

APuZ

Aus Politik und Zeitgeschichte

31/2009 · 27. Juli 2009



Bilder

Reinhard Brandt

Dinge – Bilder – Denken

Hans-Jürgen Pandel

Schrift und Bild – Bild und Wort

Pablo Schneider

Die Macht der Bilder – Distanzfrage

Daniel Hornuff

Bildwelten der Badkultur

Elke Grittmann

Das Bild von Politik

Gerhard Paul

Kriegsbilder – Bilderkriege

Editorial

Bilder sind überall. Sie sind Abbild der Wirklichkeit oder dessen, was Betrachtende (darin) sehen: Doch ist alles objektiv oder imaginativ Sichtbare tatsächlich ein Bild? Ob der Anfang der 1990er Jahre ausgerufenen „iconic turn“ (Gottfried Boehm) oder „pictural turn“ (William J. Thomas Mitchell), wonach alles zum Bild wird, wirklich stattgefunden hat, gerade stattfindet oder in Zukunft stattfinden wird, scheint eine eher akademische Frage zu sein. Geistes- und Kulturwissenschaftlern, insbesondere Bildwissenschaftlern, geht es dabei um den alles strukturierenden Charakter des Bildes: den „kulturellen Wandel zum Bild“. Für jene, die dieser Vorstellung skeptisch gegenüberstehen, macht ein Bild „nur“ etwas sicht- und erkennbar, ohne das Erkannte zugleich selbst zu sein.

Bildern wird zugeschrieben, sie könnten reden, bezeugen, provozieren, manipulieren, verleumden oder lügen. Auch von Macht, die (politische) Bilder auf unser Denken und Handeln ausüben, ist die Rede. Doch sind es nicht die Betrachtenden selbst, die sich Bilder in diesem oder jenem Sinne erschließen? Nicht die Bilder strukturieren, transportieren, verführen, manipulieren. Sie können allerdings dazu benutzt, ja sogar zu Waffen werden, mit denen Kriege begründet und Gesellschaften auf Kriege vorbereitet werden. Die Art und Weise der Präsentation und Repräsentation leitet die Interpretation.

Und die Klagen über die Flut der Bilder? Sind sie nicht Ausdruck des Unvermögens, genügend Worte für deren Inhalte zu finden? Oder treten leicht verständliche, marktgerecht aufbereitete Bilder an die Stelle von Sprache und damit des kritischen Denkens? Es wäre zu kurz gegriffen, den Eifer, mit dem heute etwa Ausstellungen besucht, Bildbände erworben, Bilder selbst hergestellt, im Internet verbreitet und als Kommunikationsmittel benutzt werden, als Indiz dafür zu werten.

Katharina Belwe

Reinhard Brandt

Dinge – Bilder – Denken

Schon die Natur spielt uns die ersten Bilder zu, das Spiegelbild im Wasser oder die Fata Morgana in der Luft; und in der Flamme des Lagerfeuers sehen wir Kopf und Hörner des Wahrhaftigen. Narziss sieht sich im Quellwasser und ruft erstaunt aus: „Der dort

Reinhard Brandt

Dr. phil., geb. 1937; Professor für Philosophie an der Universität Marburg, Augustinergasse 2, 35037 Marburg. brandt2@staff.uni-marburg.de

bin ich.“ Natürlich ist er es nicht, sondern er sieht sich selbst im Bild, wie wir wissen. Sich selbst würde er sehen, wenn er seine Arme und Beine und seinen Leib unmittelbar betrachtete. Der Hund in der Fabel des Äsop lässt die reale Beute fahren, um auch noch nach der zweiten, dem Bild im Wasser, zu schnappen. So sehen wir es; der Hund selbst wird nie erkennen, dass es sich um ein Spiegelbild handelte, weil er zwischen Wirklichkeit und Bild nicht unterscheiden kann, sondern lernt, dass es optische Phänomene gibt, denen nachzujagen sich nicht lohnt. Die Fata Morgana ist das Bild einer fernen Oase, das Nähe vortäuscht. Solange der Mensch Opfer der Täuschung ist, sieht und erkennt er das Luftbild nicht als Bild, erst wenn er sich von der Illusion befreit hat, unterscheidet er zwischen der wirklichen Oase und ihrer Spiegelung. Sind bestimmte Formationen in der Flamme oder in den Wolken Bildern, etwa von Gesichtern, wenn wir sie als solche sehen? Und wie steht es mit den natürlichen Traumbildern in szenischer Abfolge, an die wir uns wie an einen Film erinnern können? Nach allen Indizien sind auch Tiere, etwa Haushunde, befähigt zu träumen. Sehen sie im Traum die Szenen einer Jagd? Wir wissen es nicht; das Tier erkennt seine Träume sicher nicht als solche, weder in der Traumsituation noch in der Retrospektive. Der Mensch dagegen erkennt im Traum gewöhnlich nicht die Bilder als Bilder, sondern nimmt sie innerlich als Realität wahr und urteilt erst post festum, dass es bloß Bilder der Phantasie waren, Schreckens- oder Lockbilder oder gefühlsneutrale.

Die natürlichen Bilder des Sehannes lassen sich paradoxerweise künstlich produzieren in Form von Lichtbildern oder Fotografien und Filmaufnahmen, also in statischer oder bewegter Form. Bei ihrer artifizialen Erzeugung bedient man sich bis hin zur Digitalkamera natürlich-kausaler Prozesse. Wie beim Experiment im Labor arrangieren wir die Ausgangsbedingungen, und mit dem „Klick“ nimmt die Natur allein hier und dort ihren vorbestimmten Lauf. Daher war es anfangs schwer, den derart zustande gekommenen Bildern den Titel eines Kunstwerks zuzusprechen; der Produzent ist eigentlich die geschickt arrangierte Natur. Durch Retuschen kann man dieser ein wenig nachhelfen, Altersfalten freundlich zum Verschwinden bringen, die Nase etwas menschlicher gestalten und den Blick entschlossener. Beim Original müssen die Chirurgen helfen. Wenn man das Ölgemälde als Bild akzeptiert, dann ist auch das Foto, das nur übermalt wurde, ein Bild, dann aber auch der Reflex im Wasser; eine Zäsur zwischen diesen verschiedenen Stufen ist nicht möglich und nicht nötig, es sei denn, es wird die Wirklichkeit nach der eigenen Theorie geordnet und nicht, wie es doch sein sollte, die Theorie nach der Wirklichkeit.

Zweidimensionale Kunstbilder wie die der Malerei oder auch dreidimensionale Standbilder der Skulptur entstehen traditionell nicht durch eine programmierte Kausalität der Natur, sondern durch eine von einem Menschen gesteuerte Bewegung seines eigenen Körpers unter Zuhilfenahme meist eines statischen Instruments, etwa eines Pinsels, vielleicht auch eines Schwammes oder Meißels, manchmal genügen auch die eigenen Hände. Das gilt auch für die abstrakte Malerei etwa von Gerhard Richter. Aber es gibt auch andere Verfahren: Indianer im Norden Amerikas bildeten den Küstenverlauf durch Einkerbungen in einem Stück Holz ab und hatten dadurch eine erste Landkarte, ein Bild von der Natur. Die ersten Höhlenmaler werden vielleicht keine Pinsel benutzt haben, aber doch etwas Ähnliches; die ersten Idole wurden geschnitzt, aus Lehm mit den Händen geformt oder in Metall gegossen. Masken werden von Maskenbildnern geschnitzt oder geformt. Diese vielfältigen Bilder also entstehen durch die körperlichen Tätigkeiten derjenigen, welche sie herstellen. Die Handlungen der Erzeugung von Kunstbildern sind sozialer Natur; der Produzent will in eine bestimmte

Öffentlichkeit der Menschen oder auch Dämonen hineinwirken. Dabei gibt es, so können wir unterscheiden, zwei Richtungen, die eine ist im weitesten Wortsinn magisch, die andere rational. Die magische Richtung beschwört den Betrachter oder Mitakteur etwa in Kulthandlungen, die andere gehört in eine zauberfreie Welt des Erkennens. Sie gibt es nicht erst in der Neuzeit, sondern schon in Frühkulturen, man denke an die witzigen Bilder auf Gegenständen des Alltags. In der Bilderwelt der Magie wohnt, so stellt man es sich vor, in den Bildern eine Kraft, sie sind belebt, sie begehren etwas, sie können Nutzen und Schaden stiften. Hier gibt es die unterschiedlichsten Varianten vom Heiligenzum Herrscherbild, die teilhaben am Sakralen und deren Herabsetzung geahndet werden kann. Sodann gibt es die erotischen Bilder, die man schon in den Frühkulturen findet; sie dienen weder der bloßen Erkenntnis noch der religiösen Magie, sondern der Stimulierung von Begehren, als ob sie lebendig wären: Pornographie.

