Camera Austria

166
2024
INTERNATIONAL
A/D/LUX
18,– €
CH
22,– sFr

Arne Schmitt
Jenny Schäfer
Daniel Mebarek
Taous R. Dahmani
Ursula Biemann
Reinhard Braun
Susanne Keichel
Ilija Matusko

Re-Readings

Vom Jemand zum Niemand

von Falk Haberkorn und Marc Ries

In diesem Re-Reading soll das fotografische Porträt als »soziales Bild« Gegenstand sein, mit seinem ersten massenhaften Auftreten als Carte de Visite im 19. Jahrhundert im Vergleich zu den auf Social-Media-Plattformen zirkulierenden ephemeren, kommunikativ-gestischen Bildnissen der Gegenwart.

1

In jeder intentional aufgenommenen Fotografie kristallisiert sich eine Vorstellung, ein Imaginäres, wie unbestimmt es auch sei. In der Porträtfotografie namentlich verdichten sich gegensätzliche Vorstellungen, die vom einzelnen Subjekt wie von den Institutionen – öffentlichen wie privaten, organisierten wie informellen als Repräsentanten eines gesellschaftlichen Allgemeinen – gleichermaßen ausgehen. Roland Barthes hat dies in Hinblick auf die Pose, die Notwendigkeit also, im Akt der fotografischen Aufnahme Stellung zu beziehen, bündig zusammengefasst: »Das photographische Porträt ist ein geschlossenes Kräftefeld. Vier imaginäre Größen überschneiden sich hier, stoßen aufeinander, verformen sich. Vor dem Objektiv bin ich zugleich der, für den ich mich halte, der, für den ich gehalten werden möchte, der, für den der Photograph mich hält, und der, dessen er sich bedient, um sein Können vorzuzeigen.« (RB, S. 22)

Unter dem Gesichtspunkt des Sozialen hat das fotografische Porträt eine Schlüsselfunktion, weil es die jeweilige Schnittstelle darstellt von wechselseitiger normativer Identifizierung der sozialen Akteure – im Sinne von Authentifzierung – einerseits und Identifikation im psychologischen Sinne andererseits. Ersteres zeigt sich in all jenen Standardisierungs-, Typisierungs- und Klassifizierungsverfahren, die sich ab dem ausgehenden 19. Jahrhundert im forensischen, klinischen, kriminologischen, kulturanthropologischen und bürokratischen Bereich in Zusammenhang mit dem fotografischen Porträt herausbildeten, systematisierten und schließlich international standardisierten, um jene von Barthes beschriebenen subjektiven Momente weitestgehend auszuschalten: vom Polizeifoto über die anthropometrische Fotografie bis zur automatisierten Gesichtserkennung. Bernd Stiegler definiert diese Bildpraktiken in seiner jüngsten Publikation als Ausdruck von »Identitätspolitik[en]«, einer »visuellen Biopolitik« (BS, S. 33, 31).

Authentifizierung und Identifikation kommen überein im Begriff der Identität. Er bezeichnet ein nach allen Seiten offenes, dynamisches Feld, wo sich Inneres und Äußeres, Selbst- und Fremdzuschreibungen permanent überkreuzen und durchdringen. So sehr Identität von beiden Seiten auf ihre »Feststellung«, Fixierung zielt, die auf visueller Ebene historisch erst von der Fotografie vollständig ratifiziert wurde, so wenig erweist sich doch das Desiderat einer fixen Identität als haltbar: »Wer mit sich identisch ist, kann sich einsargen lassen«, pointierte dies Heiner Müller 1991 in einem Gespräch mit Frank M. Raddatz. Denn auch wenn unsere Vorstellungen von Identität sich im Universum der allgegenwärtigen technischen Bilder an eben deren paradigmatischer Form orientieren, so bleiben sie doch Vorstellungen: ein Imaginäres, eine Wunsch- oder Gewaltfantasie.

2

In der Geschichte der fotografischen Gattungen ist die des Porträts nur eine von vielen. Doch hat sie einen besonderen Stellenwert, zum einen, weil die Evidenzbehauptung der Fotografie gerade am Vertrautesten und Verletzlichsten, am Menschenbild sich zu bewahrheiten hat, und zum anderen, weil die Geschichte der Fotografie als massenbasierte gesellschaftliche Praxis von der des Porträts gleichsam eingerahmt wird: Zu Beginn dieser Phase ihrer Geschichte, ab 1859 (HG, S. 357), kommt es mit der Popularisierung der Carte de Visite zu einem geradezu explosionsartigen Boom des Porträts; gleiches gilt für ihr – vorläufiges – Ende (sofern man die Morgendämmerung der KI als Götzendämmerung der Fotografie aufzufassen gewillt ist) mit dem ebenso explosionsartigen Boom des Porträts in den sozialen Medien ab etwa 2010.

