

Reinhard Wendler

Tacit Visual Literacy.

Visuelle Spannung in aktueller Pressefotografie



Abb. 1: Andreas Gursky, 99 Cent 1999, Chromogenic color print. 207 x 337 cm. Matthew Marks Gallery, New York, and Monika Sprüth Galerie, Köln.

Am 31. Oktober 2007 dominierte ein Bild von Andreas Gursky die Titelseite der Wochenzeitung *Die Zeit* (Abb. 1). Es zeigt überbordende Regalreihen, die sich in die Tiefe eines 99-Cent-Ladens staffeln, unzählige bunte Verpackungen von Schokoladenriegeln, Limonade und anderen Konsumartikeln, die die Augen der Leserinnen und Leser überfordern. In der Ferne des Hintergrundes wiederholt sich die Wiederholung der Produkte, selbst die Lampenverkleidungen nehmen das Spiel der Vielfältigkeiten auf. Die verstreuten Menschen, die zwischen den Regalen verschwinden, stiften dem Auge ebenso wenig Anhaltspunkte wie die schmalen weißen Säulen, der Blick bleibt darauf verwiesen, über die bunten Farbflächen zu streifen und das Sujet im klassischen Sinne vergeblich zu suchen. Im Kontext der zeitgenössischen künstlerischen Fotografie wäre über die Arbeit Gurskys mit dem Titel 99

Cent 1999 einiges zu sagen, was im vorliegenden Zusammenhang nur von untergeordnetem Interesse ist. Hier steht vielmehr seine Verwendung als Titelillustration der *Zeit* im Vordergrund, wo es unter der Überschrift „Der überforderte Verbraucher“ als Ankündigung eines Artikels im Wirtschaftsteil fungiert. Dieser Kontext lenkt die Bildlektüre in eine bestimmte Richtung: Die Textzeile scheint die Personen zu meinen, die sich zwischen den unübersichtlichen Regalreihen verlieren. Dabei ist das Bild mehr als nur eine Illustration des ‚überforderten Verbrauchers‘, weil es eine visuelle Wirkung auf seine Betrachter erzeugt: Es verwirrt den Blick und entfaltet dadurch eine visuelle Spannung. Im Kontext der *inscriptio* des *Zeit*-Titels steht diese in einer direkten Verbindung zu den Kunden, die sich zwischen den Regalen befinden und denen man unwillkürlich jene vom Text verhandelte und durch das Bild selbst erlittene Verwirrung unterstellt. Das Ereignis der ikonischen Spannung kann so als eine Simulation der Verwirrung der Konsumenten auf-

gefasst werden, die in ihrem Vollzug eine Vermittlung zwischen den Bildfiguren und dem Betrachter stiftet. Durch das Zusammenspiel aus denotativen, visuellen und textuellen Elementen gelangt das Bild in der *Zeit* in die Rolle eines „Anschauungsmodells“¹ für die Unübersichtlichkeit des Endverbrauchermarktes.

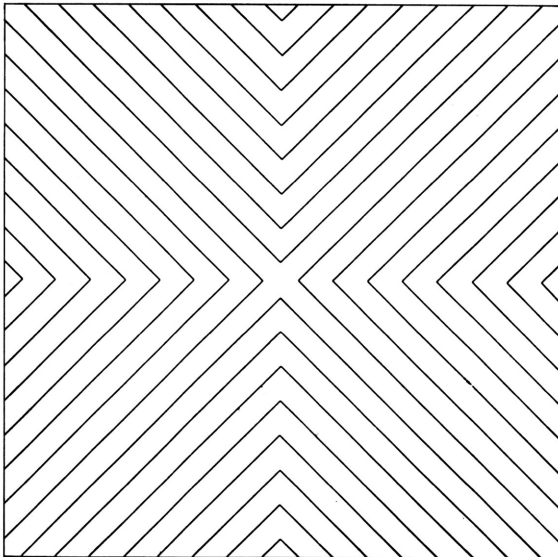


Abb. 2: François Morellet, *Angles Droits Convergents*, 1956, Öl auf Leinwand, 80x80 cm, Städtisches Museum Abteiberg Mönchengladbach. Aus: Boehm 1995, *Was ist ein Bild?*, S. 316.

Der Ausdruck des Anschauungsmodells geht auf Rudolf Arnheim und die Gestaltpsychologie zurück.² Er wurde von Max Imdahl auf Kunstwerke angewandt, die, obwohl es sich um Bilder der abstrakten Kunst handelt, ganz ähnliche Qualitäten wie die hier beobachtete aufweisen. So hat Imdahl etwa François Morellets *Angles droits convergents* von 1956 (Abb. 2) aufgrund seiner multiplen Interpretierbarkeit als „ein von Grund aus erfundenes Anschauungsmodell für die Erfahrung einer unüberwindbaren Verfügungsohnmacht“³ bezeichnet und diese Qualität als ein Element des „Ikonischen“ ausgemacht, eines Vermögens also, über das kein anderes Medium außer dem Bild verfügt. Weiter schreibt Imdahl: „Grundsätzlich steckt die Leistung eines jeden Bildes von Rang in der Erschaffung einer solchen stellvertretenden Repräsentationsform, die in ihrer Augenscheinlichkeit nur als das System eines Bildes bestehen und somit selbst durch nichts anderes vertreten werden kann.“⁴ Es scheint, als könnte Imdahls Bestimmung ohne Weiteres auf

Gurskys Bild angewendet werden, weil es nicht bloß einen Sachverhalt illustriert, sondern visuelle Ereignisse steuert, die den sprachlich vermittelten Inhalt in und mittels einer letztlich nicht fassbaren Komplexität simulieren. In diesem Sinne könnte man *99 Cent 1999* in der *Zeit* als Anschauungsmodell oder als visuelles Modell bezeichnen.⁵

Elke Grittmann, Irene Neverla und Ilona Ammann kennzeichnen die Publikation dieses Bildes in der *Zeit* als eine Ausnahme im Bereich der Tagespresse, weil es sich um eine künstlerische Fotografie handelt, die im Vergleich zu Produkten professioneller Pressefotografie nur vereinzelt auftritt.⁶ Durch diese Unterscheidung kann der Eindruck entstehen, als seien nicht nur künstlerische Bilder, sondern auch visuelle Modelle wie das eben geschilderte zu den Ausnahmen in den Tageszeitungen zu zählen. Mehr noch, es scheint, als würden die Autorinnen Bildwirkungen wie die von *99 Cent 1999* ausschließlich im Bereich der Kunst ansiedeln und ihre Verwendung in der Tagespresse auf vereinzelte Gelegenheiten wie jene der *Zeit* vom 31. Oktober 2007 reduzieren. Dies scheint nicht nur vor dem Hintergrund fotojournalistischer Standards durchaus schlüssig zu sein, deren Verhältnis zu visuellen Argumentationen unter Verwendung ikonischer Spannung zumindest ungeklärt ist. Vielmehr erwartet man visuelle Modelle überwiegend im Bereich der Kunst, weil die „Realisierung“⁷ ihres ikonischen Gehaltes durch den Betrachter Zeit und Aufmerksamkeit braucht, die in anderen, vor allem alltäglichen Rezeptionssituationen selten zur Verfügung stehen. Auch Gurskys *99 Cent 1999* dürfte diese Aufmerksamkeit auf dem Titelblatt der *Zeit* in den seltensten Fällen erhalten haben. Zwar durfte es auf Leserinnen und Leser rechnen, die das Werk bereits kannten und rasch mit dem Artikel „Der überforderte Verbraucher“ in einen Sinnzusammenhang bringen konnten, aber es stellt sich dennoch – nicht nur hinsichtlich des stark reduzierten Reproduktionsformats – die Frage, in welchem Maß es hier seine visuellen Qualitäten zu entfalten vermochte. Hierzu kann man zwei verschiedenen Positionen einnehmen. Wenn ein Betrachter einem Bild im Fernsehen, im Internet, auf einem Plakat oder in einer Tageszeitung keinerlei gesteigerte Aufmerksamkeit zukommen lässt, sodass anzunehmen ist, dass er den ikonischen Gehalt desselben höchstens teilweise erzeugt,

dann scheint sich auch kein Spiel zwischen Betrachter und Bild eröffnen zu können, das zum Gegenstand einer theoretischen Reflexion werden könnte. Theoretiker der massenmedialen Bildwelten halten dem entgegen, dass sich die Kraft eines Bildes durchaus in Sekundenbruchteilen an seinem Betrachter entladen kann. Sie sprechen von „schnellen Schüssen ins Gehirn“⁸ und wählen damit eine Formulierung, die in ihrer sprachlichen Hässlichkeit auf die Geringschätzung verweist, die man solchen Bildern entgegenbringt.

