv als auch stimulatив involviert deuten kann. Ohne ein Training von Gefühlsdifferenzierungen, mit denen er die ihm dargebotenen Kulturcodierungen affiziert, werden ihm Bilder ausschließlich eine kognitiv äußere Wahrnehmungserfahrung, aber kein inneres Erlebnis sein können, das ihm die dramatisierte Bandbreite emotionaler Orientierung verständlich macht. Wissen kann er zwar etwas von syntaktisch-semantischen Kulturcodes und deren pragmatischen Bedeutungsaspekten, sobald ihm jedoch innenorientierte Erlebnisse unbekannt bleiben, wird er sein *Wissen* nicht zu dem *Kennen* parallelisieren können, dem ein Bild seine ganze Bedeutung in den Augen des Produzenten verdankt. Es bedarf deshalb der "Klebrigkeit der Libido" [Fetscher 1985/702], die aus der innerlichen, emotionalen Unsagbarkeit aufglimmt, um eine erste, emotionale "Richtung der kognitiven Bewegung" [Fetscher 1985/702] vorzugeben. Die Emotionalität bindet kognitiv gewonnene Strukturelemente, so denn welche konstruiert werden, auf einem minimalen Niveau, auf dem Bedeutungsaktualisierungen eine private Richtung nehmen, die im interpersonalen Konsens selten allgemein verfolgbar, geschweige denn voraussagbar wäre. Welche Strukturelemente bindet aber Emotionalität an sich? Ohne Frage besetzt Emotionalität in bezug auf Bilder kognitive Strukturelemente, die sich sowohl an kulturell allgemeinen als auch an individuellen Signifikationsstilen ausformen. Emotionen sind daher selten ohne kognitive Differenzierung zu haben, vielmehr färben sie die kognitive Erfahrung in subjektive Bedeutungen ein. Abgesehen von Sonderfällen, "... sind Gefühle [daher] in ihrem Ausdruck an [kognitiv wahrgenommene] Vorgänge und Objekte gebunden" [Dewey 1988/54]. An welche Vorgänge und Objekte können sie jedoch andocken? Doch wohl nur an denen, die sich in kognitiver Wahrnehmung ereignen. Was ereignet sich aber? Doch wohl hinsichtlich Bildern das, was der zweifache *Sinn der Form* zu einer Legierung amalgamiert, die ikonisch indiziert, wie sich individuell oder kulturell etwas anderes als das Präsente eignen kann. Zunächst zum kulturellen Ereignis, das Individuen hinsichtlich Bildern kognitiv akkommodieren und möglicherweise mit bewußten und unbewußten Affekten besetzen.

Davon ausgegangen, Bildbetrachtern ist es ermöglicht, den kulturellen Darstellungsstil eines Bildes kognitiv unbewußt wahrzunehmen, um sich auf den ikonischen Objektbezug zu konzentrieren, kann daraus folgen, daß regelhaft wiederholte Kulturformen kaum bewußtwerdende Affekte erwecken und von einmütiger Sympathie begleitet werden. Zu dieser Schlußfolgerung neigt zumindest Richard Kuhns, wenn er schreibt: "Kultur ist eine

Tradition von verpflichtenden Darstellungen", da diese "... eine affektive Macht besitzen und auslösen, auf die ein in die jeweilige Tradition eingeübtes Publikum mit großer Sympathie reagiert" [Kuhns 1986/68]. Kuhns [vgl. 1982/191] verweist allerdings darauf, daß Freud seine psychoanalytische Kunsttheorie auf die symbolischen Inhalte einschränkte, mit denen er sich in der Traumanalyse beschäftigte. Die formalen Aspekte der Kultur ließ Freud dabei unberücksichtigt. Jedoch verlaufen, wenn überhaupt etwas kulturell allgemein hinsichtlich ikonischen Bildern mit Affekten besetzt wird, hauptsächlich formale Aspekte kulturell konvergent, da diese im Darstellungscode den kommunikativen Beziehungsaspekt emotional festigen. Im Ikon entziehen sich Bilder deshalb der affektiven Macht einer kulturell verpflichtenden Darstellung, wie ich zunächst begründen möchte.

Ikonische Objektbesetzungen facettieren sich in individuierten Motiven und diversen Affektausrichtungen, weshalb es unmöglich ist, ihnen in den dearbitarisierenden Bildern kollektiv unbewußte Merkmale nachzusagen. Dies liegt nicht nur daran, daß Affekte kaum sprach-symbolische Orientierung in Bildern finden, sondern vor allem daran, daß Bilder trotz ihres *symbolischen Charakters* ikonisch ein emotionales Erlebnis verwirklichen, das kaum einer erwartbaren Regelmäßigkeit oder Konvention nachkommt. Die verallgemeinernde Bezugs-codierung Sprache versinkt deshalb in Bodenlosigkeit, wenn sie Emotionen aus deren subjektiven Tiefe heben möchte. Denn tausend Bilder eines Apfels beschreiben nicht den gleichen symbolischen Apfel, sondern tausend verschiedene, kommunikative Formulierungen über ihn, die von einem sensiblen Bildner problemlos in emotionaler und ästhetischer Resonanz differenziert werden. Die affektiven Besetzungen, die hinsichtlich ikonischer Objektbezüge erfahren werden, sind von der kulturell allgemeinen und symbolischen Sozialisation eines Individuums her überaus unbestimmt. Deshalb stellen die Individualbilder, wie sie z.B. in Fotoalben vom Urlaub gesammelt werden, subjektiv erlebter Geschichte einen Freibrief aus, mit dem anonyme Symbolisierungen gesellschaftlicher Sprache niemals signifikant - im Sinne Meads - gleichziehen. Denn öffentliche Symbole, deren Verfasser meist anonym bleiben, erlangen selten die Zeitsensibilität und Eigenständigkeit, über die ikonische Bilder verfügen. In ikonischen Bildern dokumentieren nämlich Individuen affektiv die emotionale Drift ihrer eigenen Lebensgeschichte, die sie keineswegs nur symbolisch besetzen - was den großen Erfolg von Videokameras und Fotoapparaten verstehen hilft. Die Metapsychologie, welche von allgemein symbolischen Regeln bei affektiven Besetzungen ausging, ist infolgedessen gescheitert, wie Habermas [vgl. 1973/322f.] begründet. Er stellt sogar für die symbolisch orientierte Psychoanalyse fest, daß sich ad hoc ein interner Symbolgebrauch zwischen Patient und Analytiker konstituiert. Dem vergleichbar kann der Betrachter von Bildern ebenfalls die ikonische Bewegkraft "vor-sprach-

lich privat", aber emotional bewußt nachvollziehen, sobald er seine subjektiven Emotionen auf ikonische Ereignisse projiziert, die entweder er oder andere individuell konzeptualisiert haben. Gilt dies jedoch gleichfalls für den formalen Aspekt der Kultur, d.h. für den kulturellen Darstellungscode?

Sobald man mit Kuhns von "kulturell verpflichtenden Darstellungen" ausgeht, die eine "hochgradige Besetzung auf bestimmte Objekte" [Kuhns 1986/72] konzentrieren, muß der Aspekt betrachtet werden, den Bilder mit einer gewissen Konstanz replizieren. Eine solche Regelmäßigkeit ist hauptsächlich im kulturellen Beziehungsaspekt der Kommunikation zu erkennen. Selbstverständlich sind in Bildern symbolische Besetzungen anzutreffen, die aus einer kulturellen Tradition herrühren. Das spezifisch Bildhafte ist jedoch nicht die symbolische Tradition, sondern die ikonische Reformulierung dieser in immer wieder neuen, ungesesehenen Objektbezügen des Ikon. Denn deren innovative Reformulierungen evozieren emotionale Bewertungskriterien, die offen und sozial undeterminiert sind, obwohl die Symboltradition gewahrt bleiben kann. Im Ikon widersprechen Bilder deshalb gewollt erwartbaren Übereinkünften, um subjektiven Präferenzen eines Bildners den vorkommunikativen Raum zu geben, den Interessierte kommunikativ auszufüllen haben. Ganz im Gegenteil dazu knüpfen Legizeichen einen erwartbaren Beziehungsaspekt, der jenem individuierten Ausdrucksakt als kulturell anschußfähigen Rahmen und Kontext genügt. Eine zum Kontext relational verpflichtende Darstellung wäre darin zu erkennen, wenn individuell kreierte Ikonen sich in immer wieder vergleichbarer Beziehung an ihre Kulturmitglieder wenden. Eine solche Beziehung evoziert vorwiegend die kulturelle Syntaktik des Darstellungscode, deren emotionalisierende Vertrautheit überwiegend dann abbricht, wenn Verfremdungen am integrativ Gewohnten rütteln. Emotionalisierende Vertrautheit, der sich das kurzweilige »Was« des Ikonen als Medium bedient, knüpft sich daran, wie das Bild etwas stilistisch darstellt. Für die vokale Geste hat Mead [vgl. 1988/190f.] festgestellt, daß sie im Tonfall emotionale Situationen begleitet, die zu unbewußten Sympathiegefühlen führen können. Und dem vergleichbar bewirkt die bildnerische Geste eine Emotionalität, die im kommunikativen Beziehungsaspekt kulturell und subkulturell zur ausdifferenzierten Geltung kommt. Von einer »kulturell verpflichtenden Darstellung«, die unbewußt verwendet wird, ist demzufolge zu sprechen, wenn emotionale Differenzierungskriterien unbewußt auf kulturelle Integration zielen. Individuen verstehen sich insofern kulturell, aber nicht notwendigerweise sozial in ihren emotionalen Beziehungen, wenn sie ihre Wirklichkeit in verwandten Stilisierungen thematisieren, um ihrem Bedürfnis nach kultureller Integration und sozialer Individualität gleichermaßen nachzukommen, obgleich letzteres Anliegen derzeit Bild für Bild in soziale Isolation abrutscht.

Allerdings laufen emotionale, rein kulturell begründete Beziehungen auf einem riskanten Niveau. Der kulturelle Stil gibt zwar Identifikationsmöglichkeiten vor, aber einzusehen ist, daß es (z.B. bei Moden, Avantgardismus) abrupt umstritten sein kann, "... was genau durch die Anerkennung konstanter Stilmuster kommuniziert wird" [Kuhns 1986/89]. Als emotionale Identifikation ließe sich beispielsweise die kulturelle Wertvorstellung beschreiben, der Realitätskonstruktionen allein im zentralperspektivischen Stil gefällt, oder der Realitätskonstruktionen im malerischen Stil der "jungen Wilden" in den 80er Jahren besonders nahe geht. Solche Identifikationen konterkariert heutzutage deutlichst die Musikvideokultur. Deren dringlichstes Anliegen läuft darauf hinaus, eine emotionsmotivierte Beziehung bei ihren Betrachtern zu erwecken, indem sie herkömmliche Stilmuster dekomponiert oder neu komponiert, um emotionale Abgrenzung zum Vergangenen herzustellen und selbstkreierte Identitätskonstruktionen als immer wieder letzten Schrei anzubieten. Wie mit dem *emotionsmotivierten Sinnkonsens* [s.S. 199] beschrieben, bieten einzelne Stile kaum verpflichtende, sondern eher vage Zugehörigkeitsverhältnisse an, die am bildlichen Katalysator getestet werden. So gewendet sind Beobachter, je nach kultureller Imprägnation, ein Lackmuspapier, das die emotionale Intensität von Bildern in den subjektiven "Farbsymptomen" bestenfalls derart anzeigt, daß man bei der Unterstellung von gleichen Ausgangsvoraussetzungen auf sinnverwandte Emotionalität rückschließen kann.

Der kulturelle Darstellungscode übt nicht die unwiderstehliche Macht aus, die emotionale Pragmatiken gegenüber dem kulturellen Code in ein gemeinsames "Zwischen", ein "Inter" der Subjektivität manövrieren kann, weil ein emotional deutender und subjektiver Perspektivenaustausch<sup>113</sup> in die Position des anderen unmöglich ist. Eine universale Ästhetisierung, der "perfekionierte" Schönheit als kollektiv identische Anschlußbedingung gelten soll, ist somit trotz aller medientheoretischen Befürchtungen und Schönfärbereien unwahrscheinlich. Die unmögliche Substitution von subjektiven Perspektiven verhindert, daß affektive und emotionale Bewertungsstrategien jemals als kollektiv erwartbare Bewußtseinsstrukturen existieren, die kulturelle Darstellungsstrukturen mit wiederkehrend konformer Subjektivität nachvollziehen. Demgegenüber ist jedoch bei großer Nähe der Lebensbereiche und -zeiten zumindest die Chance gegeben, daß emotionale Differenzierungskriterien in einer Erwartungsstruktur verlaufen, die Kommunikations-

<sup>113</sup> Selbst Mead [vgl. 1969/145; 1988/191] nimmt trotz kognitiver Wahrnehmungsperspektiven des generalisierten Anderen an, daß der emotionale Teil unseres Handelns nicht notwendigerweise in uns die gleichen Gefühle auslöst wie bei jemand anderem. Vielmehr dominiert für ihn ein ästhetischer Wert von Bildern darin, daß diese eine Fluchtchance vom Sozialen bieten, um die emotionale Isolation und Privatheit des Menschen in der Gesellschaft wenigstens zu markieren, "... weil die Organisation des gesellschaftlichen Lebens unvollkommen ist" [Mead 1980/359].

partner vor allem im unbefragten Beziehungsaspekt als subjektiven Konsens empfinden, sobald sie sinnverwandte Darstellungscodes unbewußt bzw. bewußt zur Mitteilung verwenden oder einfach nur zeitgemäß schön finden. Solange Emotionen aber kein generalisierbares Wissen repräsentieren, und dazu können sie sich nicht entwickeln, wird ihnen Kultur und deren Ästhetisierung lediglich ein anschußfähiges Ausdrucksmittel sein, das subjektive Beziehungen knüpft, in die sich Außenstehende mit ihren Eigenbeiträgen ausschließlich in einer Approximationshoffnung einfühlen können. Der rasende Kulturwandel, insbesondere bei künstlerischen Bildern unseres Jahrhunderts, schmälert allerdings die Aussicht auf einen bedeutungsverwandten Eigenbeitrag erheblich, was die Codierung von emotionaler Soziabilität hemmt. Eine solche Behauptung ist zwar kulturgemäß nicht verifizierbar, doch antiquieren subkulturelle Darstellungscodes schneller, als daß sie sich in emotionalen Bedeutungsverwandtschaften langfristig institutionalisieren [hierzu Lincke 1981/137].

## 2.11. Wie wirkt die kommunikative Funktion von mimetischer Ähnlichkeit?

Die folgende Erörterung erfolgt aus drei Gründen. Der erste besteht darin, daß Goodman [vgl. 1973/16ff.] und Scholz [vgl. 1991/155] Kunsttheoretikern empfehlen, *Mimesis* als symbolische Darstellung zu übersetzen. Parallel dazu wollen sie auf semantische Überschneidungen von *Mimesis* und Ähnlichkeit verzichten, obwohl gerade gut vertraute Darstellungscodes eine Welt so feinsinnig vorspielen, als ob diese *irgendeiner* divinatorischen Welt ähnlich sei. Vom Hier und Jetzt gefangengenommen, berufen sie sich auf faktische bzw. objektivistische Falsifizierbarkeit einer Punkt-für-Punkt-Korrelation zwischen Bild und abwesendem Gegenstand, um individuierter Schöpfungskraft den "utopischen" Kurs zu blockieren, auf dem ihr mögliche Formen eine Ähnlichkeit mit möglichen Objekten zu haben scheinen. Doch ohne Ähnlichkeit, und das ist der zweite Grund, verlöre *Mimesis* die Eigenschaft der Nach- und Vorahmung, mit der sie anwesende Bildumwelten gleichzeitig präsentativ und repräsentativ vorspielt. Ein Bild hat man nie und nimmer verstanden, wie Scholz [vgl. 1991/132] meint, wenn ihm einzig als symbolisches Zeichen Sinn zukommt. Das ikonisch Ähnliche, welches Ähnliches erzeugt, ist als unsinnliches Zeichen nicht zu verspüren, es muß direkt in Begleitung einer Gegenstandsbedeutung visuell erlebt werden, um "verstanden" zu werden. Ausnahmsloses Symbol-Verstehen kokettiert deshalb stets mit ungleichwertigem Wissen gegenüber regressivem Erleben. Denn dieses Verstehen sucht das mimetische Erleben zu liquidieren, da es ihr andernfalls in Bereiche desertiert, die den symbolischen Zeichen unzugänglich sind [vgl. Adorno 1973/190]. Der dritte Leitgedanke für diesen Exkurs hat zum Inhalt, daß bildliche *Mimesis visuell kommunikative* Verbindungen zwischen Personen derart evoziert, daß indexikalische und symbolische Kontextbezüge vernachlässigbar werden. Andererseits ist die de-arbitrarisierende Wirkung von *Mimesis* aber erst *sozial-kommunikativ*, wenn Aufmerksamkeit hinsichtlich (bildlicher) Ähnlichkeit von Bedeutungskriterien gelenkt wird, die aus indexikalischen und überwiegend verbal-symbolischen Kommunikationscodes herrühren. Eine Person interpretiert deshalb erst dasjenige als Zeichen, was sie in Verhaltensweisen und Begriffen zu einer thematisierbaren Zeichenbedeutung bringen kann. Das Unthematisierbare entschwindet indessen im emotionalen Überhang, der sich in seiner erlebten Wirkung von allen sozialen Normerwartungen dispensieren kann.

Um den kurzen Problemaufriß für Bilder zu spezifizieren, ist zunächst Mimesis zu konkretisieren. Deren historische Rekonstruktion entfaltet ein Bedeutungsspektrum, das mit folgenden Bezeichnungen aufwartet: "... sich ähnlich machen, zur Darstellung bringen,

ausdrücken; aber auch: Mimikry, *imitatio*, Repräsentation, unsinnliche Ähnlichkeit" [Gebauer u. Wulf 1992/9]. Um Bilder zu untersuchen, reicht es aus, den Begriff der Mimesis auf Nach- bzw. Vorahmung einer Ähnlichkeit einzugrenzen, die das partiell unähnliche Bildzeichen inszeniert. Wie an anderer Stelle [s.S. 190] dargelegt, ist Ähnlichkeitsbezug die mögliche Wirkung eines kulturellen Kommunikationscodes, der Mimesis, also Nachahmung, von optischen Informationen eines potentiellen Gegenstandes bewirken kann. Symbole und Indizes verwirklichen keine optischen Informationen, die selbst schon die mitgeteilte Nachricht sowohl präsentieren als auch repräsentieren. Das Kommunikationsprinzip von Mimesis involviert, daß es seine sinnliche Gegenwart als eine Nachricht erfahren haben möchte, die in erster Ordnung wahrgenommen und erst in zweiter Ordnung als Zeichen einer Ähnlichkeit zu etwas anderem verstanden wird. Ähnlichkeit als Bezeichnung ist also eine mögliche, eine kreative Konsequenz von Mimesis, sobald diese als solche auffällt. Zwar kennt auch die tierische Interaktion Mimikry, jedoch liegt die enorme Steigerung menschlich kreiierter Mimesis darin, daß sie Nichtanwesendes als ein Anwesendes thematisiert, welches sich per Ähnlichkeit auf Zeithorizonte der Zukunft und Vergangenheit erstrecken kann. Dies begründet sich im folgenden. Noch hinzuzufügen ist, daß sowohl Platon als auch Adorno mimetische Ähnlichkeit nicht nur auf den sichtbaren Bereich bezogen.

Um die Anschaulichkeit zu stärken, arbeitet folgende Problematisierung mit zwei Synonymen, deren unzulängliche Übereinstimmung wohlwollend zu betrachten ist. Und zwar möchte ich die Existenz von Frau Norma Jeane Baker als Synonym für *Wirklichkeit* [Zweitheit] verstanden wissen, während ich ihre Marilyn-Monroe-Schauspielrolle als Synonym für *Bildumwelt* [s.S. 263ff.] verwende, der sowohl Gegenstands- als auch Zeichenbedeutung zukommt, die also sowohl Zweit- als auch Drittheit impliziert. Die Synonymie ist selbstverständlich unzulänglich, da die private Norma Jean Baker und die öffentlich bekannte Schauspielerin Marilyn Monroe in einer Verkörperung existierten, wengleich die Wirklichkeit der Umwelt keinesfalls mit der Wirklichkeit der Bildumwelt in einer Verkörperung existiert, sondern dies allenfalls manchmal simuliert. Mir kommt es darauf an, daß Marilyn und Bildumwelt sowohl Zeichen- als auch Gegenstandsbedeutung zukommen, demgegenüber Norma und erfahrene Wirklichkeit ohne kommunikativen Zeichenstatus ausschließlich auf Wahrnehmung erster Ordnung basieren sollen, also ausschließlich als Gegenstandsbedeutung erlebt werden.

Für die zweimal zu lesende Problematisierung stelle man sich vor, wir würden Marilyn Monroe [Bildumwelt] persönlich kennenlernen, wüßten allerdings nicht, daß sie Frau



Norma Jeane Baker [eine Wirklichkeit<sup>114</sup>] zum Spaß pausenlos nachahmt. Wir würden Marilyn [Bildumwelt] zwar am Auftreten und Gesicht *wiedererkennen* [s.S. 159], wir würden also unsere visuellen Schemata als Index für die Identität jener Person [Existenz] nehmen, aber ohne Kenntnis von Norma [der Wirklichkeit] kämen wir kaum auf die Idee, daß Marilyn [Bildumwelt] mit ihrem Schauspiel einer Wirklichkeit *ikonisch ähnlich* sein möchte. In einer solchen Situation verlöre Mimesis, obwohl sie als Nachahmung existent wäre, mit ihrer Bezeichnungsfunktion auch ihre kommunikative Relevanz. Marilyn fiel mit Norma [Bildumwelt mit der Wirklichkeit] zur ununterscheidbaren Ähnlichkeit in eins. Um als Mimesis bewußt zu werden, muß an deren Ähnlichkeit ein Unähnliches, ein Unterschiedliches indexikalisch auffallen [vgl. Gebauer u. Wulf 1992/399]. Bemerkten wir in der mimetischen Situation nichts Unähnliches, dann übersehen wir, daß Marilyn [Bildumwelt] Norma [Wirklichkeit] nachahmt. Auf diese Weise retransformiert sich das Schauspiel Marilyns [der Bildumwelt] zum unbemerkten Trompe-l'œil, das daher unmimetische Wirklichkeit zu sein scheint [s.S. 82 u. 168]. Man würde somit vermuten, Marilyn [Bildumwelt] wäre mit Norma [Wirklichkeit] identisch. Denn Ähnliches, dessen Ähnlichkeit jede Differenzierung vereitelt, stellt nicht etwas anderes dar, sondern dupliziert es, um beispielsweise eine Selbstähnlichkeit von selbstreferenten (Bild-)Encodierungen nachzuahmen, vorzuahmen, zu replizieren.

Eine kulturelle Selbstähnlichkeit von Marilyn [Bildumwelt] gehört zwar zur Mimesis, sie ist jedoch keine des Inhaltsaspekts, sondern eine des kommunikativen Beziehungsaspekts, der interpersonale Anschlußwahrscheinlichkeit von kulturellen Darstellungscodes wahrt. Allerdings agiert Mimesis als Selbstähnlichkeit desto mehr vorkommunikativ, je vollständiger und je kontinuierlicher sie sich in die Kultur integriert. Das heißt, wo der Schönheitscode von Marilyn [Bildumwelt] weiterhin mit demjenigen übereinstimmt, den sie auch am Vortage besaß, wird er sich zum konventionellen Beziehungscode etablieren. So wie nämlich Marilyn [Bildumwelt] laufend das Vorbild von Marilyn [Bildumwelt] nachahmt, fungiert deren Selbstähnlichkeit als tautologische Sinnkodierung, in der Sinn Sinn findet. Diese Tautologie an Marilyn fundiert sich beispielsweise durch allgemein erlebte Schönheit. Ihre kulturelle Identität, die an Marilyn [Bildumwelt] tautologisch - in der Vorstellung von sie ist sie - bewahrt wird, institutionalisiert sich daher zum Medium [s.S. 322ff.]. Um als solches zu fungieren und gleichfalls eine inhaltliche Botschaft in Formen zu kommunizieren, darf am institutionalisierten Medium von Marilyn [Bildumwelt] nichts auffallen, was an ihr entähnlichend, entpersönlichend oder kulturell entfremdend wirkt. Diese Selbstähnlichkeit des Mediums ist die Voraussetzung für

<sup>114</sup> Ich spreche hier von irgendeiner nach- oder vorgeahmten Wirklichkeit, die fiktional, vergangen oder gegenwärtig sein kann.

personalisierte und kommunikativ anschlussfähige Identität. Wie Norma [Wirklichkeit] existiert und wie diese aussieht, ist für die kommunikative Funktionstüchtigkeit und kulturelle Merkmalsidentität von Marilyn [Bildumwelt] vollständig bedeutungslos. Fällt Marylins [Bildumwelt] indessen auf Normas [Wirklichkeits-]Identität zurück, zieht sie ihr kulturelles Image derart in den Zweifel, daß es für sie problematisch werden wird, kulturell Integratives zu kommunizieren. Sie wäre dann vielleicht nicht schön, nicht attraktiv genug bzw. zu alltäglich, um noch geliebt zu werden. Folglich ist unbemerkte Mimesis einer konstruierten Selbstähnlichkeit zwar kulturell hochintegrativ, da niemand kommunikative Hinweise auf mögliches Anderssein bemerkt, sozial jedoch nur bedingt kommunikativ.

Wenn nun Marilyn [Bildumwelt] in einem Film vorkäme, könnten wir sie zwar wiedererkennen und bemerken, daß die laufenden Bilder sie ikonisch bezeichnen, aber die Ähnlichkeit zu Norma [zur Wirklichkeit] bliebe unanschaulich. Man müßte darüber phantasieren, daß Marilyn [Bildumwelt] etwas so ähnlich nach- oder vorahmt, wie es ihrer Wirklichkeit entsprechen könnte. Vergessen wäre allerdings der Gedanke an Norma [Wirklichkeit], denn sie wäre von der Fiktion ersetzt, daß das zeichenhafte Schauspiel Marylins [der Bildumwelt] der Wirklichkeit ähnlich wäre, die sie in bildlicher Anschaulichkeit präsentiert. Mit dieser Fiktion ließe sich die Anschaulichkeit von Marilyn [Bildumwelt] zum Fetisch machen, bei dem es weder darauf ankommt, wie Norma [Wirklichkeit] tatsächlich existiert, noch darauf, daß Marilyn [Bildumwelt] anfangs ein Zeichen für mehr als das Gegenwärtige ist, sondern darauf, daß die gegenständliche Präsenz von Marilyn [Bildumwelt] die volle Verzauberungskraft des Nicht-Gegenwärtigen veranschaulicht. Adornos Unerbittlichkeit hätte die unzulängliche Übertragung seines Kunstanspruchs auf profane Bilder untersagt. Und dennoch ist in bezug auf Bilder erkennbar, daß die Intensität ihrer Zeichenhaftigkeit nicht identisch ist mit der ihrer Gegenständlichkeit; denn diese ist so wenig Zeichen an den Bildgegenständen, wie deren Anschauung der Trennung von Zeichen und Gegenstand bzw. Repräsentation und Präsentation widerspricht.

Mimesis widersetzt sich der harten Zeichen-Gegenstands-Spaltung solange, wie sie im Bild die Anschauung eines Unanschaulichen zeichenvergessen zum Zeichen macht [hierzu Adorno 1973/148]. Dies kann dann der Fall sein, sobald Marilyn [Bildumwelt] derart zum Fetisch gemacht wird, daß ihr zeichenhaftes Schauspiel sich dem Merkmal eines Zeichens entzieht. Ihre Unanschaulichkeit, kaum jemand hat sie nämlich wirklich *kennengelernt*, degeneriert im Bild zur präsenten Anschaulichkeit, die alle Fiktionen über ihre wirkliche Gegenwärtigkeit glaubhaft oder zumindest partiell substituiert. Daß Marilyn [Bildumwelt] manche Eigenschaften von Norma [Wirklichkeit] mimt, wäre im Fall des Fetischismus verdrängt und vergessen. Mit dessen Auftreten käme es nämlich zur deckungsgleichen

Zeichen- und Gegenstandsbedeutung, die Wunsch-Ansprüche an wirkliches Erleben partiell erfüllt. An diesem möglichen Fetischismus ist zu erkennen, daß Mimesis verkannt wird, wenn man ihre Anschmiegsamkeit an gleichartige Wirklichkeit auf Darstellung reduziert. Darstellung impliziert immer den *symbolischen Charakter* einer Paradoxie, indem Darstellung von Marilyn (Bildumwelt) dem ähnelt, dem sie nicht ähnelt. Darstellung trennt also zwischen Zeichen und bezeichnetem Gegenstand. Allenfalls ähnelt Darstellung deshalb etwas anderem; sie gleicht nie ihrer eigenen Leibhaftigkeit, die das, was sie ikonisch darstellt, selbst verkörpert und selbst ist, wie eine Skulptur beispielsweise [s.S. 65]. Aus diesem Grund fällt Fetischismus hinsichtlich ikonischer Mimesis so leicht. Denn das Ikon ist der einzige zeichenhafte Objektbezug, der als vorzeichenhafter Gegenstand, also vor allen kommunikativen Unterscheidungen von Zeichen und Bezeichnetem, genau das preisgibt, was auch beim Zeichenverstehen des Ikons als Bezeichnetes verstanden sein wird.

Die partielle Wunscherfüllung am fetischisierten Ersatzobjekt beschrieb Morris als "pathisches Zeichen", das sich abgemilderter als »falsche Vorstellung« beim Fernsehkonsumenten studieren läßt. Denn pathisch wäre es nicht, die Mimesis von Marilyn [Bildumwelt] zu lieben; pathisch wäre es, sobald Marilyn [Bildumwelt] "... eine befriedigende Interaktion mit der betreffenden ... [Norma/Wirklichkeit] verhindert" [Morris 1973/304]. Für die Kunst bemerkte Adorno [vgl. 1973/148], daß sie das Dogma mimetischer Anschaulichkeit durchlöcherte, um sich möglichem Fetischismus, aber nicht mimetischer Vorstellungskraft zu entziehen. Um diesen Anspruch der Kunst kann es bezüglich profaner Bildumwelt nicht gehen, sondern hauptsächlich darum, wie Anschaulichkeit von profaner Mimesis eine Kulturkolportage der Ähnlichkeit bewirkt, die Betrachter dazu verleitet, beispielsweise angenommene Oberflächenattribute des industriell produzierten Marilyn-Image [der Bildumwelt] nachzuahmen. Musik, Sprache und beliebig andere Symbolcodes hätten diese soziokulturelle Mimesis niemals mit äquivalenter Schlagwirkung ertrotzt, weil die Anschaulichkeit von Marilyn [Bildumwelt] ohne ikonische Maskierungen (Personalisierungen) unanschaulich wäre. Denn außer Marilyn Monroe selbst wünschte sich vermutlich niemand, jemals Norma Jeane Backers Sosein ähnlich zu werden. Dessen einmalige Wirklichkeit war eher zum "nichts-sagenden", "beziehungslosen" und "vorkommunikativen" Dasein verdammt, dem es im überzogenen Sinne an personalisierender Einkleidung und Anerkennung fehlen sollte. In solch umgekehrter Mimesis stilisiert sich Marilyn [die Bildumwelt] zum Vorbild, dessen vorahmende Darstellung eine befriedigende Interaktion mit Norma [Wirklichkeit] zumindest erschweren kann, sofern die kommunizierte Ähnlichkeit in der Wirklichkeitskomplexität uneinholbar ist und überdies auch uneinholbar sein

soll, wenn Negativ-Vorbilder zur Abschreckung vor einer Wirklichkeit kommuniziert werden, wie z.B. schlechte Nachrichten über Katastrophen.