Welches Merkmal kommt den Bildern gemeinsam zu?

Nach der kurzen Sammlung von Phänomenen, die umgangssprachlich als Bilder bezeichnet werden, können wir uns umsehen nach Merkmalen, die den Phänomenen jeweils eigen sind; aber auch andere Sachverhalte oder Dinge, die wir nicht erfasst haben, die jedoch über dieselben Merkmale verfügen, sind dazu berechtigt, als Bild bezeichnet zu werden. Eine Vorbemerkung: Wir wollen dabei nicht (wie etwa Umberto Eco) bestimmte Typen der genannten Bilder ausschließen, weil sie nicht in unsere Theorie passen, etwa das Spiegelbild und damit auch die Fotos und die Bilder im Fernsehen. Über das, was zu den Bildern zählt, kann keine Theorie entscheiden (wie dies bei Neuronen und Synapsen oder Quadratwurzeln der Fall ist), sondern nur die Anschauung und der Sprachgebrauch des Alltags.

Den Phänomenen, die als Bilder angeführt wurden, ist folgende Eigentümlichkeit gemeinsam: Sie sind durch den äußeren Sehsinn oder imaginativ visuell (nicht akustisch, nicht durch den Geruchssinn) zugänglich; sie stellen für Menschen etwas sichtbar oder imaginativ dar, ohne das Dargestellte selbst zu sein;

so Albrecht Dürers Apostel oder Pablo Picassos Frauenbilder, das Gottes- und das Herrscherbild, die Maske, das Spiegelbild. Der Modus der Gegebenheit ist hier ein durchschautes „Als-ob“: als ob also das eine das andere, das Zweite das Erste, wäre. Erst mit der geistigen, den Tieren nicht möglichen Installation dieser Differenz und Beziehung ist es möglich, etwas als Bild zu erzeugen oder zu sehen und vorzustellen. Damit ist alles ein Bild, was wir als eingehetzte Darstellung von etwas anderem ansehen, das Gesicht in den Wolken und die monochrome Leinwand in der Ausstellung. Bestimmte Phänomene zwingen uns erwachsene Menschen unweigerlich, sie als Bilder zu sehen und zu erkennen, vom Höhlenbild der Frühzeit zum Passfoto von gestern. Die figurativ gestaltete Oberfläche eines Mosaiks ist als solche kein Bild, aber ich kann ein Stück davon in einer Bilderausstellung aufhängen und es so zum Bild machen.¹

Voraussetzung für das Begreifen einer sichtbaren oder imaginativen Erscheinung als ein Bild ist immer die Annahme einer pragmatischen Wirklichkeit, die kein Bild ist, etwa das Spiegelglas selbst, in dem man sein Abbild sieht, oder die Person, mit der ich rede oder die diese Zeilen liest. Wir können zwar behaupten, sie alle seien Bilder, aber diese Behauptung lässt sich nur in Wörtern zusammenreimen, sie ist weder gedanklich noch in der Praxis nachvollziehbar. Mit derselben Gewissheit unterscheiden wir den Maler von dem Selbstporträt an der Wand. Hierbei interessiert uns keine Ontologie, die sich immer bezweifeln lässt, sondern diese unausweichliche pragmatische Gewissheit, die man nur auf dem Weg nach Bedlam oder schon in Bedlam ernsthaft leugnen kann („Ich bin aus Glas“, „Ich bin ein Bild“).² Erst auf der Folie dieser pragmatischen Gewissheit, dass ich selbst und der Stuhl, auf dem ich sitze, wirklich sind, ist die ikonische Differenz in der bildlichen Darstellung und auch das „lebende, begehrende Bild“ (William J. Thomas Mitchell) erfassbar. Bilder gibt es nur in einer Umgebung, die wir nicht zum Bild machen.

¹ Vgl. Reinhard Brandt, *Die Wirklichkeit des Bildes. Sehen und Erkennen – Vom Spiegel zum Kunstbild*, München 1999.

² Bedlam: Bethlem Royal Hospital – ein berühmt-berühmtes Londoner Irrenhaus im 17./18. Jahrhundert. Der Begriff steht auch für Verwirrung.

Kunstbilder sind aus vielerlei Gründen attraktiv. Einer der Gründe liegt in der Möglichkeit, das Motiv auf etwas Wesentliches zu reduzieren oder eben dadurch zu bereichern, und den Blick des Betrachters zu formieren. Das Bild kann mit der Absicht gemalt sein, das Dargestellte möglichst naturgetreu wiederzugeben; es kann sich auch idealisierend oder karikierend zu ihm verhalten und nicht die optische Erscheinung, sondern etwas Wesentliches präsentieren. Das Bild überformt die Wirklichkeit und gibt eine Anleitung, wie diese zu betrachten ist: der antike Herrscher, göttlich schön und stark; Gott als Patriarch; der heutige Präsident, charakteristisch und sogleich erkennbar; das Bildnis von Willy Brandt im Berliner SPD-Gebäude, es möchte wesentlich sein und wird zur Karikatur.

Unsere Kulturbilder benutzen diese Eigentümlichkeiten in unendlichen Variationen des Scheines und der Zurücknahme des Scheins im Schein, um den Ursprung, das Nicht-Bildliche, Vor-Bildliche der Wirklichkeit durch die fingierte Bildwirklichkeit zu offenbaren oder zu übertrumpfen. Viele Werke, die wir in Bildergalerien sehen, stellen sich in die Differenztradition, heben jedoch im Werk selbst diese Differenz wieder auf. Sie sind nur noch sie selbst, glaubt der Betrachter. Auch das abstrakteste monochrome Bild präsentiert sich in der Bildtradition, die es zugleich zu überwinden trachtet.

Das Bilderverbot

Es lässt sich schon ahnen, wie es zu einem generellen Bilderverbot kommen kann und was es mit der ikonischen Wende auf sich hat. Sie sind zwei Seiten einer Medaille, wie wir sehen werden. Das Bilderverbot möchte die Herstellung von Bildern unterbinden, die ikonische Wende – die Wende oder der kulturelle Wandel zum Bild – sieht Bilder als selbständige Kraft- und Lebenszentren, die einen Reichtum unserer Kultur ausmachen. Das Bilderverbot gibt es im *Alten Testament*, aber auch bei Platon.

„Du sollst keine anderen Götter neben mir haben. Du sollst dir kein Bildnis noch irgendein Gleichnis machen“, steht im zweiten und dritten Gebot der Bibel (2. Mose 20,4). Den Fachuntersuchungen¹³ ist zu entnehmen, dass

¹³ Vgl. u. a. Christoph Dohmen, *Das Bilderverbot: seine Entstehung und Entwicklung im Alten Testament*, Königstein/Ts.–Bonn 1985; s. a. William J. Thomas

mit dem Bild oder Bildnis hier und an anderen Stellen ein vom Menschen gezeichnetes oder gemaltes, reliefartiges oder plastisches Kultobjekt in Menschen- oder Tiergestalt gemeint ist. Es kann als Plastik aus Metall wie das Goldene Kalb (2. Mose 32), aus Lehm oder auch Holz gefertigt sein und ist wertvoll ausgeschmückt. Das Bilderverbot besagt offenbar nicht, dass man sich keine Vorstellung von Gott machen oder auch in Sprachbildern von ihm reden dürfe, sondern zielt nur auf materiale Machwerke, Bilder, über die die Menschen verfügen und so an die Stelle des lebendigen jenseitigen Gottes setzen, der sich nach eigenem Willen offenbart, Bilder, die eine magische, grundsätzlich vervielfältigbare Repräsentation ermöglichen – daher der innere Zusammenhang des Bildverbots mit dem Verbot anderer Götter im Plural. Das Dreieck Gott – Mensch – Bild Gottes wird nicht als lebendiger Austausch wie etwa im Christentum gesehen, sondern als Unmöglichkeit: Gott lässt sich durch kein Bild vermitteln, weil sich das Bild unweigerlich an seine Stelle setzt und zum Götzen wird. Also gibt es nur das Entweder-Oder der dualen Beziehung Gott-Mensch oder Mensch-Götze.