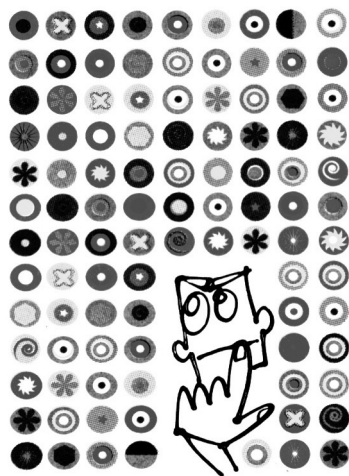


Abb. 3: Laurie Rosenwald, Illustration zu „Adrift in a Sea of Consumer Choice“, *New York Times*, 11. April 2005.

In dieser Frontstellung zeichnet sich eine Aufteilung ab, die einigen Frieden verspricht: Anspruchsvolle visuelle Strategien verortet und erwartet man dort, wo dem Bild eine geeignet intensivierete Aufmerksamkeit entgegengebracht wird, während man schnelle wirkende, einfache visuelle Strategien jenen Situationen zuweist, in denen die Bilder sich sehr schnell mitteilen müssen. Durch diese Aufteilung in *high* und *low*, der sich nicht nur standesbewusste Ästhetiker, sondern interessanterweise auch skeptische Soziologen wie Pierre Bourdieu anschließen,⁹ scheinen beide Bildwelten befriedigend gegeneinander abgesetzt zu sein. Grenzübertritte sind freilich in beide Richtungen zu verzeichnen:¹⁰ Die moderne und zeitgenössische Kunst hat beständig visuelle Strategien außerkünstlerischer Bildwelten absorbiert und sich dadurch an der Energie genährt, die die Gesellschaft in die Etablierung der Grenzen zwischen *high* und *low* investiert. Diese Vorgänge sind längst bekannt, als Entgrenzun-

gen stabil kategorisiert und mittlerweile vielleicht etwas aus der Mode gekommen. Grenzübertritte in die andere Richtung aber, aus dem Bereich der Kunstwerke in die Welt der „schnellen Schüsse ins Gehirn“, werden seltener theoretisch verhandelt und entziehen sich noch teilweise dem kunsthistorischen Verständnis. Was bewirken Bilder wie Gurskys *99 Cent 1999*, für deren Lektüre man eine intensivierete Anschauung für notwendig erachtet, in der überaus flüchtigen Anschauung eines durchschnittlichen Lesers der *Zeit*? Entfalten sie wenigstens noch Anteile ihrer ikonischen Potenz, oder bleibt die Wirkung des Kunstbildes auf den Kontext der Kunst beschränkt?

Hierzu ist zunächst festzustellen, dass sich vergleichbare visuelle Strategien wie in Gurskys Bild auch in anderen, keineswegs künstlerischen Bildproduktionen finden lassen. Exemplarisch soll dies zunächst eine Illustration aus der *New York Times* vom 28. März 2005 verdeutlichen (Abb. 3). Das Bild greift letztlich das gleiche Thema auf wie der Leitartikel aus der *Zeit* und wendet zudem eine ganz ähnliche Bildstrategie an. Eine mit wenigen Strichen gezeichnete Figur blickt mit einem auf den Mund gelegten Finger nach oben und ist dadurch als nachdenklich oder zögerlich charakterisiert. Dieser Gestus bezieht sich auf eine Vielzahl an farbigen runden Flächen, die unmittelbar von den *Dots* des niederländischen Grafik-Designers Karel Martens abgewandelt zu sein scheinen.¹¹ Im Kontext der Überschrift des Artikels, „Adrift in a Sea of Consumer Choice“, werden die farbigen Kreisflächen als Produkte und die nachdenkliche Figur als Konsument lesbar. Doch wie bei Gursky ist die Aussagekraft des Bildes durch diese Zuordnung noch nicht erschöpft. Vielmehr scheitert auch hier der Versuch, mit dem Auge eine Ordnung in die bunten Objekte zu bringen. Zwar ergibt eine längere Betrachtung, dass es sich um 80 Kreisflächen handelt, dass jede Type genau zwei mal auftritt und man daher an ein Memory-Spiel denken könnte; doch selbst diese Beobachtung, und erst recht jede kürzere Betrachtung des Bildes kann die bunte Vielfalt keinem abschließenden Zugriff unterziehen. Angesichts der Fülle unterschiedlicher *Dots* befinden wir uns in eben jener Lage, die durch den skizzierten Konsumenten ins Bild gesetzt ist. Wie bei Gurskys *99 Cent 1999* wird auch hier die visuelle Erfahrung im Kontext des Zeitungsartikels zu einem vi-

suellen oder Anschauungsmodell der Komplexität der Konsumentenentscheidung, und auch hier vermittelt die visuelle Verwirrung zwischen dem Betrachter und der gezeichneten Bildfigur.

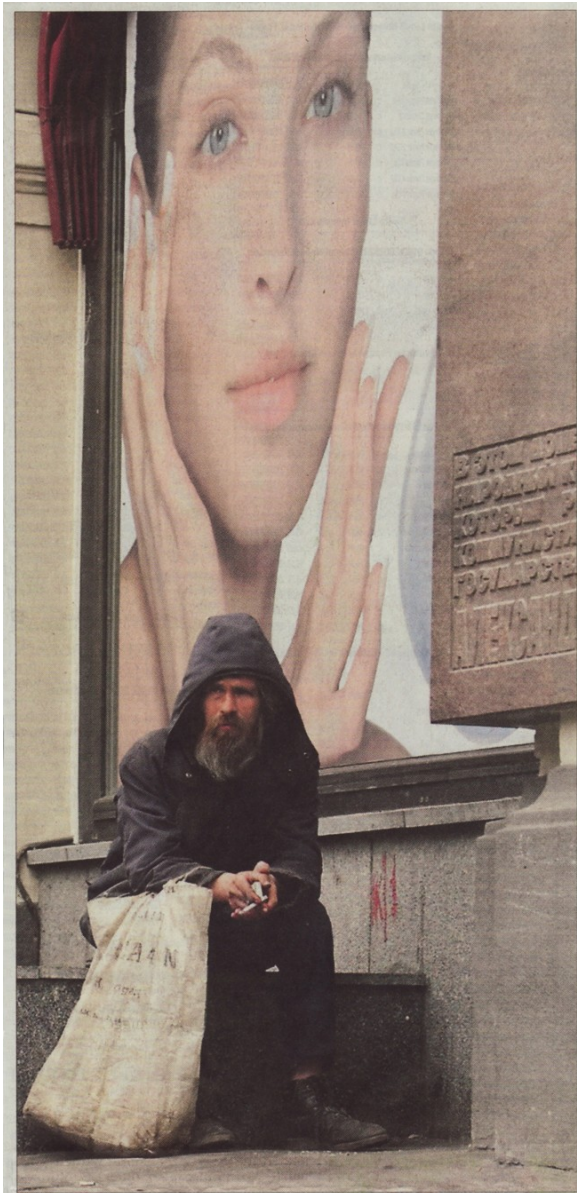


Abb. 4: Obdachloser vor dem Kaufhaus „GUM“ in Moskau. *Süddeutsche Zeitung*, 23. Februar 2009, S. 22.