Daß vorzeichenhaftes Dasein [Zweitheit] unkommunikativ wirkt, veranschaulicht übrigens die Künstlerin Cindy Sherman mit ihren mimetischen Rollen-Fiktionen möglichen Soseins [Dritttheit] nachdrücklich. Die Nachahmung von mimetischer Sinntautologie, d.h. von konstruierter Selbstähnlichkeit, ist eine, die die Merkmalsidentität von kommunikativen Differenzierungskriterien verteidigt, um korrespondierende Beziehungsaspekte aufzubauen, die nicht Norma [Wirklichkeit], sondern ausschließlich Marilyn [Bildumwelt] kommunikativ in das soziale Zeichen-Spiel hineinragen, welches nicht allein in seriellen Mode- oder Schmuckwelten sozial-ästhetische Integration per stilisierter Maskierung anzeigt. Die Korrespondenz subjektiver Erlebenswahl bestätigt sich daher nicht gegenüber Norma [Wirklichkeit], sondern im emotionsmotivierten Sinnkonsens gegenüber der zeichenhaften Marilyn [Bildumwelt], die man, wenn man es böswillig will, als "pathische", da kulturgemäße, seriell produzierte und erlogene Schönheit erlebt. Ob aber umgekehrt natürliche Schönheit, die in einer hypothetischen Norma-Welt [Wirklichkeitswelt/Zweitheit] ganz ohne kulturabhängige Einflüsse und Kriterien erlebt wird, zur emotionalisierenden Ausdifferenzierung und kommunikativen Anschlußfähigkeit kommt, ist mehr als fraglich. Denn selbst bei Frühmenschen mag man einen Ansatz zur imitatorischen Mode darin erkennen, daß bei ihnen tierische Vorbilder mimetische Nachahmung fanden [hierzu Loschek 1991/19].

Im Normalfall enträtselt sich allerdings pathische Mimesis. Daß nämlich Marilyn [Bildumwelt] nie im Leben der alltäglichen Norma [Wirklichkeit] ähnlich ist, vermutet jeder, sobald zwischen beiden Unähnlichkeiten auffallen. Ansonsten wäre Marilyn [Bildumwelt] nämlich eine "schlechte" Schauspielerin, die nichts anderes als das darstellen kann, was mit ihr selbst identisch ist. Die mimetisch kreative Rolle erfüllt sie, indem wir an ihr bemerken, daß sie etwas so darstellt, *als ob* etwas so möglich sei, wie sie es ikonisch vorspielt. Die kulturelle Schauthematisierung von Phantombildern, Phantasmagorien, Trugbildern, Göttern, historischen Gestalten, Nachbarn, Freunden und uns selbst gibt sich mit dem Darstellungscode zu erkennen. Mit dessen ungewöhnlichem Auftreten, wenn es einem denn ungewöhnlich vorkommt, indiziert sich bereits, daß eine inszenierte Ähnlichkeitsbeziehung zwischen Marilyn und Norma [Bildumwelt und Wirklichkeit] oder zwischen Marilyn [Bildumwelt] und imaginären Personen [Wirklichkeiten] vorliegt. Vergleichbare Wirkung erhalten auch verbal-symbolische Mitteilungen, die zu verstehen geben: Norma ist und spielt Marilyn [die gegenständliche Wirklichkeit des Bildes ist und spielt Bildumwelt]. Und genau dies stellt klar, daß es mimetischen Ähnlichkeitsbezeich-

nungen ausschließlich aufgrund indexikalischer und symbolischer Hinweise ermöglicht ist, uns auf ihre besondere Relevanz aufmerksam werden zu lassen [s.S. 271ff.]. Zweifellos erkennen wir Ähnlichkeiten des einen im anderem auch kulturunabhängig wieder; sobald sie allerdings in sozialer Relevanz einen kommunikativen Ort haben sollen, müssen ihnen indexikalische oder symbolische Zeicheninterpretationen beigeordnet werden können. Bleiben diese Hinweise aus, dann präsentieren sich Selbstähnlichkeiten "ausdruckslos" und "nichtssagend" als eine anwesende Umwelt, also als Vorkommunikatives und rein Wahrnehmbares. Kurz: die mimetische Simulation, die visuell kommunikativ wirkt, erhält soziale Kommunikativität mit der Dissimilation, die unähnliche Merkmale am Ähnlichen indexikalisch oder symbolisch bewußt werden läßt. Dabei erzielen zweifellos auch Legizeichen dissimilierende, also entähnlichende Wirkung als Index, wie z.B. erlernte Bild- bzw. Kulturperspektiven, deren ikonische Meisterschaft als mimetische Verstellung bekannt ist.

Da nun, wie oben gesagt, die individuelle von der kulturellen Relevanz weitgehend beeinflußt wird, stellen wir ikonische Bezeichnungsfunktionen meist derart her, daß der kulturelle Darstellungscode dissimilierend indiziert, wie Ähnlichkeitsreferenzen kommunikativ relevant werden sollen. Das Marilyn-Image von Norma [die Bildumwelt im Bild von einer Wirklichkeit] stellt sich beispielsweise auffallend "unnatürlich", erotisch affektiert und theatralisch kichernd dar, wodurch zumindest der dramatisierte Index (Hinweis) hervortritt, daß sie vermutlich irgendeine fiktive Frau [fiktive Wirklichkeit] in ikonischer Bezeichnungsfunktion vortäuscht. Bleibt diese Täuschung zeitweise vergessen oder ist es gar keine, dann scheint uns Norma [Wirklichkeit] mit Marilyn [Bildumwelt] identisch. Diese simulierte oder tatsächliche Identität besäße zwar keine sozial kommunikative Relevanz mehr, da sie auf unterschiedslose Wirklichkeit zurückfallen würde, aber ihr käme visuell kommunikative Relevanz zu, da man ja Marilyn [Bildumwelt] wirklich sehen und kennenlernen kann.

Und nicht zu vergessen ist, wenn Norma [der Wirklichkeitsfluß] längst vergangen ist bzw. erst wirklich werden wird, wird sie [er] trotzdem von Marilyn [Bildumwelt] nach bzw. vorgeahmt. Natürlich stellt Marilyn [Bildumwelt] die ikonischen Merkmale von Norma [der Wirklichkeit] dar, die für sie selbst bedeutungsrelevant sind und ihrer Darstellungsfähigkeit entsprechen. Denn die optisch erfahrbaren Eigenschaften, die nicht Norma [Wirklichkeit] bezeichnen, gehören zur Wirklichkeit von Marilyn [Bildumwelt]. So ist die erfahrbare Ausdruckskraft, Mimik, Bewegung, Schönheit und Natur nie die von Norma [einer Wirklichkeit], sondern die von Marilyn [Bildumwelt], da sie sich schließlich selbst als gegenständlich Wirkliche anwesend präsentiert. Mimesis verdoppelt demnach keine

Wirklichkeit, Natur oder irgend etwas anderes, sondern ist die kommunikationsnotwendige »Lüge-Möglichkeit« [s.S. 29], die im kulturellen Darstellungscode ihren Mobiliarkredit<sup>115</sup> aufnimmt, den sie bezüglich dem ihr ähnlich werdenden tilgt oder schuldet. Das heißt, der kulturell verfestigte Darstellungscode ist ein Mobiliarkredit, den die Mimesis von Marilyn [Bildumwelt] gegen einen Teil ihrer individuierten Mobilität verpfändet, um diese bei Wiedereintritt in eine möglicherweise ähnelnde Wirklichkeit (Norma) wiederum einzulösen.

Ob wir zwischen Norma und Marilyn [zwischen Wirklichkeit und Bildumwelt] eine Ähnlichkeit vermuten, ist eine Folge davon, ob wir zwischen beiden Parallelen sehen, die die personalisierende Maskierung von Marilyn [Bildumwelt] als mögliche Norma [Wirklichkeit] demaskieren. Mißglückt einem diese Demaskierung, so lüftet man gleichfalls das "Geheimnis des Andren" [Simmel 1992/396], der möglichen Norma [Wirklichkeit], nicht, womit der dramatisierte Zeichenstatus von Marilyn [Bildumwelt] zur geglaubten Illustration einer erlogenen Wirklichkeit degeneriert. Derart demobilisiert verlöre Marilyn [Bildumwelt] ihre Beziehung zum Lebensfluß des Norma-Daseins [der Wirklichkeit] und würde in ihrer kulturellen Illustrationsrolle unter Verlust von möglich werdender Ähnlichkeit erstarren. Denn in der konsumierten Bild-Rolle, die Marilyn [Bildumwelt] im Film einnimmt, tauscht sich die Sphäre des Privaten von Norma [Wirklichkeit] gegen die aus, die die öffentliche Marilyn [Bildumwelt] als televisionär verstetigte Privatheit suggeriert. Insofern überzeugt die mimetische Illusion eher als deren genuine Wirklichkeit, die sie zwecks dramaturgischen Handelns verhüllt, verbirgt, dissimuliert. Wer die betreffende Norma [gemeinte Wirklichkeit] nie erlebt hat, kann allerdings trotz ihrer Unerreichbarkeit zumindest per Introspektion ahnen, daß Marilyn [der Bildumwelt] eine Ähnlichkeit mit Norma [Wirklichkeit] zuzutrauen ist und wahrscheinlich niemals durchgängig mimetische Show-Rollen vorlügt. Im übrigen ist deshalb kaum anzunehmen, daß die Mimesis Marilyns [der Bildumwelt] ausschließlich ein kulturelles Rollenspiel ist, schließlich ist ihre Haut eine, die aus dieser und nicht aus irgendeiner anderen Welt stammt. Um aber dies einzusehen, muß Adornos Ästhetik-Theorie, wenn auch nicht eingeholt, so doch aufgeholt werden. Daher ist hinsichtlich Mimesis ein wenig kryptisch anzumerken: "Nichts in der Kunst [der mimetischen Marilyn/ der Bildumwelt], auch nicht der sublimiertesten, was nicht aus der Welt [der Norma/ der Wirklichkeit] stammte; nichts daraus unverwandelt" [Adorno 1973/209].

115 Kredit gegen Verpfändung beweglicher Sachen.

### Teil III. Die kulturelle Bedeutung von Bildern

Der Titel "Die kulturelle Bedeutung von Bildern" suggeriert eigenständige Bedeutungssphären, die gegenüber sozialer Pragmatik unabhängig wären. Warum eine solche Bedeutungssouveränität der Bildkultur unmöglich ist, zeigte die Auseinandersetzung mit den Kulturdefinitionen von Eco, Simmel, Weber, Parsons, Geertz und Luhmann [s.S. 253ff., 141]. Das Kulturelle von Bildern verschiebt sich auf syntaktisch-semantische Signifikationscodes, also auf die kulturelle Semantik. Diese kulturelle Semantik basiert auf der Bezeichnungsfunktion ikonischer Bilder [s.S. 256ff.]. Kultur als Semantik ist deshalb mit der Funktion eines ausdifferenzierten Handlungssystems überfordert. Bildkultur, die im syntaktisch-semantischen Code zu verorten ist, beinhaltet bei Kommunikation fortwährend irgendeine Pragmatik. Erst während einer solchen erlangt Kultur das, was Individuen als Bedeutung bei Verständigungshandlungen interpretieren.

Ist die Pragmatik allerdings ihrerseits von kulturellen Wertpräferenzen begleitet, ist sie z.B. in den Bezugskontext der Kunst gestellt, dann verändert sich ihre Bedeutungsinterpretation. Interaktionistischer Pragmatik gelingt daher Verständigung; sie übernimmt sich aber, wenn sie die kulturelle Wertpräferenz ihres Verstehensanspruchs in jedem Zeichen mitkommunizieren soll. Für das Gelingen von Kommunikation, die über Verständigung hinaus auch interpersonales Verstehen nach sich zieht, ist Bildkultur neben interaktionistischer Pragmatik oftmals mit kulturellen Wertpräferenzen verkoppelt. Nur auf diese Weise steigern sich die pragmatischen Erwartungserwartungen hinsichtlich Bildkultur auf die Wertpräferenz von beispielsweise Kunst. Fielen diese kulturellen Wertpräferenzen fort, sähe man Bildern selten an, ob sie in der Kunst, Kindermalerei, im Fernsehen oder für einen Kult verwendet werden. Somit ermöglicht die Konzeptualisierung von Bewußtseinsleistungen zwar Verständigung, aber ohne kulturelle Kontexte bleibt unverbürgt, wie die Verständigungsabsicht zu verstehen sein soll.

Folgt man mir in der Auffassung, daß Bildkultur sich aus einem syntaktisch-semantischen Signifikationscode zusammensetzt, so ist deutlich zu erkennen, wie spezifische Pragmatiken in interaktionistischer Nahorientierung und systemischer Fernorientierung unterschiedliche Bildformen stabilisieren, bearbeiten, thematisieren, pflegen und eben kultivieren. Mit einer solchen Betrachtungsweise stellt sich beispielsweise heraus, daß das soziale System Kunst in seiner kulturellen Wertpräferenz immer weniger Bildkultur erweitert, erinnert und verwendet; eventuell wird es in ihm sogar aufgegeben, die Bedeutung von Bildkultur zu stabilisieren. Kontrastierend dazu setzen heutzutage viele Wissenschaftsdisziplinen zunehmend auf eine Bildkultur der Zentralperspektive und des

Diagramms, wenn sie Anschauungsmaterial eines indexikalischen Sachverhalts kommunizieren wollen. Ebenso kultivieren die sozialen Systeme der Politik, Tagesnachrichten, Werbung, Unterhaltung sowie Religion dann intensiviert Bildkultur, wenn sie das Tempo der Popularität ihrer Themen forcieren wollen. Die Bedeutung einer Bildkultur hängt somit nicht von der Kultur selbst ab, sondern von sozialen Systemen, deren kulturellen Wertpräferenzen und interaktionistischen Handlungsorientierungen für Bedeutungen sorgen.

Wie begründet [s.S. 254], ist der verwendete Kulturbegriff ambivalent. Wenn nämlich syntaktisch-semantische Codes als Kultur bezeichnet werden, so bleiben darin kulturelle Wertpräferenzen, wie etwa Wahrheit, Schönheit, Realismus, Religiosität oder Erotik unberücksichtigt. Wertpräferenzen müssen demnach eigens in spezifischen Verwendungszusammenhängen als kulturelle Orientierung erwartbar sein. Hinsichtlich der Kunst darf man beispielsweise die kulturelle Wertpräferenz erwarten, daß schöne oder unkonventionelle Bilder gezeigt werden; im Zusammenhang mit Wissenschaft steht zu erwarten, daß sie Wahrheit mit realistischen Bildern untermauert und bei Pornographie ist zu erwarten, daß sie Bilder von Menschen zeigt, um Erotik zu erzeugen. Kultur beschreibt hier neben der Semantik auch Wertpräferenzen, wie sie z.B. für Kunst, Unterhaltung, Pornographie, Ritualisierungen, Religion, Wissenschaft usw. entstehen, um in sozialen Systemen und für individuelle Handlungen eine soziale Bedeutung zu stabilisieren. Deshalb fragt derjenige, der nach der kulturellen Bedeutung von Bildern fragt, danach, für welche sozialen Systeme mit kulturellen Wertpräferenzen die ikonische Semantik eine tragende Rolle übernimmt, welche Konsequenzen jene kulturellen Wertpräferenzen in der Pragmatik von Gesellschaften provozieren und wie Bilder im Verhältnis zu anderen Thematisierungsformen der Kultur aufzufassen sind. Diesen Fragen gehe ich im folgenden nach, um im Anschluß daran die unterschiedlichen Bedeutungen von Bildern aufzugreifen, die sich mit der Unterscheidung zwischen Sozial- und Systemintegration aufhellen.

In den veränderten Kommunikationsverhältnissen, deren kulturelle Windrichtung sich Bolz als Triumph über die sogenannte "Gutenberg-Galaxis" auf die Fahne schreibt, verwirbeln ikonische Bilder einen Teil der Koordinaten, deren Navigationsleistung für kulturelle Passagen ehemals eine symbolische Semantik gewährte. Im künftigen Zuschauer vermutet Bolz [vgl. 1993/231] den 'zappenden' Pfadfinder, der sich mittels ikonischer Benutzeroberflächen seine soziokulturelle Orientierung bahnt. Unzweifelhaft bieten ikonische Kartographien Orientierung. Auf dem Bildschirm laufen allerdings die Ikonen, hinter denen sich die computerisierten Programmbefehle verstecken, auf dem gleichen Niveau, wie dem des Illusionsmarketings der Werbeindustrie. Denn hinsichtlich beider



Schaustellungen artikuliert sich durch bloßes Zeigen auf das Bild der dekontextualisierte Wille eines kindlichen Habenwollens, dem die binären Codierungen des Computers bzw. des Geldsystems nebulös vorkommen. Die ikonischen Benutzeroberflächen der Computer und ebenso die Werbeindustrie illustrieren eine kulturelle Wertpräferenz, in der man zu sehen bekommt, was man wird haben wollen, ohne daß man angeblich teleologisch wissen müßte, wozu und wann man das braucht, auf das man ein Auge "geworfen" hat. Auch wenn Bolz vorhersieht, daß Hypertexte die Kommunikation (z.B. auf CD-ROM) ein wenig dekontextualisieren, und sie deshalb das traditionelle Buch entmachten werden, wird diese Prophezeiung sicherlich vom Absterben der Menschheit gefährdet, sobald eine pure Bilder-Gesellschaft ihre symbolische Koordination dadurch unterschreitet, daß sie mit Euphorie ihre Fragestellungen ausschließlich in ikonisch-indexikalischen Fieberdiagrammen mißt bzw. beantwortet. Wer im vorsymbolischen Tun mißt, daß er Fieber hat, wird es nicht dadurch heilen, daß er es am nächsten Tag nochmals mißt. Kleinkinder am Beginn ihres Spracherwerbs wissen ohnehin nicht, was es bedeutet, Fieber zu haben, und wonach sie sich richten sollen, wenn sie es haben, es messen oder ein Bild davon sehen. Im Vergleich zur Gutenberg-Galaxis liegt denn auch die Attraktivität von Bildern darin, daß diese ihr Wissen zur begriffslosen Anschaulichkeit bringen können. Die Sichtbarkeit von ikonischem Wissen verführt deshalb zu einer Orientierung, bei der man sieht, was man zu wissen meint, ohne daß man begrifflich weiß, was man sieht.

Bolz irrt nicht in dem Gedanken, daß "... man Information in numerischen Bildern [d.h. Diagrammen, Kartogrammen] viel stärker verdichten [kann] als in Sprache" [Bolz 1993/228], aber er geht in der Einschätzung fehl, daß jenes ikonische Wissen den gleichen Abstraktionsgrad wie symbolisches Wissen darstellen kann. Letzteres ermöglicht schließlich *Nachrichten* bzw. kontextualisierte Argumente und nicht nur sichtbare *Informationen* bzw. dekontextualisierte Rhemata, deren Bedeutung ein *soziales Gedächtnis* kaum beansprucht [s.S. 297]. Das ikonische Wissensdesign von beispielsweise fraktaler Geometrie (Mandelbrotmenge) oder Wettervorhersagen kartographiert komplexe Sachverhalte derart, daß am Ende deren dekontextualisierte Schönheit, aber nicht deren Wahrheitsthematik für unmathematische Gemüter überzeugend ist. Dieses einer Wahrheitsthematik entledigte Wissensdesign wird einer *ikonisch informativen* Allegorie überantwortet, die sich im vermeintlichen Anderssagen ihres Sagens enthält. Denn das Sagen entschwindet mit der sprachlosen Nichtsprache eines Zeigens von behaupteter Ähnlichkeit, dem Schönheit und Sichtbarkeit als Begründungszusammenhang seiner dekontextualisierten Einsichten ausreicht. Die Wahrheitsthematik von Begründungskontexten haftet indessen an ikonischer Kartomantie, d.h. an der »Kunst des Kartenlegens«,

dessen Wahrsagekraft im Vertrauen auf den subjektiven Eigenbeitrag des Zeichendeuters begründet sein muß. Denn nur dem monopolistischen Seher ist die symbolische Interpretation der Karten vorbehalten, in denen er - für Außenstehende selten überprüfbar - seine indexikalischen Meßwerte kartographierte. Die Bolzsche Begeisterung für Kartomantie verdeutlicht, wie das ästhetisierte "Software-Design" einer "... Theorie ihren Instrumentenflug beginnt ..." [Bolz 1993/233], weil es am Krisenphänomen fiebriger Überkomplexität und der symbolvertexteten Reduktion von Bild-Geschwindigkeit abzustürzen meint [s.S. 197]. In Idolatrie, also in erlebnisorientierter Bildverehrung ohne symbolische Götzen, meint man, den besänftigenderen Notausgang gefunden zu haben, obwohl gerade dieser der Eingang in die Not der sozialen Orientierungslosigkeit sein wird.

Bei aller Kritik an idolisierter Kartomantie muß man aber bei Adorno nachlesen, um nicht dem Verifikationsglauben zu verfallen, daß der kritische Rationalismus den Alleinanspruch auf symbolisierte Zusammenhänge von "Gesetzmäßigkeiten" besitzt und fürwahr unumstößliche Tatsachen in systematischen Beobachtungsergebnissen konstruiert. Keineswegs muß gegessen werden, was auf dem rationalistischen Tisch zum Unionsgedeck angerichtet wurde; Bilder, Kunst und andere mimetische Formkonzepte demonstrieren ihre ureigene Plausibilität. Nur sollten diese Kartographien nicht die einzigen sein, um soziale Koordination zu verwirklichen, weil erstens privilegierte, dem Papst benachbarte Seher den immunisierten Alleinvertretungsanspruch von symbolischen Plausibilitäten hätten, sofern sie etwas aus ikonischen Konzepten herauslesen, was niemand sonst sah und deuten konnte, und weil zweitens ohne soziales Gedächtnis in vertexteten Symbolen gleichfalls kollektive Lernprozesse über mehrere Generationen hinweg ausblieben. Und drittens kommt hinzu, daß Bilder im Gegensatz zu verbalen Symbolen beliebig kombinierbar sind, wodurch sie Komplexität auf einem negationsunfähigen Niveau sowohl reduzieren als auch inszenieren.

Auch wenn sich manche eine ikonische Kartomantie wünschen, so bleiben damit Präferenzen der kulturellen Wertbestimmungen noch recht unartikulierte. Ebenfalls wäre wenig geklärt, wenn man bezüglich Bildern in geschmacksverstärkender Theoriestrategie von einer Daguerre-Galaxis ikonischer Perturbationen sprechen will. Evident ist zumindest, daß sich mit dem partiellen Auswechselln der Gutenberg-Galaxis durch die "Bild-Galaxis" auch kulturelle Wertpräferenzen umstellen. Diese Neuorientierung erfolgt nicht gleichlaufend mit der automatisierten Reproduzierbarkeit des Bildes oder des Buches. Sie erfolgt, sobald z.B. die kulturelle Wertpräferenz "Schönheit", "Sichtbarkeit" oder "Erlebnishaftigkeit" gegenüber "Wahrheit" und "Authentizität" an Tragweite gewinnt, um motivationale Orientierung anzuleiten. Etablieren sich diese prälogischen Wert-

präferenzen, dann bietet Wissen nicht Orientierung, weil es als wahres Wissen überzeugt, sondern weil es als schönes, sichtbares oder in seiner Originalität unterhaltsames Wissen imponiert. Tendenziell gliedern sich Bilder zunehmend in die letztere Wertpräferenz ein. Sie koordinieren individuelle Handlungen, indem sie hedonistische Impulse des Beobachters herausfordern. Symbolisches Wissen könnte nicht genauso schnell verständlich und unproblematisch emotionale Orientierung erzielen wie ikonisches Wissen. Denn das ikonische Wissen der Bilder gesteht motivationalen Eigenbeiträgen (z.B. Emotionen) mehr dekontextualisierten Entfaltungsraum seiner Annahme oder Ablehnung zu. Um sich an ikonischer Kartomantie zu orientieren, benötigt ein Bildbetrachter deshalb kaum anonymisierte Fremdorientierung an komplexen Gesellschaftskontexten. Ihm genügt weitgehend seine subjektive Innenorientierung als Wertpräferenz, um ikonisches Wissen als schönes Wissen zu durchschauen bzw. als permanente Non-Ego-Erfahrung zu erleben. Die engen Kontexte von Wahrheit oder Unwahrheit sind für die individuelle Orientierung an Sichtbarkeit und Schönheit ohne jede Relevanz. Eskapismus- und Entpragmatisierungstendenzen hinsichtlich ikonischen Wissens überraschen daher kaum, weil Bildbetrachter sich nicht von kontextualisierten Wahr/Unwahr-Dichotomisierungen blockieren lassen, wenn sie sich mit der kulturellen Wertpräferenz von Sichtbarkeit und eventuell Schönheit begnügen. Mit dieser bequemlichen Aneignung des ikonischen Wissens dispensieren sich Bildbetrachter temporär von symbolischen Kontexten der Gesellschaft. Sie (oder wir) entfliehen den Rationalitätsanforderungen verbalen Verstehens, indem sie zu wissen meinen, daß etwas so sei, wie sie es im Bild sahen. Sahen sie es, bietet es Orientierung, weil es schön oder häßlich scheint, aber nicht weil es wahr oder authentisch ist. Um dem Erfahrungsverlust von orientierungsrelevanten "Welt"-Erfahrungen nachzukommen, flüchten sie sich in mimetische Surrogate von "Welt"-Erfahrungen, die keine Flucht vor der Realität bieten, sondern eine Eskapismustendenz in sich bergen, die im Gezeigten keine Frage erkennt, die beantwortet werden müßte, weil die Frage mit dem fraglosen Bild bereits beantwortet ist. So informiert das ikonische Wissen des Fernsehens über unnegierbare Realitäten, die außerhalb von normativen und objektivistischen Wahrheitsgeltungen vorkommunikative Weltpräsenz *mimen*.

Vielfach - sofern man Simulationen, Fiktionen, Schauspielereien, kartomantische Wahrsagereien und vergleichbare Existenzvorstellungen betrachtet - wird das *mimetisch* Schöne gerade vom "Unwahren" gefördert, dessen Formenreichtum den des Wahren weit überbietet. Im Unterschied zu Wahrheitswerten, die einen Allgemeinheitsanspruch hegen, motivieren Schönheitswerte zur Annahme, weil diese einen Besonderheitsanspruch zu haben scheinen. Hierfür sind Bilder im Kunstsystem ein gutes Beispiel. Sie reagieren auf

die De-Individualisierung durch Wahrheitswerte überempfindlich, weil sie ausschließlich in ästhetischer Variation das Erreichen können, was ihren individualisierten Schönheitswert markiert. Das Kommunikationsprinzip von Bildern, also der Aufmerksamkeitseffekt, trifft insofern mit gegenwärtigen Individualisierungstendenzen von Personen zusammen. Beide lassen sich von kollektiv geprägten Allgemeinheitsansprüchen und Wahrheitswerten nicht irritieren, wenn sie subjektive Innenorientierung (z.B. im Foto) als schönen Augenblick fixieren bzw. erleben. Um der Erlebnisorientierung gerecht zu werden, fällt die Erzeugung von täglich variierten Sichtbarkeiten bzw. Schönheiten deutlich leichter, als die von täglich variierten Wahrheiten. Wie und wann markieren Bilder ihr kommunikatives Ansinnen aber so, daß nicht ihre Wahrheit oder besser ihre Realitätsplausibilität, sondern ihre Schönheit, Sichtbarkeit und optische Erlebnishaftigkeit als kultureller Wert die größere Präferenz genießt?

## a) Bedeutung der Bildkultur für Systemintegration

Der Frage nach der Bedeutung der Bildkultur für soziale Systeme begegne ich im folgenden mit Fragmenten der Systemperspektive von Luhmann. Seine Theorie baut sich nicht vom Zeichen her auf, sondern umgekehrt von einzelnen Systemen, in denen unterschiedliche Zeichentypen pragmatische Verwendung finden. Luhmanns [vgl. 1971/364] Rasterung für soziale Systeme, die sich von psychischen und maschinellen Systemen unterscheiden, sieht drei essentielle Mechanismen der Systembildung vor: nämlich Variation, Differenzierung (Selektion<sup>116</sup>) und Stabilisierung. Die Variation leisten weitgehend Zeichen, die Differenzierung gewähren Medien- oder Präferenz-Codes und die Stabilisierung bewältigen soziale Systeme, die sich infolge funktionaler Erwartungserwartungen entwickeln. Primär lenkt die Systemperspektive den *Variationsmechanismus* auf die Sprache. Deren variierende Aufgabe wird darin begriffen, wie sie ein Überangebot an auswählbaren Möglichkeiten über das Wahrnehmbare hinaus denkbar hält. Variation meint daher, daß eine Vielzahl von annehmbaren und unannehmbaren Möglichkeiten als Zeichen präsent bleiben. Ohne feste Bindung an soziale Systeme, die nach stabilisierten Präferenzen differenzieren, variieren Sprache und Bilder alles ihnen mögliche, vergleichbar einem "variety pool" [Luhmann 1971/377], der in semiotisch codierten Kontexten

<sup>116</sup> Den Begriff von Selektion, der Konnotationen wie Aussonderung und Zuchtwahl erlaubt, ersetze ich durch Differenzierung im Sinne von Unterscheidung, Aufgliederung und Aufspaltung, damit keinesfalls geglaubt wird, daß z.B. kulturfremde Wahrheit (Plausibilität) schlechtere oder gar überlebensunfähigere, "mutierte" Wahrheit (Plausibilität) wäre.

interaktionistisch sprudelt. Semiotische Codes sind somit kein System [s.S. 190, 321 Fußn. 111].