Die Anbetung des Goldenen Kalbes ist der erste „iconic turn“ – die erste ikonische Wende zum Bild – in der Geschichte der Menschheit. Aaron kehrt sich ab von dem einen wirklichen Gott und wendet sich dem ikonischen Machwerk zu, das als solches geklont werden kann, weil es keine Identität besitzt. Dieses religiöse Zentrum wird im Bibeltext zum generellen Bilderverbot erweitert, um die Seuche des „schlüpfrigen Nichtseins“ nur nicht beginnen zu lassen. Das Gottesbild ist hier kein zu Gott hinleitender Gegenstand, sondern übt gegenüber den Menschen eine diabolische Macht aus, in der Weise, dass es sich an die Stelle dessen stellt, den es repräsentiert. Das Abbild Gottes wird zum Götzen und Widersacher Gottes. Es zerstört die ursprüngliche göttliche Einheit und ihre personale Beziehung zum Menschen und setzt an deren Stelle eine magisch-materiale Potenz, die sich in eine Vielfalt von Götzen erweitern lässt. Das spezielle Gottes-Bild-Verbot hat sich im Judentum und im mohammedanischen Kulturraum erweitert zum allgemeinen Bilderverbot, so dass in der bildenden Kunst nur bildlose Ornamente entstehen konnten.

Mitchell, *Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur*, München 2008, S. 32, 49; 113–116.

Platon handelt vom Bilderverbot im 10. Buch der *Politeia* (Staat; Republik). Er führt teils spielerisch, teils ernsthaft eine Dreierordnung ein; nach dieser gibt es das Wesen oder die Idee von Dingen, etwa eines Bettes, sodann die handwerkliche Nachahmung in Form des wirklichen Bettes, das ein sachkundiger Handwerker herstellt, und schließlich das gemalte Bild der Nachahmung, das ohne jede Kenntnis der Funktion des wirklichen Bettes gemalt werden kann.¹⁴ Nun sind derartige drittrangige Bilder oder auch imitative Dichtungen nicht nur kognitiv irreführend und wertlos, sondern zerstörerisch für die übrigen Seelenteile neben der reinen Erkenntnis. Sie spiegeln nicht nur verantwortungslos etwas vor, was sie nicht sind, sondern schüren falsche Gefühle und falsches Begehren. Deshalb werden die Maler und die Dichter (so weit ihre Werke nicht dem Kult dienen) aus dem Idealentwurf des Staats verbannt. Wir können gemäß der späteren Einteilung der Psychologie festhalten, dass Bilder nach Platon kognitiv falsch und emotional und voluntativ gefährlich sind.

Im 18. Jahrhundert wird Jean-Jacques Rousseau das Schauspiel aus Genf verbannen wollen aus den gleichen, von Platon übernommenen Gründen.¹⁵ Nach Platon und Rousseau wohnt den Bildern oder Schauspielen als solchen unvermeidlich eine zerstörerische Kraft des Konflikts und der Verführung inne. Die Grundlage des Verbots ist der Schein, den die Werke erregen und durch den sie emotional und voluntativ wirksam werden können. Das Fundament entspricht also unserem Merkmal, dass Bilder etwas darstellen, das sie selbst nicht sind. Aus dieser Negation entfalten sie ihre verheerende Wirkung, um verboten zu werden.

Der „pictorial (iconic) turn“

In der so genannten ikonischen Wende wird anders verfahren. Es werden dem Bild inhärente Kräfte zugeschrieben und als das Leben der Bilder vorgestellt, ein Leben, das nicht imitativ ist und sich nicht der Suggestion des Betrachters verdankt, sondern den Bildern selbst eigen ist, so wie die Gestalt und die Farbe. Bilder leben und haben einen eigenen Willen. Ich greife heraus William J. Thomas

¹⁴ Vgl. Platon, *Politeia* 10, 596–598.

¹⁵ „Brief an d’Alembert über das Schauspiel“ von 1758.

Mitchell *Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur* aus dem Jahr 2008¹⁶, eingeleitet von Hans Belting, einem der führenden gegenwärtigen Kunsthistoriker.¹⁷ Mitchell hat das Wort des „pictorial turn“ 1994 lanciert und damit ein weltweites Echo gefunden. Das Buch bringt eine sachkundige und angenehm lesbare Einführung in die Suggestionskräfte der Medien-Bilder oder Bildmedien. Bei unserem speziellen Interesse an Bildern werden wir jedoch enttäuscht.

Der deutsche Titel des Buches kündigt schon an, dass zwischen Bildern und anderen sichtbaren Gegenständen nicht ernsthaft unterschieden wird.¹⁸ Auf der ersten Seite heißt es: „Unter einem ‚Bild‘ verstehe ich jedes Abbild, jede Darstellung, jedes Motiv und jegliche Gestalt, die in bzw. auf irgendeinem Medium erscheint. Unter einem ‚Objekt‘ verstehe ich die materielle Grundlage, in bzw. auf der ein Bild in Erscheinung tritt, oder den materiellen Gegenstand, auf den sich ein Bild bezieht bzw. den es zur Erscheinung bringt. Ich möchte hier natürlich auch die Begriffe der Dinghaftigkeit und Gegenständlichkeit evokieren, d. h. die Idee dessen, was einem Subjekt gegenübertritt. Unter einem ‚Medium‘ verstehe ich das Zusammenspiel der Verfahren, die ein Bildobjekt mit einem Bildträger zusammenbringen, um ein Bild entstehen zu lassen.“¹⁹ Dass zu den Bildern auch Abbilder gehören, wollen wir unbesehen glauben. *Jede Darstellung?* Auch die Darstellung Weimars bei Thomas Mann? *Jedes Motiv?* Auch die Motive aus der „Zauberflöte“? *Jegliche Gestalt?* Auch die geometrischen Figuren eines Ornaments? *Objekt – ist der Stuhl vor mir kein Objekt, auch wenn er mit Bildern nichts zu tun hat?* Nehmen wir das Objekt, an das Mitchell offenbar denkt, etwa die Leinwand, die in einen Rahmen gespannt ist. Aber wie ist dann gleich der Sprung zu dem „materiellen Gegenstand, auf den sich ein Bild bezieht bzw. den es zur Erscheinung bringt“, mög-

¹⁶ W. J. T. Mitchell (Anm. 3).

¹⁷ Eine gelungene Rezension der Originalausgabe schrieb Christiane Kruse in: *ArtHist*, April 2007.

¹⁸ Der englische Titel lautet „What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images“. Die deutsche Fassung entspricht jedoch genau dem Inhalt des Buches. Der Ambivalenz des Titels korrespondiert wiederum das permanente Changieren zwischen metaphorischer und realer Redeweise, gerade wenn die zentrale These des Buches erörtert wird.

¹⁹ W. J. T. Mitchell (Anm. 3), S. 1.

lich? Bezieht sich das Bild auf die Leinwand? Und: Ist der perspektivisch gemalte Raum ein materieller Gegenstand? Kaum; so wenig wie die Zeit im Film.

Mitchell schreibt den Bildern einen Willen zu, gesehen zu werden¹⁰ – und wie steht es mit einer bunten, aber bilderlosen Barockfassade, dem handwerklich höchst gelungenen Lauf einer geschwungenen Treppe und dem Moosaikfußboden? Aber auch umgekehrt: Was wollen die Bilder wirklich, nicht metaphorisch? Was macht ihr Wille in der nächtlichen Ausstellungshalle? Der „iconic turn“ macht alles objektiv zum lebendigen Bild; und in dieser Tendenz dokumentiert er tatsächlich eine Tendenz unserer Wirklichkeit und macht sich zu einem Teil von ihr. Der „iconic turn“ wird zu einem „iconic return“, zur Rückkehr der Idole. Wir werden Höhlenbewohner, kritiklose Troglodyten.

Martin Heidegger weiß darüber hinaus, „... dass überhaupt die Welt zum Bild wird, zeichnet das Wesen der Neuzeit aus.“ Heidegger kennt das Wesen der Dinge, auch das Wesen der Neuzeit, und er weiht den Leser ein in eine Einsicht, die sich diesem bislang nicht offenbarte. Aber da der Leser als Zeitgenosse am Wesen der Neuzeit notwendig teilhat, muss er gemäß dem Diktum des Philosophen zum Bild werden, auch der Philosoph selbst ist nur ein Bild. Dies zeichnet die Neuzeit aus, wie Heidegger und nun auch sein Leser weiß; bis hin zur Renaissance gab es die Welt also wirklich, jetzt aber ist sie mitsamt aller Wesen in ihr zu einem Bild mutiert, unsichtbar, denn gesehen hat sicher niemand dieses wunderbare Bild. Zu Ende gedacht führt der Ungedanke wieder ins Tollhaus.

Dinge, Bilder, Denken

„Verraten hast du Gott an die Götter, den Gedanken an die Bilder.“¹¹

Rein pragmatisch sind wir gezwungen, Weltgegenstände anzunehmen, die keine Bilder sind. Wer spricht, kann sich selbst und seine Sprechhandlung nicht als Bild begreifen, auch sein Gegenüber nicht und nicht die Dinge seiner Umgebung. Wenn Jan van Eyck das Porträt seiner Frau malt, dann ist das Por-

trät kognitiv nicht identisch mit der gemalten Person selbst. Im Selbstporträt steht sich van Eyck nicht selbst gegenüber, sondern seinem Bild, wie immer er sich auch bemüht, dem Bild ein Selbstsein für den lesenden und sehenden Betrachter zu indizieren. Hierüber zu streiten, wäre abwegig. Anders ist die Frage in der emotionalen und voluntativen Ebene; in ihr mögen beide Bilder ein eigenes Leben gewinnen und mit einer gewissen Selbstenergie im Betrachter die Überzeugung evozieren, das Bild sei belebt.