Die Illustration aus der *New York Times* zeigt exemplarisch, dass ikonische Spannung nicht allein bei genuin künstlerischen Bildproduktionen zu beobachten ist. Ein Überblick über die massenmedialen Bildwelten der erweiterten Gegenwart macht zudem deutlich, dass es sich hierbei lediglich um die Spitze des Eisbergs handelt. Insbesondere Pressefotografen haben

diese und ähnliche Bildstrategien offenbar adaptiert und für ihre Zwecke domestiziert,¹² und zwar nicht nur im Rahmen langfristiger, thematisch ausformulierter Großprojekte.¹³ Angesichts einer stetig wachsenden Zahl vergleichbarer, insbesondere fotografischer Bilder ist es durchaus gerechtfertigt, die ikonische Spannung zu den gängigsten bildrhetorischen Mitteln der aktuellen Pressefotografie zu zählen. Dieser Umstand wiederum lässt es wenig plausibel erscheinen, der breiten Öffentlichkeit zu unterstellen, dass sie diese Kommunikationsangebote überhaupt nicht zu nutzen verstünde. Vielmehr scheint die Annahme angemessener, dass visuelle Modelle in der Tagespresse täglich durchaus erfolgreich Informationen zu vermitteln vermögen. Aber auf welche Weise könnte ihnen das gelingen, wenn ihnen doch schließlich nicht das allgemein für erforderlich gehaltene Maß an Aufmerksamkeit entgegengebracht wird?

Diese Frage soll an ein Beispiel aus dem Bereich der Pressefotografie gerichtet werden, das wiederum exemplarisch für zahlreiche weitere fotografische Arbeiten steht. Es handelt sich um ein stark hochformatiges Foto, das am Montag, den 23. Februar 2009 im Wirtschaftsteil der *Süddeutschen Zeitung* erschienen ist (Abb. 4). Der Bildvordergrund wird von einem ärmlich gekleideten Mann behauptet, vermutlich einem Obdachlosen, der rauchend neben einem großen weißen Beutel auf einem Steinsockel sitzt. Wie die Bildunterschrift angibt, handelt es sich um eine Straßenszene vor dem Kaufhaus GUM in Moskau. Der Steinsockel grenzt an ein Postament, über dem sich ein großes Werbeplakat erhebt. Dieses im Folgenden ‚das zweite Register‘¹⁴ genannte Plakat zeigt das Gesicht einer Frau. Sie berührt mit den Ballen der Mittelfinger ihre Wangen, wodurch sich die visuelle Schilderung einer haptischen Erfahrung ergibt. Durch die Position der Kamera und den gewählten Bildausschnitt prallen die raue Wirklichkeit des Obdachlosen und die gepuderte Idealwelt der Kosmetikwerbung wirkungsvoll aufeinander und bilden zudem entlang der Silhouette der Kapuze des Obdachlosen eine gemeinsame Grenzlinie. Der winterlich bekleidete Obdachlose im ersten und die nackte Frau im zweiten Register, deren Hände dem Kopf des Obdachlosen wie ein Geweih zu entwachsen scheinen, sowie die symbolische Spannung, die sich zwischen ihnen ergibt, werden zur ex-

emplarischen bildlichen Zuspitzung der Kluft zwischen Arm und Reich in Russland, von denen der umgebende Zeitungsartikel handelt.

Das Bild wäre freilich kaum weiter der Rede wert, wenn es nur diese visuelle Analogie aufweisen würde. Bemerkenswert sind jedoch zwei weitere Aspekte: zum einen der Umstand, dass die exemplarische Kontrastierung der sozialen Unterschiede durch den Kontrast zwischen dem persönlich im Bild repräsentierten Obdachlosen und der nur bildhaften Präsenz des Kosmetikmodells im zweiten Register verdoppelt wird, und zum anderen eine Besonderheit hinsichtlich des Blicks der Frau im zweiten Register. Dieser ist auf den Betrachter gerichtet, obwohl das zweite Register selbst in starker Schrägaufsicht zu sehen ist.¹⁵ Wie auch bei Bildern ersten Grades scheint eine dargestellte Person, die den Betrachter anzublicken scheint, dies auch dann zu tun, wenn das Bild nicht frontal, sondern diagonal von der Seite betrachtet wird. Der Blick bleibt auf den Betrachter geheftet, solange er auf dem Bild überhaupt noch zu erkennen ist. Dies ist auch bei Bildern zweiten Grades, also bei Bildern im Bild zu beobachten, wie unser Beispiel zeigt. Weil nun aber der Blick der Frau im zweiten Register auf dem Betrachter zu ruhen scheint, löst sich ihr Gesicht scheinbar von der Bildfläche des zweiten Registers und bildet ein imaginäres drittes Register, das im rechten Winkel zum zweiten und parallel zur Achse des ersten steht. Durch die visuelle Distanz zwischen zweitem und imaginärem drittem Register wird eine ikonische Spannung aufgebaut, die der Betrachter in seinem Schauen instantan erzeugt und als vorgefunden auffasst. Man könnte sagen, das Bild führe hier die Sphäre des Konsums und des Schönheitswahns der reichen Bevölkerungsteile vermittelt eines visuellen Ereignisses als eine Welt der dissonanten Illusion und des doppelbödigen Scheins vor Augen.

Eine vergleichbare ikonische Spannung wird durch das untere Bilddrittel nicht erzeugt. Solange das Auge des Rezipienten auf die Erscheinung des Obdachlosen gerichtet ist, herrscht keine Spannung, das Auge hat sozusagen seine Ruhe. Schweift der Blick aber anschließend wieder nach oben, auf das zweite und das imaginäre dritte Register, so wird die ikonische Spannung wieder aufgebaut, die diese miteinander erzeugen. Indem nun die eine Bildzone ruhig, die an-

dere spannungsvoll ist, ergibt sich eine eigene, zusätzliche Spannung, die durch das gestreckte Hochformat des Bildes ausgespielt wird und zu den bereits erwähnten hinzutritt. Die politische Spannung zwischen Arm und Reich wird dadurch auf drei verschiedene Weisen gezeigt: einmal auf sozusagen konventionellem Wege durch die exemplarische Konfrontation zwischen dem Obdachlosen und dem Kosmetikmodell, ein zweites Mal durch die Differenzierung zwischen realer und bildlicher Präsenz im Bild und ein drittes Mal durch die Aufteilung des Bildes in eine ruhige und eine spannungsreiche Bildzone. In der visuellen Verflechtung dieser drei Aspekte können die sozialen Verhältnisse in Russland mit dem Auge gedacht werden.

Die Frage, ob und in welchem Maße sich eine solche Wirkung des Bildes bei der Lektüre der Tageszeitung tatsächlich ereignet, beantwortet sich in gewisser Weise durch die Unauflöslichkeit der visuellen Spannung der oberen Bildhälfte, insofern das Bild hier den durch die Gestaltpsychologie beschriebenen Versuch vereitelt, aus dem visuellen Material einen einheitlichen Sinn zu formen. Auf diese Weise erzeugt es eine Erfahrung, die im Kontext mit der durch den Text aufgenommenen Informationen die Rolle eines visuellen oder Anschauungsmodells einnimmt. Gleiches gilt für den Kontrast zu der ruhigen unteren Bildzone. Selbst noch bei einer achtlosen Kenntnisaufnahme, bei der das Bild zumeist nur am Rande des visuellen Feldes umherwandert, während die Augen den Zeilen des Textes folgen, entzieht es sich bereits einer eindeutigen Interpretation. Das Ereignis unterläuft auf der untersten, sozusagen vor-vor-ikonographischen Ebene die Position, dass sich jenseits des bewussten Bildverständnisses überhaupt kein Dialog mit dem Bild ereignet, indem es bereits hier in ein Dickicht von Mehrdeutigkeiten führt. Dadurch wird die Lektüre des Textes fast unwillkürlich von einer durch das Bild ausgelösten Erfahrung in Gestalt einer einfachen Symbolik begleitet, die das ikonotextuelle Gesamtverständnis grundlegend prägt.¹⁶ Dabei handelt es sich aber nicht um ein bewusstes, explizit-analytisches Erkennen, sondern um ein unbewusstes, implizit-analytisches, also durch den eigenen kreativen Vollzug bedingtes Verstehen,¹⁷ ein *tacit knowing* im Sinne Michael Polanyis.¹⁸