Allerdings bestehen Unterschiede zwischen bildlichen und sprachlichen Variationsmechanismen. Bilder konkurrieren nicht im organisierten Komplexitätsgrad mit Sprache; Sprache weist im Symbolischen und in der Leistung des Negierens einen höheren Organisationsgrad auf. Innerhalb der Bildkommunikation gibt es keine Verneinungsbilder, keine Gegenbilder und Antonyme, sondern bei nachlässiger Begriffsführung allenfalls ikonische Synonyme. Bilder konkurrieren jedoch dort mit Sprache, wo sie ein Reservoir von Sichtbarem virtualisieren, dessen auswählbare Möglichkeiten die aktualisierte Praxis sogar oft dominieren. Ein ökonomisches Beispiel hierfür ist der richtungsweisende Einfluß, den Bilder in der (Konsum-)Praxis effizieren, wenn sie infolge eines umfassenden Merchandising den Absatz von Batman-Mützen, -Tassen und -T-Shirts beschleunigen. Gleichfalls ist unübersehbar, daß Radiomoderatoren, Hörspielsprecher oder Zeitungsjournalisten weniger Bücher anbieten, vielleicht aber auch nur weniger dafür werben, als Fernsehmoderatoren, Schauspieler, telegene Politiker und Sportler. Letztere haben nämlich außer ihrem Namen weiterhin ein zeichenwirksames Gesicht, das, wenn man Luhmanns [vgl. 1987/178] heitere Wendung bemüht, als sozial identifizierbare "Erwartungskollage" in ikonischen Interaktionszusammenhängen fungiert. Allerdings wird Bildern auch in den Bereichen, in denen Unzulässiges oder Unerwünschtes kommuniziert werden soll, der Variationsmechanismus übertragen, der Tabuiertem, Abschreckendem, Unerfreulichem, Ungesetzlichem, Unmoralischem usw. im Schutz des Bildschirms vorsprachlich zur lustvollen Anschauung verhilft. Insbesondere Fernsehbilder beantworten im Übermaß die hier metaphorisch gemeinte Suggestivfrage: "Willst Du etwa das, was wir Dir darstellen, tatsächlich erleben?" Es scheint aus all den genannten Gründen zumindest fraglich, ob tatsächlich Sprache in Zukunft der vorrangige Variationsmechanismus bleibt, der für Individuen potentiell Auswählbares kartographiert. Sollte Sprache ein primärer Variationsmechanismus bleiben, dann ist abzusehen, daß sie in unserer Informationsgesellschaft vorzugsweise ursächliche Bild- und weniger ursächliche "Welt"-Erfahrung konzeptualisieren wird.

Nach welchen kulturellen Wertpräferenzen wird jedoch potentiell Auswählbares differenziert? Für diese differenzierende Funktion entfaltet Luhmann Medien-Codes, die "... regulieren, welche Reduktion des Erlebens bzw. Handelns in sozialen Systemen übertragbar gemacht werden und welche anderen, obgleich sprachlich [bildlich] möglich, an ihrer Nichtübertragbarkeit in sozialen Systemen scheitern" [Luhmann 1971/366]. Ein Beispiel hierfür ist die Malerei von "Geistesgestörten", die Art brut. Die Übertragbarkeit ihrer Kon-

zeptualisierungen läßt das Kunstsystem daran scheitern, daß ihr der interpersonale Erfolg in prästabilisierten Sinntautologien der Kunst verweigert wird. Solche desorientierten Malereien sind praktisch ohne kommunikative Adresse, wenn sie nicht in die "charaktervolle" Kunstsprache passen, der Adorno und Dewey große Präferenz beimaßen [s.S. 328, 103]. Ebenso geht es Kunstwerken aus nichtwestlichen Ländern. Sie sortiert das Kunstsystem meist als ethnologische Zeugnisse aus. Bilder von "Verrückten" und nicht westlich orientierten Künstlern sind demzufolge - so differenziert es der binäre Code des Kunstsystems - erst dann schön, wenn sie als Kunst behauptet werden; sie sind nicht schon deshalb schön, weil es schöne Bilder sind. Kunst ist somit keine Leistung - wie von Künstlern gern versichert - die im Auge des Betrachters oder im Denken eines kreativen Menschen entsteht [s.S. 56]. Sie ist eine Leistung der ihr zugrundeliegenden Wertpräferenzen, die erst dann nicht zur Aussonderung desorientierter Bildkonzepte von kreativen Ahnungslosen führen, wenn besondere Legitimationsparolen - wie z.B. jeder Mensch ist ein Künstler - sporadisch gedeihen. Solche Widerstandsforderungen bringt das Kunstsystem aus Angst vorm Menschen rasch zu Fall, indem es Bildkonzepte, die ihm gegenüber vollständig autonom auftreten, diskriminiert. Individuelle Autonomie und Beliebigkeit grenzt das Kunstsystem infolge interner Wertpräferenzen aus. Soll diese Unfreiheit der freien Kunst bestätigt werden, sind die am Ausstellungsbetrieb beteiligten Künstler zu fragen, warum sie nicht all die Werke zeigen wollen (bzw. können), die sie zeigen können (bzw. wollen).

An der weitreichenden Diskriminierung der meisten Bildvariationen läßt sich die Kunst als System identifizieren. Wie oben gesagt, stabilisieren sich soziale Systeme infolge der Wertpräferenzen, mit denen sie Variationsmechanismen der (Bild-)Zeichen differenzieren und aussondern. Bilder dürfen beispielsweise meist dann Kunst sein, wenn sie Kommunikation über Kommunikation darstellen oder wenn sie Kommunikation stören, um Kommunikation über Bildkommunikation anzuregen. Kreativ Ahnungslose verstehen es selten, eine innovative Kommunikationsform über Kommunikation im Sinne des Kunstsystems herzustellen. Sie kommunizieren über irgend etwas Anschauliches oder "Verrücktes". Sie thematisieren oder erweitern deshalb selten die Kommunikation über Kommunikation, weil sie nicht am Kunstsystem, sondern an ihrem Gegenüber oder an sich selbst orientiert sind. Kunst schwimmt daher in der Gesellschaft wie eine fetthaltige Perücke, die sich gegen das "sozial Verwässernde" hydrophobiert, indem sie sich aus diesem an ihren eigenen Haaren herauszuziehen versucht. In dieser Orientierung an sich selbst zupft sich die Kunst zwar ein stilistisches Haar nach dem anderen aus, aber dieser Formenverschleiß [s.S. 224] hat bisher kaum merkbaren Einfluß darauf, daß sich ihr

binärer Präferenz-Code als erwartbare Hydrophobie des Kommunikationssystems »l'art pour l'art« destabilisieren könnte. Am Ende aller ideenverschleißenden Frisiererei, wäre die artifizielle Zweitfrisur womöglich schmucklos, aber mitnichten in Kunstlosigkeit versunken. Käme es tatsächlich soweit, dann wäre die "freie" Kunst der Kunst ihrer menschlich subjektiven Wahlfreiheit restlos entledigt; Kunst wäre an Kunst, Kommunikation wäre an Kommunikation orientiert, aber kaum an irgendeiner Subjektivität von Individuen.

Im Sinne Luhmanns [vgl. 1975/175] sind diese am Kunstsystem aufgezeigten kulturellen Wertpräferenzen - divergierend vom semiotischen Code-Begriff - eine Folge ausdifferenzierter Medien-Codes. Deren Wert/Unwert-Dichotomisierung unterscheidet nach Präferenzen, wie z.B. schön oder häßlich für die Kunst, wahr oder unwahr für die Wissenschaft und metaphorischer (hinsichtlich der fetthaltigen Perücke) fetthaltig oder wasserhaltig. Am obigen Beispiel der Art brut war zu erkennen, daß Sprachlichkeit ebensowenig wie Bildlichkeit kulturelle Wertpräferenzen erzeugt. Semantische Sprach- und Bildleistungen sind keine Systemleistungen, vielmehr sind sie "...indifferent gegen Wahrheit und Falschheit" [Luhmann 1971/339] bzw. indifferent gegen den Medien-Code von Schönheit oder Häßlichkeit. Um Bilder in Systemleistungen zu integrieren, die sich ausschließlich durch Grenzerhaltung des Werts stabilisieren, bedarf es eines Medien-Codes, der "... zwei mögliche Ausprägungen bereitstellt" [Luhmann 1991/246], wie beispielsweise wichtig/unwichtig und schön/häßlich im Kunstsystem oder wahr/unwahr im Wissenschaftssystem. Unschwer ist zu erkennen, daß die Mehrzahl von Bildleistungen im Kunstsystem keinen Halt finden. Die wenigsten Bildkonzeptionen wollen Kunst sein, und die, die Kunst sein wollen, finden im gegenwärtigen Kunstsystem zunehmend weniger Anerkennung. Demzufolge müßten Bilder in binärer Dichotomie des avantgardistischen Kunstsystems häßlich sein oder gar als Beispiel des Unzulässigen, des Formverschlissenen gelten, wozu die gegenwärtige Auffassung von ihnen in jenem sozialen System auch tendiert. Daß diese Tendenz absolut nichts über den Wert von Bildern aussagt, versteht sich aus dem Kunstsystem selbst. Bilder grenzt das Kunstsystem zunehmend aus, weil sie seinem stilistischen Innovationsanspruch kaum standhalten können. Sie deklassiert die Kunst gegenwärtig als stilistischen Unwert, was der künstlerischen Spannung durchaus zuträglich sein kann.

Wenn Bilder im Kunstsystem kaum sinntautologische Anerkennung finden, welches soziale System hat dann aber Verwendung und einen Präferenz-Code für sie? Ob sich Bilder überhaupt in großem Maße in soziale Systeme mit fest binarisiertem Medien-Code integrieren lassen, scheint zumindest fraglich. In den meisten Fällen integrieren sich Bilder

in Kontexte einfacher Interaktion, die die ikonische Fern- als mimetische Nahorientierung auf der Basis von bildlicher Anwesenheit verwirklicht. Dank dieser mimetischen Anwesenheit überlappen Grenzen der Wahrnehmung von Bildern mit denen der einfachen Interaktion. Soziale Systeme treten dabei weit in den Hintergrund. Die an ihnen ausgerichtete Fernorientierung fällt daher kaum als mediencodierte Kommunikation auf, obwohl diese vielfach unausweichlich, jedoch meist unbewußt vorhanden ist. Diese These möchte ich am Beispiel der televisionären Massenkommunikation, also an den Bildvariationen des besonders bildfürsorglichen Fernsehens erläutern, damit deutlich wird, welche Bedeutung Bildern in der Gesellschaft zukommt.

Obwohl das Fernsehen zwar viele Bilder diskriminiert, durfte es sich dennoch nicht ihre vollständige Diskriminierung leisten. Visuelle Wahrnehmbarkeit bildlicher Variation ist sein unentbehrlicher Ausgangspunkt. Das System »Fernsehen« ist daher - wie jeder weiß - das soziale System, welches dem Variationspool der Bilder die größte Bedeutung zugesteht. Damit televisionäre Massenkommunikation sich aber als System stabilisieren konnte, benötigten ihre Bilder einen binären Medien-Code. Diese Codierung übernahm ihre Realismusbehauptung, die die Zentralperspektive sinntautologisch erweckte [s.S. 188]. Kraft dieser Tautologie, in der Sinn Sinn macht, behauptet die Fernseh-kommunikation etwas Sichtbares, das durch den perspektivischen Realismus der Bilder realistisch wirken soll. Der binäre Medien-Code des Systems »Fernsehen« fungiert also in der kulturellen Wertpräferenz realistisch/unrealistisch. Unrealistisches, Unperspektivisches bzw. Ungegenständliches ist demzufolge kein Fernsehen - man würde ja auch "nichts" sehen, sondern optisches Rauschen wahrnehmen oder eben Kunst und Malerei erkennen, die von anderen Medien-Codes stabilisiert werden. Beispielsweise behauptet die Wissenschaft in ihrem System, daß sie eine Wahrheit über etwas kommuniziert, obwohl sie selbst und auch jeder andere Philaleth, d.h. Wahrheitsfreund, langsam merkt, daß sie nicht Wahrheit über externes ausspricht, sondern gemäß interner Kriterien allenfalls eine Plausibilität verdeutlicht, die manchmal mit empirischen Wahrnehmungen übereinzustimmen scheint. Gleichmaßen behauptet das Fernsehen, daß es Realistisches von etwas zeigt, obwohl jeder weiß, daß in ihm nichts genauso zu erblicken ist, wie es in der Wirklichkeit erfahrbar wäre.

Dem Fernsehen als soziales System ist egal, ob die Sachverhalte, die es zeigt, tatsächlich existieren oder in der erfahrbaren Wirklichkeit inexistent sind. Die funktionale Erwartung des Betrachters beruht darauf, daß er im Fernsehen etwas zu sehen bekommt, was er auch tatsächlich als optischen Realismus wiedererkennen kann. Ob das optisch Gesehene mit etwas korrespondiert, das ein Betrachter als mögliche oder unmögliche Wirklichkeit



einschätzt, knüpft sich nicht an die erwartbare Funktion des Fernseh-Systems. Gegenüber diesem erwartet der vertraute Nutzer deshalb auch nicht, daß er in das ikonische Bild wie in eine virtuelle Realität hineinklettern kann [s.S. 83]. Würden all seine Erwartungen enttäuscht, wenn sein Fernseher beispielsweise lediglich mit blauer Farbe aufwartet, würde er, sofern ihm der Film "Blue" von Derek Jarman unbekannt ist, denken: das ist keine Television, das ist unkommunikativer Nonsens, eine Sendestörung oder ein Defekt des Bildschirms. Fernsehen als funktionales System hat sich folglich in seiner Sinntautologie so weit ausdifferenziert, daß jeder die Nonsens-Phobie des Fernsehens derart erwartet, daß sie jedem als sinnreiche Realismusphobie vorkommt, wenn man das so beschreiben darf. Auf diese Weise steigerte Fernsehen die Erwartung, daß realistisch Sichtbares funktional erwartet werden kann, ohne daß es Unrealistisches oder optischen Nonsens eingrenzt, um ein grenzerhaltendes System sein zu können. Das funktionale Motiv des Fernsehens ist, daß perspektivisch Sichtbares zu sehen sein wird. Deshalb ist - im Gegensatz zum Kunstsystem - das Fernsehen als System innovationsfeindlich. Hinsichtlich seiner Kultur erwartet jeder, daß das Fernsehen an seinem perspektivischen Darstellungsstil festhält.

Wie etabliert sich eine Erwartungserwartung, die zur Ausdifferenzierung des sozialen Systems »Fernsehen« führte? Als Erwartungserwartung wird eine Situation bezeichnet, in der das handelnde Ego erwartet, "... was Alter [das andere Ich] von ihm erwartet, um sein eigenes Erwarten und Verhalten mit den Erwartungen des anderen abstimmen zu können" [Luhmann 1987/412]. In solcher Reziprozität (Wechselseitigkeit) erwartet der Fernsehmacher, daß sein Tun den funktionalen Realismus-Erwartungen des Betrachters entspricht. Und auch umgekehrt erwartet der Betrachter vom Fernsehmacher, daß dieser in seinem Handeln an der Realismusfunktion des Fernsehens orientiert ist. Beide unterstellen sich also der strukturellen Orientierung, die das System »Fernsehen« vorgibt, wenn sie in diesem ihre ikonische Kommunikation als Realismus adressieren. Realismus im Fernsehen fungiert daher als eine kommunikative Adresse, die zeitübergreifend strukturelle Orientierung am funktionalen Medien-Code realistisch/unrealistisch voraussetzt. Selbstverständlich muß die Vorbedingung der interaktionistischen Erwartungserwartungen erst gebildet werden. Diese müssen durch Reziprozität von pragmatischen Orientierungen derart angeregt werden, daß sie kommunikative Anschlußfähigkeit des Systems »Fernsehen« längerfristig stabilisieren. Ist die Erwartungserwartung halbwegs funktional stabilisiert, dann erlangen Akteure reziproke Orientierung in Form von Systemintegration, die über ihr raum-zeitliches Zusammentreffen weit hinausgeht [vgl. Giddens 1992/81; Arbeitsgruppe Bielef. 1976/65; Habermas 1988b/226; Luhmann 1990/122] Die Systemintegration macht Akteure von Kopräsenz und wechselseitigen Anerkennungsprozessen unabhängig.

Darum nimmt die Fernsteuerungsfunktion des Systems »Fernsehen« auch keine Rücksicht darauf, wie Betrachter das Gesehene verarbeiten werden und welche Konsequenzen sie daraus ziehen. Für den Fernsehmacher genügt die funktionale Erwartung, daß seine Orientierung am System den Erwartungen der Fernsehbetrachter entsprechen wird. Er orientiert sich daher am kulturellen Legizeichen »stabile Zentralperspektive bei bewegten Ikons«, wodurch er die pragmatische Funktionsbedeutung »Fernsehen« indiziert und den Wertkonsens »realistische Sichtbarkeit« erfüllt. Systemintegration berücksichtigt deshalb ausschließlich die Funktion der visuell kommunikativen Adresse, damit die Zuschauer etwas Realistisches weltweit zu sehen bekommen. Was die Zuschauer im weiteren innerhalb ihrer landeseigenen oder gruppenspezifischen Orientierung interpretieren mögen, gehört zur späteren Erläuterung der Sozialintegration und ist der "Technizität" [Luhmann 1991/246] der Systemintegration gleichgültig.

Zumindest für das Fernsehen zielt Systemintegration auf Technizität oder höhere Spezifikation, die die Sichtbarkeit des Realistischen als erwartbares Ereignis sichert. Insofern berücksichtigt der Fernsehmacher bei Systemintegration funktionale Beziehungsaspekte, die erfolgsorientiert für die Vermittelbarkeit der ikonischen Bilder sorgen. Würde der Fernsehmacher den binären Code verlassen, also Unrealistisches zeigen, wäre der Betrachter in seiner Erwartung enttäuscht und würde meinen, daß das Gesehene kein Fernsehen, keine visuelle Kommunikation ist. Bei Nichterfüllung des binären Medien-Codes auf der ausdifferenzierten Seite »Realismus« scheidet das kommunikative Ansinnen. Individuelle Systemignoranz grenzt das soziale System »Fernsehen« als Vertrauensbruch aus. Sie muß durch andere Systeme, wie etwa Kunst, unangreifbar gemacht werden. Realismus im binären Medien-Code kommuniziert somit einen operationalen Konsens, den Fernseh-Macher und Betrachter voneinander erwarten, damit Fernseh-Kommunikation als solche verstanden wird. Was im Fernsehen an Menschen, Gegenständen usw. gesehen wird, ist deshalb keine Frage, die die Systemintegration und den binären Medien-Code realistisch/unrealistisch betrifft. Das System »Fernsehen« fixiert sich lediglich auf funktionale Integration, indem es seine funktionalen Beziehungsgrenzen gegen Erweiterung, Aufweichung und Selbstthematisierung resistent werden läßt. In dieser rigorosen Ausgrenzung von allem, was auf der Phantasie systemunabhängiger Individuen [s.S. 233 (Genies)] basiert, ist der Grund zu erkennen, warum das Fernsehen im Gegensatz zur Kunst erstens fortwährend Bilder mitteilt und zweitens welche organisiert, die dem restringierten Code »Realismus« gehorsam sind. Bildsendungen im restringierten Code »Realismus« sind also die funktionale Erwartungserwartung des Systems »Fernsehen«.

Soziale Systeme, in denen operationale Strukturen reproduziert werden, umfassen unumgänglich Aktivitäten handelnder Menschen. So unlebendig soziale Systeme auch funktionieren, so sind sie doch ohne menschliches Leben inexistent. Die Strukturierung von Systemen muß deshalb in verschiedenen Handlungskontexten von Akteuren produziert und reproduziert werden, obwohl Systeme über die Kopräsenz von Akteuren hinausgehen [vgl. Giddens 1992/77f.]. Wer handelt aber im funktionalen System »Fernsehen«? Im Unterschied zum Kunstsystem verschwindet der handelnde Bildproduzent im System »Fernsehen« nahezu vollständig, wenn seine Systemintegration ihn zu einer Unsichtbarkeit zwingt, bei der ihm seine Handlungen kaum noch zuzuschreiben sind. Er geht somit im System verloren, weil "man ... Erwartungen nur von jemandem erwarten [kann], der auch handeln kann" [Luhmann 1987/415]. Derjenige, der das Fernsehbild erstellt, handelt zwar, aber er handelt meist nur noch so, wie es das System für ihn generalisiert hat. Er ist zwar der verantwortliche Autor des Bildes, aber seine Handlung wird infolge der entschlossenen Resistenz des Systems, dessen Struktur ja die ikonische Semantisierungsmaschine erstellt, weitgehend unsichtbar. Ich meine mit dem Handelnden schlicht den Kameramann, der für das Fernsehbild sorgt. Er erfüllt nahezu alle Erwartungserwartungen, ohne daß seine Leistung zumindest für den Laien große Aufmerksamkeit erlangt.

Deutlicher wird das Verschwinden des Handelnden im System »Fernsehen«, sobald man die Bilder von Überwachungskameras und Videokonferenzen einbezieht. In diesen, einmal installierten Apparaten wird das Sozialsystem mitvollzogen, ohne daß wahrhaftig noch jemand handelt, obwohl alle funktionalen Erwartungserwartungen des jeweiligen Bildbetrachters berücksichtigt wurden. Die ikonischen Semantisierungsmaschinen produzieren anwesende Bildumwelten, ohne daß ihr "Handeln" von einzelnen Personen verantwortet wird. Es läßt sich somit erkennen, wie das "Handeln" des sozialen Systems »Fernsehen« äußerst stabile Vorkehrungen dafür getroffen hat, daß Differenzierungsleistungen nahezu vollständig durch das System und nicht durch handelnde Individuen bestimmt werden [hierzu Luhmann 1975/32]. Das Fernsehbild ist darum eines seines Systems und kaum eines einzelner Akteure, die die kulturelle Wertpräferenz der Bildherstellung individuell entscheiden könnten. Der Bildproduzent geht unauffällig im System verschollen. Seine Stelle nimmt der Betrachter ein, indem er sich in die optimale Beobachterposition der System-Perspektive begibt. Und genau dadurch orientiert auch er sich genauso unbedacht am System, wie der Kameramann es tat. Denn dem Betrachter kommt seine Systemintegration selten als kommunikativer Akt vor. Für ihn ist das funktional Kommunikative, also die technisierte Perspektive, nämlich nicht das, was ihn an der anwesenden Bildumwelt interessiert. Sein Interesse gilt dem ikonischen Wissen, in dem er Personen,

Blumen, Tiere, Häuser usw. mit den Augen erkennt. Die Systemintegration beider Akteure bietet dafür lediglich den konsensuellen Beobachterstandpunkt, an dem sie ihren ikonischen, indexikalischen und symbolischen Interaktionismus orientieren.

Aus der vollständigen Systemintegration, die die kommunikativen Handlungspartner eingingen, resultiert der Erfolg der Fotografie, Videotechnik und sonstigen Geräte zur Herstellung perspektivischer Bilder. Diese Bildmaschinen differenzieren interpersonalen Sinn der Form nahezu unabhängig von Eigenbeiträgen des Handelnden, indem sie für diesen einen optischen Realismus unter Verwendung eines Naturgesetzes verfertigen [s.S. 120, 197 (Maschinen), S. 194 Fußn. 88 (Naturgesetz)]. Die menschliche Konstruktion der optischen Natur scheint mit der Natur selbst konstruiert zu sein. Wem sonst als dem generalisierten System, welches lineare Lichtausbreitung zum Bild verarbeitet, sollte zugerechnet werden, *wie* etwas im maschinell erstellten Bild zu sehen sein wird? Dieses erwartbare Bildereignis ist dank der Kenntnis des sozialen Systems »Fernsehen« stabilisiert; es ist daher wesentlich geringer an eine Erwartung geknüpft, die sich mit der Autorenschaft des Bildproduzenten verbindet. Denn der Autor soll überraschen, das soziale System nicht.

Das Verschwinden menschlicher Individualität im System bietet das Motiv, das den Betrachter zur einverständigen Annahme der Bildkommunikation bewegt. Denn gegenüber der Fernsehkamera können Bildner und Bebilderte nur zu einem geringen Grad beschließen, wie das, was sie für ikonisch ähnlich halten, ins Bild kommen soll. Die Kamera kommuniziert scheinbar nahezu eigenverantwortlich eben das, was sie darstellen kann. Wie etwas als ikonisches Zeichen dargestellt wird, kann weder der Betrachter noch das veranschaulichte Objekt und nur bedingt der Kameramann entscheiden. Die Produktion ikonischer Anwesenheit wird deshalb hauptsächlich vom sozialen System »Fernsehen« vorentschieden. Dessen kultureller Wertpräferenz »Realismus« gilt das fast unerschütterliche Vertrauen, daß das »Fernsehen« Anwesenheit ohne Ansehen der beteiligten Personen perspektivisch objektiviert. Beispielsweise wäre es zwar auf den Kameramann zurückzuführen, wenn er in einer Talkshow immer die Füße der Anwesenden darstellt. Trotzdem hätte er das System nicht verlassen, sondern er hätte dessen formregide Perspektivität verwendet, um ungewohnten Ansichten zur visuell kommunikativen Anwesenheit zu verhelfen. Die konstruierende Bildmaschine kollektiviert somit die Erwartungserwartungen für den Betrachter und den Bildproduzenten gleichermaßen zum sozialen System »Fernsehen«.

Der systemische Kulturcharakter ist für das »Fernsehen« unumgänglich, da er das Verstehen von anwesenden Bildumwelten strukturiert. Die Erwartungserwartung

gegenüber dem »Fernsehen« provoziert nämlich einen Doppelcharakter: einerseits hebt sich die anwesende Bildumwelt nicht vom direkt Wahrnehmbaren ab, doch andererseits hebt sie sich von diesem infolge des *symbolischen Charakters* [s.S. 219] ab, der die »Fernsehkommunikation« als System verständlich macht. Systemintegration bietet deshalb den Verstehens-Kontext dafür, wie innerhalb der kulturellen Wertpräferenz »Realismus« visuell kommunikative *Benachrichtigungen* vorgenommen werden können. Denn verstanden hat der Betrachter die systemische Bedeutung, daß er in Fernsehbildern eine ikonische Anwesenheit von etwas Abwesendem zu sehen bekommt. Bilder erhalten also mit der Systemintegrationen eine soziokulturelle Bedeutung, die den funktionalen Kontext ihrer perspektivischen Differenzierungsweise erwartbar macht. Jeder weiß hinsichtlich des Fernsehens, wie dessen optische Anwesenheit einer Ferne gemeint ist. Niemand der Systemintegrierten läuft beispielsweise weg, wenn Feuerstürme, Explosionswolken oder rasende Dampflokomotiven in Sichtweite auf sie zukommen.

Mit der Systemintegration klärt sich eine kulturelle Bedeutung von Bildern, die sich ohnehin schon jeder gedacht hat: in Systemen von funktionalen Erwartungserwartungen kartographieren Bilder eine symbolisch repräsentierte Fernorientierung in ikonisch präserter Nahorientierung. Das einzige System, in dem Bilder eine optisch präsenste Nähe ohne repräsentierte Ferne bieten und trotzdem als solche verstanden werden, ist die Kunst. Für diese hat sich deshalb eine andere Medien-Codierung etablieren müssen. Abgesehen von Spezialfällen der Kunst liegt die systemische Bedeutung für eine Bildkultur jedoch darin, daß Nichtanwesendes zur visuell kommunikativen Anwesenheit mittels Ikonen gebracht wird. Verlassen Bilder diese Bedeutung ihrer Kultur, dann verweigern ihnen die meisten sozialen Systeme spontane Plausibilität und Anerkennung. Das Variationspektrum ikonisch sichtbarer Anwesenheit ist für nahezu alle nichtkünstlerischen Bilder die kulturelle Funktionalitätsprämisse. Diese ermöglicht ihnen Bedeutung in sozialen Systemen.

Bezieht man das System auf die Möglichkeit eines kognitiv Unbewußten (s.S. 318), so verdeutlicht sich, warum beispielsweise das System »Fernsehen« zur unbewußten Institutionalisierung seiner kulturellen Struktur neigt. Wer nämlich im synchronischen Kulturgedächtnis Bilder erstellt, also z.B. eine Kamera verwendet, demjenigen wird seine systemorientierte Handlung selten zugerechnet. Er fungiert innerhalb der Erwartungserwartung, die das System ihm an die Hand gab, ohne daß der institutionalisierte Medien-Code »Realismus« eine kritische Bewußtheit erweckt. Das System überlappt infolgedessen mit dem synchronischen Gedächtnis der Kultur. Denn das System »Fernsehen« wird nicht von einzelnen verantwortet, sondern in der Synchronie der gesamten

Epoche, die sich im perspektivischen Stil der Kultur ausdrückt. Daher verliert das System »Fernsehen« im synchronischen Gedächtnis der Kultur seinen Aufmerksamkeitseffekt. Es bereitet lediglich vor, wie Fernsehbilder als anwesende Bildumwelt betrachtet werden können. Denn die Talkshows, Kriegsschauplätze, Politiker, Landschaften usw., die man situativ im Fernsehen sieht, werden selten als ein Bild des Systems wahrgenommen, sondern als eines der jeweiligen Situation. Deshalb sehen wir beim Sehen in die bildlich dargestellte Ferne nicht dem »Fernsehen« zu, wir sehen dem zu, was es an Abwesendem zur ikonischen Anwesenheit bringt. Dem System »Fernsehen« sehen wir meist erst dann zu, wenn seine unbewußt gewordene Funktion unerfüllt oder verändert ist, und somit unsere Erwartungen enttäuscht.

## b) Bedeutung der Bildkultur für Sozialintegration

Die funktionale Adressierung von Kommunikation in Systemen sagt wenig darüber aus, welche verständigungsorientierte Wirkung anwesender Bildinformation zukommt. Funktionale Vermittlungsmechanismen beziehen sich ausschließlich auf Systemintegration. Um aber zu klären, wie Bilder auf Betrachter wirken, muß deren pragmatische Bedeutungsinterpretation berücksichtigt werden. Denn das individuelle Bewußtsein hat einen Einfluß auf Kommunikation, da es für diese verantwortlich gemacht werden kann und insbesondere beim System »Fernsehen« nicht nur in Funktionserfüllung aufgeht. Zwar kaschiert das Fernsehen den im System handelnden Kameramann so einwandfrei, daß dessen kommunikative Handlung zur systemischen Bildumwelt degeneriert, trotzdem werden in dieser vorkommunikativen Anwesenheit die Schauspieler als die eigentlich kommunikativ Handelnden verstanden [s.S. 70, 267]. Darum wird den Abgebildeten das Kommunikative am (Fernseh-)Bild im weitaus größeren Umfang zugerechnet als dem sozialen System »Fernsehen«, in welchem sie zur ikonischen Darstellung kommen. Durch diese weitgehende Ausblendung des Systems suggeriert das Fernsehen soziale Interaktion, die Begegnungen zwischen kopräsenten Individuen mimit. Daher wird man die Erfolgsgeschichte vom System "Fernsehen" weniger deshalb weiterschreiben, weil dessen Bilder weiterhin ein breites Publikum ansprechen, sondern eher deshalb, weil sich Individuen infolge seiner gemimten Kopräsenz interaktiv privatisieren, wie z.B. im Austausch von vertraulichen Porträts im Internet.

