

Tom Holert

Globodigitalität. Über die Zumutung des Evidenten

Vortrag, KHM, Köln, 4. Juni 2002

Es ist das Zeitalter des Branding, und so will auch ich meinem heutigen kleinen Vortragsunternehmen ein Logo geben. Und weil das Zeitalter des Branding auch das Zeitalter von Copyright und Image-Bootlegging etc. ist, hijacke ich für meine Zwecke das Icon des Microsoft Internet Explorer 5 für Windows, das, sobald man online geht, in der rechten oberen Ecke dieses Browsers seine symbolischen Kreise zieht.

Obwohl die kommunikative Funktion dieses Icons vorderhand darin besteht, den „online“-Status des Computers anzuzeigen, endet sein semiotischer Aufgaben- und Wirkungsbereich hier nicht. Auf unterschiedliche Weisen, die im folgenden erläutert werden sollen, *modelliert* das animierte Internet Explorer-Logo kompakt den thematischen Cluster meines Vortrags: Betrachtet man wissenschaftstheoretisch und semiotisch ein „Modell“ als idealisierte (abstrahierte) Repräsentation eines Dings oder eines Ensembles von Dingen oder Phänomenen, die geschehen oder geschehen könnten, dann „modelliert“ das Logo u.a. die Verbindung von Kategorien wie Globalität und Digitalität, Globalisierung und Digitalisierung sowie -- für mich -- die Frage, wie diese Verbindungen zwischen derartigen Kategorien repräsentiert werden (und wie diese Repräsentationen wiederum Gegenstand einer bildkulturwissenschaftlichen Analyse sein können). Das heißt auch, dass hier (einer schönen Definition des Semiotikers Jean-Marie Klinkenberg folgend) ein Code (bzw. ein Ensemble von Codes) im Spiel ist, der die Grenzen des modellierten Objekts (der modellierten Objekte) gegenüber anderen Objekten bestimmt. In diesem Fall handelt es sich u.a. um die Codes der „Globalität“ und der „Digitalität“ -- und ich werde weiter unten darauf eingehen, wie solche Codes funktionieren.

1. Eroberungs-Icon

Das geschwungene Banner mit dem stilisierten Microsoft-„Fenster“ (das Fenster: ein Klassiker der visuellen Interface-Metaphorik) ist ein global bekanntes und wiedererkanntes Symbol, vertreten auf den Tastaturen und Bildschirmen der meisten PCs vertreten. Es handelt sich um das Wappen einer Weltmacht, jenes „flying window“, das genaugenommen eine Fahne ist, die Microsoft vor den individuellen Usern aufpflanzt wie das Banner, das eine Interventionsarmee oder ein Expeditionstrupp oder ein Astronaut auf Feindgebiet, *terra incognita* oder Mondoerfläche aufrichtet und damit, wie Carl Schmitt sagen würde, einen „Rechtstitel“ geltend macht. Also haben wir es hier, allerdings erst vor der Hintergrund des Wissens um die Weltmachtrolle von Microsoft: ein Eroberungs-Icon, mit einem imperialen Logo zu tun.

Das zweite Element des (aktivierten) Browser-Icons ist eine Erdkugel, bzw. ein konvex/konkaver Abschnitt der sphärischen Erdoberfläche. Diese unvollständige Kugelhülle scheint um das Microsoft-Logo zu rotieren. Bei genauerem Hinsehen kann man feststellen, dass dort, wo Asien und eine Hälfte des amerikanischen Kontinents zu sehen sein müsste, jene Lücke klafft, durch die das „flying window“ erkennbar wird.

Diesem kartographischen Detail will ich nun nicht zuviel „Bedeutung“ im Sinne einer ideologiekritisch auswertbaren Information beimessen. [Wobei sich sich natürlich darüber spekulieren ließe, welchen Eindruck eine solche Auslassung auf z.B. asiatische Nutzer des Internet Explorers macht (und vielleicht stellt sich heraus, das in der Explorer-Version für den asiatischen Markt eine andere Lücke klafft).] Die Suche nach der versteckten (oder offensichtlichen) „Bedeutung“ bzw. der symbolisierten Botschaft dieses Logo-Komposits führt früher oder später zu den ursprünglichen, potentiell ja rekonstruierbaren Ideen, Absichten aber auch gestalterischen Sachzwängen der Designer, Marketingleute und sonstigen Image-Strategen, die bei Microsoft an der Entwicklung solcher Icons beteiligt sind. Eine diesbezügliche Recherche fällt in den Aufgabenbereich einer noch zu begründenden Heraldik der Epoche von Globalisierung und Digitalisierung, der Subdisziplin einer umfassenden Bildkulturwissenschaft des Imagineering im globalen Maßstab.

Natürlich hat dieses Icon mit Digitalisierung vor allem insofern zu tun, als dass es als Logo eines Produkts -- des Microsoft Internet Explorers -- dient, welches wiederum die Umsetzung bzw. Darstellung digital vorliegender Daten in Bilder bewerkstelligt, die theoretisch ebenso gut analog produziert sein könnten. Auch das animierte Logo-Bild selbst mag zum Beispiel zunächst analog gefilmt vorgelegt haben und dann erst in ein Format übersetzt worden sein, das seine Integration in den Browser-Kontext erlaubt.

Über die Wirkungen oder Resonanzen, die dieses Logo produziert bzw. die Praxisformen, in die es eingebunden ist, wäre mit einer ikonographischen Decodierung, die v.a. auf symbol- bzw. design- oder kunsthistorischem Wissen fußt, noch relativ wenig gesagt. Sie könnte zum Beispiel nicht erklären, warum viele Menschen beim Anblick des Microsoft-Logos Zustände bekommen (Aggression, Einschüchterung usw.). Die Zumutung, die das Logo für viele „bedeutet“, entgeht einer ikonographischen Lektüre, die auf konventionalisierte Bedeutungsproduktion und ihre Decodierung abzielt. Andererseits wird man einwenden können, ist zum Beispiel eine spontane Abwehr des Microsoft-Logos kein Ausdruck einer anthropologischen Konstante, sondern eine ihrerseits historisch spezifische, kulturell codierte und womöglich politisch motivierte Reaktion.