E. Bieber, Ganzfiguriges Porträt von Anton Wilhelm Scheel, Hamburg, um 1869. Carte de Visite. Copyright: Wikimedia Commons.

Beide Phänomene verdankten sich dem Zusammentreffen von je zwei Faktoren in Form technologisch-medialer Neuerungen: Beim Social-Media-Bild waren dies die Entwicklung des Smartphones und die Bereitstellung der für die Publikation der Bilder notwendigen digitalen Öffentlichkeit durch die einschlägigen Plattformen; die Carte de Visite wiederum wäre kaum möglich gewesen ohne die Erfindung des Kollodiumverfahrens auf Glas, das kürzere Belichtungszeiten zuließ (HG, S. 205–206) und vor allem Reproduktionen vom selben Negativ erlaubte, sowie ohne die Idee, mittels Unterteilung der fotografischen Platte in separat zu belichtende Segmente den Preis für den einzelnen Abzug drastisch zu senken (HG, S. 357). Auch damals handelte es sich bei diesen massenhaft produzierten und konsumierten Bildern um »soziale Medien« durchaus im heutigen Sinne des Wortes: Zeichen und Mittel einer dezidiert sozial-interaktiven Gebrauchsweise der Fotografie. Welche Tiefenschichten des Begehrens lassen sich, damals wie heute, darin erkennen?

Primär war es das Bedürfnis des aufstiegswilligen Kleinbürgertums, sich durch das vordem nur Wohlhabenden vorbehaltene Bildnis als der bürgerlichen Klasse zugehörig auszuweisen (GF, S. 67). Individuelles spielte dabei kaum eine Rolle, vielmehr ging es um die Reproduktion bürgerlicher Rollenmuster, die Präsentation eines »Habitus« als serialisierter Standard. »Auf dem Höhepunkt des Porträtkartenfiebers wurden allein in England pro Jahr drei- bis vierhundert Millionen Karten verkauft« (HG, S. 366). »So nimmt es nicht wunder, dass bei dieser Massenproduktion nur Schablonen herauskamen« (HG, S. 362), eine »Sintflut immergleicher Bilder«, »deren ermüdende und beharrliche Stereotypie die Dargestellten ihrer Individualität beraubt« (BS, S. 54). Doch sieht Bernd Stiegler hier auch eine gegenläufige Tendenz aufblitzen: »Norm und Spiel gehen Hand in Hand und Erstere ist – paradox genug – die Ermöglichungsbedingung von Letzterer. Inmitten der Millionen von Porträts will man ähnlich und doch anders sein.« (BS, S. 54) Den Wunsch, sich als ein Individuelles vom Allgemeinen abzuheben, erkennt Gerhard Schweppenhäuser auch im zeitgenössischen Social-Media-Bild, mit derselben paradoxen Pointe, nur in umgekehrter Richtung: »Einzigartigkeit als allgemeines Strukturmerkmal – so könnte man die paradoxe Formel nennen, die als Alleinstellungsmerkmal taugt, die aber die Mediennutzer eben nicht »alleinstellt«, also nicht ins soziale Abseits befördern soll.« (GS, S. 175) Während das Visitformat-Bildnis als Zeichen einer erst angestrebten Zugehörigkeit gelesen werden kann, deutet sich im Social-Media-Bild die Furcht vor deren Verlust, Desintegration an.