Mit Kopräsenz ist exakt die Bedingung angesprochen, die genannte Soziologen [Giddens, Arbeitsgruppe Bielef., Habermas, Luhmann; s.S. 355] als Konstituens für Sozialintegration

formulieren. Unter Sozialintegration verstehen sie die soziale Interaktion, die sowohl die Begegnung zwischen kopräsenten Individuen einschließt als auch mitberücksichtigt, daß die Handelnden beachten, was andere Individuen von ihrem Handeln halten würden. Innerhalb der Sozialintegration orientieren Individuen ihre Handlungsvollzüge nicht oder zumindest weniger an funktionalen Systemen, sondern an Erwartungserwartungen, für die spezifische Interaktionspartnern verantwortlich gemacht werden. "Erwartungsmuster bleiben [hier] an persönliche Bekanntschaften gebunden ..." [Luhmann 1987/576]. In solcher Sozialintegration erwartet der Akteur von seinen Interaktionspartnern, daß diese seinen Äußerungen und Gesten ungefähr den gleichen Sinn der Form sowie verwandte Bedeutungen und Wirkungen zuschreiben wie er selbst. Er orientiert also seine Erwartungserwartung an seinem Gegenüber und nicht an einem erfolgreichen System, von dem er annimmt, daß es für sein Gegenüber schon irgendwie als Kommunikation funktional sein wird [vgl. Arbeitsgruppe Bielef. 1976/64].

Zieht man beispielsweise Videokonferenzen heran, ist deutlich zu erkennen, wie Bilder innerhalb der Sozialintegration verstanden werden. Sie vermitteln nämlich soziale Interaktion, die die gemeinsame Anwesenheit von ikonisch bekannten Akteuren derart mimit, daß deren Reziprozität als Nahsynchronisation verläuft. Das System »Fernsehen«, welches Raum-Zeit-Spannen überbrückt, tritt dabei nahezu vollständig zurück. Sein Illusionskontext errichtet anwesende Bildumwelten, in denen Akteure sich verständigen, als ob sie in soziale Interaktionskontexte einer Nahorientierung integriert wären. Sie beziehen sich in ikonischen Interaktionszusammenhängen sinnhaft aufeinander und deutlich geringer sinnhaft auf das funktionale System »Fernsehen«. Die Sozialbeziehung, die mittels Bildern suggeriert wird, wirkt deshalb umso stärker als interaktive Handlungs koordinierung, je weniger sie als funktionale Technizität im System relevant und zurechenbar scheint. Zumindest im System »Fernsehen« kollektivieren Bilder daher einen Eindruck von personalisierender und gegenständlicher Anwesenheit. Infolge dieses Eindrucks bilden sie eine Nahtstelle, die Interaktionskontexte mit gesellschaftlichen Funktionssystemen verknüpft. Bilder brechen nämlich genau dort in Funktionssysteme ein, wo ihre ikonische Anwesenheit "... ein hohes Maß an okkasioneller, gesellschaftlich funktionsloser, »alltäglicher«, aber sinnhaft nicht eindeutig lokalisierbarer Aktivität" [Luhmann 1987/578] vermittelt, die sich gemäß Luhmann angeblich nicht mehr an Funktionssysteme einer Hochsemantik, wie Wissenschaft, Politik, Intimität, Kunst usw. anschließen läßt. Für solche Funktionssysteme fangen Bilder die Ähnlichkeit [s.S. 209] ein, die vormals in individuellen Interaktionen und gegenständlichen Erfahrungen vor Ort eingeholt werden mußte. Beispielsweise ist es eine sicherlich nicht eindeutig lokalisierbare Aktivität, wenn

sich Bundeskanzler Kohl ohne Brille auf Wahlkampfplakaten zeigt, um sein politisches Ansehen merklich zu verjüngen. Unrichtig wäre jedoch die Meinung, solche Persönlichkeitsattribute wären ohne Relevanz für das deindividualisierende System der Politik, weil Persönlichkeiten neben parteigebundenen auch individuelle Entscheidungen erwarten lassen.

Es ist zweifelsohne problematisch, die monologisierende Interaktion, die das System »Fernsehen« suggeriert, als vollständige Sozialintegration aufzufassen. Dies ist jedoch nicht angestrebt. Vielmehr möchte ich aufzeigen, warum Bilder, während sie von anschlussvorbereitender Systemintegration durchdrungen sind, etliche Komponenten der Sozialintegration beinhalten und daher Kopräsenz ikonisch substituieren können. Die Verständigungskonzepte der Bilder, seien sie auf der Rezeptions- oder Produktionsseite von Akteuren angesiedelt, orientieren sich nicht ausschließlich an Systemen. Den sozialen Systemen widerspricht schon die Erwartungserwartung, daß im wesentlichen unvorhersehbar Plötzliches in Massenmedien erwartet wird. Den funktionalen Systemen widersetzen sich Individuen ebenfalls dann, wenn sie in subjektiver Wahl ikonische Sinzeichen mitteilen. Denn deren Bedeutung, die z.B. die Fotografie eines Freundes erhält, ist vorrangig innerhalb der Sozialintegration zu verstehen. Ansonsten erhält das Foto für eine andere Person nicht einmal annähernd eine ebenso umfangreiche Bedeutung, wie für den Fotobesitzer, der es im selbstverantworteten Augenblick knipste. Hinter diesen fotografischen Augenblicksaufnahmen steht ein individuelles Relevanzurteil, das, wenn überhaupt, in Kontexten der engsten Sozialintegration zur miterlebten Bedeutung kommt. Soziale Systeme, wie sie Luhmann entwirft, registrieren diese an Individuen (Menschen) orientierte Bedeutung allenfalls als Okkultismus oder gar nicht.

Das System greift an jenen individuell orientierten Bedeutungen funktional vorbei, weil es die Zeit-Raum-Kontexte der Sozialintegration, in denen Bedeutung spezifischen Individuen, Gruppen und vor- bzw. nachgeahmten Situationen zugeschrieben wird, nicht ersetzen kann, und weil es in seiner kulturellen Wertpräferenz »Realismus« die Orientierung an ikonischen Inhalten übergeht. Dem System »Fernsehen« ist es nämlich egal, was es an Sichtbarem auswertet. Seine differenzierende Eigendynamik gilt dem, wie es etwas zum bildlich Sichtbaren so auswertet, daß es in ihm überhaupt sichtbar ist. Unsichtbares findet im System »Fernsehen« keine Anschrift, es geht an ihm spurlos vorbei. Differenziert Sichtbargemachtes nimmt zwar mit dem System eine stabile Adresse an, aber es muß jemand die Briefe auch lesen wollen, die an ihn adressiert sind. Sowenig wie jemand aber beliebige Briefe auf Dauer liest, weil sie lesbar sind, genauso wenig sieht sich jemand Bilder an, weil sie etwas Sichtbares zeigen. Ohne systemunabhängige Moti-



vationen sieht vielleicht jemand der Kunst zu, aber ohne sie wird kaum jemand dem Fernsehen zuschauen. Dessen Differenzierungen müssen unterhalten, Lust bereiten, ablenken, informieren, benachrichtigen, illusionieren, phantasieren, vor- und nachahmen. Dem Fernsehbeobachter ist deshalb das Sehen um des Sehens willen unzureichend. Lediglich dem Kunstbetrachter genügt manchmal die Kunsterfahrung um der Kunsterfahrung willen. Neuerdings erfährt er dabei doch selten anderes, als etwas über das Kunstsystem und dessen sozialintegrative Etikette eines anspruchslosen Dabeiseins, dessen Motivationen sich an suchenden Künstlern und weniger am Motiv findiger Kunst orientieren - was durchaus unangestrengt angenehm sein kann.

Systemintegration geht erfolgsorientiert vor: sie motiviert zur Annahme ihrer Differenzierungen, wenn die kommunikative Adresse funktioniert. Beispielsweise sieht jeder den Bildern im System »Fernsehen« zeitweise zu, weil er etwas visuell erkennen kann. Um aber zu erkennen, daß Systemintegration die sozialintegrativen Motivationslagen von Individuen verfehlt, braucht man nur Kindern im System »Fernsehen« ein paar Kunstvideos anzubieten. Kinder boykottieren nämlich nach kurzer Zeitspanne genau das System, von dem sie bei kindergerechten Inhalten kaum ablassen können. Aus diesem Grund der systemunabhängigen Motivationen finden z.B. indische Filme, obwohl sie sich am weltgültigen System »Fernsehen« orientieren, innerhalb der europäischen Gesellschaft kaum Resonanz. Denn die Filme, die in dem Land der zahlreichsten Filmproduktionen hergestellt werden, mimen eine soziale Kopräsenz, die in europäischer Sozialintegration selten mit vergleichbaren Emotionen, subjektiven Bedeutungen und sozialen Verpflichtungen gedeutet wird. Ebenfalls bieten indische Filme in ihrer mimetischen Präsenz einem Europäer wenig von dem, was seine alltägliche Sozialintegration substituieren kann. Der schauspielerische Akteur in indischen Bildfolgen orientiert sich am indischen Publikum. Er orientiert sich deshalb kaum daran, was ein Europäer von seiner Handlungsmotivation und mimetischen Nähe halten bzw. erwarten würde. Deshalb gewinnen anwesende Bildumwelten indischer Herkunft auch ein eigenes Flair, das durch funktionale Fernsteuerungsfunktionen einer "Weltgesellschaft" zumindest bisher nicht eingeholt ist. Das System »Fernsehen« funktioniert zwar für die Kommunikation in einer "Weltgesellschaft", aber die ihr präsentierten Bildumwelten bieten eine mimetische Nahorientierung, die Betrachter den ikonisch anwesenden Personen zurechnen und dementsprechend innerhalb von Emotionen, Sympathien, Identifikationen, Übertragungen, kulturellen Stereotypen, Indizierungen, Beziehungsaspekten, Symbolen usw. verstehen. Überzogen gesagt: man muß sich in anwesende Bildumwelten erst "hineinversetzen", um ihre ikonische Verständigungsabsicht annähernd zu verstehen. Denn die in der anwesenden Bildumwelt

veranschaulichten Akteure erwarten die Erwartung ihrer voraussichtlichen Betrachter, um verstanden zu werden.

Aufgrund dieser Nahorientierung an Individuen verkörpern z.B. Filmschauspieler keine Systeme, sondern holzschnittartige Charaktere, die ihnen als personalisierte Erwartungsschablone in der anwesenden Bildumwelt zugerechnet wird. Solche Charaktere und die anwesende Bildumwelt selbst orientieren sich an inhaltlichen Motivationen des Betrachters. Trotz seiner funktionalen Orientierung am System »Fernsehen« erwartet der Betrachter nämlich eine visuelle Kommunikation, deren Ausschnitte aus vorstellbaren Weltbezügen ihn zum Sehen motivieren. Einschaltquoten, die aus individuellen Motivationslagen resultieren, deuten an, ob US-Actionserien, US-Krimiserien, US-Fantasieabenteuer, US-Science-Fiction-Serien usw. auf den Zuschauer sinnhaft bezogen sind oder einfach Überdruß herbeiführen. Vergleichbares versucht auch ein Video von Gegenständen. Mit ihm will beispielsweise der Urlaubsvideofilmer, von Prestige- und Erinnerungswünschen einmal abgesehen, einen Eindruck und eine Emotion erwecken, wie er sie selbst im Urlaub erlebt hat. Ob ihm dies annähernd gelingt, hängt deutlich weniger von seiner Systemintegration als von seiner Sozialintegration ab, in dessen Nahorientierung er seine Fotos zeigt. Kurzum: wenn auch Systemintegration eine funktionale Bedeutung für Bilder trägt, indem sie erfolgsorientierte Kommunikation verwirklicht, so verfehlt sie dennoch pragmatische Bedeutung in einer Bildkultur, die es auf Sozialintegration in mimetischer Kopräsenz anlegt. Wie ist diese Bedeutung für Individuen in ihrer Kultur aufzugreifen; bzw. welche sozialintegrative Bedeutung kommt der Bildkultur zu?

Zu dieser Frage hat Habermas [vgl. 1988a/148] einige Vorschläge gemacht, die er für sein kommunikatives Handlungsmodell unter pragmatischen Gesichtspunkten für relevant hält. Dieser Pragmatik gehe ich im folgenden nach, obwohl es zurückzuweisen ist, wenn Habermas kulturelle Überlieferungen als eine "*semantische* Dimension von Bedeutungen" [Habermas 1988b/209] beschreibt. Denn Bedeutungen sind an Handlungen, Interpretationen oder Pragmatiken gebunden, sie lassen sich deshalb nicht mit der Semantik oder den kulturellen Signifikationscodes überliefern. Daher gehe ich von der sprachlichen Pragmatik einer Aussage aus, für die Habermas drei mögliche Geltungsansprüche des Akteurs ["Aktors"] feststellt. Dessen kommunikative Handlungen können sich auf objektive/teleologische, soziale/normenregulierte und subjektive/dramaturgische Weltkonzeptionen beziehen. Auf die drei Weltkonzeptionen stützt sich der kommunikativ Handelnde, auch wenn eine der drei Ausrichtungen besonders in den Vordergrund rückt, dennoch gleichzeitig, was im weiteren unbedingt zu beachten ist [vgl. Habermas 1988b/184].

Wie die drei kommunikativen Handlungsbezüge für die visuelle Kommunikation mit ikonischen Objektbezügen relevant werden, möchte ich im folgenden erproben. Dabei soll sich auch herausstellen, wie die kulturelle Verwendung ikonischer Bedeutungsmöglichkeiten innerhalb der Sozialintegrationen zum Tragen kommt. Dies schließt nicht aus, sondern setzt voraus, daß Systemintegration durch die Sozialintegration hindurchgreift. Ansonsten wüßte niemand, wie Bilder, die ja selten dialogisch und in körperlicher Kopräsenz ausgetauscht werden, innerhalb spezifischer Präferenzbereiche der Kultur zu verstehen wären, ob sie z.B. Kunst, Wissenschaft, Fernsehen, Religion oder Vergleichbares sein sollen.

Gemäß Habermas [vgl. 1988a/125ff.; 1988b/183f.] verfolgt ein Akteur in teleologischer oder objektivierender Handlungsmotivation ein Erfolgskalkül bzw. bewirkt das Eintreten eines bestimmten Ziels mit adäquaten Mitteln. Dieses Ziel strebt er an, wenn er seinem Handeln die Erwartung zugrunde legt, daß seine Objektivierungen einen anderen Akteur in dessen Entscheidungen beeinflussen, weil er sich und den anderen an verwandten Weltmodellen von Objektivierungen orientiert sieht. Unter dieser Voraussetzung der wechselseitigen Orientierung beansprucht der Handelnde eine Geltung, die "... nach Kriterien der *Wahrheit* und der *Wirksamkeit* beurteilt werden können [oder sein sollen]" [Habermas 1988a/130]. Beispielsweise teilt ein Sprecher einem anderen Mitglied seiner Sprachgemeinschaft die Nachricht mit, daß er sich verbrennen wird, wenn er das heiße Eisen mit ungeschützten Fingern aus dem Feuer holt.

Nun behaupten Bilder, die ja die Generalisierungskraft von situativen Namen unterschreiten, nichts, was wahr oder unwahr sein könnte. Die visuelle Kommunikation selbst veröffentlicht keine *Argumente* [s.S. 51]. Sie publiziert allenfalls eine singuläre Existenzbehauptung, die im symbolischen Denken ein Argument stützt. Mit visueller Kommunikation läßt sich daher der Effekt erzielen, daß Individuen meinen, eine ikonisch bezeichnete Welt könnte dem optisch ähnlich sein, wie sie objektivierend bezeichnet wurde. Ob eine ikonische Objektivierung aber als solche wirkt, hängt davon ab, ob sie auf die Erwartungsstruktur der sozialen Gruppe bezogen ist. Videos von UFOs treffen beispielsweise selten auf erwartbare Realitätskonstruktionen der Betrachter. Dabei ist es gleichgültig, ob das System »Fernsehen« seine Funktion erfolgreich erfüllt. Fast niemand erkennt in UFO-Bildern eine Objektivierung seiner sozialen Kontexte; fast niemand orientiert seine Handlungen an Bildern von Außerirdischen, da diese im Hintergrundverständnis der meisten Betrachter keinen Bezugsrahmen für mögliche Existenz erhalten. UFO-Bilder verfehlen demnach die sozialintegrative Anerkennung ihrer augenscheinlichen Objektivierung. Sie werden heutzutage vorwiegend als ein Phantasiegebilde beurteilt, dem

zwar nicht die Ähnlichkeit mit möglichen Raumschiffen abgesprochen, dem aber die Relevanz für teleologische Orientierungsleistungen in bezug auf empirisch zugängliche Sachverhalte verweigert werden. Würde man dagegen ein Foto im Fernsehen fingieren, das einen tausend Meter breiten Spalt im Muroroa-Atoll nach Atomversuchen zeigt, stände die Authentizität, daß die Welt auseinanderzubrechen droht, schon weniger in Frage, da dies zumindest der Erwartungsstruktur mancher Interpretierenden entspräche.

Ein anderes Beispiel, welches die objektivierende Bedeutung von kulturellen Anschauungsthematisierungen unterstreicht, bietet die Produktwerbung mit Bildern. Um ihre Ware zu verkaufen, bauen Werbestrategen ihren Erfolg darauf, daß der Betrachter einen Gegenstand erwerben will, weil er zwischen diesem und dem Bild von ihm eine Ähnlichkeit vermutet. In vielen Werbestrategien soll aber nicht nur das Produkt verkauft werden, sondern obendrein mit einer ganzen Sozialdimension verbunden werden, die sich in ihrem ästhetischen Lifestyle mit dem Produkt symbolisch einstellen soll. In solch teleologischer Orientierung handelt man im Illusionsmarketing nach dem erfolgreichen Prinzip: sehen Sie Claudia Schiffer in Otto-Versandhaus-Moden und Sie könnten beim Kauf dieser wie jene aussehen oder wenigstens Claudia Schiffers Lebenskontexte kommunikations- und integrationswirksam symbolisieren [s.S. 215]. Ohne Sprache oder zumindest ohne soziokulturelles Hintergrundwissen, das die öffentliche Bedarfsbeeinflussung in ihrer Bedeutung markiert, wäre zwar die Verkaufsbotschaft unverstanden, aber der Effekt des Bildes hätte trotzdem ausgereicht, um den Betrachter zur Existenzannahme einer bestimmten Person oder Sache zu bewegen. Insofern erlangen manche Bilder eine Wirksamkeit, die als Objektivierung einer optisch wahrscheinlichen Welt gelten kann, wobei es vollends egal ist, ob das suggerierte Nutzenkalkül des Produzenten vom Konsumenten angenommen wird. Relevant ist die Objektivierung, die den Bildbetrachter zur Annahme einer potentiell erreichbaren Welt bewegt. In dieser objektivierenden Bedeutung haben Bilder eine herausragende Stellung in der gesellschaftlichen Kommunikation eingenommen, weil ihr ikonisches Wissen bisher glaubhafter als symbolisches Wissen die Existenz einer Sache beweisen sollte.

Mit der neuerdings vereinfachten Manipulation der ikonischen Semantisierungsmaschinen schwindet gewiß die Glaubwürdigkeit des ikonischen Wissens, dem man die realitätsgetreue Aufzeichnung einer gegenständlichen Welt abnahm. In dieser Entpragmatisierungstendenz kartographieren Bildobjektivierungen eine unerreichbare Weltmöglichkeit, um dem televisionären Infotainment der Unterhaltungsindustrie nachzukommen. Darum entfaltet die Unterhaltungsindustrie einen Illusionskontext, in dem nicht mehr verleugnet wird, daß sich die Bildkultur ungestört von irgendeiner Natur und Welt entfaltet

hat. Die Bildneri, von der Cézanne [s.S. 234] erwartete, sie wäre eine Harmonie parallel zur Natur, gibt sich derzeit als Vertikale zur Natur zu erkennen, da sie diesen naturorientierten Ursprung zum Absprung in unendliche Sphärenklänge nutzte.

Ohne Parallele beziehen sich Bilder in teleologischer Handlungsmotivation selten auf eine erreichbare Welt. Sie thematisieren eine Welt von möglichen Sachverhalten, die sozialintegrative Aspekte einer anwesenden (Bild-)Umwelt erweitern, sofern diese als mimetisch kopräsent angenommen wird. Nicht Kommunikation, sondern mimetische Nähe über visuelle Wahrnehmung ist hier der Verständigungsrahmen, der die konzeptualisierte Wahrnehmung anderer wahrnehmbar macht. Man sieht sich in mimetischer Kopräsenz, ohne daß diese ferne Nähe in Konflikt umschlagen könnte, da sie dialogisch bzw. kooperativ meist unzugänglich ist. Darum liegt eine motivationale Anziehungskraft von televisionären Bildumwelten darin, daß mimetische Kopräsenz ohne Konfliktrisiko vom Betrachter erlebt oder einfach abgeschaltet werden kann. Ein Konsens darüber, welches Bild die wahre Welt thematisieren würde, ist nicht angestrebt und auch zweifellos unmöglich. Jedes Bild thematisiert eine ihm eigene Ähnlichkeit zu Sachverhalten, deren Identität ohne Symbolisierungen nicht behauptet werden kann. Merkmalsidentität kann ikonisch vermittelten Sachverhalten erst dann abgesprochen werden, wenn Non-Ego-Erfahrungen die behauptete Identität von Bild und Sache als indexikalische Unähnlichkeit entlarven können oder wenn die Ähnlichkeit zwischen zwei Bildern so unwiedererkennbar ist, daß deren behauptete Identität im Symbol verneint werden kann. Aus beiden Fällen ist ersichtlich, daß nur Symbolisierungen über die Generalisierungskraft verfügen, die innerhalb eines Geltungskontextes als wahr oder unwahr kritisierbar ist. Hingegen übernimmt die Kultur von Bildern in teleologischer Handlungsmotivation eine Bedeutung, die innerhalb der Sozialintegration etwas Abwesendem zur unnegierbaren Anwesenheit einer (sozialen) Kopräsenz verhilft. Deshalb ist die ikonische Kulturthematizierung der Bilder daran orientiert, wie den anderen weitgehend unreflektierte (Wahrnehmungs-)Erfahrungen einer mimetischen Welt- und Kopräsenz zugänglich gemacht werden können.

Und genau in dieser Wirkungspräsenz produzieren Bilder eine Sensationsfülle, der gegenüber Betrachter eine zeitliche und räumlich simulierte Gemeinsamkeit erleben, die sie als unnegierte Wir-Beziehung hinsichtlich einer anwesenden Umwelt erfahren. Diese Bildumwelt erschafft eine Welt "unserer gemeinsamen Erfahrung", die in den meisten Fällen zur kulturgemäßen Einstellung eines fraglos Gegebenen, einer bestimmaren Unbestimmtheit wird. Insofern partizipieren Bildumwelten an der von Schütz und Luckmann beschriebenen Wir-Beziehung. In dieser werden Erfahrungen als gemeinsame Erfahrungen erlebt; "denn weder die Wir-Beziehung noch der Mitmensch in ihr werden

reflektiv erfaßt, sondern werden [mimetisch] unmittelbar erlebt" [Schütz u. Luckmann 1979/96]. Den Ritualisierungen nicht unverwandt, verfügen Bilder daher auch in unserer Kultur über eine objektivierende Wirksamkeit, die Bereiche tatsächlicher Sozialintegration per mimetischer Kopräsenz substituiert, um Dissensrisiken einer tatsächlichen Nahorientierung auf mimetische Wir-Beziehungen zu reduzieren, da diese im Bild abschaltbar sind [s.S. 147]. Im extremen Fall verdoppeln Fernsehbilder keine Sozialdimension, sondern substituieren diese, indem sich beispielsweise Internetnutzer in unendlichen Verästelungen zu fiktionalen Sub-Gruppen zusammenfinden. Oder einfacher und demonstrativ überzogen gesagt: unsere Wir-Beziehung in gemeinsamen Weltbildern speist sich aus der anwesenden Umwelt gemeinsamer Bildbeziehungen. Bildkultur spielt hier ihre Überlegenheit gegenüber Sprachkultur aus, indem sie bestimmbare Unbestimmtheiten ihres ikonischen Wissens im unreflektierten Zustand kollektiv präsent zu halten vermag. Man sieht in der Bildkultur das "gleiche" in der Annahme, man würde sich somit gleichen, ohne zu wissen und auch wissen zu wollen, ob man auch das "gleiche" denkt. Denn vermeintlicher Konsens erweist sich dort am beständigsten, wo nicht gesprochen wird, wo Kommunikation von weitgehend vorkommunikativer Wahrnehmung ersetzt wird und wo Bilder die Nähe einer anwesenden Umwelt fingieren. Man bringt sich deshalb mit dem Bild dasjenige näher, von dem man sich entfernt hat oder entfernt fühlt.

Inwiefern läßt sich der Begriff des normenregulierten/sozialen Handelns auf Bilder beziehen? Mit diesem Begriff spricht Habermas einen Akteur an, der sein Handeln an Normen und Werten seiner sozialen Gruppe ausrichtet. Alle Handelnden, die die jeweiligen Normen in ihrer Gültigkeit akzeptieren und als gesollt anerkennen, gehören nach Habermas derselben sozialen Welt, demselben Kreis von individuellen Adressaten an. Die "... Norm besteht oder [genießt] *soziale Geltung* ..., wenn sie von den Normadressaten *als gültig* oder gerechtfertigt *anerkannt* wird" [Habermas 1988a/132, vgl. 127ff.; 1988b/183].

Bezüglich eines ausschließlich visuell kommunikativen Handelns lassen sich solche Normen, die grundsätzlich nie statisch sind, nur bedingt beschreiben, weil ästhetische Normverletzungen z.B. in der Kunst, Werbung und im Fernsehen besonders anerkannt und dem Kommunikationsprinzip »Aufmerksamkeit« förderlich sind. Rein ästhetische Kontexte, in denen mit ikonischen Bezeichnungsformen visuell kommuniziert wird, können selten nach ihrer normativen Angemessenheit beurteilt werden. Denn seitdem Bilder aus herrschaftlichen Legitimationsdiensten der Kirche und sonstigen weltlichen Herrschern entlassen sind, ist jeder im ästhetischen Sinne berechtigt, sich von allem ein Bild zu machen. Und selbst jene Herrschaftsinteressen bzw. die ihnen geltenden

Bilderstürme waren - wie beschrieben [s.S. 227] - nicht ästhetisch, sondern symbolisch motiviert. Deshalb ergründet der Begriff des normenregulierten Handelns kaum ikonische Bilderwelten, sondern Legitimationen und normative Angemessenheiten einer symbolisch konstruierten, sozialen Welt. Die ikonische Kommunikation ist demgegenüber in der Lage, symbolische Normierungen subversiv zu unterlaufen, sofern ihre bedeutungsoffenen Formen im Ikon jeden eindeutig symbolischen Status zurückweisen können. Hierfür ist das Bild des Papstes Innozenz X von Velázquez ein kunsthistorisches Beispiel. In ihm erhält der Papst eine symbolische Präsenz, die seinen Ruhm und sein Ansehen symbolisiert, während seine herrschenden Hände im ikonischen Objektbezug leicht zittern und der lauernde Blick und der verkniffene Mund ihn in ein charakter-indizierendes Zwielficht rücken.

Aber auch gegenwärtig unterlaufen bedeutungsoffene Bilder vielfach normative Regulierungen einer symbolischen Weltkonzeption. Beispielsweise darf man Bilder von nackten, verletzten oder toten Menschen in fast allen Situationen zeigen. Zu sozialen Normverletzungen kommt es in der Regel erst dann, wenn symbolische Kontexte hinzutreten, in denen kulturelle Werte symbolisch, also nicht ästhetisch und nicht ikonisch, verletzt werden. Zum Beispiel empfinden es manche Betrachter als eine Überschreitung sozialer Normen, wenn die Firma Benetton ihren Namen dadurch positiv zu etablieren sucht, daß sie Bilder blutiger Kleidungsstücke eines toten Soldaten mit ihrem Firmenlogo zeigt. Hier war die symbolische Norm übertreten, daß man mit dem Leid anderer keine Konsumartikelwerbung machen darf, obwohl Werbebilder für Spendengelder oftmals so grausam wie nur möglich sein dürfen, um die emotionalisierte Öffentlichkeit zur "symbolischen" Tat zu bewegen. Diese normregulierten Bereiche betreffen eindeutig nicht das visuell kommunikative, sondern das symbolische Handeln in passenden oder unpassenden Kontexten. Denn mit ausschließlich ikonischen Äußerungen, die weder Wahres noch Unwahres, noch Negierbares thematisieren, lassen sich keine Befehle oder normative Vorgaben aufstellen. Selbst das teils ikonische Piktogramm "Rauchen verboten" erfordert ein Symbol, das im »Zigaretten negierenden Querstrich« verbaler Erörterung bedarf. Erst wenn dieses Negations-Symbol mittels Sprache verstanden ist, kann die Angemessenheit des Verbots überhaupt in Frage stehen.

Ohne symbolische Kontexte, die im verbalen oder zumindest alltäglichen bzw. rituellen Handlungsraum ihre Stabilität finden, sind soziale Normen aus rein ikonischen Bildern nicht ersichtlich. Einer normativen Sozialintegration, die beispielsweise im Ritual gemeinsame Identifikationen mit den Heiligen herstellt und damit auch die Identität einer Gruppe konstituiert, entfliehen vorsymbolische Bilder. Nicht Identität, die in sozialer

Zugehörigkeit ihr Motiv findet, sondern individuelle Eigenständigkeit, die vom Gleichbleibenden abweicht, ist das Paradigma, in dem die vorsymbolischen Erlebnisangebote von Bildern soziale Integration erzielen. Deshalb unterlaufen ikonische Bilder im Vorsymbolischen sozial normierte Identitätsvorstellungen.

Aufgrund der ikonischen Identitätslosigkeit darf das System "Fernsehen" mittlerweile nahezu alles zeigen, was vor den Bildsucher der Kamera kommt. Denn Wahrnehmen und kurzzeitiges, gegebenenfalls flüchtiges Hinsehen muß nicht verantwortet werden, weil es dafür in fast allen sozialen Kontexten keine Norm gibt, deren symbolische Geltung eine Kritik legitimieren würde. Insofern ist das Hinsehen mit einer ikonischen Semantisierungsmaschine eine Immunisierungsstrategie gegen nahezu jede symbolische Norm eines Sozialkontextes. Von niemandem kann verantwortet werden, daß etwas so aussieht, wie es das Bild bezeichnet, zumal immer abgestritten werden kann, daß eine symbolische Absicht, die ja zunächst symbolisierend erdeutet werden muß, dahinter steckt. Somit erhält der Begriff des normenregulierten Handelns für visuelle Kommunikation eine zurückzuweisende Relevanz: in unserer Kultur liegt die Bedeutung von Bildern darin, daß deren vorsymbolische Kommunikation die meisten Sozialnormen positiv wie negativ hintergeht. Der geschickte Akteur darf nämlich von fast allem ein kommunikativ wirksames Bild zeigen, ohne daß er Normen eines symbolischen Gesellschaftskontextes verletzt und überhaupt berührt. Denn in diese sozialen Kontexte schleicht sich vorsymbolische Ähnlichkeit kraft ikonischer Sichtbarkeit ein, der ein subversiver Impuls zuteil wird, weil die symbolischen Deutungen und Normierungen unaufhörlich der bildlichen Mimesis hinterherhinken. Bilder erhalten deshalb ihr sozialintegratives Moment gerade dann, wenn sie ihre Normdistanzierung vorsymbolisch, aber subjektiv einsichtig ausspielen, worin eine weitere Bedeutung ihrer Kulturformen für Gesellschaften verdeutlicht ist. Der emotionsmotivierte Sinnkonsens und das jetzt zu erläuternde dramaturgische Handeln nehmen für diese subversive Unterschreitung kollektiver Normierungen einen besonderen Rang ein.