2. Bildkulturwissenschaften

Die Debatte um die Macht der Bilder ist gegenwärtig auf einem historisch neuen Niveau angelangt. Es geht um Wirkungen des Visuellen und durch visuelle Daten bedingte Reflexe, um Programmierung der öffentlichen Meinung und die Induktion von Gewaltbereitschaft in den Individuen, um Bildersturm und Bilderverehrung, um Image-Politik und Subjekt-konstituierende Identifizierungen mit flottierenden popkulturellen Bildern. Die ersten beiden Vorträge in dieser Reihe haben schon darauf hingewiesen, wie schwierig bzw. müßig es ist, diese vermeintlichen Effekte und Funktionen auf eine etwaige Ontologie des Bildes zurückzubeugen. Der Gegenstandsbereich „Bild“ löst sich zunehmend in Luft auf bzw. wird als problematisch erlebt. An die Stelle der Überzeugung von der Existenz der Bilder tritt der Zweifel an ebendieser Existenz. Der *pictorial* bzw. *iconic turn* hat diesen Zweifel

paradoxerweise verschärft. In den Bilderfluten und ihrer theoretischen Orchestrierung gehen die „Bilder“ als Gegenstand verloren. An ihre Stelle tritt nach und nach ein Panorama der Praktiken, Ableitungen, Kontexte, Genealogien usw., in dem es durchaus auch weiterhin um „Bilder“ gehen kann, aber eben in einer radikal de-essentialisierten Weise.

Meine Frage aber wäre, wie sich eine bildkulturwissenschaftliche Diskussion so organisieren ließe, dass man sich nicht in müßigen Fraktionierungen und Distinktionsmanövern verfängt, viel Zeit damit vertut, durch rhetorische Konventionen wie den Angriff auf vermeintliche Lehrmeinungen oder auf die angeblichen Reduktionismen des konkurrierenden Ansatzes die eigene Position im besten Licht erscheinen zu lassen? So anregend und informativ ich z.B. den Vortrag von Claus Pias fand, war doch sein Plädoyer für eine technikgeschichtliche bzw. „diskursarchäologische“ Orientierung, die sich der latenten Technikvergessenheit einer phänomenologischen oder „daten-essentialistischen“ Ausrichtung der Bildwissenschaft entgegenstellt, seinerseits nicht frei von Reduktionismen und blinden Flecken. Einzelne Paradigmen der Kittlerschen Schaltkreis-Philologie oder einer lacanistischen Kybernetik bzw. Mystik des digitalen Realen bestimmen das Erkenntnisinteresse und den diskursiven „touch“ ebenso wie eine charakteristische Ausblendung der Dimensionen des Sozialen oder Subjektiven.

Allerdings würde ich eben sagen: diese blinden Flecken, Auslassungen, Selbstzensuren, Verdrängungen usw. sind unvermeidlich. Wie sollte es auch anders sein, man käme ja sonst nie zu einem Punkt, schon gar nicht im Rahmen eines Vortrags wie diesem. „Alles, was wir überhaupt beschreiben können, könnte auch anders sein.“¹

Deswegen halte ich solche Abgrenzungskämpfe zwischen Vertreter/innen unterschiedlicher Disziplinen, Ausrichtungen usw. auf einem bestimmten Feld der Forschung wie dem der Bildwissenschaften so lange für überflüssig, so lange nicht über vorhandene oder konstatierte Vorlieben für bestimmte Denkstile und Forschungsgegenstände hinaus gezeigt werden kann, welche Interessen, welche Wahrheits- und Machtansprüche die eigenen und

¹ Wittgenstein, Tractatus, 5.634

die anderen Ansätze tragen und antreiben. Anders gesagt: welche Beobachtungsbedingungen und Beobachtungsinteressen herrschen im Moment einer Äußerung?

Allerdings ist die eindeutige Beantwortung dieser Fragen schwierig, weil die Selbst-Beobachtung in diesem Punkt natürlich ihrerseits interessegeleitet ist. Ebenso

interessegeleitet im übrigen wie die Beobachtung und Analyse von Rezeptionskontexten, Rezeptionsverhalten, individueller oder kollektiver Medienpraxis usw. -- also das, was

Stefan Römer ja nicht zu Unrecht in Hinblick auf eine kritische Wissenschaft des Bildes bzw. des Visuellen verlangt. Wissenschaftstheoretisch betrachtet wäre dann weiterhin zu klären, nach welchen Kriterien und Standards man z.B. „Kontexte“ als

Untersuchungsgegenstände konstituiert. Und was genau es bedeutet, „spezifisch“ zu verfahren („spezifischer“, gemessen an welcher Skala der Präzision und Adäquanz usw.), wenn Praktiken der visuellen Medien, der Bilder und Images analysiert werden sollen.

Mit anderen, binsenweisen Worten: die relative Blindheit gegenüber den eigenen Motiven, einen bestimmten Ansatz in der Frage von Bildtheorie oder Bildwissenschaft zu wählen, ist genauso wenig restlos aufzuheben, wie es jemals Wahrheitskriterien jenseits institutioneller, rhetorischer, performativer Überzeugungsmotoren geben wird. Solange man das Soziale (und damit Kultur, Ökonomie, Politik, Recht usw.) mit all seinen Unschärfen nicht verlässt (und wie, das müssen sich selbst Mathematiker/innen fragen, sollte man dieses schon verlassen können?), erzeugen Aussagen über Angemessenheit, Richtigkeit, Überlegenheit der einen gegenüber der anderen Methode stets Effekte von Wahrheit, niemals diese selbst.

Mit anderen Worten: „Wäre es nicht ernsthafter, die Recherchen Seite an Seite zu betreiben, ein wenig divergierend [en peu en divergence]?“²

3. Transcodierung

Vielleicht berühren diese Überlegungen auch Stefan Römers Frage nach den Codes und Codierungen. Denn es geht hier nicht zuletzt um die Produktion von Codes/Darstellbarkeiten/Vermittlungen zwischen unterschiedlichen Sprachspielen wie

² Foucault, 1980, Dits & Écrits 4, 95

Diskursarchäologie, Technikgeschichte, Phänomenologie, „Daten-Essentialismus“, Anthropologie des Bildes, Cultural Studies, Visual Studies usw.: So inkommensurabel diese Sprachspiele einerseits sein mögen, besteht doch die Chance, mit Hilfe gezielter (De)codierungs- bzw. Übersetzungsakte, bestimmte Erkenntnisse, Beobachtungen, Beschreibungen zu übernehmen, d.h. in den eigenen Diskurs einzufügen, um diesen - ja ohnehin nur sehr prekärerweise *eigenen* - Diskurs dadurch auch sich selbst fremd zu machen.