Unbeschadet seiner sozialen Repräsentations- und Integrationsfunktion könnte das industriell fabrizierte Selbstbild der Carte de Visite so auch als Symptom eines kollektiven Bedürfnisses angesehen werden, der Anonymisierung und Entfremdung in den sich rasch industrialisierenden Gesellschaften mit dem Entwurf eines imaginären Gegenübers, eines virtuellen Selbst beizukommen: Man »betritt« den fotografischen Bildraum zwar de jure als bürgerliches Subjekt, möchte aber de facto ein *Etwas*, ein *Jemand* sein, der sich seiner selbst gewahr wird. Es artikuliert sich hier vage eine Vorstellung vom – anderen – Leben, das dunkel als fehlendes erfahren wird, aber im Bild, in der *Selbsterscheinung*, als Indiz sich andeutet. Indem die Fotografie als Bildmedium des Selbst in den Kollektivkörper einsickert, eröffnet sie die Möglichkeit der Imagination eines anderen, »besseren« Selbst: mit der Gewissheit, dass in diesem kleinen Selbstbild Beharrungskräfte wirken, die verhindern, dass es – im Gegensatz zur abgebildeten Person – einfach verschwindet oder stumm gemacht wird. Das Bild ist gleichsam die *prima materia* einer existenziellen Selbstvergewisserung für die Vorstellung der einzelnen Menschen. Zwar bleibt das Subjekt vor allem *Objekt* der Verhältnisse, aber im Bild ist seine Spur festgehalten – und sie bleibt sichtbar.

Wenn Gisèle Freund das Verschwinden des Persönlichen unterm sozialen Typus kritisiert (GF, S. 77), so misst sie die Carte de Visite an der tradierten Vorstellung des Porträts als Ausdruck von Subjektivität. – Die Geburt des Subjekts aus dem Geist der Kunst geht auf die italienische Renaissance zurück, da, so Gottfried Boehm, das autonome Bild erstmals einen Menschen zeige, »der aus sich selbst und nur aus sich selbst verstanden werden will«, der »jene Brücken zur äußeren Welt abgebrochen hat, über die er sich sonst z. B. als Vertreter eines Berufes, Standes, Ideals nicht nur zeigte, sondern bestimmen lassen mußte« (GB, S. 21). Dieser Selbstbezug gelinge, wenn im Bild »ein okkasioneller Zug in der Physiognomie« sichtbar werde, »etwas nicht völlig Einlösbares, das uns daran hindert, das Gesicht einem Typus oder Schema einzugliedern. […] Das dargestellte Individuum enthält eine unauflösbare Prägung, die das Zentrum seiner Besonderung markiert.« Erst ein solches »werden wir wirklich einen Jemand und keinen Niemand nennen«. (GB, S. 24)

Screenshots der Website www.thispersondoesnotexist.com.

3

Das Porträt in der Gegenwart erscheint als defiguriertes soziales Bildnis. Es teilt mit der Carte de Visite die massenhafte Verbreitung, das Spiel von Selbst- und Fremdzuschreibung, das Beharren eines Jemand, wie anonym er auch sei. Doch ist das jeweilige Motiv, ob Selfie oder Snapshot, nicht mehr alleiniger Zweck des Bildes; dieses ist vielmehr ein fluider »fait social«, eine visuelle soziale Tatsache, in der Situationen und Erfahrungen sich verkörpern und anderen mitgeteilt werden sollen. Gerade im vielgeschmähten Selfie ginge es vielleicht nicht so sehr um Selbstbehauptung und Alleinstellung; »Selbstausdruck« wäre hier zunächst konkret im kommunikativen Sinn zu verstehen. Diese Idee findet sich gleich bei zwei Autoren: Nathan Jurgenson spricht von »social photography«, von einer »social camera« und »social images«, vom Primat der Software gegenüber der Hardware: »[…] what fundamentally makes a photo a social photo is the degree to which its existence as a stand-alone media object is subordinate to its existence as a unit of communication. […] But as part of a stream, the photo often succeeds as part of an ongoing communication of who you are, what you are experiencing, the simple fact that you exist and are alive doing things.« (NJ, S. 6, 16)

Auch Wolfgang Ullrich denkt in diese Richtung, wenn er das Selfie funktionalistisch als eine neuartige Form »mündlicher Bildkultur« (WU, S. 54) versteht: Man könne sich mit diesen Bildern »ähnlich vielseitig, spontan und geschmeidig artikulieren wie mit Sprache« (WU, S. 54); sie nähmen »oft den Charakter von Zeichen an, womit zugleich das Abgebildete selbst zeichenhaft wird. Und so werden Selfies vielleicht einmal als eine frühe Form von Kommunikationsmitteln gewürdigt werden, mit denen Menschen ihre Gesichter und Körper semantisch konditioniert haben« (WU – Kat., S. 43). Das wäre eine ähnliche Form der Codierung des Körpers wie in den frühen Visitformat-Porträts, mit dem Unterschied, dass nun der Körper nicht mehr nur *für* das Bild, sondern *als* Bild semantisiert wird: Ein Selfie sei »nicht nur ein Bild […], das eine Person von sich selbst macht, sondern […] zugleich das Bild einer Person […], die sich dafür selbst zum Bild macht« (WU, S. 8). Eben solch konditionierende Codierung als Zeichen der Selbstintegration in die ubiquitäre Warenförmigkeit kritisiert Schweppenhäuser mit einem Marx'schen Terminus als »Charaktermaske« (GS, S. 193), und es fragt sich in der Tat, ob die Vorteile der neuen kommunikativen Möglichkeiten den Kommunikationszwang, dem sie gehorchen, aufwiegen. Nicht minder fraglich ist, ob eine solche mündliche Bildkultur, die ja im Wesentlichen aus visuellen Interjektionen besteht, uns wirklich »jenseits babylonischer Sprachverwirrung« (WU, S. 35) führt und mit ihr »nicht weniger als eine neue Phase der Kulturgeschichte [begann]« (WU, S. 66).