Mit dem Begriff des subjektiven oder dramaturgischen Handelns beschreibt Habermas einen Akteur, der weder Objektivationen noch Normatives in der sozialen Gruppe thematisieren will. Das dramaturgische Handeln bezieht sich "... auf Interaktionsteilnehmer, die füreinander ein Publikum bilden, vor dessen Augen sie sich darstellen. Der Akteur [Akteur] ruft in seinem Publikum ein bestimmtes Bild, einen Eindruck von sich selbst hervor, indem er seine Subjektivität mehr oder weniger gezielt enthüllt" [Habermas 1988a/128]. In diesem dramaturgischen Handeln versucht der Akteur etwas zu konzeptualisieren, was er sich selbst und auch jeder andere ihm als subjektive Expression seiner Wünsche und Gefühle zurechnet. Inwieweit die Zurechnung als subjektiv Eigenes



in aller Konsequenz berechtigt ist, steht dabei außerhalb des Blickpunktes und müßte vom psychoanalytischen Standpunkt her eher verneint werden. Entscheidend ist, daß dem dramatisierenden Akteur ein privilegierter Zugang zu seiner Innenwelt zukommt, die er in seiner Innenorientierung erfährt. Und auch wenn ein filmisches Drama keinem einzelnen Akteur zuzuschreiben ist, benennt es doch durchgängig eine Situation, die als aktuales »Geschehen« eine subjektive »Spannung« und »innere Bewegtheit« beinhaltet. Eine inhaltliche Dramatik ist somit orts- wie zeitbezogen auf Anteilnehmende ausgerichtet, wenn diese sie subjektiv miterleben sollen.

Folgt man Habermas, dann "... [setzt] das dramaturgische Handeln ... Sprache als Medium der Selbstinszenierung voraus" [Habermas 1988a/142]. Wie sich aber gleich zeigt, kann das dramaturgische Handlungsmodell für Bilder auf Sprache und Symbolisierungen als Medium verzichten und erhält deshalb eine wesentlich größere Wahlfreiheit der Inszenierung in stilistischen und ästhetischen Ausdrucksformen. Ob aber Bilder das Selbst eines Individuums inszenieren, scheint vor dem Hintergrund fraglich, daß man den kommunikativen Verweis auf sein Selbst ausschließlich in Zeichen erbringen kann, die das Selbst nicht selbst sind, sondern zu ihm allenfalls ein *mimetisches* Verhältnis haben, dem man je nachdem Glaub- oder Unglaubwürdigkeit, Aufrichtigkeit oder Täuschung unterstellt. Trotzdem, und darauf kommt es im dramaturgischen Handeln mit Bildern an, sind subjektive Bildner eine eigendynamische Quelle für ikonische Konzepte, bei deren nicht-maschinellem Erstellen selten zwei identische Bilder vorkommen. Die Einmaligkeit eines Bildes (ikonisches Sinzeichen) beruht deshalb auf der subjektiven Entscheidung des Bildners. Ob in dieser Subjektivität sein Selbst zu erkennen ist, sei dahingestellt, oft vermutet er es nicht mal selbst darin. Substantiell ist, daß er in Bildern Dinge thematisieren kann, die vor ihm niemand derart zur Anschauung gebracht hat. Von dieser dramatisierenden Inszenierung des ewig Aktuellen und manchmal Neuen zehren Bilder und nährt sich letztlich sogar das System »Fernsehen«, das mit seiner Selbstentfremdung auch seinen Bildner verschlang, dessen eigendynamische Subjektivität und situative Expression aber wirksam blieb. Ohne verantwortlichen Bildner, das versteht sich von selbst, rechnet der Betrachter die Dramatik dem zu, dem das Bild seine spezielle Situationsaufnahme verdankt, nämlich dem Weltgeschehen. Das System »Fernsehen« entlastet somit den Bildner von persönlicher Verantwortung, da diese das ikonisch Dargestellte selbst erhält. Um seine Innenorientierung kommunikationswirksam anzubringen, nutzt ein Bildner den kulturellen Signifikationsstil [s.S. 223]. Dessen kulturelle Merkmale verdankt er den Legizeichen, die ihm die zuschauerbezogene Stilisierung seiner subjektiven Erlebnisse ermöglichen. Die allerdings herausragende Eigenschaft und Attraktivität von Bildern liegt

in deren semantischer Bezeichnungs- und pragmatischer Bedeutungsautonomie. Was man mit einem Bild ikonisch bezeichnen und rhematisch bedeuten will, gehorcht nämlich keiner kollektivierten Regel, Vorverständigung oder symbolischen Sprache. Ein Individuum kann das Sinzeichen vollständig subjektiv wählen und trotzdem erhält dieses infolge des Legizeichens (kulturelle Zentralperspektive) eine annähernd monosemantische Bezeichnungsfunktion, die freilich polypragmatisch zur Bedeutung kommt. Diese zurechenbare Subjektivität hatte ich mit dem Fotoapparat begründet, der innerhalb seiner Sinntautologie vor keinem *Sinn der Form* zurückweicht [s.S. 196]. Mit ihm kann man alles subjektiv dramatisieren und doch auf die zuschauerbezogene Stilisierung vertrauen, daß fast alles im Foto wiedererkannt und visuell verstanden wird. Ob dabei außerdem die subjektive Expression in der Bedeutung verstanden bzw. vom Betrachter nachvollzogen wird, ist zweifellos gänzlich offen.

Aufgrund der dramaturgischen Autonomie des subjektiv handelnden Individuums schreckt die Kunstgeschichte und Denkmalpflege vor dem anhaltenden Bilderboom zurück. Kunstgeschichte interessiert sich nicht so sehr für Bilder. Sie sucht - ihrer namentlichen Systempräferenz gemäß - historisch vertextete Symbole und stilistische Indizes, die sie den ehemaligen und kaum den gegenwärtigen Bildern zuordnen kann und als Kunst verstehen möchte. Das symbolisch Ausdruckslose findet in der Kunstgeschichte keinen Ort, wenn es weit genug von den Rändern sprachlicher Begehbarkeit entfernt ist. Die Dramatisierungen in Bildern leben indessen davon, daß sie soziologistischer Symbolinterpretation zu entfliehen suchen. Nicht die Gesellschaft findet sich hier im Bild wieder, sondern eine individuelle Wertpräferenz, die zugegebenermaßen von Lebenskontexten und sozialen Objektivierungen beeinflusst ist. Jedoch stimuliert eigens die rückhaltlose Symbolentsagung das Interesse am Bild. Ihrer Autonomie, d.h. ihrer subjektiven Selbstgesetzlichkeit, ist es zu verdanken, daß ein dramatisierendes Bild einem Individuum und/oder einer individuellen Situation zugeschrieben wird. Nichts außer der individuellen Subjektivität und der originell einzigartigen Situationsaufnahme nämlich stehen dafür ein, was im »Inhalt« des kulturellen »Wie« eines *ikonischen* Bildes dramatisiert wird. Das soziale System und die objektivierende Kulturperspektive nehmen keinen Anteil daran, haben keine Emotion dafür, warum sich die situative Subjektivität eines Bildners mittels des Bildes so darstellt, wie sie sich darstellt. Die individuelle Situation ist in der kommunikativen Verständigungsabsicht erfaßt, obwohl niemand unverzüglich symbolisieren kann, wie sie in ihrer Bedeutung zu verstehen ist. Denn Subjektives ist überdies vom Subjekt erst in seiner Dezentrierung von sich selbst verbal-symbolisch zu verstehen, indem es sich aus der Position des verallgemeinerten Anderen fragt, was sagt mir die Emotion, die mir

widerfuhr. Daher sperrt sich der dramatisierende Effekt des Bildes jeder symbolischen Verortung; entweder man erlebt die Dramatik eines Bildes, oder man erlebt sie nicht. Symbolisch oder mit Sprache ist die subjektive Erlebnisorientierung, die das Bild als emotionsmotivierten Sinnkonsens herbeizuführen sucht, jedenfalls keineswegs einzuholen. Individuen fühlen sich deshalb innerhalb ihrer expressiven Subjektivität verstanden und sozial integriert, sobald sie wechselseitig vermuten, sie hätten Gleiches miterlebt. Diese Approximationshoffnung subjektiver Reziprozität wird von Symbolisierungen eher zerstört als unterstützt. Deshalb verzichtet man in permanenter Subjektivierung origineller Bild-Konzeptualisierung auf einen symbolischen Status. In ikonischer Subjektivierung sucht man sich dem mimetisch anzunähern, dem man ansonsten nicht kommunikativ begegnen könnte. In diesem vorsymbolischen Tun immunisieren sich Bildner gegen sprachliche Konsensbemühungen und objektivierende Handlungsorientierungen. Sie erwecken ihre subjektive Bedeutung im dramaturgischen Handeln unmittelbar direkt kraft gegenständlicher Bildpräsenz eines aktuellen Geschehens. Denn Bildbetrachtung ist ausschließlich als aktuales Wahrnehmungsgeschehen zu erleben, ansonsten ist sie ein Denken, ein Symbolisieren, aber keine Bilderfahrung eines Wirklichkeitsflusses.

Das dramaturgische Handeln in der Bildkommunikation tritt zweifellos nicht unabhängig vom objektivierenden Handeln auf. Irgend etwas muß in nahezu allen Fällen im oder am Bild wiedererkannt werden, damit das ikonische Bild als solches identifiziert wird. In Begriffen bleibt der subjektive Ausdruck des Bildes jedoch oft unvernommen. Sie schließen sich meist dem objektivierenden Handeln an, indem man beispielsweise deutlich sieht, daß die optischen Zeichen des Bildes einen Hubschrauber bezeichnen. Das dramaturgische Handeln zielt hingegen auf emotionalisierende Bedeutungen eines Bildes. Vernommen ist dieser subjektive Ausdruck, sobald man den Wert und die Bedeutung innerhalb seiner individuell motivierten Eigenbeiträge so versteht, daß man meint, man könne sie dem Bildner oder dessen unisituationalen Konzeptualisierung zuschreiben. Natürlich führt kaum jemand das situative Fernsehbild auf den Bildner zurück, aber auch hier erscheint eine Dramatik, die einer äußerst individuellen Situation bildnerischen Ausdruck verleiht. Kein anderer Kommunikationscode gestattet eine solch konzeptionelle Reagibilität, wie sie Bilder in ihrem Sinn hinsichtlich flüchtiger Gegebenheiten dramatisieren. Aus diesem Grund wird die Anzahl von Bildern die von Büchern, Musikkompositionen, Skulpturen und anderen Ausdrucksformen übersteigen, wenn es nicht schon soweit sein sollte.

In der möglichen Vielfalt und individuellen Eigenverantwortlichkeit liegt die herausragende Bedeutung von Bildern für Kultur und Gesellschaft. Kulturell erweitern Indivi-

duen mit ihren ikonischen Semantisierungsmaschinen die kommunikativen Orientierungsmaßstäbe bis ins Unüberblickbare. Gesellschaftlich hingegen koppeln sich Individuen von verallgemeinerten Bedeutungskonstruktionen ab, wodurch sie sich in subjektiven Bedeutungsaktualisierungen näher kommen und auch privatisieren. Dies geschieht, weil jedem einzelnen in Bildkonzeptualisierungen derart viele Ausdrucksmöglichkeiten ermöglicht sind, daß diese in ikonischen Objektbezügen und in subjektiven Bedeutungen ganz allein ihm vorbehalten sein können.

Aus diesem Grund erfüllt sich mit den Fotoapparaten, Videokameras und Computersimulationen Meads Forderung für eine ausreichend entwickelte Gesellschaft, so unterentwickelt sie ansonsten auch sein mag. In ihr sollte sich die Individualität einer Person direkt ausdrücken dürfen, gleichsam eines Künstlers und - Mead meint auch - Wissenschaftlers, in deren souveränen Ausdrucksmöglichkeiten sich die Stereotypen einer Gesellschaft nicht wiederfinden lassen sollen. Denn "in der zivilisierten Gesellschaft manifestiert sich die Individualität weit mehr durch die Ablehnung oder die modifizierte Verwirklichung der jeweiligen gesellschaftlichen Typen als durch Konformismus" [Mead 1988/266]. Nivellierend zu diesem Nonkonformismus betont Mead jedoch, daß ein Individuum seine Identität und Persönlichkeit konstituiert, indem es reflektierte Beziehungen zu allgemein organisierten Verhaltens- oder Tätigkeitsmustern eingeht. In der subjektiven Mobilität nonkonformistischer Beweggründe liegt aber genau die Bedeutung, die Gesellschaften ihrer ikonischen Bildkultur beimessen. Denn ikonische Darstellungsweisen erlauben nicht nur, sondern erzwingen oft eine Expression, die Individuen in zeitsensiblen Nischen zur dramatisierenden ("Selbst"-)Darstellung bringen, um ihrem Ausdruckswillen souverän gegenüber kulturellen Bezeichnungs- und sozialen Bedeutungskonventionen eine kommunikative Form zu geben. Ob dies eigens in der Kunst oder Wissenschaft der Fall sein darf, erweist sich in Anbetracht ihrer strengen Systemgrenzen als ein Mythos. Überzeugendere Modifizierungen einer spontanen Realitätskonstruktion bieten ikonische Semantisierungsmaschinen. Mit diesen fängt der Amateur subjektive Lebenssituationen auf einem kommunikativen Niveau ein, das er seinem privaten Kontext und Ausdruckswillen zugerechnet sehen möchte. Gleichfalls konstruiert das Fernsehen, das ohne diachronische Kulturerinnerungen agieren darf, mit jedem Tag neue ikonische Bezeichnungen unwiederholten Weltgeschehens.

Bei aller ausdrucksfähigen Souveränität, die Bilder ihren Bildnern erlauben, und bei allen dramatisierten Wir-Beziehungen, die Bilderlebnisse erzeugen, ist die individualisierte Bildkultur trotzdem ein Krisenphänomen. Den Sinn- und Orientierungsverlust, den Individuen in allgemein organisierten Symbolkontexten erfahren, kompensieren sie in

privat verfaßten Weltkonstruktionen, deren Interpersonalität sich am individuellen Design und industriellen Styling orientiert. Ohne identitätsbildende Symbolisierungen in der Bild- und sonstigen Kultur erlangen aber auch Individuen keine Identität, sondern allenfalls ein hedonistisches Wir-Gefühl, mit dem sie gemeinsam dem immer wieder neuen Kick nachzujagen pflegen. Für eine solche Erlebnisgesellschaft, deren Solidarität sich im temporären Begeisterungstaumel fundiert, nehmen Bilder eine maßgebliche Stellung ein. Denn die vorkommunikative Kommunikation mittels Bildern überführt die Übereinstimmung zwischen Individuen in einen emotionsmotivierten Sinnkonsens. In diesem versteht man sich, ohne sich zu verstehen, sobald man sich verstanden fühlt, weil jede weitere Kommunikation affirmativ oder überflüssig scheint: man spielt Kommunikation und versteht sich zum Spaß. In diesem Spaß an mimetischer Kopräsenz befriedigt sich der soziale Integrationsbedarf von Individuen, da diese diskursive Verständigungsmechanismen umgehen und ihr projektives Miterleben als Verstehen interpretieren. Ästhetische Opposition oder gar verbales Symbolisieren wäre dann ein schwer aufzuholendes Mißverständnis, dem oft soziale Desintegration folgt. Die moderne Gesellschaft kompensiert diesen sozialorientierten Steuerungsverlust allerdings zunehmend durch Systemintegration in das Steuerungsmedium Geld, was man schon daran erkennen kann, daß die finanzielle Unterstützung unseres Staates als soziale Unterstützung gilt.

## IV. Schlußbetrachtung auf den soziologischen Ertrag

Wenn Soziologie an menschlicher Kommunikation interessiert ist, liegt für sie der Ertrag meiner Darlegung in der Auseinandersetzung mit der Frage, wie visuelle Kommunikation mittels Bildern anschauliche Kartographien vermittelt, um Orientierung und Koordination für Individuen zu leisten. Dieser Ertrag bietet für die Soziologie nicht nur differenziert dargestellte Ansatzpunkte dafür, welche semiotischen und wahrnehmungspsychologischen Prämissen eine Theorie der visuellen Kommunikation weiterführen, sondern der Ertrag liegt zudem in der Analyse der Fragen, wie Bilder ein kulturelles und soziales Gedächtnis darstellen, wie sie ein Wissen vermitteln und worin dieses Wissen besteht, wann Bilder einer Tradition und Konvention nachkommen, ob ein kollektiv Bewußtes sowie Unbewußtes für sie vorliegt, und schließlich, welche Bedeutungen für Gesellschaften sie aufgrund ihrer Kultur erhalten. Diese zentralen Termini der Soziologie ergründeten deren Theorien bezüglich Bildern bisher unzureichend, obwohl Individuen derzeit soziale Beziehungen mehr und mehr mittels visueller Kommunikation aufnehmen und ersetzen.

Zwar führt die Soziologie das Schlagwort »Globalisierung« in ihrer Fachsprache, doch sehe ich kaum Theorien, die die Globalisierung kultureller Beziehungsaspekte durch Bilder adäquat ansprechen und die konzeptualisieren, daß damit ein emotionsmotivierter Sinnkonsens bzw. Dissens angestrebt wird, der symbolische Kommunikationsbarrieren zwischen Kulturen unterläuft. Andererseits ist aber hinsichtlich der Bedeutungen von Bildern zu erkennen, daß sie trotz synchronischer Kulturformen für Gesellschaften selten im kommunikativen Inhaltsaspekt weltweit synchron zugewiesen werden. Zweifelsohne thematisiert diese Beschreibung nicht den definitiven Gesellschafts- und Kulturbegriff, da Soziologen mit zahlreichen Begriffsdefinitionen arbeiten. Gleichwohl demonstriert die semiotische und soziologische Fundierung zumindest, daß der syntaktisch-semantische Signifikationscode kulturelle Aspekte beschreibt. Demgegenüber ergeben sich gesellschaftliche Aspekte aus der aktualisierten Bedeutung und Interpretation. Die Unterscheidung gesellschaftlicher und kultureller Aspekte verdeutlicht auch, daß nur existierende Gesellschaften eine Bedeutung aktualisieren, wenngleich sie Kultur noch in vergangener oder entfernter Bildkultur erkennen.

Falls Bildkommunikation durch Reflexions-Prismen soziologischer Theorien beobachtet werden soll, legen insbesondere die semiotischen Aussagen dar, warum soziologisch orientierte Beobachter unzureichend beraten sind, sobald sie den symbolischen Interaktionismus als ihren Ausgangspunkt wählen. Dieses Defizit beginnt nicht erst bei der Analyse des Symbols, sondern bereits dort, wo die Unterscheidung nonverbal/verbal oder gestisch/sym-

bolisch jede menschliche Kommunikationsform beschreiben soll. Die tradierten Analogien zu verbalen Symbolen führen viele Soziologen zur abwegigen Annahme, bildliche Formulierungen wären restlos durch Konventionen, Codes und ein kollektiv Unbewußtes vorgesteuert oder sie wären wie eine Sprache organisiert, die sich sogar als ein (Zeichen-)System erweisen könne. Die symbolbefangenen Analysen kommen denn auch oft zu der Ansicht, Wissen könne in symbolischen Formen gespeichert werden, da deren Bedeutung aus der intersubjektiven Haltung des verallgemeinerten Anderen abzuleiten sein soll. Im Rückgriff auf semiotische Theorien mußte und konnte deshalb für die Soziologie gezeigt werden, daß Bildkommunikation ihre Objekte nicht vorrangig symbolisch oder indexikalisch (gestisch), sondern ikonisch per Anschaulichkeit bezeichnet. Das indexikalische Zeichen hat für Bilder oft nur die entscheidende Aufgabe, auf die Funktion des Bildes als Bildkommunikation hinzuweisen und aufmerksam zu machen.

Die Semiotik begründet zudem, warum Bedeutung nicht an symbolische, indexikalische und ikonische Bezeichnungen (Semantik), sondern an deren pragmatische Interpretation gebunden ist. Infolge dieses Blickwinkels auf Pragmatik erweist sich der Begriff »Intersubjektivität« als unhaltbar. Einen ungleichwertigen Ersatz für »Intersubjektivität« bietet der weniger anspruchsvolle Begriff »Interpersonalität«, mit dem die kommunikative Erreichbarkeit mehrerer Personen gemeint ist, ohne unverzüglich einen Konsens in bezug auf Bedeutungen zu unterstellen. Denn weder ikonische noch symbolische Zeichen verfügen nie über eine Bedeutungsinterpretation, die in beendbarer Analyse auf Konstanz getrimmt werden kann. Diese Stetigkeit der Bedeutung ist schon für die Lebenserinnerung eines Individuums mehr als fraglich, für Gesellschaften oder Kollektive ist sie unmöglich. Symbolische Zeichen verfügen allenfalls über ein driftendes Spektrum hinsichtlich ihrer Bedeutungen in einer gesellschaftlichen Epoche. Ikonische Zeichen (Bilder) initiieren hingegen grundsätzlich interpretativ offene, polypragmatische Bedeutungen. Lediglich in ihrem kulturellen Darstellungsstil, d.h. der kulturellen Syntaktik, neigen sie zu der Erwartungssicherheit, daß es ihren monosemantischen Kulturformen gelingen wird, visuell kommunikativen Anschluß an Personen zu erhalten.

Die Analyse des Visuellen bei der visuellen Kommunikation erbringt eine Antwort auf die Frage, warum zwischen visueller Information und kommunikativer Nachricht der Zeichen zu unterscheiden ist. Das Interesse hinsichtlich Bildern gilt nämlich nicht überwiegend interpretierten Nachrichten, sondern der visuellen Information, die weitgehend vorkommunikativ als eine anwesende Bildumwelt wahrgenommen wird. Aus diesem Grund wird die kommunikative Praxis von Bildern darin gesehen, unwillkürliche

Aufmerksamkeit mittels unerwarteter Seherlebnisse und Sensationen zu binden. Der Informationsbegriff verdeutlicht überdies, wie Bilder ein ikonisches Wissen mitteilen, das an die visuell kommunikative Kompetenz des Betrachters gebunden bleibt. Betrachter erlangen diese Kompetenz im Prozeß der visuell kommunikativen Abduktion, d.h., sie unterliegen während der Bildbetrachtung einerseits assimilierten Zensurmechanismen, wenn sie sich von ihrem Gedächtnis und ihrer Gewohnheit leiten lassen, andererseits akkommodieren sie aber auch innovative Darstellungsstrukturen, die wiederum die visuelle Kompetenz verändern. Wenn daher soziologische Theorien visuelle Kommunikation beschreiben wollen, sind sie genötigt, zwischen Wahrnehmung und Kommunikation, Information und Nachricht, sowie zwischen Gegenstands- und Zeichenbedeutung zu unterscheiden. Diese Unterscheidung klärt, warum der perfekte Cyberspace oder virtuelle Raum sich der Funktion entzieht, die als Kommunikation mittels Bildern aufzufassen ist. Überdies verdeutlicht die Unterscheidung zwischen Wahrnehmung und Kommunikation, daß Individuen zeitweise im vorkommunikativen Bewußtsein der visuellen Kommunikation folgen.

Die semiotische und wahrnehmungspsychologische Argumentation belegt, daß Gesellschaften ihr soziales Gedächtnis kaum länger als über acht Generationen in verwandten Bedeutungen erinnern, wenn sie ihre schriftliche Kommunikation auf Bildkommunikation umstellen. Zeichnen Gesellschaften ihre Gegenwart nur in Bildern auf, dann vergessen sie historische Bedeutungen vollständig und erfinden diese beliebig. Jedoch verlieren diese Gesellschaften nicht ihre Kultur als Gedächtnis, wenn sie Bilder zur Kommunikation verwenden. Denn sie erhalten sich mit der Kultur als synchronischem Gedächtnis eine Thematisierungsweise, die die kommunikative Sensibilität unterschiedlicher Kommunikationssysteme beibehält. Für diese Funktionserfüllung muß die Kultur nicht als diachronisches Gedächtnis bewahrt werden, da materielle Hinterlassenschaften der Vergangenheit unerheblich sind, um den ikonischen Signifikationscode der Bildkultur fortzusetzen. Falls Bilder aber in dauerhaften Materialien aufgezeichnet wurden, dann repräsentieren sie ihr bezeichnetes Objekt, ihre kulturelle Einheit, wesentlich leichter verständlich als die symbolischen Bezeichnungen der Sprache, obwohl die Bedeutung der ikonischen Bezeichnung beliebig ist.

Da Gesellschaften identische Bedeutungen nicht aus einem Speichergedächtnis abrufen können, ist es ihnen gleichfalls verwehrt, ihr ikonisches Wissen in Bildern ohne interpretatorische Veränderung zu speichern. Sie müssen es jeweils in visueller Kommunikation aktualisieren, weshalb es biographischen und historischen Veränderungen der Bedeutungsinterpretation und der visuellen Akkommodation bzw. Assimilation unterliegt.



Die Darstellung dieser visuellen Prozesse verdeutlicht auch, warum ikonisches Wissen deutlich mehr visuelle Informationen als indexikalische oder symbolische Nachrichten initiiert. Daher ist Foucault zu entgegnen, daß Ähnlichkeit sich keineswegs aus dem Gebiet der Erkenntnis entfernt, sondern sogar in den Wissenschaften verstärkt mittels Bildern kommuniziert wird. Die Kritik an Foucault hebt hervor und die Tendenz gegenwärtiger Kommunikationsweisen bestätigt es, daß die Wissenssoziologie über beträchtliche Wissensdokumentationen der Gesellschaft hinwegsieht, wenn sie Bilder und ikonische Objektbezüge vernachlässigt.

Des weiteren legt die semiotische Fundierung dar, warum ikonisches Wissen vorrangig im Darstellungscode einer Konvention und Tradition folgt. Im ikonischen Objektbezug und dessen offener Bedeutung benötigen und besitzen Bilder keine kulturelle Konvention oder Tradition, um verstanden zu werden. Daher können und wollen Individuen mittels Bildern ihre subjektiven und privaten Thematisierungen formulieren. Gleichfalls suchen Akteure der Massenmedien die Kultur subjektiv zu modernisieren, indem sie emotional attraktive Wahrnehmungserlebnisse anbieten, die gegebenenfalls noch auf vergesellschaftete Bedeutungen und Symbolisierungen warten.

Um darzulegen, wie Bilder als ikonisches Wissen eine Relevanz erlangen, wurde erläutert, wie sie ihren tautologischen Sinn der durchsichtigen Undurchsichtigkeit als eine selbst-referentielle Weltkonstruktion projizieren, die die Welt keineswegs abbildet: Individuen bilden mittels Bildern nie Gegenstände ab, sondern sie bilden kommunikationsinterne Objekte, die als Abbildung eines externen Objekts gelten sollen. Hinzu kommt die Feststellung, daß Individuen bildliche Zeichen heutzutage nur noch selten als Symptom ihres konzeptualisierten Bewußtseins artikulieren, sondern bildliche Konzepte den Formulierungen syntaktisch-semantischer Sinnautomaten (Kameras) überlassen. Diese Bildproduktionsweise verdeutlicht, warum Bildautomaten eine organisierte Komplexität herstellen, deren informationelle Entropie von Interpreten entweder weitgehend widerspruchslos hingenommen wird oder nur sehr zeitaufwendig verbalsymbolisch verstanden werden kann. Daher bahnt sich eine Entpragmatisierungstendenz infolge automatisch erstellter Kartographien (Bilder) an, da deren visuell kommunikative Koordination der Koordinationen (Handlungen) kaum Orientierung leistet, die alltagspraktisch relevant wird.

Bis heute verwenden soziologische Theorien zur Kommunikation den Terminus »Kollektivbewußtsein«. Eine kritische Abwägung dieses Begriffs war daher hinsichtlich Bildkommunikation erforderlich. Die Kritik am Begriff »Kollektivbewußtsein« zeigte auf, daß sich Kollektive unmöglich in einem Bewußtsein vereinigen können. Deshalb führen

meine Überlegungen zum Begriff der »kollektiven Merkmale«, die Individuen spezifischer Kollektive als kulturelle Darstellungsstrukturen bewußt und unbewußt wiedererkennen. Aufgrund des ungeeigneten Begriffs »Kollektivbewußtsein« ist ebenfalls auch die These des kollektiv Unbewußten bei der Bildkommunikation zu verwerfen: allenfalls folgen Individuen, aber nicht Kollektive, den kollektiven Merkmalen der Bildkommunikation temporär unbewußt. Kollektive Merkmale ermöglichen daher einen kognitiv bewußten sowie unbewußten Erkennungscode, den Individuen als einen konsensuellen Bereich nutzen und den sie als ein kulturell institutionalisiertes Medium für Interpersonalität verwenden. Das Meadsche Konzept des "me" ist daher in eine Formulierung zu überführen, die das "me" als verallgemeinertes Darstellungsmedium beschreibt. Denn das "me" fungiert außerhalb der Individuen als ein institutionalisiertes Medium, das auch für Bilder eine verallgemeinerte Perspektive bietet, die exemplifizierten Formen ("I") scheinbar keinen Widerstand leistet.

Bezieht man den Begriff »Kollektivbewußtsein« auf die affektive Seite des Bewußtseins, so erweist sich, daß Emotionen schwerlich von Individuen eines Kollektivs gleichlaufend empfunden werden. Vielmehr überzeugt sich ein Individuum von der emotionalen Bedeutung eines Bildes, wenn es sich selbst überzeugt. Nimmt man eine emotionale Bindung an, die kulturell parallel verläuft, dann kann sie bezüglich Bildern allenfalls dort vorhanden sein, wo der kulturelle Beziehungsaspekt zu einer ausdifferenzierten Geltung kommt, die unbewußt oder bewußt erfahren wird. Demgegenüber versucht Bildkommunikation, im kommunikativen Inhaltsaspekt bewußte Emotionen zu erwecken und mitzuteilen.