So ist beispielsweise Pias' Hinweis wertvoll, dass die Rede vom „digitalen Bild“ genau genommen sinnfrei bzw. ideologisch ist, weil sie verkennt, dass sich das Digitale nur als Information verstehen lässt, die mittels bildgebender Verfahren dargestellt/visualisiert werden kann bzw. als unbeobachtbares Medium, das Formen ausprägt -- z.B. analoge Bilder auf Bildschirmen, Leinwänden, Papier usw.

Lev Manovich hat in seinem Buch *Language of the New Media* in die gleiche Richtung argumentiert. Mit Hinweis auf den „Mythos des Digitalen“ versucht Manovich auf den Begriff des Digitalen ganz zu verzichten. Der Mythos des Digitalen sei aus unterschiedlichen Elementen zusammengesetzt. Unter anderem ist etwa die Behauptung, dass die Umwandlung eines analogen Bildes einen unvermeidlichen Verlust an Information bedeute, mit Vorsicht zu genießen.

Zwar trifft zu, dass ein „digitales Bild“ aus einer endlichen Zahl von Pixeln besteht, jeder mit einem distinkten Farb- und/oder Tonwert, was wiederum den Grad an Detailliertheit des Bildes bestimmt. Doch, so Manovich, in der Realität zählt dieser Unterschied zwischen dem analogen, unendlichen Kontinuum und der endlichen digitalen Pixelmenge immer weniger, weil inzwischen selbst billige Scanner Auflösungen erreichen, deren „Informationsgehalt“ für den Gebrauch in unterschiedlichsten Situationen allemal hoch genug ist. Dazu kämen neue Bildverarbeitungsprogramme, Editing-Software wie Live Picture oder ein Malprogramm wie Matador, die die Auflösung virtuell wieder ins Unendliche steigern.

Ein anderes Axiom des „Mythos des Digitalen“ behauptet, im Unterschied zu analogen Medien, wo jede Kopie eine Qualitätseinbuße bedeutet, können digital vorliegende Daten verlustfrei organisiert und formatiert werden (z.B. als Bilder); nun mag das in der Theorie so stimmen, in der Praxis jedoch sind die Datenverluste durch begrenzte Speicherkapazitäten und daraus folgende Datenkompression (jpeg und andere Bildformate z.B.) im „Digitalen“ beträchtlich -- wohl auch in Hinsicht auf die „Information“ im Sinne Shannons.

Manovich läßt -- ähnlich wie vor zwei Wochen Claus Pias -- dazu ein, eine fragwürdige Prämisse der Kategorie des „Digitalen“ nach der anderen aufzudecken. Am Ende dieser Aufklärungsarbeit dürfte von der Kategorie nur ein Trümmerhaufen übrigbleiben. Und ganz sicher ist das eher ein Gewinn als ein Verlust. Aber was teilt eine solche Dekonstruktion über die Signifikanz des entkleideten Mythos mit? Erfährt man durch den Nachweis seiner Haltlosigkeit/Willkür etwas darüber, wie das Digitale als Mythos (des Digitalen) in der gegenwärtigen Kultur wirkt/funktioniert/operiert?

Denn gegenwärtig mag zwar einiges von dem Glauben an die Versprechungen einer digitalen Ökonomie oder Politik verloren gegangen sein, trotzdem hat der „Mythos des Digitalen“ in so umfassender Weise Eingang in die „Technologien des Selbst“ gefunden, dass den verlorenen Hoffnungen eine Alltagspraxis gegenübersteht, die von digitaler Technologie tief durchdrungen ist. Manovich bringt diesen Umstand auf den Begriff der „Transcodierung“. Er versteht darunter die Kolonisierung der Erfahrungswelt durch die Konventionen und Protokolle der computergemäßen Organisation von Daten, den Einzug unterschiedlicher Datenstrukturen wie Listen, Akten, Aufstellungen in die Medien, die Ersetzung von Konstanten durch Variablen, die Trennung zwischen Algorithmen und Datenstrukturen, Modularität usw.

Auch Manovich verweist darauf, dass Bilder auf der Ebene der Repräsentation zwar weiterhin mit anderen Bildern, anderen kulturellen „Semen“ und „Mythemen“ interagieren, aber auf einer weiteren Ebene die Dateien miteinander in Dialog treten, wobei weniger Bedeutung oder formale Qualitäten interessieren, als vielmehr Datengröße, -typ,

verwendete Kompression usw. „In short, these dimensions are that of computer's own cosmogony rather than of human culture.“

Manovich geht nun davon aus, dass diese Kosmogonie des Computers (die auch eine eigene Epistemologie, Ontologie und Pragmatik ausprägt) und die menschliche Kulturproduktion zunehmend miteinander verwoben sind. So ist ein Komposit entstanden -- die „Computerkultur“: „eine Mischung von menschlichen und Computer-Bedeutungen, von traditionellen Weisen der menschlichen Welt-Modellierung und der dem Computer eigenen Methoden, die Welt zu repräsentieren.“ Diese Vermischung bezeichnet Manovich als „Transcodierung“ -- die Computerisierung der Kultur, der „konzeptuelle Transfer“ von Computer in Kultur.

Das zentrale Charakteristikum dieser computerisierten Kultur der New Media sei „Programmierbarkeit“, weshalb sich Medientheorie zur Software-Theorie entwickeln müsse, um nicht bei anachronistischen Vergleichen zwischen neuen und alten Medien stehenzubleiben. Denn, der Umstand, dass Daten Pixel darstellen und dass sich dies auf einem Bildschirm ereignet, sei „besides the point“. „New Media may look like media, but this is only the surface.“

Mir ist bewusst, dass ich mit Manovich hier noch einmal dort angekommen bin, wo wir letztes Mal schon waren. Doch will ich von hier aus einen anderen Weg einschlagen. Denn so sehr ich den Impuls nachvollziehen kann, sich von den konventionellen Formen der Beschäftigung mit dem, was wir immer noch „Bilder“ nennen, zu verabschieden, kann ich einfach nicht feststellen, dass die Probleme von Ikonografie, Ikonologie, Ideologie, Semantik also dieser anderen/kulturellen/sozialen Sorte „Software“, bereits abgegolten wären. Warum sind manchen Bildwissenschaftlern „Repräsentationen“ und deren Kritik, Analyse (oder auch: *Politik*) Angelegenheiten von gestern? -- Nur weil sich ihre technischen Bedingungen und Verwendungsweisen geändert haben? Und muss die Steuerungsfunktion von Bildern nicht über ihre neue Rolle als Benutzeroberflächen/Interfaces hinaus weiter untersucht werden, gerade weil sich das sozialpsychologische Imagineering schon seit Jahrzehnten mit kybernetischen Funktionen und Metaphern der Steuerung verbindet?