Von ikonischer Spannung und visuellen Modellen in der aktuellen Tagespresse dürfte also durchaus eine Wirkung auf den Betrachter ausgehen, doch ist diese nicht als ein bewusstes Erkennen, sondern als implizit-analytischer Vollzug des Bildes und daher wesentlich als eine *Praxis* zu verstehen. Im Kunstkontext dürften dieselben visuellen Strategien ähnliche Wirkungen hervorrufen, werden dort aber einem Arsenal von begrifflichen Werkzeugen ausgesetzt und zumindest teilweise einer expliziten Analyse unterzogen. Die Unterscheidung in anspruchsvolle Kunstbilder hier und simple „Schüsse ins Gehirn“ dort geht also nicht auf, weil in beiden Feldern mitunter ähnliche visuelle Strategien zum Einsatz kommen. Das Foto der Moskauer Straßenszene zum Beispiel nutzt, ganz ohne etwa das Ikonische unseres Weltzugangs ins Bewusstsein heben zu wollen, genuin künstlerische visuelle Strategien für eine journalistische Narration. Es spricht nicht von sich, sondern von etwas anderem, übt dabei aber einen so großen Einfluss auf das Verständnis des Sujets aus, dass es weit davon entfernt ist, lediglich ein Spiegel zu sein, „den wir an den Dingen, peripher und für sie folgenlos, vorbeitragen.“¹⁹ Die Betrachtung des Bildes erzeugt ein spezifisch ikonisches Verständnis des fotografisch indizierten Gegenstandes, sodass davon zu sprechen ist, dass es diesen ganz wesentlich konstituiert.

Edukation des Blicks?

Die große Zahl von visuellen Modellen in der aktuellen Tagespresse belegt, dass es sich hierbei nicht um ungenutzte, im leersten Wortsinn ‚virtuelle‘ Qualitäten der Bilder handelt, um Produkte eines Wettstreits der Fotografen um die tiefgründigste Repräsentation des Banalen oder um bloße Projektionen einer Kunstgeschichte, die sich am politischen Bild zu aktualisieren versucht. Insbesondere im Hinblick auf die Serie von rigiden Auswahlprozessen, die der Publikation einer jeden Pressefotografie vorangehen,²⁰ fällt es schwer, diese alternativen Erklärungen ernst zu nehmen. Vielmehr gilt, dass gerade solche Bilder die Folge von Auswahlprozessen überstehen, die die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen vermögen, jene des Fotografen ebenso wie die der Bildredakteure und der Leser. Die massenmediale Eignung eines Bildes ergibt sich oftmals erst aus der Kombination einer stereotypen Wie-

derholung von Bekanntem mit einer gezielten Abweichung, einer Störung, einer visuellen Spannung oder irgendeiner anderen Art der Individualisierung. Ein Bild, das diese widerstreitenden Qualitäten überzeugend verschränkt, hat größere Chancen, sich gegen konkurrierende Bilder durchzusetzen. Unser Foto von der Moskauer Straßenszene ist ein gutes Beispiel für eine solche Kombination: Es führt eine einfache Symbolik und eine dreifache visuelle Spannung auf überzeugende und komplexe Weise in eins und vereitelt zugleich eine restlose Interpretation. Damit erzwingt das Bild eine zumindest geringfügig längere und intensivere Betrachtung und erfüllt damit genau das, was es in den Augen der Redaktionen und Bildredakteure auch soll. Es besitzt in seiner ikonischen Spannung gewissermaßen einen Widerhaken, mittels dessen es sich dem visuellen Denken anheftet, den Aussagegehalt des Bildes dadurch aber nicht schwächt, sondern sogar noch steigert. Für den Fotografen wiederum ist es von Interesse, dass sich das Bild aufgrund seiner Eignung als visuelles Modell für mehr als nur einen Anwendungszusammenhang anbietet, ohne deshalb bereits der Gruppe der *stock photography*²¹ oder der *staged photography* anheimzufallen. Mehrere Berufsgruppen des Bildermarktes teilen sich aus unterschiedlichen Gründen in dieselben Motive, ein Bild wie dieses auszuwählen und abzudrucken. Die Behauptung, dass die Betrachter solche Bildwirkungen überhaupt nicht wahrzunehmen imstande seien, würde die wichtigsten Protagonisten des Bildermarktes implizit der Unfähigkeit bezichtigen.

Die Sachlage scheint sich vielmehr umgekehrt darzustellen. Offenbar ist anzunehmen, dass die Bilder selbst ursächlich an der Herausbildung visueller Fähigkeiten beteiligt sind, die ihre Sinnstiftung fundieren. Für Bildtabernakel der Frühen Neuzeit wurde vermutet, dass sie unter anderem der „Edukation des Blicks“²² mit dem Ziel eines distanzierteren Umgangs mit den als heilig verehrten Bildern gedient haben könnten. Diese Formulierung impliziert eine Wirkung der Bilder auf ihre Anschauung, auf den „kognitiven Stil“,²³ mittels dessen eine Gesellschaft sich die Bedeutung eines Bildes erschließt. Der durchschnittliche Konsument der Bilderflut wird fortwährend mit ikonischer Spannung in beliebigen thematischen Kontexten konfrontiert und dadurch immer wieder zur Ver-

wendung visueller Modelle und zum visuellen Denken veranlasst. Aufgrund der stetigen Wiederholung dieser von Bildern induzierten Denkbewegung ist davon auszugehen, dass sich im Verlauf der Zeit, außerhalb jedes akademischen oder künstlerischen Kontextes, spezifische Fähigkeiten im Umgang mit Bildern entwickelt haben, die ihren Besitzern in der Regel unbekannt bleiben, ihnen aber doch in der Praxis der visuellen Kommunikation assistieren dürften. „So wie die Bilder das, was sie zeigen, mit herstellen, produzieren sie auch die Rezeptionshaltung ‚des‘ Lesers.“²⁴



Abb. 5: Der Markt für Flachbildschirme im Wandel. *Süddeutsche Zeitung*, 09. März 2007, S. 2.

Man könnte daher von der Existenz einer *tacit visual literacy* sprechen, einer Form von impliziter Bildkompetenz. Dieses Begriffskompositum nimmt den Begriff des *tacit knowing* von Michael Polanyi auf und kombiniert ihn mit der geläufigen Formel der *visual literacy*.²⁵ Anders als bei Tony Schiratos und Jen Webbs Begriff des *tacit seeing* ist hier keineswegs die Unfähigkeit gemeint, aus visuellem Material einen Sinn zu formen und eine Bedeutung zu gewinnen.²⁶ Vielmehr steht der

Ausdruck *tacit visual literacy* unter einer ihrerseits aussagekräftigen inneren Spannung, die sich aus der Fügung von *tacit* und *literacy* ergibt und die hier vorgelegte Hypothese kennzeichnet. Versteht man diese implizite Bildkompetenz wesentlich als Produkt der Bilder selbst, so könnte man von einem „Bildakt“²⁷ im gesellschaftlichen Maßstab sprechen, der den in der Gesellschaft vorherrschenden „kognitiven Stil“²⁸ der Bildwahrnehmung grundlegend formt. Die Bilder wären somit die Produzenten einer visuellen Kommunikationsform und zugleich die Medien, die innerhalb derselben zirkulieren.