Das Kapitel zur kulturellen Bedeutung legt anfangs dar, warum Bilder nicht als ein soziales System fungieren, sondern einen kommunikativen Variationsmechanismus konstituieren, der prälogische Orientierung mittels Anschaulichkeit bietet. Bilder integrieren sich in Systeme, wenn kulturelle Wertpräferenzen hinzukommen, die eine funktionale Erwartungserwartung stabilisieren, um das System »Kunst« oder »Fernsehen« zu bewahren. Die Überlegungen zum System »Fernsehen« heben hervor, daß der kommunikativ Handelnde bei vollständiger Systemintegration im System verlorengelassen wird, weil ihm seine Handlungen (Bilder) kaum zuzurechnen sind. Die kulturelle Bedeutung der Bilder in bezug auf Systemintegration ist deshalb darin zu sehen, daß das System »Fernsehen« innerhalb des Medien-Codes »Realismus« solche Bilder differenziert, die eine symbolisch repräsentierte Fernorientierung als ikonisch präsente Nahorientierung mitteilen, ohne als Mitteilung eines handelnden Individuums zu gelten. Demgegenüber verdeutlicht die Sozialintegration die verständigungsorientierte Wirkung anwesender Bildinformation. Um diese Wirkung der Bilder zu beurteilen, erprobte ich die drei kommunikativen

Handlungsbezüge, die Habermas für sprachliches Handeln entwickelte. Diese Überlegungen ergeben folgendes:

1) In teleologischer Handlungsmotivation erhält Bildkultur eine Bedeutung, die innerhalb der Sozialintegration etwas Abwesendem zur unnegierbaren Anwesenheit einer (sozialen) Kopräsenz verhilft. 2) Das normenregulierte Handeln ist für Bilder zu verneinen. Bilder erhalten ihr sozialintegratives Moment oftmals sogar dann, wenn sie Normdistanzierung vorsymbolisch ausspielen, indem sie Symbole subjektiv einsichtig unterlaufen. 3) Das dramaturgische Handeln kennzeichnet die herausragende Bedeutung der Bildkultur für Gesellschaften. Denn für diese Handlungsmotivation eignen sich Bilder besonders, weil sie der dramaturgischen Selbstinszenierung ein Medium bieten, das innenorientiertem Darstellungswillen nahezu keine konventionellen Grenzen setzt. Gleichzeitig läßt diese Wahlfreiheit die Gefahr erkennen, daß Individuen mittels Bildern lediglich Kommunikation spielen und sich zum Spaß verstehen, ohne tatsächlich soziale Orientierung zu erlangen.

Die beschriebenen Überlegungen zur kulturellen Bedeutung von Bildern trugen vor, welche Fokussierungen sich ergeben können, wenn Bilder durch Prismen soziologischer, semiotischer, wahrnehmungspsychologischer und philosophischer Theorien betrachtet werden. Wer weiß aber, ob es berechtigt ist, wenn Paul Klee bemerkt: "Man versteift sich auf Theorie, weil man das Leben fürchtet" [Klee 1956/21]. Bilder fürchten indessen die Theorie, da infolge dieser das Leben aus ihnen schwindet und die Kerne hinter den Schalen der symbolischen Überkrustung veröden [s.S. 10]. Darum schmelzen die in der Einleitung erwähnten theoretischen Eiswüsten nach wie vor in den Tropen.

## Begriffsverweise

Die folgenden Begriffsverweise sollen als eine Erinnerungshilfe dienen, die die genauere Bestimmung im Text nicht ersetzt.

*Akkommodation* bezieht sich darauf, daß das Individuum sich seiner Umwelt anpaßt, wohingegen es sich in der *Assimilation* ("Ähnlichmachung") die Umwelt seiner akkommodierten Anpassung unterwirft [s.S. 103].

*Argumente* behaupten die Wahrheit von etwas im Interpretantenbezug, weshalb sie notwendig wahr sein wollen [s.S. 51].

*Code*: Unter einem Code sollen relational invariante Informations- und Zeichenstrukturen verstanden werden, die verhältnismäßig regelhafte Produktions- und Reproduktionsabläufe der Informationen, Nachrichten und Zeichen erlauben [s.S. 15].

*Darstellungs- oder primärer Code* benennt die erste Gliederung, nach der Form und Farben strukturiert werden, um informationelle Wahrnehmungsprozesse von Zeichen zu ermöglichen [s.S. 148 u. 15].

*Dicent* nennt einen Interpretantenbezug, der über eine reale Tatsache etwas aussagt, weshalb er wahr oder unwahr sein kann [s.S. 50].

*Drittheit als Notwendigkeit* verwirklicht die eigentliche Kategorie der Zeichen und des Denkens mittels Zeichen. Sie kommt überall dort vor, wo ein Erstes mit einem Zweiten in einer Relation zu einem Zeichen verbunden wird, mit dem Denken und Kommunikation fortgesetzt werden können [s.S. 28 bzw. 31].

*Erstheit als Möglichkeit* charakterisiert ein einseitiges Sein ohne Differenz, weshalb Erstheit kein Bewußtsein erlangt. Für Zeichen markiert Erstheit die Materialität des Zeichenmittels, welches eine Ursache der Wahrnehmung ist, ohne daß aber schon etwas als Zeichen wahrgenommen wäre [s.S. 25].

*Gegenstandsbedeutung* benennt eine durch Augen und Körper erfahrbare Materialität in der faktischen Wirklichkeit [s.S. 62].

*Ikon* benennt einen Objektbezug, der sich durch Wiedererkennbarkeit oder Ähnlichkeit auf ein Objekt bezieht [s.S. 41].

*Ikonischer Signifikationscode* markiert einen Bildcode, der sich aus Legizeichen und ikonischen Objektbezügen zusammensetzt und aufgrund des Legizeichens eine kulturelle Konvention darstellt [s.S. 166].

*Index* kennzeichnet einen Objektbezug, der durch eine wirkliche, annähernd kausal wirkende Beziehung zum Objekt zustande kommt [s.S. 43].

*Informationen* werden von dem psychischen System aus den Reizungen der Außenwelt konstruiert. Im Bewußtsein werden Informationen aus Differenzenerfahrungen konstruiert und selbst prozessiert. Durch die Wahrnehmung von Bildern gewinnt das Individuum visuelle Informationen, um sie in Zeichen transformiert als Nachricht zu verstehen [s.S. 116].

*Kommunikation*: In einem sehr allgemeinen Sinne kann menschliche Kommunikation als ein Prozeß der Mitteilung von *Zeichen* zwischen einem Mitteilenden und einem Deutenden aufgefaßt werden, wodurch zumindest der Deutende Nachrichten gewinnt und versteht [s.S. 118].

*Legizeichen* geben eine Regelhaftigkeit im Zeichenmittel an [Erstheit] [s.S. 38].

*Nachrichten* sind ein Teil der nicht-signifikanten und signifikanten Kommunikation, die auf der Grundlage von Zeichenbedeutungen mitgeteilt werden. Nachrichten bestimmen sich aus den Bedeutungen von mitgeteilten Zeichen in einer Kommunikationssituation oder einem Kommunikationskontextes [s.S. 115].

*Objekt/Gegenstand*: Der Begriff »Objekt« kennzeichnet eine Situation, in der durch ein Zeichen auf ein semiotisches Objekt bezuggenommen wird. Der Begriff »Gegenstand« kennzeichnet indes etwas, was nicht als Zeichen erfahren und faktisch gegenwärtig in der Wahrnehmung erlebt wird [s.S. 23].

*Pragmatik* umfaßt alles das, was im Handeln, Verhalten, Erfahren und Interpretieren als Bedeutung aktualisiert wird [s.S. 18].

*Qualizeichen* erscheinen als eine Qualität, die ein Zeichenmittel für eine Qualität sind [s.S. 37].

*Rhemas* sind Interpretantenbezüge, die nur eine singuläre Identität von etwas beteuern, weshalb sie nicht wahr oder falsch sind [s.S. 46].

*Schema*: "Das Schema nimmt Information auf, wenn sie bei den Sinnesorganen verfügbar wird, und es wird durch diese Information verändert" [Neisser 1979/50; s.S. 100].

*Semantik* beinhaltet sowohl die Bezeichnungsfunktion eines Zeichens als auch die Thematisierungs- oder Aufstellungsweisen von Objekten sowie Gegenständen in einer Kultur [s.S. 17, 218].

*Signifikations- oder sekundäre Codes* regeln die Beziehungen von Zeichenmitteln zu Objektbezügen, von Signifikanten zu Signifikaten in aktualisierten Kompositionsregeln von Bildgattungen [s.S. 148, 15].

*Sinzeichen* funktionieren als exemplifizierte Einzelzeichen einer wahrgenommen Einteilung im Zeichenmittel [s.S. 37].

*Strukturelle Kopplung* bezieht sich auf im Wahrnehmungszyklus liegende Schemata, die aufgrund visueller Empfindungen konstruiert werden [s.S. 100].

*Symbole* erhalten ihren Objektbezug in Kulturen infolge geregelter, jedoch niemals abschließend eindeutiger Übereinkünfte [s.S. 44].

*Symbolischer Charakter*: Jeder Zeichencode gründet sich auf einen symbolischen Charakter, indem er innerhalb von sozial eingespielten Repräsentationsregeln etwas anderes, in der Situation oft Abwesendes repräsentiert [s.S. 219].

*Syntaktik* spricht an, ob und wie Zeichen bzw. Zeichenmittel in formaler Relation untereinander verknüpft und wie ihr Material eingeteilt ist [s.S. 16].

*Visuelle Empfindung*: Von visueller Empfindung läßt sich sprechen, wenn eine überschwellige Reizenergie eine Antwort im sensorischen Apparat des Auges verursacht. Sie läßt sich allerdings nicht sehen [s.S. 25].

*Vorkommunikatives Bewußtsein* zeichnet sich durch das Phänomen der Wahrnehmung aus, indem wirkliche Gegenstände oder eine simulierte Wirksamkeit nicht als Zeichen wahrgenommen und gehandhabt werden [s.S. 71].

*Zeichenbedeutung* erhält ein Zeichen, wenn dieses eine Bedeutung zugewiesen bekommt, die aus einer Bezeichnung von etwas anderem herrührt, ohne daß dieses andere mit dem Zeichenmittel selbst identisch ist. Ein sich selbst bezeichnendes Zeichen gibt es nicht [s.S. 63].

*Zweitheit als Wirklichkeit* ist die Kategorie eines faktischen Gegenstandes, der sich durch die Wahrnehmung von Differenzen verwirklicht. Im Zeichen ist der Objektbezug eine Zweitheit, auf die sich das Zeichen bezieht [s.S. 28].



## Literaturverzeichnis

- Abel, Günter       **1994**, *Was ist Interpretationsphilosophie*, S.16-35 in: Simon Josef; *Zeichen und Interpretation*, Frankfurt a.M.
- Abels, Joscijka Gabriele       **1981**, *Die Erkenntnis der Bilder*, Die Perspektivischen Darstellungsmethoden in der bildenden Kunst der frühen Neuzeit, Dissertation, Berlin
- Adorno, Theodor W.       **1993**, *Minima Moralia*, Reflexionen aus dem beschädigten Leben, Frankfurt a.M.
- Adorno, Theodor W.       **1976**, *Einleitung*, S.7-44, zu: Durkheim, Emile **1976**, *Soziologie und Philosophie*, Frankfurt a.M.
- Adorno, Theodor W.       **1973**, *Ästhetische Theorie*, Frankfurt a.M.
- Allsopp, Bruce       **1974**, *Die kulturelle Stellung des Malers in der Gesellschaft*, S.197-226 in: Silbermann Alphons, König René, Hg., *Künstler und Gesellschaft*, Sonderheft 17, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Opladen
- Alpers, Svetlana       **1985**, *Kunst als Beschreibung*, Holländische Malerei des 17. Jahrhunderts, Köln
- Antweiler, Christoph       **1994**, *Eigenbilder, Fremdbilder, Naturbilder*, Anthropologischer Überblick und Auswahlbibliografie zur kognitiven Dimension interkulturellen Umganges, S.137-168 in: *Anthropos*, Internationale Zeitschrift für Völker- und Sprachenkunde, Nr.89, Sankt Augustin/Fribourg
- Apel, Karl-Otto       **1990**, *Ist Intentionalität fundamentaler als sprachliche Bedeutung?*, Transzendentalpragmatische Argumente gegen die Rückkehr zum semantischen Intentionalismus der Bewußtseinsphilosophie. S.13-54 in: *Intentionalität und Verstehen*, hrsg. vom Forum für Philosophie Bad Homburg, Frankfurt
- Apel, Karl-Otto       **1988**, *Transformationen der Philosophie*, Das Apriori der Kommunikationsgemeinschaft, Bd.2, Frankfurt a.M.
- Apel, Karl-Otto       **1975**, *Der Denkweg von Charles Sanders Peirce*, Eine Einführung in den amerikanischen Pragmatismus, Frankfurt a.M.
- Apel, Karl-Otto       **1973**, *Charles W. Morris und das Programm einer pragmatisch integrierten Semiotik* S.9-66 in: Morris Charles W., **1973**, *Zeichen, Sprache und Verhalten*, Düsseldorf
- Arbeitsgruppe  
Bielefelder Soziologen       **1976**, *Kommunikative Sozialforschung*, Alltagswissen und Alltagshandeln, Gemeindeforschung, Polizei, Politische Erwachsenenbildung, München
- Arnheim, Rudolf       **1972**, *Anschauliches Denken*, Zur Einheit von Bild und Begriff, Köln
- Assmann, Aleida       **1994**, *Das Gestern im Heute*, Medien und soziales Gedächtnis, S.114-141 in: Merten Klaus, Schmidt Siegfried J., Weischenberg Siegfried, Hg., *Die Wirklichkeit der Medien*, Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Opladen
- Assmann, Aleida       **1988a**, *Die Sprache der Dinge*, Der lange Blick und die wilde Semiose, S.237 in: Gumbrecht Hans G., Pfeiffer Ludwig K., Hg., *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt a.M.
- Assmann, Jan       **1988b**, *Im Schatten junger Medienblüte*, Ägypten und die Materialität des Zeichens, S.141-160 in: Gumbrecht Hans G., Pfeiffer Ludwig K., Hg., *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt a.M.
- Assmann, Jan  
Hölscher, Tonio       **1988c**, *Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität*, S.9-19 in ders. (Hg.): *Kultur und Gedächtnis*, Frankfurt a.M.
- Baccei, Tom       **1994**, *Das magische Auge* München

- Bacon, Francis      **1982**, *Gespräche mit Francis Bacon/David Sylvester*, Hg. Sylvester David, München
- Baecker, Dirk      **1990**, *Dekonstruktion der Schachtel: Innen und Außen in der Architektur*, S.67-104 in: Luhmann Niklas, Frederick D. Bunsen, Dirk Baecker, *Unbeobachtete Welt: über Kunst und Architektur*, Bielefeld
- Barthes, Roland      **1988**, *Das semiologische Abenteuer*, Frankfurt a.M.
- Barthes, Roland      **1983**, *Elemente der Semiologie*, Baden Baden
- Barthes, Roland      **1964**, Rhetorik des Bildes, S.158-166 in: Schiwy Günther, **1969**, *Der französische Strukturalismus*, Mode Methode Ideologie, Hamburg
- Bauch, Kurt      **1994**, *Imago*, S.275-299 in: Boehm Gottfried, Hg., *Was ist ein Bild?*, München
- Baudrillard, Jean      **1978**, *Kool Killer*, Der Aufstand der Zeichen, Berlin
- Baudrillard, Jean      **1974**, *Das Ding und das Ich*, Gespräche mit der täglichen Umwelt, Wien
- Baxandall, Michael      **1987**, *Die Wirklichkeit der Bilder*, Malerei und Erfahrung im Italien des 15. Jahrhunderts, Frankfurt a.M.
- Bayer, Herbert      **1980**, *Erfahrung und Bewußtsein*, Zur psychologischen und erkenntnistheoretischen Grundlage von Bewußtseinsprozessen, Köln
- Bayer, Mechthild
- Behrend, Heike      **1990**, *Rückkehr der gestohlenen Bilder*, Ein Versuch über "wilde" Filmtheorien, S.564-570 in: *Anthropos*, Internationale Zeitschrift für Völker- und Sprachenkunde, Nr.85, Sankt Augustin/Fribourg
- Belting, Hans      **1990**, *Bild und Kult*, Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst, München
- Benjamin, Walter      **1963**, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, Frankfurt a.M.
- Bense, Max      **1992**, *Die Eigenrealität des Zeichens*, aus dem Nachlaß, Walther Elisabeth, Hg., Baden Baden
- Bense, Max      **1979**, *Die Unwahrscheinlichkeit des Ästhetischen*, und die semiotische Konzeption der Kunst, Baden- Baden
- Bense, Max      **1976**, *Vermittlung der Realitäten*, Semiotische Erkenntnistheorie, Baden-Baden
- Bense, Max,      **1973**, *Wörterbuch der Semiotik*, Köln  
Walther Elisabeth
- Bense, Max      **1971**, *Zeichen und Design*, Semiotische Ästhetik, Baden Baden
- Bentele, Günter      **1985**, *Zeichengebrauch in Massenmedien*, Zum Verhältnis von sprachlicher und nichtsprachlicher Information in Hörfunk, Film und Fernsehen, Tübingen
- Hess-Lüttich, Ernest W.B.
- Bentele, Günter      **1984**, *Zeichen und Entwicklung*, Tübingen
- Bentele, Günter      **1981**, *Semiotik und Massenmedien*, München
- Bentele, Günter      **1978**, *Semiotik*, Grundlagen und Probleme, Stuttgart
- Bystrina, Ivan
- Berger, John      **1974**, *Sehen*, Das Bild der Welt in der Bilderwelt, Hamburg
- Berger, Peter L.      **1988**, *Zur Dialektik von Religion und Gesellschaft*, Elemente einer soziologischen Theorie, Frankfurt a.M.
- Berger, Peter L.      **1980**, *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*, Eine Theorie der Wissens- Soziologie, Frankfurt a.M.
- Luckmann, Thomas
- Berghaus, Margot      **1986**, *Zur Theorie der Bildrezeption*, Ein anthropologischer Erklärungsversuch für die Faszination des Fernsehens, S.276-295 in: *Publizistik*, 31. Jahrgang 1986, Heft 3-4 Juli-Dezember, Konstanz



- Beuys, Joseph 1984, *Ich durchsuche Feldcharakter*, S.121-123 in: Harlan Volker, Rappmann Rainer, Schata Peter, Hg., *Soziale Plastik*, Materialien zu Joseph Beuys, Achberg
- Bitomsky, Hartmut 1973, *Zur Sprache des Films und zur filmischen Rede*, S.141-153 in: Aufermann Jörg, Bohrmann Hans, Sülzer Rolf, Hg., *Gesellschaftliche Kommunikation und Information*, Forschungsrichtungen und Problemstellungen, Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation I, Frankfurt a.M.
- Blumer, Herbert 1973, *Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus* S.80-146 in: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen, Hg., *Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit*, Band 1, Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie, Reinbeck bei Hamburg
- Bockemühl, Michael 1985, *Die Wirklichkeit des Bildes: Bildrezeption als Bildproduktion*, Stuttgart
- Boehm, Gottfried 1994, *Was ist ein Bild*, München (Hg.)
- Boehm, Gottfried 1978, *Zu einer Hermeneutik des Bildes*, S.444-471 in: Gadamer Hans-Georg, Boehm Gottfried, Hg., *Seminar: Die Hermeneutik und die Wissenschaften*, Frankfurt a.M.
- Boesch, Ernst E. 1983, *Das Magische und das Schöne*, Zur Symbolik von Objekten und Handlungen, Stuttgart-Bad Cannstatt
- Bohrer, Karl Heinz 1981, *Plötzlichkeit*, Zum Augenblick des ästhetischen Scheins, Frankfurt a.M.
- Boltanski, Christian 1991, *Inventar*, Interview im Ausstellungskatalog der Hamburger Kunsthalle, Hamburg
- Bolz, Norbert 1993, *Am Ende der Gutenberg Galaxis: Die neuen Kommunikationsverhältnisse*, München
- Bolz, Norbert 1993a, *Urmensch und Spätprogramm*, S.10-13 in: *Symptome*, Zeitschrift für epistemologische Baustellen, Nr.12, 1993/94, Essen
- Borbé, Tasso 1983, *Der Blickfang zur Perzeption bei Wahlplakaten*, in: Krampen Martin, Hg., *Visuelle Kommunikation und/oder verbale Kommunikation?*, Hildesheim
- Bourdieu, Pierre 1983, *Die gesellschaftliche Definition der Photographie*, S.85-110 in: ders. (Hg.), *Eine illegitime Kunst*, Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie, Frankfurt a.M.
- Bourdieu, Pierre 1982, *Die feinen Unterschiede*, Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt a.M.
- Bourdieu, Pierre 1974, *Zur Soziologie der symbolischen Formen*, Frankfurt a.M.
- Braun, Gerhard 1993, *Grundlagen der visuellen Kommunikation*, München
- Brauner, Hilmar 1978, *Die Phänomenologie Edmund Husserls und ihre Bedeutung für soziologische Theorien*, Meisenheim am Glan: Hain
- Bredenkamp, Horst 1991, *Mimesis, grundlos*, S.278-288 in: Kunstforum Bd.114, *Imitation und Mimesis*, Köln
- Bubner, Rüdiger 1973, *Über einige Bedingungen gegenwärtiger Ästhetik*, S.38-73 in: *Neue Hefte für Philosophie*, Ist eine philosophische Ästhetik möglich?, Heft 5, Göttingen
- Buddemeier, Heinz 1981, *Das Foto*, Geschichte und Theorie der Fotografie als Grundlage eines neuen Urteils, Reinbek bei Hamburg
- Bühler, Karl-Ernst 1990, *Semiotische Phänomenologie bei Charles Sanders Peirce und das Leib/Seele-Verständnis*, S.113-191 in: ders. (Hg.), *Aspekte des Leib-Seele-Problems*, Würzburg
- Buggle, Franz 1993, *Die Entwicklungspsychologie Jean Piagets*, Stuttgart

- Buren, Daniel **1990**, *Daniel Buren*, Auszug: "Über die Institutionen im System der Kunst", Staatsgalerie Stuttgart, Erstveröffentlichung in: Daniel Buren: autour de "Ponctuations", Le Nouveau Musée, Lyon 1980
- Bystrina, Ivan **1983**, *Ritus, Mythos, Ideologie: Entstehen und Vergehen von Codes*, in: Borbé Tasso, Hg., *Semiotics Unfolding*, Vol I, Part 1, Berlin
- Bystrina, Ivan **1981**, *Kulturelle und filmische Codes*, S. 298-313 in: Bentele Günter, Hg., *Semiotik und Massenmedien*, München
- Casebier, Allan **1991**, *Film and Phenomenology*, Toward a Realist Theory of Cinematic Representation, Cambridge, New York
- Chavafk, Kvetoslav **1985**, *Struktur als Prozess*, Entwurf einer semiotischen Theorie der Kunst, in: Kodikas/Code Ars Semiotica Vol 8 No. 3/4, Tübingen
- Chung-yuan, Chang **1985**, *Tao, Zen und schöpferische Kraft*, Köln
- Ciampi, Luc **1992**, *Affektlogik: über die Struktur der Psyche und ihre Entwicklung*, e. Beitr. zur Schizophrenieforschung, 3. Aufl., Stuttgart
- Congdon-Martin, Douglas **1990**, *The Navajo Art Of Sandpainting*, Schiffer Publishing, West Chester, Pennsylvania
- Crespi, Franco **1991**, *Kultur und soziale Praxis*, Symbolische und gesellschaftliche Ordnung im Widerspruch, S.112-122 in: Assmann Aleida, Harth Dietrich, Hg., *Kultur als Lebenswelt und Monument*, Frankfurt a.M.
- Crilly, A.J. **1991**, *Fractals and Chaos*, New York, Berlin, Heidelberg
- Earnshaw, R.A.  
Jones, H.
- Däniken, Erich von **1973**, *Meine Welt in Bildern*, Bildargumente für Theorien, Spekulationen und Erforschtes, Düsseldorf, Wien
- Derrida, Jacques **1992**, *Die Wahrheit der Malerei*, Wien
- Derrida, Jacques **1979**, *Die Stimme und das Phänomen*, Ein Essay über das Problem des Zeichens in der Philosophie Husserls, Frankfurt a.M.
- Dewey, John, **1988**, *Kunst als Erfahrung*, Frankfurt a.M.
- Doerner, Max **1980**, *Malmaterial und seine Verwendung im Bilde*, Stuttgart
- Durkheim, Emile **1987**, *Schriften zur Soziologie der Erkenntnis*, Frankfurt a.M.
- Durkheim, Emile **1981**, *Die elementaren Formen des religiösen Lebens*, Frankfurt a.M.
- Durkheim, Emile **1976**, *Soziologie und Philosophie*, Frankfurt a.M.
- Durkheim, Emile **1973**, *Erziehung, Moral und Gesellschaft*, Vorlesungen an der Sorbonne 1902/1903, Neuwied am Rhein
- Ebert, Theodor **1974**, *Meinung und Wissen in der Philosophie Platons*, Untersuchung zum "Charmides", "Menon" und "Staat", Berlin
- Eco, Umberto **1991**, *Semiotik, Entwurf einer Theorie der Zeichen*, 2., korrigierte Auflage, München
- Eco, Umberto **1991a**, *Kunst und Schönheit im Mittelalter*, München
- Eco, Umberto **1977**, *Zeichen*, Einführung in einen Begriff und seine Geschichte, Frankfurt a.M.
- Eco, Umberto **1972**, *Einführung in die Semiotik*, München
- Eco, Umberto **1971**, Die Gliederung des filmischen Code, S.70-94,in: Knilli Friedrich, Hg., *Semiotik des Films*, München
- Ekman, Paul **1989**, *Weshalb Lügen kurze Beine haben*, Über Täuschungen und deren Aufdeckung im privaten und öffentlichen Leben, Berlin, New York
- Elliott, Jorge **1979**, *The Relationship Between Painting and Scripts*, S.609-630 in: Cordwell Justine M., Hg., *The Visual Arts*, Plastic and Graphic, The Hague, New York

- Emrich, Hinderk M. **1994**, *Über wahrnehmendes Bewußtsein und das Fühlen*, S. 112-117 in: Kunstforum, Bd. 126, März-Juni 1994, *Große Gefühle*, Ruppichterorth
- Engler, Wolfgang **1992**, *Selbstbilder*, Das reflexive Projekt der Wissenssoziologie, Berlin
- Erdheim, Mario **1991**, *Psychoanalyse und Unbewußtheit in der Kultur*, 2.Aufl., Frankfurt a.M.
- Faltin, Peter **1985**, *Bedeutung ästhetischer Zeichen Musik und Sprache*, Aachen
- Fellmann, Ferdinand **1989**, *Phänomenologie als ästhetische Theorie*, Freiburg
- Fetscher, Rolf **1985**, *Der Aufbau des Selbst*, S.673-707 in: *Psyche*, Zeitschrift für Psychoanalyse und ihre Anwendungen, 39Jg. August 1985, Stuttgart
- Fleischer, Michael **1990**, *Die Kultur als offenes System*, Thesen zum Evolutionsproblem, S.152-178 in: Koch, Walter A., *Natürlichkeit der Sprache und der Kultur*, acta colloquii, Bochum
- Florey, Ernst **1994**, *Geist oder Automat: Spekulation über das fühlende Gehirn*, S.92-103 in: Kunstforum, Bd. 126, März-Juni 1994, *Große Gefühle*, Ruppichterorth
- Flusser, Vilém **1989**, *Für eine Philosophie der Fotografie*, Göttingen
- Flusser, Vilém **1989a**, *Ins Universum der technischen Bilder*, Göttingen
- Förster, Heinz von **1993**, *KybernEthik*, Berlin
- Förster, Heinz von **1989**, *Wahrnehmung*, in: Ars Electronica, Hg., *Philosophien der neunten Technologie*, Berlin
- Foucault, Michel **1989**, *Die Ordnung der Dinge*, Eine Archäologie der Humanwissenschaften, Frankfurt a.M.
- Freud, Sigmund **1994**, *Psychologie des Unbewußten*, Studienausgabe Bd. 3, Siebte, korregierte Ausgabe, Frankfurt a.M.
- Freud, Sigmund **1991**, *Die Traumdeutung*, in Anlehnung an Band 2 der Studienausgabe mit stillschweigender Korrekturübernahme der Studienausgabe von 1972, Fischer Verlag, Frankfurt a.M.
- Freud, Sigmund **1961**, *Gesammelte Werke Bd. 2 u. 3, Die Traumdeutung über den Traum*, Dritte Auflage der Ausgabe von 1942, Fischer Verlag, Frankfurt a.M.
- Freund, Gisèle **1976**, *Photographie und Gesellschaft*, München
- Friedrich, Clemens **1994**, *Semiotik als Gesellschaftstheorie*, Berlin
- Furth, Hans, G. **1976**, *Intelligenz und Erkennen*, Die Grundlagen der genetischen Erkenntnistheorie Piagets, Frankfurt a.M.
- Furth, Hans, G. **1972**, *Denkprozesse ohne Sprache*, Düsseldorf
- Fyfe, Gordon **1988**, *Picturing power: visual depiction and social relations*, in: ders. (Hg.), Sociological review monograph; 35, London, New York
- Law, John
- Gaube, Uwe **1978**, *Film und Traum*, Zum präsentativen Symbolismus, München
- Gebauer, Gunter **1992**, *Mimesis*, Kultur - Kunst - Gesellschaft, Reinbek bei Hamburg
- Wulf, Christoph
- Geertz, Clifford **1983**, *Dichte Beschreibung*, Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, S.7-43 *Dichte Beschreibung*, S.44-95 *Religion als kulturelles System*, S.96-132 *Ritual und sozialer Wandel: ein javanisches Beispiel*, S.133-201 *Person, Zeit und Umgangsformen auf Bali*, S.202-260 »Deep play«: *Bemerkungen zum balinesischen Hahenkampf*, Frankfurt a.M.
- Gehlen, Arnold **1986**, *Zeitbilder*, Frankfurt a.M.
- Gehlen, Arnold **1986a**, *Anthropologische und sozialpsychologische Untersuchungen*, Reinbek bei Hamburg