[Etwa, wenn ein deutscher IBM-Vorstandsvorsitzender davon spricht, dass ausgebildet derjenige sei, „der sich kontinuierlich in Richtung der wechselnden Aufgaben im Berufsleben umprogrammieren kann.“³ Oder wenn Joschka Fischers langer Lauf zu sich selbst in der Feststellung gipfelt, dass ihm „das rechtzeitige Auswechseln seiner persönlichen Programmdiskette die Rückkehr zum idealen Kampfgewicht von 1985“ beschert habe.]

4. Der Code der Globalizität

Das Internet-Explorer-Logo fügt mehr als nur die eingeführten Bildzeichen der Erdkugel und des Konzerns Microsoft zusammen. Die Feststellung mag trivial sein, dass dies auch eine Art Gipfeltreffen der Universalisten ist. Die Erdkugel ist ein eingeführtes Modell für weitreichendste Geltungs- und Herrschaftsansprüche. Wo mit dem Globus geworben wird, stehen weltumspannende Interessen und die dazugehörigen Strategien auf der Tagesordnung. Die Erdkugel ist das Symbol einer im Weltmaßstab operierenden (oder diesen Maßstab beanspruchenden) Kommunikationsindustrie, sie glimmert und zirkuliert im Screendesign von CNN ebenso wie beim „heute journal“. Multinationalen Konzernen verleiht sie das passende Expansionsimage, wobei nicht zuletzt die Öko-Hippies der sechziger und siebziger Jahre dem vollen Bild der terrestrischen Sphäre, ein Nebenprodukt der Raumfahrt nach dem 2. Weltkrieg, positive Bedeutungen verliehen. Ökologische Fürsorge für den gefährdeten Planeten, Visionen vom „Raumschiff Erde“ und geopolitische Planspiele begannen sich zu durchdringen bzw. in Symbolkonkurrenz zu treten. Historisch betrachtet, muss man nicht den zweiten Band von Sloterdijks Sphären-Trilogie gelesen haben, der den „Globen“ gewidmet ist, um den Zusammenhang zwischen Globus und Eroberung und andere „sphärologische Geheimnisse der vorangeschrittenen Globalisierung“⁴ zu kennen. Doch es wäre durchaus möglich, bezogen auf das Explorer-

³ Erwin Staudt, Wirtschaften und regieren im digitalen Zeitalter, in: FAZ, 12. September 2001, S.11

⁴ Sloterdijk, Globen, 947

Icon, mit Sloterdijk von einer Art „Schalenkosmologie“⁵ zu sprechen, die sich in der räumlichen Beziehung von (unvollständiger) Globusschale und „flying window“ andeutet. Denn das Microsoft lässt sich ja gewissermaßen -- auf der Bildebene -- von der Hohlkugel einwickeln, schützen usw. und kehrt damit das Machtverhältnis, welches das Software-Imperium zur „Welt“ unterhält, um. Andererseits: Dadurch, dass die Kugel unvollständig bleibt, ist letztlich ungeklärt, wer hier eigentlich wen einwickelt. -- Schnappt sich der *global player* Microsoft, dessen Besitzer Bill Gates ja auch die Bilderdatenbank CORBIS sein eigen nennt, nicht indirekt eines der letzten unpatentierten Bilder, das der Erdkugel, indem er es mit seinem Markensignet fusioniert?

Wie man das Icon betrachtet, hängt von den Aspekten bzw. Codes ab, die dieses visuelle Objekt begrenzen (und damit lesbar machen). Mein Interesse gilt kaum den Codes jener Sphärologie, wie sie Sloterdijk in seinem merkwürdigen Versuch einer historisch-zeitkritischen Neuauflage der „Philosophie der symbolischen Formen“ betreibt (mit der Kugel/Blase/Sphäre als Suchkonzept einer Kosmologie nach dem Ende der Kosmologien). Nicht die Kugel, nicht einmal das „Bild der Kugel“, sondern die spezifische Verwendung der Erdkugel als „Form“ in unterschiedlichen Zusammenhängen -- darum geht es mir im Sinne einer kritischen Ikonologie. Der primäre Gegenstand einer solchen Bildkulturwissenschaft wäre also weniger das Bild der Kugel und seine Geschichte, als die Untersuchung des „situierten Wissens“, das den Umgang mit diesem Bild prägt, die Geschichte der diesen Umgang autorisierenden Diskurse und der in ihn verstrickten Betrachter/innen.⁶

Dann jedoch stellt sich erneut die Frage, welche Codes die Betrachtung des Internet Explorer- Logos organisieren? Denn auch dies ist eine letztlich von kontingenten, historischen, epistemologischen und anderen Bedingungen abhängige Entscheidung. Mein Vorschlag wäre der Code der „Globalizität“. Dieser Neologismus versucht, an das Projekt einer „angemessenen Terminologie“ anzuknüpfen, das der französische Philosoph und

⁵ Ebd., 127

⁶ vgl. Rogoff, in: Mirzoeff 1998, 20

Semiologie Roland Barthes im Sinn hatte, als er 1957 sein Buch über die „Mythologien“ [zu Deutsch: *Mythen des Alltags*] veröffentlichte. Barthes war mit diesem Buch angetreten, den „Mythos als semiologisches System“ zu bestimmen. Das heißt: als ein Mitteilungssystem, als eine Weise des Bedeuten, als eine *Form* [und nicht als ein *Objekt* oder eine *Idee*].