Im Äußeren also sind wir genötigt, Weltgegenstände anzunehmen, die keine Bilder sind, sondern die deren eingegrenzte Erscheinung möglich machen und gewissermaßen flankieren. Im Inneren ist das Gegenstück unser Denken. Es kann nicht in einem bildgebenden Verfahren zur Erscheinung gebracht werden. Wer spricht, kann seine Denkopoperationen nicht als Bilder begreifen. Dinge und Denken sind als solche keine Bilder. Die Gegebenheit von äußeren Dingen, die keine Bilder sind, ist unmittelbar einsichtig. Es soll im Folgenden kurz gezeigt werden, dass auch das Denken tatsächlich bildresistent ist.

W. J. T. Mitchell schreibt in dem oben zitierten Buch: „Wir denken bisweilen laut, wir denken an der Tastatur, wir denken in bzw. mithilfe von Werkzeugen, Bildern und Klängen. Es ist ein durch und durch wechselseitiger Prozeß. Der Künstler Saul Steinberg bezeichnete das Malen und Zeichnen einst als Denken auf Papier“. Aber das Denken kann auch eine Art des Malens und Zeichnens sein, ein geistiges Skizzieren, Entwerfen, Umreißen und (in meinem eigenen Fall) zielloses Kritzeln.“¹² Wir halten hier ein und fixieren, was Mitchell meint, indem wir es auf den zitierten Text selbst anwenden. Wir möchten wissen, ob Mitchell diesen seinen Gedanken in einem ziellosen Kritzeln darstellen und uns übermitteln könnte. Machen wir keine Umstände: Es ist völlig unmöglich, die Überlegung in Form von Bildern darzustellen und anderen Menschen kund zu tun. Über Kritzeleien freuen sich Kinder, aber sie sind noch Egomane. Wir Erwachsenen sind wie Mitchell selbst auf die Sprache angewiesen und gehen entsprechend zum Denken und Reden über, um etwas über den „iconic turn“ mitteilen zu können und nicht nur infantil oder er-

¹⁰ Vgl. ebd., S. 98–99.

¹¹ Arnold Schönberg in seiner unvollendeten Oper „Moses und Aron“, Dritter Akt.

¹² W. J. T. Mitchell (Anm. 3), S. 181.

wachsen Kritzeleien oder sonstige akzessorische Tätigkeiten zu vollziehen, die nur von privatem Interesse sind. Wir sind auf Sprache angewiesen und streifen in unserer Mitteilung die Bagatellbegleitungen bildlicher Art möglichst ab. Wir sind jedoch durch den Text von Mitchell selbst gezwungen, vom „iconic turn“ über den „linguistic turn“ bis in die vorrevolutionäre Zeit vor allen Wenden zurückzukehren. Man bedenke nur Folgendes: Wir haben aus einer vom Autor autorisierten Übersetzung zitiert; Mitchell findet also seinen Gedanken in der deutschen Sprache wieder. Das heißt, dass der Gedanke gegenüber der speziellen Sprache, in der er psychologisch gedacht und ursprünglich mitgeteilt wurde, irgendwie indifferent ist, sonst könnte derselbe Gedanke in vielen Sprachen ausgedrückt und mitgeteilt werden. Auf dieser Ebene kann Mitchell weder die Bilder noch die Sprachwende vollziehen. Wir behaupten nicht, dass das Denken ohne begleitende, es umspielende Imaginationen psychologisch möglich ist, wohl aber, dass es eine Ebene geben muss, die in verschiedenen Sprachen mitteilbar und daher „vorrevolutionär“ ist. In ihr können wir uns über die Thesen und Grenzen der beiden „turns“ verständigen, ohne sie würden wir nicht nur den Gedanken an die Bilder verraten, sondern kritzelnde Kleinkinder bleiben.

Immanuel Kant schreibt in der *Kritik der reinen Vernunft*: „Gedanken ohne Inhalt sind leer, Anschauungen ohne Begriffe sind blind. Daher ist es ebenso notwendig, seine Begriffe sinnlich zu machen (d. i. ihnen den Gegenstand in der Anschauung beizufügen) als seine Anschauungen sich verständlich zu machen (d. i. sie unter Begriffe zu bringen).“ (A 51) Das klingt sehr suggestiv, und die Einlösung dieses Lehrsatzes ist eines der Beweisziele der *Kritik der reinen Vernunft*; nur ist der Satz, isoliert man ihn, handgreiflich falsch und widerlegt sich selbst, denn außer den Kategorien lässt sich den Begriffen der Vernunft-erkenntnis, welche die *Kritik der reinen Vernunft* gewinnen will, kein „Gegenstand in der Anschauung“ beifügen, schon die Begriffe „Kritik“, „rein“, „Vernunft“ können nicht versinnlicht werden.¹³ Und wie könnte der kategorische Imperativ mit seinen expliziten

und impliziten Begriffen in einem bildgebenden Verfahren dargestellt werden? Man kann nicht in Bildern die Gesetzestauglichkeit von Maximen prüfen oder das Sollen darstellen.

Das Wort „Denken“ wird umgangssprachlich vielschichtig gebraucht; man sagt, unser Hund denke, dass das Kind gleich nach Hause komme, oder es heißt, unser Denkprozess werde in neuronalen Prozessen realisiert. Wir wollen das Wort so verwenden, dass das jeweilige Denken auch zu Urteilsakten befähigt sein soll. Das Urteilen ist kein mentales Lallen und kein kognitiver Prozess, zu dem auch andere Tiere als der Mensch befähigt sind, sondern eine psychische oder geistige Handlung mit diskreten künstlichen Urteilelementen. Diese Urteilsthandlung mag eingebettet sein in ein kognitives Kontinuum vielfältiger mentaler, gewissermaßen multimedialer Leistungen des animalischen oder exklusiv menschlichen Fühlens, Erinnerens, Imaginierens, aber es ist isolierbar, etwa so: „Überlege: A sei die notwendige und hinreichende Bedingung von B; ist dann auch B die notwendige und hinreichende Bedingung von A?“ Wir vollziehen bei dem Überlegen oder Denken, zu dem wir hier aufgefordert werden, mentale Operationen, die im genannten Fall vielleicht durch Phantasiebilder begleitet werden, sie haben jedoch keinen mitteilbaren Erkenntniswert. Denken qua Urteilen ist somit eine geistige oder mentale Tätigkeit, eine zielgerichtete Handlung, nicht darstellbar im Raum, sondern verlaufend in der Zeit, nicht nur prozesshaft, sondern mit diskreten Elementen. Die sprachlichen Elemente sind künstliche Symbole, die – im Gegensatz zu Bildern und bloßen Zeichen – in andere Symbolsysteme transferierbar sind.¹⁴

Zum Denken wird man also etwa die Tätigkeit zählen, die jemand vollbringen muss, wenn er/sie das hier Gesagte bestätigt oder widerlegt. Zum Denken gehört damit die Gedankenoperation des Fragens und Antwortens. Alles dies ist bildresistent. Wenn wir eine Schriftzeile als Bild auffassen, verschwindet der eigentümliche Charakter der Lesbarkeit eines Gedankens und es wird ein nichtsagendes Ornament.

sophie ist ein „System reiner, von aller Anschauungsbedingung unabhängiger Vernunftbegriffe“.

¹⁴ Vgl. Reinhard Brandt, *Können Tiere denken? Ein Beitrag zur Tierphilosophie*, Frankfurt/M. 2009.

¹³ Siehe außer an vielen anderen Stellen ausdrücklich Immanuel Kant, *Gesammelte Schriften* (Akademie-Ausgabe), Berlin 1900 ff., Bd. VI, S. 375, 4–5: Philo-

Die Summe gezogen: In der äußeren Welt lassen sich Dinge und Personen nicht beliebig zu erkennbaren, öffentlichen Bildern machen, in der inneren Welt ist das Denken der Bildgebung entzogen. Zwischen diesen beiden Bastionen sind die Bilder als Zwischenwesen und Medien angesiedelt, sowohl im Bereich des äußeren Sehannes wie auch der inneren Imagination.