Ikonische Spannung als Lastesel der visuellen Kommunikation

Im Folgenden sollen zwei weitere Bilder einer näheren Betrachtung unterzogen werden, um die Rolle der ikonischen Spannung in der Pressefotografie etwas greifbarer vor das geistige Auge zu stellen. Zunächst wird es um ein Bild aus der *Süddeutschen Zeitung* vom 17. März 2007 gehen, an dem einige der Elemente zu beobachten sind, die auch das Foto der Moskauer Straßenszene prägen: mehrere Register, die von einem Blick durchdrungen werden, ein imaginäres Register sowie Perspektiven dritten Grades (Abb. 5). Das erste Register zeigt eine männliche Figur, die ein Plakat an seiner Nahtstelle auseinander zieht. Ihr Blick durchdringt den Bildraum vor dem zweiten Register und geht weit am Betrachter vorbei. Der durch den Spalt sichtbare Teil des Bildraums des ersten Registers weist unscharfe, nicht eindeutig bestimmbare Formen auf. Hinsichtlich des zweiten Registers selbst, also des Plakats, das bis an die Ränder des ersten heranreicht, ist schwer bestimmbar, ob seine Bildfläche weitgehend parallel zu der des ersten verläuft oder nicht. Die Bildfläche des ersten Registers wäre vollständig von dem zweiten ausgefüllt, und dieses vielleicht gar nicht als solches erkennbar, wenn es nicht durch einen Handgriff zerteilt würde. Der Teil des Bildraums des ersten Registers, der sich vor dem Plakat befindet, wird nicht durch darin befindliche Objekte definiert, sondern ist lediglich als derjenige Raum imaginierbar, in dem die Kamera zu verorten ist, mit der das Foto aufgenommen wurde und der von dem Blick der Bildfigur durchdrungen wird.

Das zweite Register zeigt einen perspektivisch verkürzten Flachbildschirm, auf dessen Bildfläche ein drittes Register zur Erscheinung kommt. Durch eine Licht-Schatten-Grenze wird die Oberfläche des Bildschirms und dadurch des dritten Registers gekennzeichnet. Diese schräg von rechts oben herabfallende Linie spielt für das dritte Register die Rolle, die die männliche Figur für das zweite spielt: Es offenbart einen Aspekt der Materialität und Bildlichkeit desselben. Beide Aufweise des Bildlichen stehen in räumlicher und funktionaler Korrespondenz und fungieren als Teile einer Art visueller Maschine, die ein Spektrum von Bildlektüren steuern kann. Sie treten insbesondere dadurch in die Beziehung eines Wirkungsgefüges, dass die Person nicht nur durch die Bildfläche des zweiten Registers hindurch-, sondern auch aus dem in diesem gezeigten Monitor herauszublicken scheint. Sein offenbar nicht intentionaler Ikonoklasmus richtet sich also gegen das zweite und das dritte Register gleichermaßen. Das dritte Register selbst zeigt schließlich das Gesicht einer Frau, die den Betrachter anblickt und anlächelt, dabei aber teilweise von dem Rahmen und Gehäuse des Monitors verdeckt wird. Fiel der Blick bei dem Foto von der Moskauer Straßenszene (Abb. 4) aus dem zweiten Register auf den Betrachter, so durchdringt er diesmal aus dem dritten Register alle Bildebenen, um den Blick des Betrachters zu treffen. Auch hier, wie bei unserem Bild mit dem Moskauer Obdachlosen, erweist sich die Blickrichtung eines Bildes im Bild, hier des dritten Registers, unabhängig von der Position desselben im Bildraum des übergeordneten, zweiten Registers. Und auch hier führt das Gesicht seine eigenen Raumkoordinaten ein, die es von der Position des Monitors abheben und ein zusätzliches, imaginäres Register einführen.

Mehr noch als bei dem Foto der Moskauer Straßenszene ist hier eine veritable Auftürmung von ‚Selbstaufweisen‘ des Bildlichen zu bezeugen: Drei ineinander geschachtelte Register, ein imaginäres viertes, ein Blick aus dem dritten bzw. vierten Register, der den Blick des Betrachters trifft, und ein anderer Blick aus dem ersten, der an dem des Betrachters vorbeigeht; ein imaginärer Raum vor dem zweiten Register, der allein durch den Blick einer Figur im Bild aufgespannt wird; und schließlich die Spalte im Bild, die durch

einen ikonoklastischen Akt entsteht. Hätte man es mit einem Kunstwerk zu tun, so würde man seinem Schöpfer einen ausgeprägten Hang zur Bildtheorie im Bild, zur Beforschung des Mediums Bild im Medium des Bildes unterstellen. Dem Fotografen sowie den Redakteuren der Bildagentur und der Tageszeitung aber dürfte es hier lediglich um eine optimierte visuelle Kommunikation gegangen sein.

Wie in unserem Bild von der Moskauer Straßenszene bezeugen wir auch hier eine komplexe, spannungsgeladene und aufschlussreiche Bildanlage, und auch hier dient sie keineswegs dazu, etwa das Medium Bild zu thematisieren, den Betrachter auf die Bildlichkeit des Gezeigten zu verweisen oder „das visuell Gegebene in Richtung einer Kritik von Aussageansprüchen“ zu überschreiten.²⁹ Wie im zuvor besprochenen Fall dient die Bildanlage auch hier dazu, ein visuelles Modell eines Sachverhaltes abzugeben, der selbst kein Bild ist. Dieser Sachverhalt wird durch den das Bild umgebenden Artikel über die Cebit des Jahres 2007 erzeugt, der davon handelt, dass asiatische Firmen auf den zuvor vom ‚Westen‘ dominierten Markt für Flachbildschirme drängen. Dieser Kontext stiftet der unbestimmten ikonischen Spannung eine konkrete Bedeutung im Sinne einer Modifikation des Als-ob: Der das Bild eines westlichen Herstellers zerstörende, unvermittelt im Bild auftretende Mann asiatischen Aussehens kann nun so verstanden werden, als ob es sich bei ihm um eine Exemplifikation der asiatischen Hersteller handele, die den kartellmäßig stabil organisierten Markt aufmischen. Sein Eingriff zerstört eine Illusion, derzufolge das zweite Register als das erste erschienen wäre, ohne dadurch allerdings Klarheit zu schaffen. Dadurch entsteht allerdings keine visuelle Klarheit, sondern eine neue, komplexe und unauflösbare visuelle Struktur, die als elaboriertes visuelles Modell der neuen Situation des Marktes für Flachbildschirme aufgefasst werden kann. Der Umstand, dass sich das Bild dagegen sperrt, in einer abgeschlossenen Interpretation aufzugehen, dass es unmöglich ist, die angelegte visuelle Spannung aufzulösen, macht deutlich, dass es keiner expliziten visuellen Kompetenz bedarf, um sie zu erzeugen. Der Versuch, die ikonische Spannung aufzulösen, lässt sie umso stärker vor dem geistigen Auge entstehen. Dieser Wirkungszusammenhang lässt er-

neut die Vermutung zu, dass sich die Bildwirkung nicht allein der akademisch gebildeten *visual literacy* erschließt, sondern in gewisser Weise auch einem Betrachter, der sich keine bewusste Rechenschaft über die zugrunde liegenden Mechanismen ablegt. Vielmehr trägt das Bild umgekehrt zur Ausbildung einer ihm gemäßen *tacit visual literacy* bei, indem es ein implizit-analytisches, also eigenes kreatives Nachschaffen provoziert und anleitet und dadurch zu einem ebenfalls impliziten, im Wesentlichen *praktischen* Bildverständnis führt.

derung der Konsumenten, zur Schilderung der sozialen Kluft in Russland oder der Dynamiken des Marktes für Unterhaltungselektronik, sondern auch zur intensivierte Darstellung beispielsweise einer Segelregatta (Abb. 6). Das Bild zeigt eine große Menge zumeist weißer und grauer Segel, im Bildvordergrund eine Statue, links oben das offene Wasser mit zwei Motorbooten. Die von Segeln nahezu ausgefüllte mittlere Bildfläche bildet eine relativ klare Grenzlinie zum offenen Wasser, die der gesamten Komposition eine diagonal von links unten nach rechts oben verlaufende



Abb. 6: Regatta Barcolana. *Süddeutsche Zeitung*, 21. Oktober 2009, S. 32.