In Barthes' Verständnis des Mythos als Form, als Mitteilungssystem, werden die Materialien [Sprache, Photographie, Film, Design, Plakat, Ritus usw.] auf die „reine Funktion des Bedeuten“ reduziert, „sobald der Mythos sie erfasst“.⁷

„Ob es sich um eigentliches oder um bildliches Schreiben handelt, der Mythos erblickt darin eine Ganzheit von Zeichen, ein globales Zeichen, den Endterminus einer ersten semiologischen Kette.“

Anders ausgedrückt: Der Mythos arbeitet mit einer Objektsprache (die z.B. verbal oder visuell sein kann), aber er tut dies von der Ebene einer Metasprache aus, in der er die Einzelheiten der Objektsprache auf einen Gesamtterminus, ein umfassendes Zeichen bringt.

Dia: *Paris Match*-Cover, 1955

Barthes' berühmtes Beispiel für dieses Verhältnis zwischen Objektsprache und mythischer Metasprache ist dieses Titelbild von *Paris-Match* aus dem Jahr 1955. Barthes unterscheidet zwischen dem „Sinn“, der Signifikantenebene des Bildes [ein junger Afrikaner in französischer Uniform, die Hand zum militärischen Gruß an die Stirn gelegt, den Blick erhoben - „auf eine Falte der Trikolore gerichtet“, wie Barthes ergänzt, ohne dass dieser Aspekt im Bildobjekt enthalten wäre] und der *Bedeutung*/der Ebene des Signifikats: Denn, schreibt Barthes,

⁷ Barthes, 93

„ich erkenne sehr wohl, was es mir *bedeuten* soll: dass Frankreich ein großes Imperium ist, dass alle seine Söhne, ohne Unterschied der Hautfarbe, treu unter seiner Fahne dienen und dass es kein besseres Argument gegen die Widersacher eines angeblichen Kolonialismus gibt als den Eifer dieses jungen Afrikaners, seinen angeblichen Unterdrückern zu dienen.“⁸

Diese Bedeutung, dieser Endterminus [diese Endstation] der semiologischen Kette ist für Barthes von *mythischem* Charakter -- eine reine Form, die von allem, was in diesem Bild an Informationen sonst noch enthalten sein mag, absieht, von allem Wissen (oder Nicht-Wissen) etwa über die Biographie des Kindersoldaten. Der Mythos macht das Bild „frei“, „entleert“ es, damit es sein Signifikat -- die *mythische Form* -- aufnehmen kann.

Dabei lässt, wie Barthes hervorhebt, die mythische Form den Sinn, die erste Ebene der Bedeutung nicht verschwinden, sondern hält sich den Sinn wie einen „Vorrat an Geschichte, wie einen unterworfenen Reichtum“, von dem sich die mythische Form nährt.⁹ Denn:

„Die Form des Mythos ist kein Symbol. Der grüßende Afrikaner ist kein Symbol für das französische Imperium, dafür eignet ihm zuviel Präsenz, er gibt sich als ein reiches, spontanes, gelebtes, unschuldiges, *unbestreitbares* Bild.“

Diese Evidenz des Bildes macht sich der parasitäre Mythos zunutze. Seine Lebhaftigkeit/Präsenz wird „ausgeborgt“, wie Barthes schreibt, und zwar von einem Begriff, der „vollbewaffnet zu ihr stößt“: es ist der Begriff der „*französischen Imperialität*“.

„Imperialität“ ist eine Wortschöpfung wie die von mir vorgeschlagene der „Globalizität“. „Imperialität“ ist „mit der Totalität der Welt verknüpft, mit der allgemeinen Geschichte

⁸ Barthes, 95

⁹ Barthes, 97

Frankreichs, mit seinen kolonialen Abenteuern“, aber viel mehr noch ist „Imperialität“ eine gewisse Kenntnis vom Realen; wobei dieses im mythischen Begriff enthaltene Wissen „konfus“, offen, zusammengesetzt ist, „eine formlose, un stabile, nebulöse“ Kondensation.¹⁰

Es ist eben diese Instabilität, die zu jener „angemessenen Terminologie“ zwingt, von der eben schon die Rede war. Der Mythologe Barthes sucht nach Begriffen, die so spezifisch sind wie ephemere, gebunden an eine „begrenzte Kontingenz“. Infolgedessen sei der Neologismus hier unvermeidlich. Barthes nennt folgendes Beispiel, um die Notwendigkeit seiner „angemessenen Terminologie“ zu untermauern:

„China ist eine Sache, die Vorstellung, die noch bis vor kurzem ein französischer Kleinbürger sich davon machen konnte, ist eine andere. Für diese spezifische Mischung aus Rikschas, Glöckchengeklingel und Opiumrauchen ist kein anderes Wort möglich als *Sinität*.“¹¹ -- auch wenn dieses nicht gerade schön sei, wie Barthes einräumt.

Ich selbst möchte, indem ich den Neologismus „Globalizität“ einsetze [und dabei von Globalisierung, Globalismus, Globalität u.a. abzugrenzen bemüht bin], versuchen, die mythologische Struktur der Versprachlichungen, aber vor allem der Visualisierungen des Globalen/der Welt usw. genauer zu bestimmen. Eine mythologische Analyse im Barthes'schen Sinn könnte die Basis sein für die Analyse jener „Modelle“, von denen ich eingangs sprach. Denn genau genommen sind es die Modelle, also z.B. die visuellen Abstraktionen von Phänomenen auf unterschiedlichsten Stufen der Ikonisierbarkeit, um die die meisten Diskursen des Visuellen (oder: Viskursen) kreisen: Weshalb immer wieder jene Metasprache, jener Code aufgespürt und erobert werden will, der die Produktion und die Rezeption spezifischer Bilder oder Bild-Ensembles regelt.

¹⁰ Barthes, 99

¹¹ Barthes, 101

Dia: The Rise of the Network Society, 1996

Nach dem gleichen, eben vorgeführten Muster der Bezeichnung einer mythischen Codierung sprachlicher oder visueller Phänomene ließe sich auch der „Mythos des Digitalen“ auf die metasprachliche Ebene der „Digitalizität“ bringen.

Ähnlich wie im Fall des Internet Explorer-Logos sollen beide Code-Ebenen immer wieder in einer Repräsentation zur Deckung gebracht werden. So wie (hier zu sehen) in der Umschlaggestaltung von Manuel Castells' *The Rise of the Network Society*, 1996

Dia: Pioneer-Anzeige: Link into the Brave New World, 1997

-- oder wie hier in einer Pioneer-Anzeige aus dem Jahr 1997, die das muntere Konvergieren und Vernetzen zwischen Satellitenfunk- und Glasfaserkabel-Netzen vor dem Bild des terranen Blaumilchballs abfeiert.