- Geisler Linus S. 1993, *Blind durch eine Flut von Bildern*, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nr. 92, 21.4.93, S.N4
- Gibson, Eleanor J. 1989, *Die Psychologie des Lesens*, Frankfurt a.M.  
Levin Harry
- Gibson, James, J. 1982, *Wahrnehmung und Umwelt*, München
- Gibson, James, J. 1973, *Die Wahrnehmung der visuellen Welt*, Basel
- Giddens, Anthony 1992 *Die Konstitution der Gesellschaft*, Grundzüge einer Theorie der Strukturierung, Frankfurt a.M.
- Glaserfeld, Ernst von 1994, *Piagets konstruktivistisches Modell: Wissen und Lernen*, S. 16-43 in: Rusch Gebhard; Schmidt Siegfried J., Hg., *Piaget und der Radikale Konstruktivismus*, Frankfurt a.M
- Glaserfeld, Ernst von 1986, *Wissen ohne Erkenntnis*, S.20-23 in: *Delfin*, Eine deutsche Zeitschrift für Konstruktion Analyse und Kritik, 4.Jg., Nr.VII, Dezember, Rheda-Wiedenbrück
- Goepper, Roger 1962, *Vom Wesen chinesischer Malerei*, München
- Goldstein, Leonard 1988, *The Social and Culture Roots of Linear Perspective*, Studies in Marxism, Vol. 22, Minneapolis
- Gombrich, Ernst H. 1992, *Abi Warburg*, Eine intellektuelle Biografie, Hamburg
- Gombrich, Ernst H. 1984, *Bild und Auge*, Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung, Stuttgart
- Gombrich, Ernst, H. 1982, *Norm und Form*, S.148-178 in: Henrich Dieter, Iser Wolfgang, Hg., *Theorien der Kunst*, Frankfurt a.M.
- Goodman, Nelson 1984, *Weisen der Welterzeugung*, Frankfurt a.M.
- Goodman, Nelson 1973, *Sprachen der Kunst*, Ein Ansatz zu einer Symboltheorie, Frankfurt a.M.
- Goody, Jack 1981, *Konsequenzen der Literalität*, S.45-104 in: Goody Jack, Hg. *Literalität in traditionellen Gesellschaften*, Frankfurt a.M.  
Watt, Ian
- Grassi, Ernesto 1979, *Die Macht der Phantasie*, Zur Geschichte abendländischen Denkens, Königsstein/Ts.
- Grassi, Ernesto 1970, *Macht des Bildes: Ohnmacht der rationalen Sprache*, Köln
- Greenfield, Patricia M. 1971, *Über Kultur und Äquivalenz II*, in: Brunner Jerome.S., Olver Rose R.,  
Olver, Rose R Greenfield Patricia M., *Studien zur kognitiven Entwicklung*, Stuttgart
- Greenlee, Douglas 1973, *Peirce's Concept Of Sign*, The Hague, Paris
- Grewendorf, Günter 1989, *Sprachliches Wissen*, Eine Einführung in moderne Theorien der  
grammatischen Hamm, Fritz Beschreibung, Frankfurt a.M  
Sternefeld, Wolfgang
- Groys, Boris 1992, *Über das Neue*, Versuch einer Kulturökonomie, München u. Wien
- Gumbrecht, Hans-Ulrich 1979, *Für eine phänomenologische Fundierung der soziahistorischen Begriffsgeschichte* S.75-101 in: Koselleck Reinhart, Hg, *Historische Semantik und Begriffsgeschichte*, Stuttgart
- Habermas, Jürgen 1991, *Der philosophische Diskurs der Moderne*, Frankfurt a.M.
- Habermas, Jürgen 1988a, *Theorie des kommunikativen Handelns*, Band 1, Frankfurt a.M.  
1988b, Band 2
- Habermas, Jürgen 1971, in: Habermas Jürgen, Luhmann Niklas, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?* Frankfurt a.M.
- Habermas, Jürgen 1973, *Erkenntnis und Interesse*, Frankfurt a.M.
- Haefner, Klaus 1991, *Bitte keine Medien ohne Kultur!*, Zehn Thesen aus der Sicht der Informatik, S.214-217 in: Faulstich Werner von, Hg., *Medien und Kultur*, Beiträge zu

- einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg, (Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik), Göttingen
- Hagen, Margaret A. (Hg.) **1980a**, *The Perception of Pictures*, Vol.1,  
**1980b**, Vol.2 New York,
- Halbwachs, Maurice **1985**, *Das kollektive Gedächtnis*, Frankfurt a.M.
- Hatcher, Evelyn Payne **1994**, *Visual metaphors: a methodological study in visual communication*, University of New Mexiko Press, Albuquerque
- Hauser, Arnold **1974**, *Soziologie der Kunst*, München
- Hebdige, Dick **1979**, *Subculture*, The meaning of style, London, New York
- Heidegger Martin **1992**, *Der Ursprung des Kunstwerks*, Stuttgart
- Hejl, Peter M. **1991**, *Wie Gesellschaften Erfahrungen machen oder: Was Gesellschaftstheorie zum Verständnis des Gedächtnisproblems beitragen kann*, S.293-336 in: Schmidt Siegfried J., Hg., *Gedächtnis*, Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung, Frankfurt a.M.
- Helle, Horst Jürgen **1977**, *Verstehende Soziologie und Theorie der Symbolischen Interaktion*, Stuttgart
- Henrich, Dieter **1982**, *Theorien der Kunst*, Frankfurt a.M.
- Iser, Wolfgang (Hg.)
- Hensel, Mathias **1990**, *Die Informationsgesellschaft*, Neuere Ansätze zur Analyse eines Schlagwortes, München
- Hess, Walter **1988**, *Dokumente zum Verständnis der modernen Malerei*, König Burghard, Hg. Reinbek bei Hamburg
- Hodge, Robert **1988**, *Social Semiotics*, Cambridge
- Gunter Kress
- Hoffmann, Marhild **1982**, *Visuelle Präsentation von Herrschaft*, Zur Bedeutung medialer Vermittlung in der politischen Sozialisation und Kommunikation, Frankfurt a.M.
- Holicki, Sabine **1993**, *Pressefoto und Presstext im Wirkungsvergleich*, Eine experimentelle Untersuchung am Beispiel von Politikerdarstellungen, München
- Holzcamp, Klaus **1985**, *Grundlegung der Psychologie*, Frankfurt a.M.
- Holzcamp, Klaus **1973**, *Sinnliche Erkenntnis*, Historischer Ursprung und gesellschaftliche Funktion der Wahrnehmung, Frankfurt a.M.
- Horkheimer, Max **1984**, *Dialektik der Aufklärung*, Philosophische Fragmente, Gesammelte Schriften  
Adorno, Theodor W Band 3, Frankfurt a.M.
- Hund, Wulf D. **1974**, *Kommunikation in der Gesellschaft*, Demokratische Willensbildung oder manipulierte Meinung, Frankfurt. a.M.
- Hund, Wulf D. **1976**, *Ware Nachricht und Informationsfetisch*, Zur Theorie der gesellschaftlichen Kommunikation, Darmstadt u. Neuwied
- Husserl, Edmund **1980**, *Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie*, Tübingen
- Husserl, Edmund **1954**, *Husserliana - Gesammelte Werke Bd. VI: Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie*, Hg. Biemel Walter, Den Haag
- Iiyama, Genji **1993**, *Global Vision*, Conception of Benetton, Robundo Publishing Inc., Tokio
- Joas, Hans **1989**, *Praktische Intersubjektivität*, Die Entwicklung des Werkes von G. H. Mead, Frankfurt a.M.
- Joas, Hans **1985**, *Das Problem der Intersubjektivität*, Neuere Beiträge, zum Werk George Herbert Meads, Frankfurt a.M.
- (Hg.)
- Jörg, Sabine **1978**, *Der Einfluß sprachlicher Bezeichnung auf das Wiedererkennen von Bildern*, Bern

- Kabakov, Ilya      **1993**, *Homa Noma*, oder Der Kreis der Moskauer Konzeptualisten, Hamburger Kunsthalle, Hg., Zürich
- Kalman, Tibor      **1995** *Colors*, Ein Magazin über den Rest der Welt, Dez 95 - Feb 96, Nr.13 [Internationale "Zeitschrift" ohne Worte] © United Colors of Benetton 1995 Rom, Budapest
- Kanngießer, Siegfried Jürgen, Kritz      **1983**, *Zeichendynamik und Wahrnehmungscodes*, S.75-99 in: Posner Roland, Hg., Zeitschrift für Semiotik, Band 5, Heft 1/2, Wiesbaden
- Kant, Immanuel      **1974:III**, *Kritik der reinen Vernunft, Band III*, Frankfurt a.M.
- Kant, Immanuel      **1974:X**, *Kritik der Urteilskraft, Band X*, Frankfurt a.M.
- Karger, Angelika      **1991** *Semiotik - Vermittlung zwischen evolutionärer Erkenntnistheorie und radikalem Konstruktivismus*, S.61-71 in: Semiosis 61/62, Heft 1-2, Baden Baden
- Karger, Angelika      **1986**, *Zeichen und Evolution*, Köln
- Karger, Angelika      **1981**, *Untersuchung zur Bewußtseinskonzeption bei Ch. S. Peirce*, Diss, Stuttgart
- Keiner, Mechtild      **1978**, *Untersuchungen zur Entwicklung des 'icon'-Begriffs bei Charles S. Peirce*, Dissertation, Stuttgart
- Keiner, Mechtild      **1977**, *Über den Icon-Begriff*, in: *Semiosis 7*, Zeitschrift für Semiotik und ihre Anwendung, Heft 3, 1977, S.35, Stuttgart
- Klaus, Georg      **1968**, *Wörterbuch der Kybernetik*, Berlin
- Klee, Paul      **1956**, *Das bildnerische Denken*, Basel
- Kleinspehn, Thomas      **1989**, *Der flüchtige Blick*, Reinbek bei Hamburg
- Knobloch, Heinz      **1988**, *Sprache und Kunst*, Über die Sprachkritik der neueren Kunsttheorie, Aachen
- Knops, Tilo, Rudolf      **1986**, *Die Aufmerksamkeit des Blicks*, Frankfurt a.M.
- Koch, Walter, A.      **1971**, *Varia Semiotika*, Hildesheim
- Koselleck, Reinhart      **1979**, *Begriffsgeschichte und Sozialgeschichte*, S.19-36 in: ders. (Hg.), *Historische Semantik und Begriffsgeschichte*, Stuttgart
- Krampen, Martin      **1987**, *Zur Einführung: Umweltrezeption als Zeichenprozeß*, S. 232 in: *Zeichen - Rezeption und Wandel in Gesellschaft und Massenkommunikation*, Hildesheim
- Kuhns, Richard      **1986**, *Psychoanalytische Theorie der Kunst*, Frankfurt a.M.
- Kuhns, Richard      **1982**, *Psychoanalytische Theorie als Kunstphilosophie*, S.179-236 in: Henrich Dieter, Iser Wolfgang, Hg., *Theorien der Kunst*, Frankfurt a.M.
- Kunczik, Michael      **1984**, *Kommunikation und Gesellschaft*, Theorien zur Massenkommunikation, Köln, Wien
- Lacan, Jacques      **1991**, *Schriften I*, 3., korr. Aufl., Haas Norbert, Hg., Olten
- Lacan, Jacques      **1986**, *Schriften II*, 2. Aufl., Haas Norbert, Hg., Olten
- Langer, Susanne K.      **1984**, *Philosophie auf neuem Wege*, Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst, Berlin
- Lehmann, Günther K.      **1991**, *Medien und Kultur: Zwiespalt oder Sythese?* S. 62-66 in: Faulstich Werner von, Hg., *Medien und Kultur*, Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg, (Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik), Göttingen
- Lenk, Hans      **1993**, *Interpretation als funktionales Fundament der Zeichen*, S.63-68 in: Simon Josef, Hg., *Allgemeine Zeitschrift für Philosophie*, Bonn
- Leontjew, A. N.      **1964**, *Probleme der Entwicklung des Psychischen*, Berlin
- Lewandowski, Theodor      **1975**, *Linguistisches Wörterbuch*, Band 2, Heidelberg
- Lincke, Harold      **1981**, *Instinktverlust und Symbolbildung*, Die psycho-biologischen Grundlagen des menschlichen Verhaltens, Berlin

- Lingner, Michael **1986**, *Kunst - Betrachtung*, Textplakat, S.72 in: *Delfin*, Eine deutsche Zeitschrift für Konstruktion Analyse und Kritik, 4.Jg.,Nr.VII, Dezember, Rheda-Wiedenbrück
- Lloyd, Barbara B. **1972**, *Perception and Cognition*, A Cross-Cultural Perspective, London
- Loschek, Ingrid **1991**, *Mode: Verführung und Notwendigkeit*, Struktur und Strategie der Aussehensveränderung, München
- Lotman, Jurij M. **1984**, *The Role of Dual Models in the Dynamics of Russian Culture*, S.3-35 in: *The Semiotics of Russian Culture*, University of Michigan, Ann Arbor
- Uspenskij, Boris A
- Lotman, Jurij M. **1990**, *Universe Of The Mind*, A Semiotic Theory of Culture, London, New York
- Luhmann, Niklas **1995**, *Die Kunst der Gesellschaft*, Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1995a**, *Die Form "Person"*, S. 142-154, *Die Tücke des Subjekts und die Frage nach dem Menschen*, S.155-168 in: *Soziologische Aufklärung 6*, Die Soziologie und der Mensch, Opladen
- Luhmann, Niklas **1992**, *Die Wissenschaft der Gesellschaft*, Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1992a**, *Beobachtungen der Moderne*, Opladen
- Luhmann, Niklas **1992b**, *Die Systemtheorie zwischen Involution und Normativität*, Ein Interview mit Niklas Luhmann, in: *Symptome*, Zeitschrift für epistemologische Baustellen, Dezember 92, Heft Nr.10, Bochum
- Luhmann, Niklas **1991**, *Ist Kunst codierbar?*, S.245-267 in: *Soziologische Aufklärung 3*, Soziales System, Gesellschaft, Organisation , Opladen
- Luhmann, Niklas **1990**, *Identität - was oder wie?*, S.14-30; *Das Erkenntnisprogramm des Konstruktivismus und die unbekannt bleibende Realität*, S.31-58; Gleichzeitigkeit und Synchronisation, S.95-130 in: *Soziologische Aufklärung 5*, Konstruktivistische Perspektiven, Opladen
- Luhmann, Niklas **1990a**, *Weltkunst*, S.7-45 in: Luhmann, Niklas; Frederick D. Bunsen; Dirk Baecker, *Unbeobachtete Welt: über Kunst und Architektur*, Bielefeld
- Luhmann, Niklas **1989**, *Reden und Schweigen*, Frankfurt a.M.
- Fuchs, Peter
- Luhmann, Niklas **1987**, *Soziale Systeme*, Grundriß einer allgemeinen Theorie, Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1986**, *"Distinctions Directrices"*, Über Codierung von Semantiken und Systemen, S.145-161 in: *Kultur und Gesellschaft*, Sonderheft 27, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hg. Neidhard, F.; Lepsius, M.R., Opladen
- Luhmann, Niklas **1986a**, *Das Medium der Kunst*, S.6-15 in: *Delfin*, Eine deutsche Zeitschrift für Konstruktion Analyse und Kritik, Rheda-Wiedenbrück
- Luhmann, Niklas **1986b**, *Das Kunstwerk und die Selbstreproduktion der Kunst*, S.620-672 in: Gumbrecht, Ulrich; Pfeiffer, Ludwig K., *Stil*, Geschichte und Funktion eines kulturwissenschaftlichen Diskurselements, Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1980**, *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft, Bd. 1, Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1975**, *Einfache Sozialsysteme*, S.21-38; *Selbst-Thematisierung des Gesellschafts-systems*, S.72-103; *Einführende Bemerkungen zu einer Theorie symbolisch generalisierter Kommunikationsmedien*, S.170-192 in: *Soziologische Aufklärung 2*, Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft, Opladen
- Luhmann, Niklas **1971**, in: Habermas, Jürgen / Luhmann Niklas, *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung?* Frankfurt a.M.
- Luhmann, Niklas **1970**, *Soziologie als Theorie sozialer Systeme*, S.113 in: *Soziologische Aufklärung 1*, Opladen
- Maccoby, Michael **1971**, *Über Kultur und Äquivalenz*, in: Brunner Jerome.S.,Olver Rose R., Greenfield Patricia M. *Studien zur kognitiven Entwicklung*, Stuttgart
- Modiano, Nancy

- Maimann, Helene **1984**, *Geschichts-Bilder, Zum Verhältnis von Geschichte und Bild-Medien*, S.137-152 in: Nagl-Docekal Herta, Wimmer Franz, Hg., *Neue Ansätze in der Geschichtswissenschaft*, Wien
- Maletzke, Gerhard **1988**, *Kulturverfall durch Fernsehen*, Berlin
- Marcuse, Herbert **1984**, *Triebstruktur und Gesellschaft*, Frankfurt a.M.
- Marker, Chris **1983**, *Sans Soleil*, Textbeilage, FiFeGe/Ag-Kino Hamburg
- Maturana, Humberto R. **1991**, *Kognition*, S.89-118 in: Schmidt Siegfried J., Hg., *Der Diskurs der radikalen Konstruktivisten*, Frankfurt a.M.
- Maturana, Humberto R. **1987**, *Der Baum der Erkenntnis*, Bern, München
- Varela, Francisco J.
- Maturana, Humberto R. **1972**, *Autopoiesis and cognition*, The Realization of the Living, Boston
- Varela Francisco J.
- McLuhan, Marshall **1984**, *Das Medium ist Massage*, Frankfurt a.M.  
Fiore, Quentin
- McLuhan, Marshall **1968**, *Die magischen Kanäle, »Underständig Media«*, Düsseldorf, Wien
- McLuhan, Teri C. **1985**, *Bilder für den weißen Mann, Eisenbahntourismus und der amerikanische Indianer 1890-1930*, München
- McQuail, Denis **1994**, *Mass Communication Theory, An Introduction (Third Edition)*, London, Thousand Oaks, New Delhi
- Mead, George Herbert **1988**, *Geist, Identität und Gesellschaft*, aus der Sicht des Sozialbehaviorismus, 7. Aufl., Frankfurt a.M.
- Mead, George Herbert **1980**, *Das Wesen der ästhetischen Erfahrung*, in: *Gesammelte Aufsätze*, Band 2, Frankfurt a.M.
- Mead, George Herbert **1969**, *Philosophie der Sozialität*, Aufsätze zur Erkenntnisanthropologie, Frankfurt a.M.
- Merleau-Ponty, Maurice **1967**, *Das Auge und der Geist*, Reinbek bei Hamburg
- Merleau-Ponty, Maurice **1966**, *Phänomenologie der Wahrnehmung*, Berlin
- Metz, Christian **1972**, *Semiologie des Films*, München
- Metzger, Wolfgang **1975**, *Gesetze des Sehens*, Frankfurt a.M.
- Metzger, Wolfgang **1953**, *Gesetze des Sehens*, 2.Aufl. Frankfurt a.M.
- Miller, Max **1986**, *Kollektive Lernprozesse*, Studien zur Grundlegung einer soziologischen Lerntheorie
- Moles, Abraham, A. **1976**, *Soziodynamik der Kultur*, Stuttgart
- Moles, Abraham, A. **1971**, *Informationstheorie und ästhetische Wahrnehmung*, Köln
- Morris, Charles W. **1988**, *Grundlagen der Zeichentheorie / Ästhetik der Zeichentheorie*, Frankfurt a.M.
- Morris, Charles W. **1977**, *Pragmatische Semiotik und Handlungstheorie*, Frankfurt a.M.
- Morris, Charles W. **1973**, *Zeichen, Sprache und Verhalten*, Düsseldorf
- Morris, Charles W. **1934**, *Einleitung: George Herbert Mead als Sozialpsychologe und Sozialphilosoph* in: Mead 1988
- Mowlana, Hamid **1985**, *Global Information and World Communication*, New York & London
- Müller, Michael **1993**, *Der symbolische Rausch und der Kode*, Zeichenfunktionen und ihre Neutralisierung, Tübingen
- Sottong, Hermann
- Mukařovský, Jan **1989**, *Kunst, Poetik, Semiotik*, Frankfurt a.M.
- Mukařovský, Jan **1986**, *Schriften zur Ästhetik, Kunsttheorie und Poetik*, Tübingen
- Muller, Jon D. **1979**, *Struktural Studies of Art Styles*, S.139-212 in: Cordwell Justine M., Hg., *The Visual Arts, Plastic and Graphic*, The Hague, New York
- Nadin, Mihai **1991**, *Die Kunst der Kunst*, Elemente einer Metaästhetik, Stuttgart, Zürich



- Nagl, Ludwig **1992**, *Charles Sanders Peirce*, [Einführung], Frankfurt a.M.
- Nancy, Jean-Luc **1987**, *Das Vergessen der Philosophie*, Wien
- Neidhard, Friedrich **1986**, *Kultur und Gesellschaft*, Eine Anmerkung zum Sonderheft, S.10-18 in: *Kultur und Gesellschaft*, Sonderheft 27, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hg. Neidhard, F., Lepsius, M.R., Opladen
- Neisser, Ulric **1979**, *Kognition und Wirklichkeit*, Prinzipien und Implikationen der kognitiven Psychologie, Stuttgart
- Neisser, Ulric **1974**, *Kognitive Psychologie*, Stuttgart
- Nöth, Winfried **1985**, *Handbuch der Semiotik*, Stuttgart
- Nöth, Winfried **1975**, *Semiotik*, Eine Einführung mit Beispielen für Reklameanalysen, Tübingen
- Oehler, Klaus **1994**, *Über Grenzen der Interpretation aus der Sicht des semiotischen Pragmatismus*, S.57-72 in: Simon Josef, *Zeichen und Interpretation*, Frankfurt a.M.
- Oehler, Klaus **1981**, *Idee und Grundriß der Peiceschen Semiotik*, S.15-49 in: Krampen Martin, Oehler Klaus, Posner Roland, Uexkühl Thure von, Hg., *Die Welt als Zeichen: Klassiker der modernen Semiotik*, Berlin
- Oeser, Erhard **1988**, *Gehirn, Bewußtsein und Erkenntnis*, Darmstadt
- Seitelberger, Franz
- Ogden, C.K. **1974**, *Die Bedeutung der Bedeutung*, Eine Untersuchung über den Einfluß der Richards, I.A Sprache auf das Denken und über die Wissenschaft des Symbolismus, Frankfurt a.M.
- Opp, Karl-Dieter **1971**, *Die Reduzierbarkeit von Soziologie auf Psychologie*, Braunschweig
- Hummel, Hans, J.
- Panofsky, Erwin **1964** *Die Perspektive als "symbolische Form"* in: ders., *Aufsätze zu Grundfragen der Kunstwissenschaft*. Oberer H., Verheyen E., Hg., Berlin
- Pape, Helmut **1994**, *Zur Einführung: Logische und metaphysische Aspekte einer Philosophie der Kreativität. C.S. Peirce als Beispiel*, in: ders. (Hg.), *Kreativität und Logik*, Charles S. Peirce und das philosophische Problem des Neuen, Frankfurt a.M.
- Pape, Helmut **1989**, *Erfahrung und Wirklichkeit als Zeichenprozeß*, Charles S. Peirces Entwurf eine Spekulativen Grammatik des Seins, Frankfurt a.M.
- Parsons, Talcott **1973**, *Culture and Social System Revisited*, S.33-46 in: Schneider Louis, Bonjean Carles M., Hg., *The Idea of Culture in the Social Sciences*, Cambridge
- Parsons, Talcott **1972**, *Das System moderner Gesellschaften*, München
- Pasolini, Pier Paolo **1971**, *Die Sprache des Films*, S.38-65 in: Knilli Friedrich, Hg., *Semiotik des Films*, München
- Pawek, Karl **1963**, *Das optische Zeitalter*, Freiburg
- Pazzini, Karl-Josef **1992**, *Bilder und Bildung*, Münster
- Peirce, Charles Sanders **1991**, *Was ist ein Naturgesetz?*, S.292-316 in: *Naturordnung und Zeichenprozeß*, Schriften über Semiotik und Naturphilosophie, Frankfurt a.M.
- Peirce, Charles Sanders **1986**, *Charles S. Peirce, Semiotische Schriften*, Band 1, Frankfurt a.M.
- Peirce, Charles Sanders **1985**, *Wie wir Ideen klar machen*, S.59-78, *Über Zeichen*, (Brief an Lady V. Welby 12. Oktober 1904), S.143-167 in: Walther Elisabeth, Hg., *Die Festigung der Überzeugung und andere Schriften*, Frankfurt a.M.
- Peirce, Charles Sanders **1983**, *Phänomen und Logik der Zeichen*, Frankfurt a.M.
- Peirce, Charles Sanders **1977**, *Semiotic and Signifcs*, The Correspondence between Charles S. Peirce and Victoria Lady Welby, Hardwick Charles S., Hg., London,
- Peirce, Charles Sanders **1973**, *Lecture on Pragmatism, Vorlesung über Pragmatismus*, Hamburg

- Peirce, Charles Sanders **1967 I** *Schriften I, Zur Entstehung des Pragmatismus*  
**1967 II** *Schriften II, Vom Pragmatismus zum Pragmatizismus*, Frankfurt a.M.
- Peirce, Charles Sanders **1960**, *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vol. 1-8, Cambridge
- Pfaff, Konrad **1972**, *Kunst für die Zukunft*, Köln
- Piaget, Jean **1983**, *Meine Theorie der geistigen Entwicklung*, Frankfurt a.M.
- Piaget, Jean **1978**, *Die Entwicklung des inneren Bildes beim Kinde*, Frankfurt a.M.
- Inhelder, Bärbel
- Piaget, Jean **1976**, *The Affective Unconscious and the Cognitive Unconscious*, S. 63-71 in: Inhelder Bärbel; Chipman Harold H., *Piaget and His Scholl*, A Reader in Development Psychology, New-York, Heidelberg, Berlin
- Piaget, Jean **1974**, *Gedächtnis und Intelligenz*, Olten
- Inhelder, Bärbel
- Piaget, Jean **1974a**, *Der Aufbau der Wirklichkeit beim Kinde*, Stuttgart
- Pöppel, Ernst **1985**, *Grenzen des Bewußtseins*, Über Wirklichkeit und Welterfahrung, Stuttgart
- Pöppel, Ernst **1982**, *Lust und Schmerz*, Grundlagen menschlichen Erlebens und Verhaltens, Berlin
- Polanyi, Michael **1994**, *Was ist ein Bild?*, S.148-162 in: Boehm Gottfried, Hg., *Was ist ein Bild*, München
- Porath, Erik **1995**, *Aufzeichnungen und Analyse*, Theorien und Techniken des Gedächtnisses, S.13-32 in: ders. (Hg.) u. Titel, Würzburg
- Posner, Roland **1991**, *Kultur als Zeichensystem*, Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe, S.37-74 in: Assmann Aleida, Harth Dietrich, Hg., *Kultur als Lebenswelt und Monument*, Frankfurt a.M.
- Potter, Mary C. **1971**, *Über perzeptives Erkennen*, in: Brunner Jerome.S., Olver Rose R., Greenfield Patricia M., *Studien zur kognitiven Entwicklung*, Stuttgart
- Plonner, Heribert **1980**, *Über das Wiedererkennen visueller Muster*, Dissertation, München
- Prauss, Gerold **1990**, *Die Welt und wir*, Band I: Sprache - Subjekt - Zeit, Stuttgart
- Putnam, Hilary **1995**, *Pragmatismus*, Eine offene Frage, Frankfurt a.M.
- Quine, Willard van Orman **1980**, *Wort und Gegenstand*, Stuttgart
- Quine, Willard van Orman **1979**, *Zwei Dogmen des Empirismus*, S.27-50 in: *Von einem logischen Standpunkt*, Frankfurt a.M.
- Raab, Erich **1976**, *Bildkomplexität, Farbe und Ästhetischer Eindruck*, Graz
- Rappl, Werner **1993**, *Mnemosyne*, Ein Sturmloch an die Grenze, S.363-390 in: Fleckner U, Galitz R., Naber C., Nöldeke H., Hg., *Aby M. Warburg*, Bildersammlung zur Geschichte von Sternenglauben und Sternenkunde im Hamburger Planetarium, Hamburg
- Recki, Birgit **1991**, *Mimesis: Nachahmung der Natur*, Kleine Apologie eines mißverstandenen Leitbegriffs, S.116-126 in: Kunstforum Bd. 114, Juli/ August 1991, *Imitation und Mimesis*, Ruppichterorth
- Rehkämper, Klaus **1993**, *Perspektive ist des Malers beste Kunst*, Einige Bemerkungen zur Theorie der Perspektive kritisch betrachtet, Graduiertenkolleg Kognitionswissenschaften Hamburg, Oldenburg
- Reimann, Horst **1968**, *Kommunikations-Systeme*, Umriss einer Soziologie der Vermittlungs- und Mitteilungsprozesse, Tübingen
- Reinhardt, Ad **1984**, *Ad Reinhardt*, Schriften und Gespräche, Kellein Thomas, Hg., München
- Rheingold, Howard **1992**, *Virtuelle Welt*, Reisen im Cyberspace, Reinbek bei Hamburg
- Rorty, Richard **1987**, *Der Spiegel der Natur*, Eine Kritik der Philosophie, Frankfurt a.M.

- Roth, Gerhard **1994**, *Verstand und Gefühle*, S.118-126 in: Kunstforum, Bd. 126, März-Juni 1994, *Große Gefühle*, Ruppichterorth
- Roth, Gerhard **1991**, *Die Konstitution von Bedeutung im Gehirn* S.360-370 in: Schmidt Siegfried J., Hg., *Gedächtnis: Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung*, Frankfurt a.M.
- Roth, Gerhard **1991a**, *Erkenntnis und Realität*, Das reale Gehirn und seine Wirklichkeit, S.229-255, *Autopoiese und Kognition*, Die Theorie H.R. Maturanas und die Notwendigkeit ihrer Weiterentwicklung, S.256-286 in: Schmidt Siegfried J., Hg., *Der Diskurs des realen Konstruktivismus*, Frankfurt a.M.
- Rubinstein, Sergej, L. **1966**, *Sein und Bewußtsein*, Die Stellung des Psychischen im allgemeinen Zusammenhang der Erscheinung in der materiellen Welt, Berlin
- Rubinstein, Sergej, L. **1959**, *Grundlagen der allgemeinen Psychologie*, Berlin
- Sartre, Jean-Paul **1971**, *Das Imaginäre*, Phänomenologische Psychologie der Einbildungskraft, Reinbek bei Hamburg
- Sauerbier, Samson D. **1989**, *Vor-Zeichen der Schöpfung*, Zur Rekonstruktion des kreativen ästhetischen Prozesses aus der Präsemiotik in.: Kodikas/Code Ars Semiotika Volume 12 (1989) No. 3/4 Tübingen
- Sauerbier, Samson D. **1985**, *Wörter, Bilder und Sachen*, Grundlegung einer Bildersprachlehre, Heidelberg
- Sauerbier, Samson D. **1977**, *Jenseits des Konkretismus*, Beitrag zur Theorie visuell-verbaler Texte in den Künsten, in: Ebert Wilhelm, Hg., *Konkrete Kunst - Konkrete Poesie*, Kastellaun
- Saussure de, Ferdinand **1931**, *Grundfragen der Allgemeinen Sprachwissenschaft*, Berlin
- Scheible, Helmut **1984**, *Wahrheit und Subjekt: Ästhetik im bürgerlichen Zeitalter*, Bern
- Scherer, Klaus R. **1979**, *Kommunikation*, S.14-24; *Die Funktion des nonverbalen Verhaltens im Gespräch*, S.25-32 in: Scherer Klaus R., Wallbot Harald G., Hg., *Nonverbale Kommunikation: Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten*, Basel
- Scheurer, Hans J. **1987**, *Zur Kultur- und Mediengeschichte der Fotografie*, Die Industrialisierung des Blicks, Köln
- Schiller, Friedrich **1984**, *Über die Ästhetische Erziehung des Menschen*, In einer Reihe von Briefen, Stuttgart
- Schivelbusch, Wolfgang **1977**, *Geschichte der Eisenbahnreise*, Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, München/Wien
- Schiwy, Günter **1973**, *Strukturalismus und Zeichensysteme*, München
- Schmidt, Siegfried J. **1991**, *Medien, Kultur: Medienkultur*, S.30-50 in: Faulstich Werner von, Hg., *Medien und Kultur*, Beiträge zu einem interdisziplinären Symposium der Universität Lüneburg, (Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik), Göttingen
- Schmidt, Siegfried J. **1991a**, *Gedächtnisforschung: Positionen, Probleme, Perspektiven*, S.9-55 in: ders. (Hg.), *Gedächtnis*, Probleme und Perspektiven der interdisziplinären Gedächtnisforschung, Frankfurt a.M.
- Schmoll J.A. **1977**, *Stilpluralismus statt Einheitszwang - Zur Kritik der Stilepochen-*  
gen. Eisenwerth *Kunstgeschichte*, S.9-19 in: Hager Werner, Knopp Norbert, *Beiträge zum Problem des Stilpluralismus*, München
- Schnädelbach, Herbert **1991**, *Kultur*, S.508-548 in: Martens Ekkehard, Schnädelbach Herbert, Hg.; *Philosophie*, Ein Grundkurs, Band 2, Reinbek bei Hamburg
- Schönrich, Gerhard **1990**, *Zeichenhandeln*, Untersuchungen zum Begriff einer semiotischen Vernunft im Ausgang von Ch.S.Peirce, Frankfurt a.M.