4

Und dann gibt es in jüngster Zeit Porträts von »Menschen«, die nicht existieren. Sie erscheinen zwar als vertraute, ja fast nostalgisch anmutende foto-realistische Bildnisse, verbleiben aber im medialen Off, im phantasmatischen Un-Raum einer KI. Es hat sie nie anders gegeben denn als Bilder: Dort, wo diese falschen Individuen sich aufhalten, existiert *Niemand*. Die Website nennt sich offenherzig *thispersondoesnotexist*; die Nicht-Existenz ist Programm. Und dennoch sehe ich eine vertraute Form. So ist mein Sehen selbst in Frage gestellt. Nicht nur existiert diese Person nicht, auch meine Wahrnehmung »existiert« nicht mehr als Vermögen, ein Reales von einem Nicht-Realen zu unterscheiden. Also existiere auch ich, im Wissen um die Nicht-Existenz des Abgebildeten, nur mehr als »Frage«, in Fortsetzung des Cartesianischen Zweifels in KI-Zeiten.

Mit diesen »Porträts«, »echten« Bildern unechter Menschen, wird die Kulturtechnik des Porträts irrelevant. Habe ich mich vor einem Spiegel oder einer Kamera in zwei Positionen aufgeteilt, in ein Hier-Sein und ein Dort-Sein, mit dem Wissen, dass ich in dieser topologischen Aufstellung, in dieser Relationalität in meinem Hier-Sein eine Art existenzielle Selbstvergewisserung über das Bild erhalte, so löst sich diese Vergewisserung nun auf. Doch welches Imaginäre ist hier im Spiel, das zur Künstlichen Intelligenz notwendig hinzutritt? Bedingt die maschinelle Schöpfung eine neue Art der Entfremdung, oder aber sind diese »Selbstbildnisse« nicht doch ein Eintritt in eine andere Art des Wissens?

Literatur

RB – Roland Barthes, *Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie*, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1985.

GB – Gottfried Boehm, *Bildnis und Individuum. Über den Ursprung der Porträtmalerei in der italienischen Renaissance*, München: Prestel 1985.

GF – Gisèle Freund, *Photographie und bürgerliche Gesellschaft*, München: Rogner & Bernhard 1968.

HG – Helmut Gernsheim, *Geschichte der Photographie. Die ersten hundert Jahre*, Frankfurt am Main: Propyläen 1983.

NJ – Nathan Jurgenson, *The Social Photo. On Photography and Social Media*. London: Verso Books 2019.

GS – Gerhard Schweppenhäuser, *Revisionen des Realismus. Zwischen Sozialporträt und Profilbild*, Stuttgart: J. B. Metzler 2018.

BS – Bernd Stiegler, *Bildpolitiken der Identität. Von Porträtfotografien bis zu rechten Netzwerken*, Berlin: August Verlag 2024.

WU – Wolfgang Ullrich, *SELFIES. Die Rückkehr des öffentlichen Lebens* (= Digitale Bildkulturen), Berlin: Klaus Wagenbach 2019.

WU – Kat. – Wolfgang Ullrich, »Selfies als Weltsprache«, in: *Ich bin hier! Von Rembrandt zum Selfie*, hrsg. von Pia Müller-Tamm, Dorit Schäfer (Ausst.-Kat.), Köln: Snoeck 2015, S. 34–43.

Falk Haberkorn, Künstler und Autor, operiert in seinen Arbeiten an der Schnittstelle zwischen Text, Schrift und Bild.

Marc Ries, Kultur und Medientheoretiker, von 2009–2023 Professor für Soziologie und Theorie der Medien an der Hochschule für Gestaltung Offenbach (DE).