Und die abstrakte Malerei? Blicken wir in den wolkenlosen Himmel, dann werden wir ihn nicht als abstraktes Bild bezeichnen. Damit etwas als Bild gesehen und erkannt wird, bedarf es einer räumlichen oder imaginativen Begrenzung. Und unweigerlich thematisiert das so eingehegte und einheitliche Raumstück irgendetwas, häufig – wie etwa bei Gerhard Richter – seine eigene Genese, häufig das Sehen des Betrachters. Beides ist mehr als die bloße physische Gegebenheit, und dieses Mehr ermöglicht es, von Bildern und sogar Kunstwerken zu sprechen.

Den Autoren der „ikonischen Wende“ kommt das Verdienst zu, die Bilder aus einer gewissen Erstarrung zwischen zwei Betrachtungsformen herausgelöst zu haben. Die eine ist die Betonung des Repräsentationscharakters der Bilder, die andere die der Rezeptionsleistung durch den Betrachter. Die erste lässt das Kunstbild tendenziell zu einer Wiederholung dessen werden, was das Bild abbildet, also zur bloßen Nachahmung der Wirklichkeit; die andere legt alle Energie der Bilder in die psychische oder geistige Leistung des Betrachters. Dazwischen droht das Bild sein Eigenleben zu verlieren, das nun mit Emphase in den Vordergrund gestellt wurde. Das Bild, so könnte man den „pictorial turn“ im Hinblick auf seine Anschlussfähigkeit alter Bildreflexion fassen, ist immer schon Repräsentation und Rezeption selbst, es ist identitätstheoretisch beides, es bedeutet nicht den Leib Christi, sondern ist dieser Leib in Realpräsenz. Daran glauben die Enthusiasten der Bildwende, während andere Betrachter skeptisch sind. Die christliche Bildkultur selbst, die sich dem Verbot des *Alten Testaments* entgegenstellte, musste sorgfältig an der ikonischen Differenz festhalten. Die Darstellung etwa der Passion Christi soll den Betrachter zum Mit-Leiden führen, aber sich nicht anmaßen, die Passion selbst zu sein.

Der „pictorial turn“ profitierte von einer gleichzeitigen technischen Perfektionierung der bildgebenden Verfahren und einer Durchdringung allen Lebens durch die Bildmedien. Die neuen Bildtechniken und -aufmerksamkeiten kennzeichnen die empirische Forschung, sei es der Wahrnehmungspsychologie, der Anthropologie, Kunstgeschichte, Ethnologie, Medienwissenschaft und all der Wissenschaften, die von den so genannten bildgebenden Verfahren profitieren. Wir dringen in das unsichtbare Innere der Materie und der Organismen und des Weltraums durch verschiedene Formen von Wellen ein: Schallwellen, Röntgenwellen, magnetische Wellen, Lichtwellen und können die Wellenberichte aus Gründen der Bequemlichkeit in optische Phänomene verwandeln, die dann Bilder genannt werden. Fledermäuse würden ihre Forschung anders gestalten, aber nur äußerlich, nicht in der Sache. Hier dienen die Bilder der Erkenntnis und sind leicht zu domestizieren. Wichtig, dass das Denken dieser Bildgebung entzogen bleibt und sie umgekehrt erst ermöglicht.

In den Medien kämpfen die Bilder mit harten Bandagen um gewinnversprechende Aufmerksamkeit. Über diese Umflutung des Alltags mit Bildern braucht hier nicht näher gesprochen zu werden, weil sie jeder täglich beobachtet. Die Bilder drängen wortwörtlich auf allen Kanälen zur Herrschaft, ihr Triumph ist grandios. Die naiven Konsumenten werden in eine fiktionale Welt von Zeichen geführt, die leicht verständlich sind und die Welt marktgerecht präsentieren. Die passiv erlebte Bilderfolge tritt an die Stelle der eigenen kritischen Denktätigkeit und schafft mit diesem „iconic turn“ ikonische Untertanen. Das wäre das Ende der Aufklärung, die dazu aufrief, nicht suggestiven Bildern zu erliegen, sondern sich des eigenen Verstandes zu bedienen.

Schrift und Bild – Bild und Wort

Schrift und Bild gelten allgemein als Konkurrenzmedien, obwohl sie so zusammengehören wie zwei Seiten einer Medaille.

Hans-Jürgen Pandel

Dr. phil., geb. 1940; em. Professor für Didaktik der Geschichte an der Universität Halle-Wittenberg, Institut für Geschichte, Hoher Weg 4, 06120 Halle.
hans-juergen.pandel@geschichte.uni-halle.de

Historisch gesehen, erscheinen Bilder 25 000 Jahre vor der Schrift. Die Höhlenbilder des Paläolithikums sind zwischen 30 000 und 20 000 Jahren vor Chr. angefertigt worden, die Schrift entstand dagegen erst im 4. Jahrtausend vor Chr. Man muss schon bis zu alphabetischen Gesellschaften zurückgehen, um Bilder ohne Schrift zu finden.¹

Während Schrift und Bild zeitlich auseinander gehalten werden können, ist das bei Bild und Wort nicht so einfach. Gesellschaften ohne Schrift sind noch lange keine Gesellschaften ohne Sprache. Auch in oralen Kulturen wurden Bilder hergestellt; es gibt wohl keine bilderproduzierende „Gesellschaft“ ohne Sprache. Es existieren zwar Bilder, die ohne einen schriftlichen Kontext entstanden sind, aber wohl kaum Gesellschaften ohne Sprache. Bilder entstehen in einem sprachlichen Kontext und werden auch nur in einem solchen wahrgenommen. Sie ergeben nur in einem sprachlichen Kontext Sinn: in einem diskursiven Rahmen.

In pädagogisch-didaktischer Tradition wird dieser Zusammenhang nicht akzeptiert. Das Bild gilt vielmehr als rivalisierender Konkurrenzmodus, dem eine größere Potenz zugesprochen wird als der Sprache. Die Bilder könnten alles, was Sprache auch kann und darüber hinaus noch viel mehr. Diesen pädagogisch-didaktischen Irrtum gibt es seit dem ersten *pictorial turn* bei Johann Amos Comenius (1592) und Johann Bernhard Basedow (1723–1790). Für beide sind allgemeine Wahrnehmungsfähigkeit und „piktorale Kompetenz“ (Arthur C. Danto) identisch. Sie

holen nur mittels Bild die Sachverhalte heran, die räumlich und zeitlich fern liegen. Es ist ein räumlich und zeitliches „Nahebringen“. Dafür steht der pädagogisch-didaktische Begriff der „Anschauung“. Den Tätigkeiten von Lehrern, Fachjournalisten, Buchautoren und Ausstellungsdesignern ist Didaktik eingeschrieben. Sie wollen „vermitteln“: Wissen, Einsichten und Erkenntnisse.

Im Folgenden wird das Verhältnis von Sprache und Bild an zwei Problemkreisen untersucht.² Erstens wird es darum gehen, inwieweit Sprache und Bild strukturell äquivalent sind, (Der Sprachanalytiker Danto fragt, ob alles, was gesagt werden kann, auch gezeigt werden könne. Wenn das nicht der Fall ist, dann muss das Verhältnis beider Repräsentationsmodi – Abbildung und Beschreibung – angegeben werden können).³ Zweitens wird es darum gehen, wie Sprache und Bild aufeinander bezogen werden. Der amerikanische Theoretiker William J. T. Mitchell untersucht dieses Problem anhand der Metapher von der „Vernähung“ von Text und Bild.⁴ Dieses sprachliche Bild ist unzutreffend. Oft scheitert der Nähversuch, die Naht platzt auf; sie ist schlecht vernäht und der Gebrauch (Lesen und Betrachten) lässt sie wieder aufplatzen. Offen bleibt, wer der Akteur der Vernähung ist; der Betrachter vernäht selber, aber anders als der Autor des Mediums, der Zeitungsredakteur oder Schulbuchautor es gemeint haben. Und der Leser entdeckt die Naht oft gar nicht.

Dieses Problem wird im Folgenden nur an einen kleinen Teil der Kompositivmedien – Medien, die aus Bildern und Text bestehen – dargestellt. Es geht nur um bestimmte Printmedien: Zeitungen, Illustrierte, Sach- und Schulbücher; andere, bei denen dieses Problem auch auftaucht (Film, Cartoon, Comic, Werbung, Plakat, Theater), werden hier nicht einbezogen.

¹ Vgl. Roland Barthes, *Die helle Kammer*, Frankfurt/M. 1984.

² Vgl. Hans-Jürgen Pandel, *Bildinterpretation*, Schwalbach/Is. 2008.

³ Vgl. Arthur C. Danto, *Abbildung und Beschreibung*, in: Gottfried Boehm (Hrsg.), *Was ist ein Bild?*, München 1994, S. 125–147.