Dia: Total Response-Anzeige, 1999

-- oder wie in dieser Anzeige eines Anbieters aus dem Halbleiter-Sektor von 1999, der gegen die von Virilio und anderen konstatierte Verflüchtigung der geophysikalischen Realität des „territorialen Körpers“ durch die neuen Kommunikationstechnologien eine vollrund-intakte Erdkugel in einem zarten Käfig aus orbitalen Schleifen zeigt.

Dia: Telecom Interactive, 1997

-- oder wie in dieser Anzeige für eine Telekommunikationsmesse von 1997, die den Globus wie eine Orange in Streifen schneidet und aufklappend „verdoppelt“ sowie darüber hinaus

mit Pendants in Form hölzerner Puzzle-Billardkugeln konfrontiert, um so Taktilität und Zugänglichkeit für manuelle Manipulationen anzudeuten.

Solche Visualisierungen (oder Modellierungen) der Beziehung zwischen Globalität und Digitalität sind nicht zuletzt Ausdruck (oder Verlängerung) von Vorstellungen der Machbarkeit und Beherrschbarkeit. Solange die Metasprache kontrolliert wird, die die Zeichen immer wieder entleert, um die reine Form handhaben zu können, befindet man sich auf der Gewinnerseite, wird hier suggeriert.

Dia: Siemens-Anzeige, One inspired person, 2001

Eine Methode, Souveränität, Globalität usw. symbolisch aufeinander zu beziehen, ist die verniedlichende Verkleinerung der Erdkugel zum Ball/Spielball wie in dieser Anzeige aus einer aktuellen Kampagne des Weltkonzerns Siemens mit dem Leitmotto „spin the world“. Die Anzeigen bemühen sich um Bilder eine phantomalen, flüchtigen, lichtgetränkten Erdkugel, die durch den Alltag der jungen Unternehmens-Individuen wie ein Schutzengel oder eine Feen-Erscheinung geistert: spielerisch zu handhaben, aber auch irgendwie „immateriell“, so dass der individuelle Kontakt mit der globalen Dimension anschaulich wird.

Dia: *Die Globalisierungsfalle*

Das Erd-(Spiel)Ball-Motiv erfreut sich größter Beliebtheit in unterschiedlichsten Kontexten visueller Argumentation. „Die Globalisierung ist kein Naturereignis“ steht im Klappentext des Bestsellers *Die Globalisierungsfalle* von 1996 -- weshalb man wohl zu einem Bild gegriffen hat, dass diesen kapitalistisch produzierten [und eben nicht: „natürlichen“] Prozess in der Figur des Jongleurs im Business-Anzug fasst.

Dia: Grandville, Taschenspieler, *Un autre Monde*, 1844

Womit, das sei kurz erwähnt, eine Ikonographie des Globus-als-Spielball fortgeführt wird, wie sie hier u.a. in einem berühmten Stich, dem „Taschenspieler mit den Planeten“ von Grandville [aus seinem Zyklus *Un autre monde* von 1844] geprägt worden ist -- mit einer, ähnlich wie bei der Titelgestaltung für *Die Globalisierungsfalle*, gesellschaftskritischen Note, die das leichtfertige Spiel mit der Idee einer anderen und damit besseren Welt geißelt.

Dia: *Spiegel*-Titel „Wem gehört die Welt?“

Oder in diesem *Spiegel*-Titel, der anlässlich des Höhepunkts der Anti-Globalisierungsbewegung im Sommer 2001 erschienen ist und den Spielball-Topos nochmals variiert, diesmal offenbar eher in Richtung Beach-Volleyball.

Aber nicht nur in einem derartigen, *kritisch* gemeinten Bild einer Welt, die aus den Fugen geraten und auf verhängnisvolle Weise verfügbar geworden ist, zeigt sich eine sehr weitgehende Disponibilität, die dem Eindruck der Gemachtheit des Planeten entspricht, von dem vorhin die Rede war.

Dia: Sébastien LeClerc, *La devise héroïque de Louis le Grand*

Denn auch in der langen Tradition einer affirmativen Ikonographie der Erdkugel als einem Symbol imperialer Macht, wie in diesem heraldischen Stich für Ludwig XIV. von Sébastien Leclerc, erweist sich die Erde unter den Strahlen des Sonnenkönigs für die Helden -- hier: Herkules und Alexander der Große als Vorbilder von Louis le Grand -- als äußerst verfügbar. Ausgestattet mit den bourbonischen Lilien, der Wappenvegetation des französischen Königs, wird überdies Frankreich unter der Herrschaft des Sonnenkönigs zu

einem Universum, so wie das Universum zu „einem Frankreich“ wird, wie es anlässlich der Krönungsfeierlichkeiten für Ludwig XIV. von 1654 hieß.¹²

Dia: Cover *Empire*

Der Versuchung, imperiale Macht bzw. *Imperialität* (um hier Barthes' Begriff wieder aufzugreifen) in der Symbolik der Erdkugel zu fassen, konnte auch die Person, die den Buchumschlag für Michael Hardts und Toni Negris *Empire* gestaltet hat, nicht widerstehen. Der Anblick der Erde aus dem All -- übrigens eine Aufnahme aus dem Corbis-Bildarchiv von Bill Gates -- ist sogar geradezu kontraintuitiv. Schließlich geht es den beiden Autoren nicht zuletzt um den Nachweis der These, dass das Empire kein Außen hat, von dem aus es sich beobachten und kritisieren lässt. Dieses Imperium neuen Stils, dessen Entstehung sich weltumspannenden Kommunikationstechnologien, der Ausbreitung eines Netzes von multinationalen Konzernen, NGO-Strukturen, internationalen Institutionen wie der Weltbank oder der Welthandelsorganisation, neuen Formen der biopolitischen Kontrolle und postmoderner Kriege, aber auch einer postkolonialen Weltbevölkerung verdankt, dieses neue Reich ist, wie Luhmann sagen würde, nicht „formfähig“. Immerhin wird die Satellitenaufnahme der Erde nur im Ausschnitt gegeben, so als habe man vermeiden wollen, naiverweise das volle Rund zu zeigen, wie in diesem Fall:

Dia: Cover *Governance in a Globalizing World*

Andererseits entspricht die Erde als planetarische Sphäre natürlich am ehesten jenen Vorstellungen von Globalität und Globalisierung, deren mythische Codierung die *Globalizität* ist. Und nicht nur die Theoretiker einer globalen „governance“/Regierung,

Dia: Globalisierungskritiker mit Erdball

¹² Vgl. Kat. Le globe et son image, 38

sondern auch die KritikerInnen der Globalisierung treiben den Erdball durch die Straßen und lassen sich dabei photographieren.