- Scholz, Oliver R. **1991**, *Bild, Darstellung, Zeichen*, Philosophische Theorien bildhafter Darstellung, München
- Schütz, Alfred **1979**, *Strukturen der Lebenswelt*, Bd.1,  
 Luckmann, Thomas **1984**, *Strukturen der Lebenswelt*, Bd.2, Frankfurt a.M
- Schütz, Alfred **1974**, *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt*, Eine Einleitung in die verstehende Soziologie, Frankfurt a.M.
- Schütz, Alfred **1971a** *Gesammelte Aufsätze*, Band 1,  
**1971b** *Gesammelte Aufsätze*, Band 2, Den Haag
- Schulte, Günter **1993**, *Der blinde Fleck in Luhmanns Systemtheorie*, Frankfurt a.M., New York
- Schulze, Gerhard **1993**, *Die Erlebnisgesellschaft*, Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt a.M.
- Seel, Martin **1993**, *Zur ästhetischen Praxis der Kunst*, in: Deutsche Zeitschrift für Philosophie, 41 Jg. Heft 1, S.31-43, Berlin
- Sennett, Richard **1983**, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens*, Die Tyrannei der Intimität, Frankfurt a.M.
- Siegrist, Johannes **1970**, *Das Consensus-Modell*, Studien zur Interaktionstheorie und zur kognitiven Sozialisiation, Stuttgart
- Silbermann, Alphons **1979**, *Klassiker der Kunstsoziologie*, München  
 (Hg.)
- Silbermann, Alphons **1973**, *Soziologie der Massenkommunikation*, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz  
 Krüger, Michael Udo
- Simmel, Georg **1993**, *Vom Wesen der Kultur*, S.84-91 in: *Das Individuum und die Freiheit*, Frankfurt a.M., ehemals: 1957, *Brücke und Tür*, Stuttgart
- Simmel, Georg **1992**, A = Seitenzahl von 1908, B = 1922, *Soziologie*, Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung, Frankfurt a.M.
- Simmel, Georg **1990**, *Das Problem des Stiles*, S.295-310 in: *Vom Wesen der Moderne: Essays zur Philosophie und Ästhetik*, Hamburg
- Simmel, Georg **1983**, *Rodin*, S.139-153, *Der Begriff und die Tragödie der Kultur*, S.183-206 in: *Philosophische Kultur*, Berlin [Original 1923 Potsdam]
- Simon, Josef **1989**, *Philosophie des Zeichens*, Berlin
- Sommerfeld, Reinhard **1980**, *Evolution, Kommunikation und Sprache*, Versuch einer Synthese ethologischer und linguistischer Semiotik, München
- Spangenberg, Peter M. **1993**, *Ereignisse und ihr Medium*, Über das Verhältnis von Wahrnehmung, Interaktion und audiovisueller Kommunikation, S.89-110 in: Balke Friedrich, Méchoulan E., Wagner B., Hg., *Zeit des Ereignisses - Ende der Geschichte?*, München
- Spangenberg, Peter M. **1988**, *TV, Hören und Sehen*, S.776-799 in: Gumbrecht Hans G., Pfeiffer Ludwig K., Hg., *Materialität der Kommunikation*, Frankfurt a.M.
- Spencer Brown, George **1972**, *Laws of Form*, New York; [Reprint von London 1969]
- Spitz, Ellen Handler **1991**, *Image and insight*, essays in psychoanalysis and the arts, New York, Chichester West Sussex
- Stadler, Michael **1991**, *Visuelles Gedächtnis für Formen und das Problem der Bedeutungszuweisung in kognitiven Systemen*, S.250-267 in: Schmidt Siegfried S., Hg., *Gedächtnis*, Frankfurt a.M.  
 Kruse, Peter
- Stagl, Justin **1986**, *Kulturanthropologie und Kultursoziologie: Ein Vergleich*, S.75-91 in: *Kultur und Gesellschaft*, Sonderheft 27, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Hg. Neidhard F., Lepsius M.R., Opladen
- Tannert, Christoph **1993**, *Fontanelle*, Kunst in (x) Zwischenfällen, Ausstellung Potsdam, Katalog Reison Verlag Berlin

- Tenbruck, Friedrich H.      **1990**, *Repräsentative Kultur*, S.20-53 in: Haferkamp Hans, Hg., *Sozialstruktur und Kultur*, Europäische Theoriekonferenz zum Thema Sozialstruktur und Kultur <1987, Bremen>, Frankfurt a.M.
- Tenbruck, Friedrich H.      **1989**, *Die kulturellen Grundlagen der Gesellschaft*, Der Fall der Moderne, Opladen
- Thies, Christian              **1995**, *Die Krise des Individuums*, Ein Vergleich zwischen Adorno und Gehlen, Diss., Hamburg
- Thürlemann, Felix      **1990**, *Albrecht Dürer - Das »Allerheiligenbild« und die Notiz »Über Farben«* Rekonstruktion einer historischen Farbsyntax, S.71 in: *Vom Bild zum Raum*, Beiträge zu einer semiotischen Kunstwissenschaft, Köln
- Thurn, Hans Peter      **1986**, *Abbau von Kultur: Dekulturation*, S.379-396 in: *Kultur und Gesellschaft*, Sonderheft 27, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Neidhard F., Lepsius M.R., Hg., Opladen
- Thurn, Hans Peter      **1979**, *Kultursociologie - Zur Begriffsgeschichte der Disziplin*, S.422-449 in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg.31
- Tugendhat, Ernst      **1976**, *Vorlesung zur Einführung in die sprachanalytische Philosophie*, Frankfurt a.M.
- Tylor, Mark C.  
Saarinen, Esa      **1994**, *Imagologies*, Media Philosophy, London, New York
- Ulmann, Gisela      **1975**, *Wörter als Determinanten der Wahrnehmung*, Frankfurt a.M.
- Vigener, Gerhard      **1979**, *Die zeichentheoretischen Entwürfe von F. de Saussure und Ch. S. Peirce als Grundlagen einer linguistischen Pragmatik*, Tübingen
- Virilio, Paul      **1989**, *Krieg und Kino*, Logistik der Wahrnehmung, Frankfurt a.M.
- Waffender, Manfred      **1991**, *Cyberspace*, Ausflüge in virtuelle Wirklichkeiten, Reinbek bei Hamburg (Hg.)
- Wallbott, Harald      **1979**, *Nonverbale Signalsysteme*, Blickkontakt, S.59-63 in: Scherer Klaus R., Wallbot Harald G., Hg., *Nonverbale Kommunikation: Forschungsberichte zum Interaktionsverhalten*, Weinheim u. Basel
- Walther, Elisabeth      **1983**, *Die Relevanz der Bedeutungsbegriffe von Victoria Welby and Charles S. Peirce für die heutige Semiotik*, in: Borbé Tasso, Hg., *Semiotics Unfolding*, Vol I, Part 2, Berlin
- Walther, Elisabeth      **1974**, *Allgemeine Zeichenlehre*, Einführung in die Grundlagen der Semiotik, Stuttgart
- Warnke, Martin      **1988**, *Durchbrochene Geschichte? Die Bilderstürme der Wiedertäufer in Münster 1543/1535* in: ders. (Hg.), *Bildersturm*, Die Zerstörung des Kunstwerks, Frankfurt a.M
- Watzlawik, Paul      **1978**, *Wie wirklich ist die Wirklichkeit?*, Wahn Täuschung Verstehen, München, Zürich
- Watzlawik, Paul  
Beavin, Janeth H.  
Jackson, Don D.      **1969**, *Menschliche Kommunikation*, Formen, Störungen, Paradoxien, Stuttgart
- Weber, Max      **1972**, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Grundriß der verstehenden Soziologie, 5., rev Aufl. von Johannes Winkelmann, Tübingen
- Weber, Max      **1968**, *Methodologische Schriften*, Studienausgabe, Tübingen
- Weber, Max      **1956**, *Die »Objektivität« sozialwissenschaftlicher Erkenntnis*, S.186-262 in: *Soziologie - Weltgeschichtesgeschichtliche Analysen - Politik*, Stuttgart (Verlag: Alfred Kröner)
- Weibel, Peter      **1991**, *Transformationen der Techno-Ästhetik*, S.205-248 in: Rötzer Florian, *Digitaler Schein*, Frankfurt a.M.

- Wedever, Rolf      **1985**, *Zur Sprachlichkeit von Bildern*, Ein Beitrag zur Analogie von Sprache und Kunst, Köln
- Welsch, Wolfgang   **1993**, *Ästhetisches Denken*, Stuttgart
- Welsch, Wolfgang   **1993a** *Ästhetik in der Diskussion*, Ästhetisierungsprozesse - Phänomene, Unterscheidungen, Perspektiven, in: Deutsche Zeitschrift für Philosophie, 41 Jg. 1993 Bd.1, 7-29
- Welz, Frank        **1996**, *Kritik der Lebenswelt*, Eine soziologische Auseinandersetzung mit Edmund Husserl und Alfred Schütz, Opladen
- Wersig, Gernot     **1986**, *Das Potential des Bildes*, in: Rundfunk und Fernsehen, 34 Jg. 1986/1
- Wersig, Gernot     **1985**, *Die kommunikative Revolution*, Strategien zur Bewältigung der Krise der Moderne, Opladen
- Wetzel, Michael    **1994**, *Der Entzug der Bilder*, Visuelle Realitäten, München  
Wolf, Herta, (Hg.)
- Whorf, Benjamin Lee      **1963**, *Sprache, Denken, Wirklichkeit*, Beiträge zur Metalinguistik und Sprachphilosophie, Hamburg
- Winter, Rainer      **1992**, *Filmsoziologie: Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft*, München
- Wittgenstein, Ludwig      **1990**, *Tractatus logico-philosophicus, Philosophische Untersuchungen*, Suhrkamp Frankfurt a.M., Lizenzausgabennachdruck bei Reclam Leipzig
- Wollheim, Richard   **1982**, *Objekte der Kunst*, Frankfurt a.M.
- Wyss, Beat         **1992**, *Parrasius' Vorhang*, S.9-32 in: Hamburger Kunsthalle, Hg., *Gerhard Merz, Archipittura*, (Ausstellungskatalog), Hamburg
- Zeki, Semir         **1992**, *Das geistige Abbild der Welt*, in: Spektrum der Wissenschaft, November 1992, Heidelberg
- Zimmer, Hubert D.   **1983**, *Sprache und Wahrnehmung*, Die Repräsentation sprachlicher und visueller Informationen und deren Interaktion in der Wahrnehmung, Frankfurt a.M.
- Zimmermann, Jörg   **1980**, *Sprachanalytische Ästhetik*, Stuttgart-Bad Cannstatt

## Index:

- Abbild 42, 181, 379  
Abduktion 160, 292, 317, 330  
Ähnlichkeit 35, 41, 43, 53, 86, 89, 145, 162-168, 190, 191, 198, 203, 206, 208-212, 214, 215, 229, 240, 285, 305, 337-342, 344  
- Selbstähnlichkeit 39, 181, 239, 339, 343  
Akkommodation 103, 105, 156, 157, 205, 288, 382  
Argument 51, 53, 365, 382  
Assimilation 104, 105, 157, 176, 205, 274, 288, 382  
Ästhetik 46, 280, 314  
Aufmerksamkeit 88, 100, 125, 244-249, 251, 273, 274, 277  
- unwillkürliche 247, 304  
- willkürliche 246, 276  
Bedeutung 17, 18, 20-22, 44, 53, 59-62, 67, 69, 71, 75, 77, 88, 96, 97, 116, 123, 136-140, 157, 159, 230, 251, 254, 260, 261, 272, 295-297, 309, 312, 326, 345  
- individuell motivierte 80, 230, 276  
Bedeutungsfunktion 17, 21, 44, 137, 140  
Bewußtsein 22, 24, 25, 27, 61, 62, 68, 69, 73, 79, 114, 316  
- affektives 327, 330  
- der Zeichen 62, 119  
- Kollektivbewußtsein 299, 300, 303, 310, 311, 379  
- vorkommunikatives 71, 118, 139, 269, 383  
Bezeichnung 17, 36, 37, 40-42, 53, 135, 137, 139, 141, 142, 185, 226  
- biaspektische 97  
- ohne Bedeutung 185  
Bezeichnungsfunktion 17, 36, 136, 137, 139, 140, 142, 144-148, 276, 286  
Beziehungsaspekt 122, 123, 150-152, 199, 249-251, 254, 265-267, 293, 307, 308, 311, 320, 334, 336, 342, 356  
Bild 85  
- Definition 8  
Bildübermittlung 132  
Bildumwelt 264, 265, 267-269, 271, 274-277, 279, 357, 359, 360, 363, 367  
- u. Mimesis 337-344  
Code 15, 32, 117, 130, 382  
- Darstellungscodes 89, 121, 130, 131, 141, 148, 150, 152, 160-169, 232, 287, 334, 382  
- Definition 15  
- Erkennungscode 105, 121, 148, 157-160, 162, 184, 291  
- ikonischer Signifikationscode 158, 159, 162, 165, 166, 171, 172, 179, 225, 382  
- Interpretationscode 148  
- kultureller Signifikationscode 141-144, 148, 218, 258, 259, 262, 383  
- primärer 15, 17, 148  
- sekundärer 15, 148  
- vorkommunikativer Signifikationscode 168, 202  
Cyberspace 83, 84, 132, 207  
Decodierung 162  
- von Information 124, 133, 134, 197  
Denken 31, 33  
Denotat 138, 143, 191  
- Null-Denotat 138, 190  
Deutender 114, 121, 123, 124, 128, 132, 133, 135, 140, 248, 382  
dicent 50, 53, 239, 329, 382  
Dissimilation 240, 343  
Dissimulation 240, 344  
Drittheit 28, 32, 53, 317, 382  
Dynamisches Objekt 63  
Ego 27-29, 62, 67, 215, 236, 267, 355  
- Non-Ego 27, 29, 64, 177, 215, 242, 268, 349, 367  
Einheit 16, 74, 104  
- des Sinns 173, 174, 178  
- kulturelle 20, 143-146, 158, 161, 162, 165, 216, 218, 244  
Empfänger 132  
Empfindung 25, 26, 32, 45  
- visuelle 25, 33, 37, 45, 74, 94-96, 101, 134, 383  
Encodierung 124, 131  
Entpragmatisierung 241, 242, 349, 366, 379  
Erfahrung 21-23, 149  
- der Gegenstandsbedeutung 62, 65  
- des Non-Ego 27  
- Empfinden/Denken 33  
- in der Zweitheit 26, 27, 32  
- ohne Begriff 152, 154  
- von Zeichen 87  
Erkenntnis 28, 168  
- figurative 95, 105, 168, 187, 206, 209, 236, 241, 278  
- konzeptualisierte 95, 98, 154  
- sinnliche 82, 95-98, 102, 155  
- u. Ähnlichkeit 208-210, 212  
- zeichenhafte 61, 95  
Erstheit 25, 26, 32, 53, 382

Erwartungserwartung 184, 303, 306, 312, 345, 350, 355, 356, 358, 361  
 Etwas 72  
 Exemplifizierung 38, 39, 267  
 Existenz 26, 32  
 Farbe 25, 32, 53, 71  
 Figurative Erkenntnis 95  
 Form 25, 32, 53, 71, 100, 201, 249, 256, 316  
   - präsente 174, 176, 183  
   - repräsentierende 174-177, 183  
   - Sinn der Form 173, 174, 176, 180, 182, 183, 188, 193, 251, 287, 289, 372  
   - symbolische 191, 250  
 Gedächtnis soziales 288, 289, 293-297, 347, 348  
 Gefühl 25, 45-48, 53, 211, 230, 307, 311, 327-330, 332, 370  
   - Wir-Gefühl 147, 375  
 Gegenstand 23  
   - versus Objekt 23, 383  
   - wirksamer 21, 45  
 Gegenstandsbedeutung 62-66, 69, 72, 73, 87, 88, 119, 139, 251, 272-275, 382  
 Genie 224, 233, 356  
 Gesellschaft 14, 61, 70, 141, 148, 216, 253  
 Geste 35, 43, 184, 224, 334  
 Gewohnheit 60, 62, 91, 104, 158, 159, 164, 185, 273, 319  
   - visuelle 60, 104, 110, 153, 168, 184, 325  
 Handeln 14, 62, 66, 102, 110, 121, 127, 128, 131, 134, 261, 265, 272, 312, 357  
   - dramaturgisches 331, 344, 370, 373  
   - normenreguliertes 368, 369, 381  
   - objektivierendes 365, 373  
   - teleologisches 365  
 Höhere geistige Prozesse 102, 110, 115  
 Ikon 41-43, 53, 382  
   - als Information 145  
 Index 43, 53, 382  
 Information 26, 94, 116-120, 347, 382  
   - Aufnahme 100  
   und Ikon 145  
 Informationelle Prozesse 15  
 Informationsgesellschaft 147, 197, 198, 351  
 Inhaltsaspekt 122, 123, 151, 250, 293, 307, 308, 311, 380  
 Innovation 58, 125, 130, 131, 171, 279, 320  
 Institution 259, 319, 321-324, 331, 359  
 Interpersonalität 48, 164, 192, 324, 339  
   - des Sinns der Form 193  
 Interpret 17, 20  
 Interpretant 17, 19-24, 30, 45-47, 49-53, 148  
   - dynamischer o. energetischer 45  
   - finaler 23, 45  
   - unmittelbarer 45  
 Interpretationsschemata  
   - des Deutenden 135  
   - des Mitteilenden 130  
 Intersubjektivität 22, 48, 192, 263, 311, 377  
 Invarianten 88, 100  
   - Invarianz/Varianz 173  
 Kategorien 24, 31-33  
 Kennen 149-155, 159, 183, 265, 332  
 Kognitive Struktur 74, 88, 100, 102, 115  
 Kommunikation 14, 15, 29, 31, 70, 92, 113-115, 118, 119, 121-123, 382  
   - Modell 129  
   - Semiotik der 141  
   - Sozialintegration 361-364, 367, 369  
   - Systemintegration 355, 356, 359  
   - visuelle 70, 71, 85, 110-117, 119-121, 123-125, 127, 129-137, 139, 140, 145, 147, 167, 168, 189, 196, 197, 202  
   - visuelle über visuelle 151, 352  
   - Voraussetzungen 123  
 Konsens 158, 183, 186-188, 192, 193, 202, 295, 298, 305, 310, 367  
   - emotionsmotivierter Sinnkonsens 199-201, 230, 279, 313, 335, 342, 373  
   - Wertkonsens 254, 255, 356  
 Konsensueller Bereich 127, 134, 147, 158, 325  
 Kontemplation 64, 79  
 Konvention 18, 38, 39, 217, 229, 280  
   - "automatische" 236, 237, 242  
   - ikonischer Darstellung 35, 137, 163-165, 194, 226, 227, 233, 241  
   - u. Ikon 225, 243  
   - u. Sinn 187, 189-191, 193  
   - u. Symbol 145, 228, 306, 333  
 Kultur 8-10, 14, 141, 148, 211, 212, 216-218, 225, 232, 235, 253, 266, 270, 280, 333, 346  
   - als diachronisches Gedächtnis 288, 292, 296, 318  
   - als Gedächtnis 283, 288  
   - als Semantik 257, 260, 345  
   - als synchronisches Gedächtnis 286-292, 302, 318, 322, 323, 325, 359  
   - als synchronisches Gedächtnis 291  
   - als Wertbegriff 256  
   - als Wertpräferenz 257, 345-349, 351-354, 357, 359, 362  
   - und Gesellschaft 253-256, 258, 259, 261  
 Kunst 56, 59



- als System 49, 224, 237, 257, 262, 345, 349, 352, 353, 355, 363
- Kunsterfahrung 234
- Kunstgeschichte 3, 171, 241, 372
- Kunstwerk
  - als Zeichen 30, 38, 39, 46, 77, 103, 126, 139, 140, 151, 210, 220, 238, 255, 314, 318, 320, 328, 344
  - künstlerische Freiheit 38, 172, 196, 224, 228, 233, 257, 270, 374
  - u. Schönheit 47, 49
  - u. Wahrheit 47, 164, 165, 348
- Legizeichen 38, 39, 53, 54, 91, 104, 162, 166, 168, 183, 184, 194, 196, 223, 246, 250, 304, 320, 324, 382
- Linguistik 17, 35
- Lüge 29, 47, 83, 181, 301, 344
- Materialität 22, 23, 37, 64, 99, 108
  - der Zeichenmittel 23, 38, 39, 87
  - Immaterialität 86, 99
- Medium 85, 100, 123, 131, 132, 148, 261, 371
  - als Institution 320, 323-326, 339, 380
  - als Zeichenmittel 37
  - signifizierendes 217, 249-251
  - u. Form 174, 249, 316
- Merkmal 88, 89, 101, 143, 174, 284, 342, 343
  - kollektives 300, 301, 303, 305, 307-310, 315, 318, 380
- Mimesis 48, 167, 182, 190, 206, 337, 349, 371
- Mitteilender 114, 121, 122, 124, 128-132, 135, 136, 140, 225, 271, 382
- Mitteilung 8, 114
- Mittel 21, 31, 35, 76
- Mittelbezug 37, 39, 70, 91
- Mnemosyne 283, 292, 297, 299
- Möglichkeit 18, 25, 26, 30, 32, 37-39, 44, 47, 53, 70, 75, 317, 382
  - der Zeichenmittel 25, 35, 37
- Monosemantisch 136, 138-140, 146, 226, 269, 281, 285, 316, 330, 372
- Nachahmung 110, 167, 172, 206, 277
- Nachricht 112-124, 126, 131, 138, 142, 145, 147, 165, 171, 182-185, 227, 248, 265, 347, 383
  - Gesellschaft 198
- Naturgesetz 194, 195, 358
- Neuheit 104, 157, 171, 189, 191, 216, 224, 235, 247, 249, 257, 304, 371
- Notwendigkeit 31, 32, 39, 47, 48, 52, 53, 183, 196, 288, 291, 292, 315, 382
- Objekt 19, 21, 32
  - versus Gegenstand 23, 64, 383
- Objektbezug 17-22, 30, 36, 40, 42-44, 53, 63, 78, 142
- Onomatopöie 35
- Ordnung
  - des Sinns der Form 174
  - erste 71, 118-120, 123, 157, 174, 276, 285
  - informationelle 119, 134, 187
  - zweite 118-120, 124, 263, 276, 285
- Person 48, 214, 304, 324, 325, 339
- Perspektive 38, 108, 185, 221, 223, 325, 335
  - als Botschaft 191, 250, 266
  - künstliche 38, 196
  - natürliche 111
  - Zentralperspektive 38, 106, 184, 194, 219, 281
- Polypragmatisch 97, 136, 146, 269, 296, 309, 316, 372
- Polyseme 136, 146
- Pragmatic turn 106, 153, 183
- Pragmatik 18, 53, 168
- Präsenz 32, 145
- Qualitäten 25, 94
- Qualizeichen 37-39, 53, 90, 383
- Realismus 188, 194, 257
  - als Wertpräferenz 354-356, 358, 359, 362
  - optischer 103, 236
- Realität 19, 24, 28, 31, 32, 58, 65, 68, 83, 84, 87, 105, 107, 181, 188, 204, 215, 239, 250, 260, 268, 355
- Redundanz 126
- Regel 15, 32, 38, 52, 53, 185, 269, 304, 317
- Relevanzstrukturen 124, 171, 183
- Replicabildung 39
- Repräsentamen 19
- Repräsentation 19, 23, 28, 32
- Rhema 46, 50, 53, 137, 347, 383
- Schema 81, 100-104, 106, 110, 116, 155, 159, 186, 245, 317, 383
- Schönheit 46, 47, 105, 231, 342, 347-350, 353
  - als erster Sinnkonsens 200
- Schweigen 132, 140, 158, 159, 171, 202, 275, 311, 329
- Sedimentierung 9, 218, 243, 244, 252, 283, 290
- Semantik 17, 53, 168, 243, 260, 287
- Semantisierungsmaschinen 236, 357, 366, 370, 374
- Semiotik 4, 17, 19, 45, 79
  - der Signifikation und Kommunikation 141
- Semiotisierung 32, 80, 81, 154, 161
- Sender 132, 271
- Sigmatik 17, 147
- Signifikant 36, 141

Signifikat 36, 40, 139, 142  
 Simulation 83, 85, 93, 239, 240, 343  
 Sinn 179, 181, 220, 226, 256, 284, 287, 316  
   - bei Kunstwerken 30  
   - Sinn der Form 173  
   - Sinnautomaten 198, 236, 239  
   - Sinnkontext 178, 179, 183, 264-266, 307  
   - Sinnlosigkeit 86  
   - Sinnstruktur 243, 301  
   - Sinnverlust 182, 298  
   - u. Bedeutung 21, 176  
   - u. Konvention 189-191  
   - u. Zeichen 182, 267  
 Sinntautologie 182, 263, 268, 321, 339, 342, 352, 354, 355, 372  
 Sinzeichen 37, 39, 53, 104, 141, 161, 164, 171, 196, 224, 225, 246, 257, 262, 287, 315, 317, 324, 372, 383  
 Sozialintegration 14, 150, 158, 361-364, 367, 369  
 Sprache 15, 29, 35, 36, 66, 68, 69, 74, 77-82, 113, 141, 163, 170, 179, 189, 198, 202, 208, 221, 243, 302, 308, 310, 333, 347, 350, 351, 371  
   - Bildsprache 171  
   - sprachlose Nichtsprache 79, 295, 329, 347  
   - Whorf-Hypothese 274, 275  
 Stil 162, 222, 256  
   - als Symbol 227, 250, 251, 281  
   - individueller 224, 225, 257  
   - kultureller 166, 218, 223-225, 232, 251, 262, 267, 291, 307, 319, 335, 371  
 Strukturelle Kopplung 100, 105, 127, 153, 155, 159, 292, 383  
 Subjekt 26, 27, 29, 302, 317, 372  
 Symbol 44, 51, 53, 75, 137, 144, 145, 191, 192, 201, 207, 220, 226-230, 240, 295, 333, 337, 338, 348, 369, 383  
   - Paradoxie 219-221  
   - Symbolbegriff 218  
 Symbolischer Charakter 95, 123, 219, 271, 341, 359  
 Symptom 80, 114, 120, 153, 197, 268, 301, 310  
 Syntaktik 16, 51, 53, 78, 122, 162, 165, 222, 280, 295, 322, 334, 377  
 System 14, 49, 182, 253, 263, 264, 286, 350  
   - soziales 350-360  
   - u. Sprache 35, 189, 351  
 Systemintegration 14, 355-357, 359, 360  
 Thema 40, 53  
   - das "Aufgestellte" 218  
 Trompe-l'oeil 82, 85, 137, 139, 168, 279, 339  
 Umwelt  
   - anwesende 168, 252, 263, 329  
   - anwesende u. Gedächtnis 291  
   - Bildumwelt 264, 265, 267-269, 271, 274-277, 279, 292, 303, 337-344, 357, 358, 360, 363, 367  
   - nichtanwesende 264  
 Unisituational 78, 373  
 Unmittelbares Objekt 63  
 Unschuld des Blicks 156  
 Verstehen 43, 115  
 Virtuelle Welten 83, 85, 93, 132, 355  
 Visuelles Vor-Bewußtsein 75, 91, 102, 106  
 Wahrheit  
   - Schönheit/Kunst 46, 165  
 Wahrnehmung 25, 32, 33, 57, 58, 65-71, 73-76, 80-82, 86, 88, 90, 92-95, 98, 102, 113, 116-118, 125, 312  
   - wahrnehmen 119  
   - Wahrnehmungscode 156, 157, 319  
   - Wahrnehmungshandeln 102, 104, 107, 108, 127, 277, 312  
   - Wahrnehmungsroutine 183, 247  
   - Wahrnehmungssystem 93, 94, 96-100  
   - Wahrnehmungstheorie 113, 114  
   - Wahrnehmungswelt 28, 95, 113, 159, 247, 263, 264  
   - Wahrnehmungszyklus 100-102, 104, 108, 109, 116, 127, 166  
 Wahrnehmungsmäßiges Sehen 100, 154  
   - aktiv 110, 246  
   - passiv 110, 113, 247, 274  
 Wahrscheinlichkeit 9, 57, 65, 90, 185, 211, 252, 313, 320  
   - Unwahrscheinlichkeit 9  
   - zweite 9  
 Wiedererkennbarkeit 42, 53, 137, 145, 162, 189  
 Wiedererkennen 42, 157-160, 163, 166-168, 190, 193, 275, 301  
 Wirklichkeit 24, 26, 32, 38, 53, 383  
 Wissen 61, 149-152, 154, 178, 181, 204-206, 216, 233  
   - ikonisches 206, 207, 209-216, 218, 221-225, 227, 229-234, 236, 238, 240, 242, 269  
 Zeichen 19, 30  
   - Exemplar 38, 141, 267  
   - pathisches 341  
   - prälogische 46, 179, 199, 203, 204, 348  
   - Zeichenrelation 31  
 Zeichen in Kategorien 53  
 Zeichen-Kompetenz 124, 130, 155, 183  
 Zeichen-Performanz 130

Zeichenbedeutung 44, 63, 66, 119, 383  
Zeichenmittel 23, 25, 37, 53  
Zeichenrepertoire 14, 32, 34, 130  
Zeichenthematik 24  
Zeichentheorie 22  
Zeichenwelt 23, 157, 178  
Zeichenwirksame Zeitspannen 133, 151, 248  
Zeichenwirksamer Umgebungsraum 133, 136,  
146, 160, 223, 248  
Zweitheit 26, 28, 32, 53, 383