⁴ Vgl. William J. T. Mitchell, *Bildtheorie*, Frankfurt/M. 2008.

Zuschreibungen

Viele Begriffe, Topoi und Redensarten verweisen bis heute auf ein ungeklärtes Verhältnis von Sprache und Bild. Im Begriff Photographie sehen wir schon gar nicht mehr den Bezug zur Schrift, obwohl er wörtlich übersetzt „Lichtschrift“ bedeutet. Definitionen werden sowohl zur Abgrenzung als auch durch den Vergleich mit Sprache vorgenommen. Angeblich können Bilder reden, erzählen, verleumden und lügen. Wenn das der Fall wäre, wären sie eine besondere Form von Rede, Erzählung, Verleumdung und Lüge. Sie wären Sprechakte, sprachliche Handlungen, die all das vollziehen können, was Sprache auch kann, und damit eigentlich überflüssig. Was wäre dann ihr „Mehrwert“,¹⁵ wenn Bilder das alles können würden?

Bilder werden vier sprachliche Handlungsakte zugeschrieben. Wobei man nicht übersehen darf, dass es sich dabei um Metaphern handelt.

Das Bild als Plappermaul: Kurt Tucholskys Formulierung, ein Bild sage mehr als tausend Worte (in der Formulierung von Mitchell: ein „Bild ist mehr als tausend Worte wert“) ist eine solch missverständliche Metapher. Der Ausdruck, ein Bild sage mehr als tausend Worte, hat nur in einem eng begrenzten Sektor seine Berechtigung. Ein Bild ist „unaussprechlich“. Wollte man das, was es darstellt, in Worte fassen, müsste man ein dickleibiges Buch schreiben. Es müsste jede Linie, Fläche, müsste Farben, Posen Gesten Perspektiven beschreiben: sprachlich ausdrücken. Abgesehen von diesem technischen Problem der Übersetzung fehlen uns auch in anderem Sinne die Worte, um Anmutungen in Sprache zu fassen. Einem durchschnittlich sprachbegabten Betrachter gehen die Worte aus, es verschlägt ihm vielmehr die Sprache. Das heißt aber nicht, dass das Bild redet, sondern dass der Betrachter unendlich viele Worte benötigten würde, um es auszubuchstabieren.

Das Bild als Lügner und Verleumder: Das Bild als Verleumder wurde im Zusammenhang mit der Kriegspropaganda des Ersten Weltkrieges entdeckt. Es waren nicht nur die Kriegspostkarten, sondern die Bilder der Kriegsgeg-

ner, durch die man sich verleumdet fühlte. Bilder lügen und verleumden – so Ferdinand Avenarius.¹⁶ Doch das ist falsch: Personen lügen, Gegenstände nicht. Eine Lüge ist eine sprachliche Operation, dennoch gibt es eine lange Diskussion über lügende Bilder.¹⁷ Eine Lüge bewirkt die Täuschung, die Irreführung eines anderen. So gesehen kann auch ein Bild einen Betrachter täuschen. Aber es ist nicht das Bild, sondern der Maler, der Retuscheur, der den Betrachter täuscht. Der die Lüge enthaltene Satz ist ja – ebenso wenig wie das Bild – nicht der Lügner, sondern der diesen ausspricht: der Sprecher. Also lügt nicht das Bild, sondern der „Bildmacher“. „Photographien lügen nie, nur Photographen lügen.“¹⁸ Dass ein Maler mit Bildern lügen kann, ist unstrittig, aber dass die Bilder selbst lügen können, muss bezweifelt werden. Allerdings sprechen wir nur dann von lügenden Bildern, wenn wir Photographien meinen. Der Topos der lügenden Bildern ist somit eng an die Fotografie gebunden, weil nur ihr die Eigenschaft „objektiv“ zugesprochen wird. Nie sprechen wir von Lügen, wenn Anton von Werner sich selbst (1870) in ein Bild vom Reichstag zu Worms (1521) hineinmalt.

Das Bild als Erzähler: Bildern wird die Fähigkeit zugeschrieben, erzählen zu können.¹⁹ Diese vermeintliche Fähigkeit basiert auf der sprachlichen Parallelüberlieferung. Angeblich erzählen sie griechische Mythen, Homers Epen, die biblische Geschichte etc. Doch nicht das Bild erzählt, sondern der Betrachter erzählt sich selbst die Geschichte, die ihm schon durch mündliche Überlieferung oder Schrift bekannt ist. Deutsche Soldaten fotografierten im ersten Weltkrieg von einem Ereignis selten ein einzelnes Bild, sondern meist ganze Sequenzen. Sie fotografierten einen Ablauf und keinen Zustand, sie selbst wollten später *mit* Bildern erzählen. So hat Gerhard Groenefeld von der Geislexekution in Pančevo 50 Fotos gemacht.¹⁰

¹⁶ Vgl. Ferdinand Avenarius, *Das Bild als Verleumder*, München 1915.

¹⁷ Vgl. *Bilder, die lügen*, Ausstellungskatalog, Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 2003; Alain Jaubert, *Fotos, die lügen. Politik mit gefälschten Bildern*, Frankfurt/M. 1989.

¹⁸ Bernd Stiegler, *Bilder der Photographie*, Frankfurt/M. 2006, S. 135.

¹⁹ Vgl. Helmut Altrichter (Hrsg.), *Bilder erzählen Geschichte*, Freiburg 1995.

¹⁰ Vgl. Dieter Reifarh/Viktoria Schmidt-Linsenhoff, *Die Kamera der Henker. Fotografische Selbstzeugnisse*

¹⁵ Ders., *Der Mehrwert von Bildern*, in: ders.: *Bildtheorie*, Frankfurt/M. 2008 S. 278 ff.

Das Bild als Text: Da das Bild als sprachbegabtes Wesen angesehen wird, liegt die Vermutung nahe, dass man die „Rede“ des Bildes auch als Texte lesen könne. Aufgrund dieser dem Bild zugeschriebenen Sprachhandlungen wird das Bild zum Buch erklärt, das der Betrachter lesen könne. Ein Bild zu „lesen“, aus ihm Sinn zu entnehmen, ist aber nicht identisch mit hermeneutischer Deutbarkeit, wie sie die Sprache benutzt. Es gibt keine strukturelle Parallele zwischen piktoraler und sprachlicher Kompetenz. Hier liegt noch ein Forschungsdesiderat. Im „linguistic turn“ haben die qualitativen Methoden Fortschritte gemacht, sie bezogen sich in erster Linie auf Texte.¹¹ Bildinterpretation war (und ist) noch ein Stiefkind qualitativer Methoden in den Sozialwissenschaften.¹²

Schwächen und Defizite

Die angeführte angebliche Sprachbegabung des Bildes und seiner Lesbarkeit beruht darauf, dass ihm alle möglichen Stärken bzw. Leistungen zugesprochen werden, die es aber nicht besitzt. Seine Schwächen sind bislang nur unzureichend analysiert worden. Wenn Bilder als eine Art Schrift angesehen werden, taucht eine Reihe von Problemen auf, die auf einem bestimmten Unvermögen der Bilder beruhen.

Bilder – gemeint sind hier stets Einzelbilder – sind *nicht-narrative* Medien. Sie können weder erzählen noch Entwicklungen darstellen. Nur durch besondere Techniken und sprachliche Einbindungen sind sie in der Lage, dem Betrachter einen narrativen Zusammenhang nahe zu legen. Erzählen muss dieser aber selbst. Aus der Sicht des Historikers sind Bilder *zeitlos*. In ihnen ist die Zeit eingefroren: es herrscht Gleichzeitigkeit. In der Sprache wird eine Geschichte nacheinander erzählt, im Bild erscheinen die Ereignisse gleichzeitig. Ein Vorher und Nachher, das es erlaubte, zu erzählen, muss erst hergestellt werden. Im Bild wird jeder Prozess zu einem Zustand und jede mensch-

des Naziterrors in Osteuropa, in: Fotogeschichte, 7 (1983) S. 57–71.

¹¹ Vgl. Tom Kinde/Timann Köppe (Hrsg.), Interpretationstheorien, Göttingen 2008.

¹² Ralf Bohnsack u. a. (Hrsg.), Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung. Ein Wörterbuch, Opladen 2003, S. 18 ff.

liche Handlung zu einer Pose. Wie die analytische Sprachphilosophie gezeigt hat, besteht eine Erzählung aus sprachlichen Operationen; dabei werden mindestens zwei zeitdifferente Ereignisse sinnbildend miteinander verbunden.¹³

Dass wir dennoch häufig den Eindruck haben, Bilder erzählen, beruht auf dem Prozess des Selbsterzählens mit den Mitteln des schlussfolgernden Denkens. Bei einem Bild von einem Auto mit eingebulter Motorhaube schlussfolgern wir auf die Vorgeschichte dieses Bildes. Es muss ein Unfall geschehen sein, und vermutlich wird eine Reparatur folgen.