Ein letztes Beispiel aus der *Süddeutschen Zeitung* vom 21. Oktober 2009 soll die Behauptung plausibilisieren helfen, dass in der aktuellen Pressefotografie ikonische Spannung als Kanal im informationstheoretischen Sinne durchaus intensiv genutzt wird. Sie findet sich nicht nur zur Charakterisierung der Überfor-

Grundrichtung vorgibt. Derselben Logik folgend besetzen Wasser und Statue die linke obere und die rechte untere Bildecke. Der Gestus der Statue evokiert einen Gedanken an ein Startsignal, das die Regatta für eröffnet erklärt und die Boote nun auf das Meer hinausschickt. Dieser Effekt tritt mit der in Leserichtung ansteigenden Grundlinie in den Wirkungszusammenhang eines pompösen Auftaktes. Wie bei den

zuvor diskutierten Fotografien ergibt sich die spezifische Bildwirkung auch hier durch die Position der Kamera und den gewählten Bildausschnitt, also als Ergebnis der kompositorischen Arbeit des Fotografen. Mit diesen Bemerkungen wäre eine allein an denotativen Aspekten orientierte Bildbeschreibung weitgehend vollständig. Die Verwirrung jedoch, die durch die Ansammlung der Segel entsteht, stellt ein Bildelement eigenen Rechts dar und ist an der Sinnerzeugung des Bildes grundlegend beteiligt. Insbesondere entlang der Profillinie der Statue im rechten unteren Bildviertel ist es schwierig, zwischen Segel und Statue sowie Hintergrund und Vordergrund zu unterscheiden. Beispielsweise wird nicht sofort deutlich, dass der rechte Arm der Statue nach unten gerichtet ist und dass sich ein Lorbeerkranz in der rechten Hand befindet. Auf den ersten Blick hätte es so erscheinen können, als sei die rechte Hand erhoben wie die linke, allerdings vom Torso der Statue verdeckt, sodass lediglich ihre Finger hinter der Stirn hervorragen. Diese Sichtweise, die von zwei erhobenen Händen statt nur von einer ausgegangen wäre, hätte den Gestus der Renneröffnung markant verstärkt. Dass es sich stattdessen um einen Strahlenkranz handelt, wird erst bei näherem Hinsehen deutlich. Eine dritte Verwirrung entsteht an der hinteren Profillinie des Rocks, die zusammen mit einigen Segeln eine steil nach rechts unten abfallende Linie erzeugt. Welche Teile hierbei durch die Statue und welche durch die Segel im Hintergrund gebildet werden, ist nur mit einigem Aufwand zu bestimmen. Ähnliches gilt für die durchbrochenen Flügel und ihre Schattenlinien, die teilweise fast mit den Segeln zu verschmelzen scheinen. Dem Auge ertrinkt die Statue daher beinahe in einem Hintergrund, der seinerseits wenig Orientierungspunkte zu bieten vermag. Eine klare räumliche Staffelung der Segel ist kaum auszumachen, Aussagen etwa über die Positionen einiger der verdeckten Boote sind kaum begründet zu treffen. Dadurch entsteht der geradezu unausweichliche Eindruck eines großen visuellen Durcheinanders. Da die Lage auf dem Wasser ähnlich unübersichtlich sein dürfte wie die auf dem Foto, kann das Bild zum Anschauungsmodell der Regatta werden. Indem es eine visuelle Spannung erzeugt, die das Auge verwirrt, erzählt es auf eine aktive und reiche Weise von dem fotografierten Geschehen. Die Bildunterschrift liefert im

Vergleich zu der Aussagekraft des Bildes lediglich technische Details nach, die kaum zu erstaunen vermögen: dass es sich hier um eine der größten Segelregatten der Welt handelt, konkret die Regatta Barcolana, die alljährlich bei Triest ausgetragen wird.³⁰ Das Bild schildert den Gegenstand kraft seiner denotativen, symbolischen und visuellen Elemente, während der Text lediglich seinen Namen und seine Größe angibt.

Im Zusammenhang mit der Frage nach der Verwendung genuin künstlerischer Bildstrategien ist die Beobachtung wichtig, dass der hier zu schildernde Sachverhalt durchaus banal ist. Das Bild steht nicht im Zeichen seiner Entgrenzung, des Erhabenen, der Struktur des Mediums oder einer „unüberwindbaren Verfügungsohnmacht“,³¹ sondern der möglichst reichen Darstellung der Größe einer Regatta. Das Foto von der Barcolana deutet darauf hin, dass die hier skizzierten visuellen Bildstrategien in der aktuellen Pressefotografie mitunter den Dienst eines Lasttiers verrichten. Von der Dignität ihrer künstlerischen Herkunft bleibt dabei zumeist wenig, obwohl sie ihre ikonische Potenz keineswegs einbüßen. Der visuelle Informationskanal erweitert die Möglichkeiten der visuellen Kommunikation beträchtlich und bindet zudem die Aufmerksamkeit des vorbeihastenden Betrachters durch seine Auflehnung gegen eine einfache Interpretation.

Es wäre wenig stichhaltig, etwa aus Sorge um die Unterscheidung von Kunst und Kommerz zu unterstellen, es gebe aus Mangel an *visual literacy* keine geeigneten Empfänger dieser Informationen. Vielmehr muss davon ausgegangen werden, dass die Bilder selbst eine solche Fähigkeit gebildet und die Konsumenten der Bilderflut in den Stand gesetzt haben, die auf diesem Wege gesendeten Informationen auch zu empfangen. Die Frage ist nicht, ob sie dies können oder nicht, sondern ob sie darum wissen und darüber Auskunft zu geben vermögen. Gesteht man neben der bewussten überhaupt noch eine Bilderfahrung zu und geht in diesem Sinne von einer weit verbreiteten *tacit visual literacy* aus, so stellen sich Fragen nach dem *tacit knowing* in der „gesellschaftlichen Ikonosphäre“³² und nach dem „Bildakt“, demzufolge den Bildern die Fähigkeit zuzuschreiben wäre, den „kognitiven Stil“ der Bildinterpretation zu prägen. Auf dieser

Basis wäre nach neuen Strategien zur Ausbildung einer expliziten visuellen Kompetenz³³ sowie nach den Wegen aus der notorischen Unterschätzung der Bildkonsumenten durch nahezu alle bildtheoretischen Felder zu fragen.