Offensichtlich wollen sie nicht akzeptieren, dass Globalisierung die Materialität des Globus zugunsten eines radikalen Prozesses der digital forcierten Dematerialisierung bzw.

„Deterritorialisierung“ hinter sich lasse, wie Fredric Jameson sagt, der zudem betont, angesichts dieser Deterritorialisierung wäre es ein großer Fehler, den „Globus“ als einen neuartigen und größeren Raum zu imaginieren, der womöglich die älteren nationalen oder imperialen Räume ablöse. Stattdessen, so Jameson, schaffe Globalisierung eine Art von Cyberspace, in dem das Geldkapital in Form des Finanzkapitals seine ultimative Dematerialisierung erreicht habe.¹³

Dieser Dematerialisierungsdiskurs ist natürlich reizvoll, wenn auch nicht vollkommen neu - - man denke etwa an jene, räumlich-materielle Beschränkungen enthobene „small world of tribal drums, total interdependence, and superimposed coexistence“, von der Marshall McLuhan seit den fünfziger Jahren sprach¹⁴ und die in der „solutions for small planet“-IBM-Werbung der neunziger Jahre wieder aufgelegt wurde.

Dia: Anzeige AT&T, 1995

Oder daran, dass global orientierte Unternehmen nicht nur die Sphäre in ihre Logoarchitektur integriert haben, sondern Globalisierung als „dematerialisierendes“ Abrissunternehmen begreifen wollen -- wie in dieser AT&T-Anzeige von 1995, die zeigt, wie eine Abrisskugel (die mit dem „globaliziten“ Logo des Konzerns korrespondiert) die Mauern der „alten“ Kommunikationsmodelle niederreißt.

¹³ Vgl. Jameson, Cultural Turn, 154

¹⁴ Vgl. McLuhan, Gutenberg Galaxy, 32

Vor allem harmoniert die Gleichsetzung von Globalisierung und Dematerialisierung hervorragend mit den symbolpolitischen und visuellen Strategien, durch die Machtinteressen an Bilder der Globalität gebunden werden.

Die Vorstellung einer „one world“ von Handelsrouten und anderen militärisch-geopolitischen Allianzen erlebte im 20. Jahrhundert immer wieder Konjunkturen -- von Woodrow Wilsons „one world“-Ideen, die bis heute Verschwörungstheoretiker, Illuminaten-Beobachter und andere beschäftigen, bis zu Buckminster Fullers Raumschiff-Erde-Konzeptionen,

Dia: Fuller, Earth Inc.

die ihre Anfänge in den vierziger Jahren nahmen und in den sechziger Jahren, nicht zuletzt unter dem Eindruck der Erdaufnahmen, die durch die Raumfahrtprogramme ermöglicht worden sind, in einer merkwürdigen Mischung aus geostrategisch-geopolitischen und New-Age-Hippie-Diskursen mündete, die in den neunziger Jahren in neuen, aber strukturell vertrauten Verschmelzungen von Cyberideologie und Gaia-Erdmystik ihre Fortsetzung fand.

5. Das „politisch geformte“ Globale

Ich muss einräumen, dass mir im Anschluss an meine Überlegungen zur Globalität als mythischem Code, der Begriff gleich zweimal begegnet ist. Zum einen hat offenbar Ex-Bundespräsident Roman Herzog den Begriff „Globalität“ in einer seiner Reden, allerdings in einem anderen Sinn, verwendet. Zum anderen fand vom 18.-20. Oktober 2001 eine Konferenz unter dem Titel „Globalcities“ an der Michigan State University statt. Im Call-for-papers des Symposiums, an dem unter anderem Gayatri Spivak, Michael Hardt, Mahmood Mamdani und Saskia Sassen teilnahmen -- also führende VertreterInnen eines theoretischen Diskurses über globale Prozesse aller Art -- hieß es:

„Wir sind interessiert an Reflexionen zu den anthropologischen, soziologischen, ökonomischen, legalen, linguistischen und ästhetischen Weisen, in denen das ‚Globale‘ in den letzten 500 Jahren gedacht und aktualisiert worden ist. Wir wollen insbesondere ernsthafte Untersuchungen der *Rhetoriken und Praktiken* der jüngsten Theorien über das Globale, das Postkoloniale und Internationale anstoßen. Wir hoffen, dass unser Neologismus ‚Globalizität‘ sich zu dem verbreiteten Begriff des *Globalen* so verhält wie die Begriffe ‚Zeitlichkeit‘/‘Temporalität‘ und ‚Geschichtlichkeit‘/‘Historizität‘ zu den konventionellen Begriffen von *Zeit* und *Geschichte*.

In anderen Worten: unsere Einladung zielt darauf, das Konzept des ‚Globus‘ nicht als etwas *Gegebenes* zu behandeln, sondern als etwas *politisch Geformtes* ...“¹⁵

Es wird deutlich, dass der Akzent dieser Einladung auf den historischen Formierungen des Denkens über die Welt als einer in Kategorien des Globalen verhandelten Sache liegt -- weshalb mit dem Begriff „Globalizität(en)“ nicht zuletzt die Regeln und Mechanismen dieser Diskurse rekonstruiert und analysiert werden sollen.

Wie ist der Schlusssatz des eben Zitierten zu verstehen, das Konzept des ‚Globalen‘ sei ein „politisch geformter“ Begriff? Ich frage mich dies nicht zuletzt vor dem Hintergrund von Roland Barthes‘ Beobachtung, der Mythos sei eine „entpolitisierte Aussage“, die das „geschichtliche, bedingte, kurz die *hergestellte* Eigenschaft“ etwa eines Machtverhältnisses wie des Kapitalismus oder des Kolonialismus entferne, um einen *gereinigten Begriff der Dinge* zu präsentieren: „Der Mythos leugnet nicht die Dinge, seine Funktion besteht im Gegenteil darin, von ihnen zu sprechen. Er reinigt sie nur einfach, er macht sie unschuldig, er gründet sie als Natur und Ewigkeit, er gibt ihnen eine Klarheit, die nicht die der Erklärung ist, sondern die der Feststellung.“¹⁶ Man könnte auch sagen: *Der Mythos mystifiziert auf normative Weise*. Er organisiert das Wissen über den Gegenstand des Globalen so, dass er

¹⁵ <http://www.louisville.edu/journal/workplace/issue5/globalcities.html>

¹⁶ Barthes, 131

dieses seiner materiellen, historischen, politischen Dimensionen entkleidet, um den Blick an die Evidenz des Erdballs zu fesseln.