Bilder stellen stets *konkrete* Sachverhalte dar und können keine Abstraktionen und Begriffe bilden. Auf ihnen sind Ereignisse, Personen, Gegenstände, Landschaften und Orte zu sehen. Armut und Reichtum sind nicht darstellbar, nur kostbar oder ärmlich gekleidete Menschen. Auch „Krise“ und „Streik“ lassen sich nicht darstellen, erst recht nicht formale Begriffe wie Identität oder Kausalität. Dass die konkreten Dinge, die das Bild darstellt, von uns in *Begriffen* gedacht wird, ist eine Leistung unseres Verstandes und nicht des Bildes selbst.

Genau so wenig wie Bilder generalisieren können, können sie individualisieren, das heißt, sie können keine Eigennamen darstellen. Dass eine dargestellte Person Otto von Bismarck, Martin Luther oder Angela Merkel heißt, geht aus dem Bild selbst nicht hervor, vielmehr handelt es sich beim Erkennen der jeweiligen Person um (durch einen vorhergehenden assoziativen Lernprozess) erworbenes Wissen. Namensgeber der dargestellten Personen ist entweder der Betrachter selbst oder es gibt eine Bildlegende. Das gleiche Problem ergibt sich bei Bildern von Orten (das Lechfeld, Schlacht an der Marne, Schlacht bei Grundwald).

Bilder sind auch unfähig, Negationen auszudrücken; sie können nicht sagen, dass etwas *nicht* der Fall ist. Diese zentrale Leistung der Sprache vermag das Bild nicht hervorzubringen. In seinem sprachanalytischen Vergleich von Sprache und Bild fragt Danto, ob es „negative Bilder“ geben könne, also

¹³ Vgl. Arthur C. Danto, Analytische Philosophie der Geschichte (1965), Frankfurt/M. 1974.

„Negationen, die in den Bildern abgebildet werden“.¹⁴ Diese Möglichkeit wird verneint.

Bilder können auch nur begrenzt quantifizieren und deshalb auch keine Aussagen über die Häufigkeit von Ereignissen machen. Ob ein dargestelltes Ereignis „einmalig“ war oder „häufig“ vorgekommen ist, kann im Bild nicht ausgedrückt werden. Auch die Begriffe „alle“ oder „wenige“ lassen sich nicht bildlich fassen. Und schließlich verzerren Bilder die *Proportionalität* von Welt, da sie in der Regel verkleinerte Abbildungen außerbildlicher Sachverhalte sind. Beim Aufkommen der „Großen Maschinerie“ im 19. Jahrhundert wurden auf Fotografien neben die großen Maschinen, damals nie zuvor gesehene Wunderwerke der Technik, immer ein Mensch zum Größenvergleich gestellt. Umgekehrt werden Dinge, die das bloße Auge ohne Hilfsmittel nicht wahrnehmen kann, im Bild mit einem Maßstab wiedergegeben („Mikrofotografie“).

Diesen Schwächen des Bildes suchte man mit bildimmanenten und bildeigenen Mitteln zu begegnen. Es entwickelten sich diskursive Konventionen, die das bildnerische Unvermögen ausgleichen sollten. Die mittelalterlichen Simultanbilder zeigen mehrere Phasen eines Vorganges innerhalb des gleichen Bildrahmens (*Bild 1*).

Bei dieser Technik handelt es sich um eine Vorform der Bildgeschichte, da es sich ja im Grunde um zwei bzw. drei Bilder handelt. Eigennamen werden durch Bildzeichen kenntlich gemacht. Das gilt besonders für solche Personen, von denen wir kein authentisches Bildnis besitzen. Den bildlichen Darstellungen der Evangelisten beispielsweise sind Tiere zugeordnet (Adler, Stier, Löwe). Handwerker werden durch typische Werkzeuge kenntlich gemacht; nationale Zugehörigkeiten durch Klischees (etwa Baskenmützen zur Kennzeichnung von Franzosen) oder abstrakte Begriffe wie „Gerechtigkeit“ durch eine Frau mit verbundenen Augen. Aber das alles sind keine Leistungen des Bildes selbst, sondern beruhen auf vorgängigen assoziativen Lernprozessen.

Diese bildimmanenten Mittel haben jedoch ihre Grenzen. Sie sind auf Bekanntes anzuwenden. Neues, bisher Unbekanntes lässt sich mit ihnen nicht darstellen. Deshalb werden Bilder stets mit einem sprachlichen Kontext verwoben. Schrift befindet sich *im* Bild selbst, *unter* ihm und meist *um* das Bild herum. Auch wenn ein Bild ohne schriftlichen Kontext präsentiert wird, wie es manchmal im Schulunterricht oder in einer Ausstellung geschieht, so ist es bereits durch das Unterrichtsthema oder das Thema der Ausstellung in einen sprachlichen Kontext eingebunden. In den modernen Druck- und elektronischen Medien sind sie stets von Sprache umgeben. Die Art und Weise dieser Verbindung von Sprache und Bild stellt ein besonderes Problem dar.

Text im Bild: Bilder bestehen zwar aus ikonischen Zeichenkomplexen, aber um ihre Schwächen zu beheben, werden in sie manchmal Texte integriert. Solche „Iknotexte“¹⁵ sind keine spätere Zutat von fremder Hand, sondern stammen vom Bildproduzenten selbst (*Bild 1*). Texte in Bilder zu integrieren, ist ein altes Verfahren, das von der Vasenmalerei in der Antike, über die mittelalterlichen Buchminiaturen bis zu den neuzeitlichen Schriftbeigaben reicht. Auch im künstlerischen Bereich wird es genutzt. Besonders bei William Hogarth (1697–1764) wird die Rolle der Schrift im Bild deutlich. Ebenso in Anselm Kiefers (*1945) neuer Historienmalerei („Varusschlacht“). Die in sein Gemälde eingefügte Schrift erzeugt historische Assoziationen beim Betrachter. Sprache ist hier Bildinhalt. In dieser einfachen Form wird Schrift auf den Bildhintergrund aufgetragen.

Eine entwickeltere Variante stellt die bildliche Darstellung von Schriftträgern dar: ein Schriftband oder ein aufgeschlagenes Buch, in dem der Text zu lesen ist. In der dritten Variante ist die Schrift kein Zusatz, sondern Teil einer Handlung, die dieses Bild darstellt. In diesem Sinn wehrt sich der Bildinhalt gegen eine andere Sinnbildung, oder besser gesagt, der Bildhersteller will sichergehen, dass der Betrachter den Sachverhalt in seinem Sinn

¹⁴ Vgl. A. C. Danto (Anm. 3), S. 147.

¹⁵ Peter Wagner, *Reading Iconotexts. From Swift to the French Revolution*, London 1995.

Bild 1: Zweimal David und Goliath



Mittelalterliches Simultanbild. Buchminiatur aus dem 19. Jahrhundert.

Quelle: Hansjoachim Wilhelm Koch, *Illustrierte Geschichte der Kriegszüge im Mittelalter*, Eltville, 1998, S. 141.

auffasst. Einem Panzer in der Werkstatt sieht man nicht an, ob er fertig ist oder ob noch Teile fehlen (*Bild 2*). Oder: Dass eine auf einem Foto zu sehende Gruppe von Männern vor einem geschlossenen Tor Streikende und nicht etwa Arbeitslose sind, die einen Job suchen, geht aus dem betreffenden Bild nicht hervor. Erst ein Schild reduziert Ambivalenzen. Im Zeitalter der Visualität ist eine Demonstration ohne Transparent nicht mehr denkbar.

Text unter dem Bild: Die in unserer Schriftkultur häufigste Form, Bilder in sprachlichen Kontexte einzubeziehen, sind die sogenannten Legenden, die Bildunterschriften.¹⁶ Sie werden in den modernen Printmedien unter (seltener neben) dem Bild, außerhalb des

¹⁶ Vgl. Michael Rutschky, *Foto mit Unterschrift. Über ein unsichtbares Genre*, in: Barbara Naumann (Hrsg.), *Vom Doppelleben der Bilder. Bildmedien und ihre Texte*, München 1993, S. 51–24.

Bild 2: Der Panzer ist fertig und Deutschland kriegsbereit.



Rüstungsproduktion in Deutschland. Foto, Ende 1939.

Quelle: Wolfgang Hug (Hrsg.), *Geschichtliche Weltkunde*, Bd. 3: Von der Zeit des Imperialismus bis zur Gegenwart, Frankfurt/M., 1990⁴, S. 158 (ullstein bild).