Endnoten

1. Imdahl 1995, *Ikonik*, S. 318.
2. Vgl. Arnheim 2001, *Anschauliches Denken*, S. 258-276.
3. Imdahl 1995, *Ikonik*, S. 318, sic.
4. Imdahl 1995, *Ikonik*, S. 318.
5. Zum Bild als Modell vgl. Boehm 2007, *Zeigen*, S. 114–140; Bois 1993, *Painting as Model*, S. 249; Mitchell 1994, *Picture Theory*, S. 49; Bruhn 2009, *Das Bild*, S. 161–175. Betreffende Bemerkungen sind überaus zahlreich. So wäre auch von einer Vorstellung des Bildes als Modell zu sprechen, wenn es bei Julian Hochberg etwa heißt: „die Wirksamkeit von Strichzeichnungen [kann] uns über die Arten, in denen wir die Welt wahrnehmen und enkodieren, Aufschluß geben, und nicht nur über die Kunst der bildlichen Darstellung allein. Gerade diese Möglichkeit macht die Untersuchung der bildenden Kunst für den Wahrnehmungspsychologen überaus bedeutsam.“ Hochberg 1977, *Dinge und Menschen*, S. 87.
6. Vgl. Grittmann/Nevela/Amann 2008, *Fotojournalismus*, S. 10.
7. Ein wichtiger Begriff bei Cézanne, vgl. Boehm 1988, *Cézanne*, S. 54–66.
8. Kroeber-Riel 1993, *Bildkommunikation*, S. 53.
9. Vgl. Bourdieu 1999, *Regeln der Kunst*, S. 469f.
10. Vgl. etwa Diers 2005, *War Cuts*, S. 37.
11. Vgl. Martens 2001, *Drukwerk*.
12. Vgl. z.B. Diers 1997, *Schlagbilder*, S. 179–202. Darüber hinaus denke man etwa an die zahlreichen Darstellungen von Menschen, die sich vor einem Plakat befinden, auf denen wiederum überlebensgroße Menschen abgebildet sind, bzw. generell an Bild-im-Bild-Verachtelungen. Ebenfalls zu nennen wären zahlreiche Beispiele, bei denen der fotografierte Sachverhalt offenkundig gezielt verrätselt wurde, etwa durch Spiegelungen, Durchsichten, Unschärfen, Op-Art-Effekte, All-Over-Structures, Verschleifungen von Vorder- und Hintergrund, forcierte Nahsichten und dergleichen. Ein Überblick über solche Bildstrategien liegt meines Wissens bislang nicht vor.
13. Vgl. Huber 2005, *Unlesbarkeit*, S. 75.
14. Das 'erste Register' ist hier das Bild, das der Gegenstand unserer unmittelbaren Betrachtung ist, das 'zweite Register' ist ein Bild, welches das erste Register zeigt, also ein Bild im Bild, hier das Plakat. Zur Terminologie vgl. Kemp 1995, *Bildbeschreibung*.
15. Zur Schrägsicht von Bildern: Polanyi 1995, *Was ist ein Bild?*, S. 151: „Offenkundig wird bei seitlicher Sicht die perspektivische Struktur eines gewöhnlichen Bildes verzerrt, wenn die Verzerrung nicht durch die Wahrnehmung der Flachheit des Bildes ausgeglichen wird. Wir stellen fest, daß die Photographie eines Gemäldes, die aus eines Winkel aufgenommen wurde, stark verzerrt ist, weil die Kamera die Leinwandpräsenz, die sonst die Verzerrung ausgleichen würde, nicht einbezieht.“ Vgl. Hochberg 1977, *Dinge und Menschen*, S. 68–76.
16. Hier ist also keine „grammatikalische Verengung“ der Bildlektüre durch den Text, die Roland Barthes beobachtet hat, sondern eine umgekehrte Wirkungsrichtung, eine ikonische Verengung der Textlektüre zu protokollieren. Da die Dominanzen letztlich bilateral sind, handelt es sich um ein ergebnisoffenes Spiel und nicht um eine einseitige Repression. Vgl. Barthes 1990, *Rhetorik*, S. 34ff.
17. Hier ist also der im pädagogischen Bereich geprägte Begriff der impliziten Analyse gemeint, nicht jener aus der Analysis oder aus der Kantschen Philosophie.
18. Polanyi 1985, *Implizites Wissen*
19. Boehm 2007, *Zeigen*, S. 254.
20. Vgl. z.B. Manning White 1950, *Gate Keeper*; Schmidt/Zurstiege 2007, *Kommunikationswissenschaft*, S. 151f.; Wilke 2008, *Bildmarkt*.
21. Vgl. Bruhn 2003, *Bildwirtschaft*; Ullrich 2008, *Vergessen*.
22. Krüger 2001, *Schleier*, S. 136.
23. Baxandall, *Wirklichkeit*, 1999.
24. Huber 2005, *Unlesbarkeit*, S. 77. Allerdings sieht Huber keine anspruchsvolle Bildlichkeit in der Pressefotografie, sondern begrenzt sie auf den Bereich der Kunst.

25. Erstmals: Debes 1968, *Visual Literacy*; neueren Datums: Elkins 2003, *Visual Studies*, Kapitel 4; vgl. aber auch: Petterson 2002, *Information*; Den Ausdruck des Visuellen könnte man etwa auf Huberman 2000, *Bild*, Gauthier 1996, *Visuel* oder Tisseron 1997, *Psychoanalyse* zurückführen, auch wenn deren Begriffe nicht deckungsgleich sind; vgl. Belting 2007, *Herausforderung*, S. 18ff.
26. Schirato/Webb 2004, *Visual*, S. 2.
27. Bredekamp 2004, *Bildakte* und ders. 2007, *Bild – Akt – Geschichte*, sowie: <http://www2.hu-berlin.de/bildakt-verkoerperung/>, 18.04.10.
28. Baxandall 1999, *Wirklichkeit*.
29. Reck 2007, *Eigensinn*, S. 212.
30. *Bei der Statue handelt es sich übrigens um die Statua della Vittoria auf dem Faro della Vittoria bei Triest*, geschaffen von Giovanni Mayer.
31. Imdahl 1995, *Ikonik*, S. 318.
32. Kämpfer 1997, *Propaganda*.
33. Wendler 2009, *Visuelle Kompetenz*.

Bibliographie

- Arnheim 2001, *Anschauliches Denken*
 Arnheim, Rudolf, *Anschauliches Denken. Zur Einheit von Bild und Begriff*, Köln 2001.
- Barthes 1990, *Rhetorik des Bildes*
 Barthes, Roland, *Rhetorik des Bildes*, in: ders., *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn* (Kritische Essays. Teil 3), Frankfurt am Main 1990, S. 28-46.
- Baxandall 1999, *Wirklichkeit*
 Baxandall, Michael, *Die Wirklichkeit der Bilder. Malerei und Erfahrung im Italien der Renaissance*, Berlin 1999.
- Belting 2007, *Herausforderung*
 Belting, Hans, *Die Herausforderung der Bilder*, in: *Bilderfragen. Die Bildwissenschaften im Aufbruch*, hg. v. Hans Belting, München 2007, S. 11-23.
- Boehm 1988, *Cézanne*
 Boehm, Gottfried, *Paul Cézanne. Montaine Sainte-Victoire*, Frankfurt am Main 1988.
- Boehm 2007, *Zeigen*
 Boehm, Gottfried, *Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens*, Berlin 2007.
- Bois 1993, *Painting as Model*
 Bois, Yves Alain, *Painting as Model*, Cambridge Mass., London 1993.
- Bourdieu 1999, *Regeln der Kunst*
 Bourdieu, Pierre, *Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes*, Frankfurt am Main 1999.
- Bredekamp 2004, *Bildakte*
 Bredekamp, Horst, *Bildakte als Zeugnis und Urteil*, in: *Mythen der Nationen. 1945 – Arena der Erinnerungen*, hg. v. Monika Flacke, Mainz 2004, Bd. 1, S. 29-66.
- Bredekamp 2007, *Bild – Akt – Geschichte*
 Bredekamp, Horst, *Bild – Akt – Geschichte*, in: *Geschichtsbilder. 46. Deutscher Historikertag vom 19.-22. September 2007 in Konstanz. Berichtsband*, hg. v. Clemens Wischermann u.a., Konstanz, 2007, S. 289-309.
- Bruhn 2003, *Bildwirtschaft*
 Bruhn, Matthias, *Bildwirtschaft. Verwaltung und Verwertung der Sichtbarkeit*, Weimar 2003.
- Debes 1986, *Visual Literacy*
 Debes, John, *Some foundations of visual literacy*, in: *Audio Visual Instruction*, 13, 1968, S. 961-964.
- Didi-Huberman 2000, *Vor einem Bild*
 Didi-Huberman, Georges, *Vor einem Bild*, München, Wien 2000.
- Diers 2005, *War Cuts*
 Diers, Michael, *War Cuts. Über das Verhältnis von zeitgenössischer Kunst und Pressefotografie*, in: Basel, Kunstmuseum, *Covering the*

Real. Kunst und Pressebild, von Warhol bis Tillmans, hg. v. Hartwig Fischer, Köln 2005, S. 37–45.

Elkins 2003, *Visual Studies*

Elkins, James, *Visual Studies. A Skeptical Introduction*, New York, London 2003.

Gauthier 1996, *Visuel*

Gauthier, Alain, *Du visible au visuel, Anthropologie du regard*, Paris 1996

Grittmann u.a. 2008, *Fotojournalismus*

Grittmann, Elke u.a., *Global, lokal, digital. Strukturen und Tendenzen im Fotojournalismus*, in: *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*, hg. v. Elke Grittmann u.a., Köln 2008, S. 8-35.