Barthes schreibt weiter: Der Mythos „schafft die Komplexität der menschlichen Handlungen ab und leiht ihnen die Einfachheit der Essenzen, er unterdrückt jede Dialektik, jedes Vordringen über das unmittelbar Sichtbare hinaus, er organisiert eine Welt ohne Widersprüche, weil ohne Tiefe, *eine in der Evidenz ausgebreitete Welt*, er begründet eine glückliche Klarheit. Die Dinge machen den Eindruck, als bedeuteten sie von ganz allein.“¹⁷

In mancher Hinsicht kommt es in einem Typus der Analyse, wie man ihn unter dem Titel der „Globalität(en)“ antreten kann, auf einen Nachvollzug und schließlich eine Umkehrung dieser lupenreinen, glücklichen, euphorischen Evidenz an. Es geht um die Artikulation einer politischen Aussage, die gegen das mythische Konglomerat von Globalismus-Globalisierung-Globalität-Digitalität-Digitalisierung gerichtet ist.

Barthes verweist darauf, dass es Aussagen gibt, die bei aller Mythologisierung politisch bleiben. Es ist -- und hier wird Barthes' brechtianischer Marxismus spürbar -- die Sprache der Objekte, die ohne Metasprache, also ohne Metaphorik, Bilder usw. auskommt, das heißt: die Sprache der Praxis, des „produzierenden Menschen“: „überall, wo der Mensch spricht, um das Wirkliche zu verändern und nicht, um es als Bild zu bewahren, überall, wo er seine Sprache mit der Herstellung der Dinge verbindet, wo die Metasprache auf eine Objektsprache zurückverwiesen wird, ist der Mythos unmöglich.“¹⁸

Der Ort und Zeitpunkt, an dem diese Sprache ganz zu sich selbst kommt, ist die Revolution. Weil die Revolution, wie Barthes sagt, der kathartische Akt sei, der die Welt vollständig *macht*/herstellt und die dazugehörige Sprache voll, das heißt: sowohl in all ihrer Fülle als auch *vollständig* schafft, also mit einer *anfänglichen* und einer *endgültigen* politischen Aussage, die dem naturalisierenden, entpolitizierenden Prozess des Mythos keine Chance lässt.

¹⁷ Barthes, 131f.

¹⁸ Barthes, 134f.

Ich muss hier nicht besonders betonen, dass Barthes seinen Text über die Mythologien im Frankreich der fünfziger Jahre des letzten Jahrhunderts geschrieben hat, als noch mit einiger Selbstverständlichkeit von „der Revolution“ gesprochen und der Feind in der Bourgeoisie und ihrer Ideologie eindeutig identifiziert werden konnte. Insofern ist auch seine eigene *mythologische Mythisierung* der bildlosen Objektsprache und der Idiome der produzierenden Menschen mit historisierender Vorsicht zu genießen. Der Abbau von Metasprachlichkeit in der revolutionären Dekonstruktion der bürgerlichen Mythen, wie Barthes ihn vorsieht, vertraut in einem Maß auf die Möglichkeit eines nicht-metasprachlichen Denkens, das skeptisch macht. Andererseits lohnt es sich festzuhalten, dass die kritische Praxis, die Barthes skizzierte, sich nicht in der Ideologiekritik erschöpfte, sondern auf die *Entwicklung einer antimythischen Gegensprache* zielte, die sich der herrschenden Produktion von Evidenz widersetzt, die sich u.a. in der Verbreitung von Erdkugel-Bildern gefällt. Nicht grundlos, schon Wittgenstein bemerkte in seinem Text *Über Gewissheit*, das Bild der Erdkugel sei „ein *gutes* Bild, es bewährt sich überall, es ist auch einfaches Bild - kurz, wir arbeiten damit, ohne es anzuzweifeln.“¹⁹

Für den Moment möchte ich es aber bei dem nochmaligen Hinweis darauf bewenden lassen, wie die Begriffe des Mythos, der Naturalisierung bzw. Ent-Naturalisierung, der Politisierung bzw. Entpolitisierung von Barthes vor knapp fünfzig Jahren zwar erfolgreich in Stellung gebracht worden sind, aber sein mythologisches Projekt, das er in der Folgezeit u.a. um eine recht ausgeklügelte Theorie der Rhetorik des Bildes und der Produktion von Effekten des Realen erweitert, ansonsten aber nicht systematisch weiterverfolgt hat -- dass dieses Projekt eigentlich liegen geblieben ist. Für eine Untersuchung etwa des mythologisch-ideologischen Komplexes, den ich „Globodigitalität“ nennen will, scheint mir aber gerade hier eine vielversprechende Basis gelegt worden zu sein.

Diese Evidenzproduktion ist ein Untersuchungsgegenstand, der in jedem Fall eine erweiterte Bildkulturwissenschaft erforderlich macht, die diskursive und nicht-diskursive Praktiken, die Äußerungen und Sichtbarkeiten. Der Fokus verschiebt sich vom Bild zu dem,

¹⁹ Wittgenstein, *Über Gewissheit*, § 147

was Michel Foucault „Sichtbarkeit“ und Gilles Deleuze in seinem Buch über Foucault „virtuelle Sichtbarkeit“ genannt haben. Sichtbarkeit ist diesen Autoren zufolge nicht das, was zu sehen ist, sondern die historisch spezifischen Möglichkeitsbedingungen eines Blicks -- das Licht (oder Lichtverhältnis), das etwas zu sehen gibt.

Es wäre somit zu fragen: Welches Licht macht das Internet-Explorer-Logo sichtbar? Damit ist ein genealogischer Raum eröffnet, der von der Technologie virtueller Lichtquellen auf der 3-D-Benutzeroberfläche bis zu den mythologisch-metasprachlichen Bedingungen der „Globodigitalität“ reicht.