

Babylonische Bilderwelten

Text: Daniel Ammann, St.Gallen, Dozent für Medienbildung | Bild: René Magritte

Bilder sind Segen und Fluch. Die mediale Bilderflut hat diesen Zwiespalt noch verschärft. Mit der Entdeckung der Fotografie im 19. Jahrhundert avancieren Bilder rasch zur technischen Massenware. Dank neuer Druckverfahren, Kino, Bildtelegrafie, Fernsehen, durch Computer und Internet treten sie ihren unaufhaltsamen Siegeszug an.

Bilder dokumentieren die Wirklichkeit. Sie mehren unser Wissen und lassen uns in Echtzeit am globalen Geschehen teilhaben. Sie gewähren Einblick in fremde, ferne und von blossen Auge unsichtbare Welten. Aber die vielen Abbilder verstellen zusehends unsere Sicht auf die Welt. Sie verzerren Tatsachen oder gaukeln uns Unwahrheiten vor. In der Propaganda, in der Werbung und im politischen Wahlkampf dienen Bilder längst als Mittel der Verführung. Können wir noch glauben, was wir sehen?

ABBILDER UND DENKBILDER

Ein kritischer Blick tut not. Denn Bilder sind auch «Vor-Bilder», die sich wirkmächtig zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit schieben. Sie kultivieren Vorstellungen, zementieren Vorurteile oder überrumpeln uns mit Gewalt. Gegen Schreckensbilder von Krieg, Folter, Hunger, Zerstörung und Terror können wir uns kaum wehren. Damit wir uns in diesem Tsunami visueller Eindrücke orientieren und behaupten können, braucht es Bildung. So wie die «Armenbibeln» des Mittelalters den Leseunkundigen die biblischen Geschichten näher brachten, lässt sich auch die Welt bebildern und in Begriffe fassen.

Der evangelische Theologe und Pädagoge Johann Amos Comenius erkannte dies schon im 17. Jahrhundert und setzte sich beherzt für die Unterweisung der Jugend ein. «Wenn die Dinge selbst nicht zur Hand sind», hält er in seiner grossen Didaktik fest, «so kann man Stellvertreter verwenden: Modelle oder Bilder, die zu Unterrichtszwecken angefertigt worden sind.» Sein Werk *Orbis sensualium pictus* (Die sichtbare Welt) von 1658 ist ein illustriertes Bilderlexikon und war bis ins 19. Jahrhundert ein weit verbreitetes Jugend- und Schulbuch. Die Holzschnitte muten heute fremd an und weisen so darauf hin, dass Bilder keineswegs selbsterklärend sind. Wir müssen lernen, sie zu lesen.

EIN SÜNDHAFT SCHÖNER APFEL

Visuelle Darstellungen sind in ihrer Bedeutung offen. Selbst wo sie Konkretes bezeichnen, müssen sie in ihrer Vielschichtigkeit erkannt und situativ gedeutet werden. Je nach Kontext und Kommunikationsabsicht kann ein bildlicher Apfel für biologischen Anbau und gesunde Ernährung stehen, an den biblischen Sündenfall, das Märchen von Schneewittchen oder den

sprichwörtlichen Zankapfel aus der griechischen Sage erinnern. In der Obstschale eines Stilllebens gemahnt er vielleicht an die Vergänglichkeit irdischen Seins oder wirbt als Logo einer Computerfirma für technischen Fortschritt. René Magrittes berühmtes Bild mit der Aufschrift «Ceci n'est pas une pomme» treibt sogar ein hintersinniges Spiel mit uns. Der surrealistische Maler gibt uns zu verstehen, dass wir eben nicht einen wahrhaftigen Apfel, sondern nur das Bild eines Apfels vor Augen haben. «Ein Bild ist mehr als ein Bild», sagt der Zürcher Medienpädagoge Christian Doelker. Das gilt auch für einen simplen Apfel. Sobald er auf dem Kopf eines Knaben ruht, werden weitere Sinnebenen aktiviert.

DIE WELT ALS BILD

Mit Offenheit, gewohnheitsbrechender Aufmerksamkeit und Skepsis sollten wir allen optischen Erscheinungen begegnen. Sherlock

Holmes muss seinem Freund Dr. Watson immer wieder auf die Sprünge helfen, wenn dieser das Offensichtliche übersieht und aus den Fakten falsche Schlüsse zieht. Der grosse Detektiv hat einen nicht minder berühmten Vorgänger im Alten Testament. Der Prophet Daniel vermag nicht nur Traumbilder zu deuten. In den apokryphen Zusätzen tritt er zudem als hellsichtiger Beobachter und Spurenleser auf. Verleumderische Zeugen überführt er, weil sie den vermeintlichen Tatort falsch beschreiben. Mit ebensoviel Scharfsinn entlarvt er die babylonischen Priester und zerschlägt dadurch ihr Götzenbild. «Ich bete nicht zu Bildern, die von Menschen gemacht sind.» Oder wie der Fuchs zum kleinen Prinzen sagt: «Das Wesentliche ist für die Augen unsichtbar.»

Bedeutung entsteht im Auge des Betrachters. Schauen wir genau hin und lassen wir uns nicht von bunten Bildern blenden. ■



Der surrealistische Maler René Magritte gibt uns zu verstehen, dass wir nur das Bild eines Apfels vor Augen haben.