Hochberg 1977, *Dinge und Menschen*

Hochberg, Julian, *Die Darstellung von Dingen und Menschen*, in: Ernst H. Gombrich, u.a., *Kunst, Wahrnehmung, Wirklichkeit*, Frankfurt am Main 1977, S. 61–114.

<http://www2.hu-berlin.de/bildakt-verkoerperung/> [18.04.10]

Huber 2005, *Unlesbarkeit*

Huber, Jörg, *Lesen – Sehen – Verstehen. Für eine Unlesbarkeit der Bilder*, in: *Covering the Real. Kunst und Pressebild, von Warhol bis Tillmans*, hg. v. Hartwig Fischer, Köln 2005, S. 70-79.

Imdahl 1995, *Ikonik*

Imdahl, Max, *Ikonik. Bilder und ihre Anschauung*, in: *Was ist ein Bild?*, hg. v. Gottfried Boehm, München 1995, S. 300-324.

Kämpfer 1997, *Propaganda*

Kämpfer, Frank, *Propaganda*, Hamburg 1997.

Kemp 1995, *Bildbeschreibung*

Kemp, Wolfgang, *Praktische Bildbeschreibung. Über Bilder in Bildern, besonders bei Van Eyck und Mantegna*, in: *Beschreibungskunst – Kunstbeschreibung: Ekphrasis von der Antike bis zur Gegenwart*, hg. v. Gottfried Boehm und Helmut Pfotenhauer, München 1995, S. 99–119.

Kroeber-Riel 1993, *Bildkommunikation*

Kroeber-Riel, Werner, *Bildkommunikation*, München 1993.

Krüger 2001, *Schleier*

Krüger, Klaus, *Das Bild als Schleier des Unsichtbaren. Ästhetische Illusion in der Kunst der frühen Neuzeit in Italien*, München 2001.

Martens 2001, *Drukwerk*

Martens, Karel, *Printed Matter/Drukwerk*, London 2001.

Mitchell 1994, *Picture Theory*

Mitchell, W. J. T., *Picture Theory*, Chicago, London 1994.

Petterson 2002, *Information Design*

Petterson, Rune, *Information Design. An Introduction*, Amsterdam 2002

Polanyi 1985, *Implizites Wissen*

Polanyi, Michael, *Implizites Wissen*, Frankfurt am Main 1985 [*The Tacit Dimension*, New York 1966].

Polanyi 1995, *Was ist ein Bild?*

Polanyi, Michael, *Was ist ein Bild?*, in: *Was ist ein Bild?*, hg. v. Gottfried Boehm, München 1995, S. 148-162.

Reck 2007, *Eigensinn*

Reck, Hans-Ulrich, *Der Eigensinn der Bilder. Bildtheorie und Kunstphilosophie*, München 2007.

Schirato/Webb 2004, *Visual*

Schirato, Tony / Webb, Jen, *Understanding the Visual*, Wellington, Canberra 2004.

Schmidt/Zurstiege 2007, *Kommunikationswissenschaft*

Schmidt, Siegfried J. / Zurstiege, Guido, *Kommunikationswissenschaft. Systematik und Ziele*, Reinbek bei Hamburg, 2007.

Tisseron 1997, *Psychoanalyse*

Tisseron, Serge, *Psychoanalyse de l'image*, Paris 1997.

Ullrich 2008, *Vergessen*

Ullrich, Wolfgang, *Bilder zum Vergessen. Die globalisierte Industrie der ‚Stock Photography‘*, in: *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*, hg. v. Elke Grittmann u.a., Köln 2008, S. 51-61.

Wendler 2009, *Visuelle Kompetenz*

Wendler, Reinhard, *Visuelle Kompetenz und das Jahrhundert der Bilder*, in: *Neue Politische Literatur*, 2, 2009, S. 181-189.

White 1950, *Gate Keeper*

White, David Manning, *The „Gate Keeper“: A Case Study in the Selection of News*, in: *Journalism Quarterly*, 27. Jg. 1950, Heft 3, 383-390.

Wilke 2008, *Bildermarkt*

Wilke, Jürgen, *Der Bildermarkt in Deutschland – Akteure, Vermarktungswege, Handelsgebräuche, Markttendenzen*, in: *Global, lokal, digital. Fotojournalismus heute*, hg. v. Elke Grittmann u.a., Köln 2008, S. 36-50.

Abbildungen

Abb. 1: Andreas Gursky, 99 Cent 1999, Chromogenic color print. 207 x 337 cm. Matthew Marks Gallery, New York, and Monika Sprüth Galerie, Köln.

Abb. 2: François Morellet, *Angles Droits Convergents*, 1956, Öl auf Leinwand, 80x80 cm. Städtisches Museum Abteiberg Mönchengladbach. Aus: Boehm 1995, *Was ist ein Bild?*, S. 316.

Abb. 3: Laurie Rosenwald, Illustration zu „Adrift in a Sea of Consumer Choice“, *New York Times*, 11. April 2005.

Abb. 4: Obdachloser vor dem Kaufhaus „GUM“ in Moskau. *Süddeutsche Zeitung*, 23. Februar 2009, S. 22, AP.

Abb. 5: Der Markt für Flachbildschirme im Wandel. *Süddeutsche Zeitung*, 09. März 2007, S. 2, dpa.

Abb. 6: Regatta Barcolana. *Süddeutsche Zeitung*, 21. Oktober 2009, S. 32, Reuters.

Die Rechte konnten nicht in allen Fällen ermittelt werden. Bei berechtigten Ansprüchen bittet der Verf. um Mitteilung.

Zusammenfassung

Komplexere visuelle Ereignisse vor Bildern werden üblicherweise dem Kunstkontext zugeordnet, während man in den massenmedialen Bildwelten einfache, schnell wirkende Bildstrategien erwartet. Der Aufsatz versucht an Bildbeispielen aus der aktuellen Pressefotografie zu zeigen, dass eine solche Aufteilung zumindest in dieser Form nicht haltbar ist. Es werden Fotografien besprochen, die aufgrund einer ikonischen Spannung als visuelle oder Anschauungsmodelle jenes Sachverhaltes angeschaut werden können, der im Zeitungsartikel jeweils sprachlich auseinander gesetzt wird. Aufgrund des massenhaften Auftretens von visuellen Modellen der exemplarisch besprochenen Art wird eine substantielle Einwirkung solcher Bilder auf die Art und Weise ihrer Anschauung postuliert. Gemäß der Theorie des Bildaktes wird an-

genommen, dass die Erfahrung einer ikonischen Spannung als praktischer, vom Bild selbst angeleiteter Bildvollzug und demgemäß die durch die Bilder geprägte Anschauung als implizit-analytisches Vermögen zu konzipieren ist. Auf dieser Basis wird die Hypothese formuliert, dass die Konsumenten der massenmedialen Bildwelten über eine implizite Bildkompetenz, eine *tacit visual literacy*, verfügen. Die geläufige Beschränkung aller Bildrezeption auf bewusste Vorgänge hat nicht nur zur Unkenntnis dieser impliziten Bildkompetenz geführt, sondern auch zu einer notorischen Unterschätzung der visuellen Gesellschaft seitens des akademischen Diskurses.

Autor

Reinhard Wendler studierte Kunstgeschichte, Musikwissenschaft und Philosophie an der Technischen Universität Berlin und der Humboldt Universität Berlin. Er hat zum Thema „Die Rolle der Modelle in Werk- und Erkenntnisprozessen“ promoviert und arbeitet derzeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Projekt „Modelle als Akteure“ an der Technischen Universität Berlin sowie in einer Kooperation mit dem Modul „Bild und Modell“ des Nationalen Forschungsschwerpunkts Bildkritik der Universität Basel.

Titel

Reinhard Wendler, Tacit Visual Literacy. Visuelle Spannung in aktueller Pressefotografie, in: kunsttexte.de, Nr. 2, 2010 (13 Seiten), www.kunsttexte.de.