Bildrahmens angebracht. Mittels dieser Legenden wird versucht, die oben aufgezeigten Schwächen des Bildes aufzuheben.

Bildproduzent und Legendenverfasser sind nur in seltenen Fällen identisch. Insofern gibt es auch keine „originalen“ Legenden.¹⁷ Die Verbindung von Bildinhalten und Legenden ist prinzipiell arbiträr, erfolgt also willkürlich. So haben beispielsweise die Kriegsberichterstatter im Zweiten Weltkrieg ihre Bilder aufgenommen und die Redaktion der Publikationsorgane hat ihnen Unterschriften gegeben. Dabei wurde oft eine Interpretation nahegelegt, die dem Fotografen gänzlich fremd war. Mit „Originalunterschrift“ kann offensichtlich nur jene Legende gemeint sein, die dem Bild bei seinem Erstabdruck beigegeben worden ist.

¹⁷ Vgl. Günter Kaufmann, *Der Händedruck von Potsdam*, in: *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* (GWU), 48 (1997), S. 295–315.

Idealtypisch lassen sich drei Legendenformen unterscheiden, die aber in der Praxis in verschiedenen Mischungsverhältnissen auftreten: *technische*, *denotative* und *signifikative* Legenden.

Bilder benötigen in historiographischen Texten, in publizistischen Medien sowie in schulischen Lernprozessen *technische* Legenden. Diese beziehen sich in der Regel nicht auf den Inhalt, sondern geben die Urhebererschaft (Maler, Fotograf etc.) und die technischen Verfahren an, die zu seiner Darstellung geführt haben (Gemälde, Stich, Foto etc.). Sie gehen auch auf die Zeitdifferenz von Ereigniszeit und Herstellungszeit des Bildes ein.¹⁸ Nur im Sonderfall der Fotografie sind beide Zeitangaben identisch.

Denotative Legenden bezeichnen den Anschauungsgegenstand und erwähnen die näheren Umstände. Sie „verbürgen“ sich für eine bestimmte Anschauungsweise, dass der dargestellte Sachverhalt dem entspricht, was die Legende bezeichnet. Unterschiedliche denotative Legenden variieren nur in puncto Genauigkeit und Ausführlichkeit. Sie bezeichnen nur das, „was unbeschadet ihrer Deutung in allgemeiner Evidenz gegeben ist“.¹⁹

Signifikative Bildlegenden dagegen schreiben vor, unter welchem Gesichtspunkt man das Bild betrachten soll. Sie können bei ein und demselben Foto grundverschiedene Anschauungsinhalte hervorbringen. Signifikative Legenden sind eine Form manipulierender Texte. Sie können die Bedeutung eines Bildes auf den Kopf stellen. Dieser Legendentypus findet sich besonders häufig bei Fotos, obwohl er auch bei anderen Bildgattungen vorkommt.

Das Foto (*Bild 3*) ist in zwei verschiedenen Büchern abgedruckt. Es zeigt zwei sowjetische Soldaten, erkennbar an ihrer Uniform und Bewaffnung. In beiden Büchern trägt das gleiche Foto unterschiedliche Legenden:

– „Ein verwundeter Offizier feuert seine Männer an, weiter vorzudringen, 1941“²⁰

¹⁸ Vgl. Wolfgang Preisendanz, *Verordnete Wahrnehmung. Zum Verhältnis von Foto und Begleittext*, in: *Sprache im technischen Zeitalter*, 37 (1971) S. 1–8.

¹⁹ Ebd.

²⁰ *gettyimages 1940s. Dekaden des 20. Jahrhunderts*, Königswinter 1998, S. 29.

Bild 3: Verwundeter Soldat oder fanatischer Offizier?



Foto aus dem Krieg gegen die Sowjetunion (vermutlich 1943).

Quelle: Gettyimages 1940s Decades of the 20th century, Königswinter, 1998, S. 29 (Getty Images).

– „Ein Soldat der Roten Armee, der verwundet um Hilfe fleht“.¹²¹

Was ist hier der Bildgegenstand, „Sowjetischer Fanatismus“ oder „Grausamkeit des Krieges“?

Sprache um das Bild herum: Manche Bilder entstehen als direkte Illustrationen von Texten: Griechische Mythologien, Homers Epen, die biblische Geschichte etc. Sie werden aber meist aus diesem erzählerischen Kontext herausgenommen und sollen etwas anderes als die sprachliche Überlieferung illustrieren: griechische Sachkultur, Schiffbau, technologische Entwicklung, epochenspezifischer Malstil. Dadurch entstehen besondere Probleme in der Beziehung von Text und Bild. Die überall beklagte zunehmende Bilderflut, das ausgerufenen visuelle Zeitalter oder der be-

hauptete *visual turn* betreffen weniger die Vielzahl der Bilder selbst, sondern das Unvermögen, die Bildinhalte sprachlich einzuholen. Bilder sind aber stets in Sprache eingebettet. Selbst die sonst so bildabstinenten Historiker haben 2006 zum ersten Mal in ihrer Verbandsgeschichte den Bildern einen Historikertag gewidmet, um diese in die *Geschichtsschreibung* einzubeziehen. Deshalb stellt sich die Frage, wie Text und Bild aufeinander bezogen werden. Mitchell benutzt dafür – es wurde oben bereits erwähnt – den Begriff der „Vernähung“ von Schrift und Bild. Dieser Frage hat sich Hartmut Stöckl gewidmet und anhand der Werbung 13 Formen der Text-Bild-Interferenz herausgearbeitet.¹²²

Textverfasser und Bildproduzent sind in den Kompositmedien selten die selbe Person. Federführung hat in der Regel der Schreiber. Er ist es, der die „Vernähung“ vornimmt. Es geht um die verschiedenen Weisen, wie Text und Bild neben- und ineinander gestellt werden. Dafür gibt es unterschiedliche Strategien.

- Bilder ergänzen den Text, weil die Sprache nicht ausreicht, einen Sachverhalt zu beschreiben. Das gilt besonders für Sachverhalte und Gegenstände, die dem Leser unbekannt sind. Die Sprache kann beispielsweise ein Gesicht beschreiben, sie überlässt es aber der Imaginationsfähigkeit des Lesers, sich dieses vorzustellen. Es ist aber dann ein vorgestelltes und nicht das dokumentarische Gesicht.

- Bilder werden durch signifikative Legenden dem Sinn des Textes angeglichen, obwohl der Bildinhalt etwas anderes darbietet. Das muss nicht immer in fälschender Absicht geschehen, oft weiß es der Autor des Textes nicht besser und projiziert seinen Sinn in das Bild hinein.

- Bilder werden gefälscht, damit das Bild dem Text nicht widerspricht.

Sprache im Kopf des Betrachters: Die These dieser Überlegung war, dass wir visuell dargestellte kulturelle Gehalte (z. B. politische, historische, religiöse) stets mit Hilfe von Sprache dekodieren. Als Gegenargument könnte

¹²¹ Schulbuch „erinnern und urteilen“, Geschichte für Bayern, Stuttgart 1984, S. 136.

¹²² Vgl. Hartmut Stöckl, Textstil und Semantik englischsprachiger Anzeigenwerbung, Frankfurt/M. 1997, S. 132 f.

Bild 4: Bürgerkrieg im ehemaligen Jugoslawien



Aufnahme eines britischen Fernsteams vom 5. August 1992 in Trnopolje.

Quelle: Harry Nutt, Vor dem Zaun – oder dahinter, in: Frankfurter Rundschau vom 30. Juli 2008, S. 33 (Independent Television News/ITN).

vorgebracht werden, dass Erinnerungen und vorhergehende Lernprozesse den Weg über Sprache überflüssig machen. Wenn die Erinnerung am Werk ist, meint der Betrachter, Ähnliches schon gesehen zu haben. Auch wenn man einmal davon absieht, dass in unserer Gegenwartskultur alles durch Sprache präsentiert wird, bleibt die Sprache im Kopf des Betrachters dennoch am Werk.

Wie die Differenz zweier kleiner Worte bei einem Bild einen unterschiedlichen Dokumenten- und Erzählsinn erzeugen, zeigt ein Bild – eigentlich ein Standfoto – aus dem jugoslawischen Bürgerkrieg (*Bild 4*). Es wurde von der Reporterin Penny Marshall und ihrem Kameramann Jeremy Irvin am 5. August 1992 im serbischen Trnopolje aufgenommen.¹²³ Auch wenn ein Betrachter bestimmte Bildzeichen nicht für sich in Sprache übersetzt (Stacheldraht, abgemagerter Mensch), erschließt sich der Bedeutungsgehalt dieser Bildzeichen durch visuelle Erinnerung und

assoziative Lernprozesse. Die Begriffe Stacheldraht und Hunger verbinden sich semantisch zu „Konzentrationslager“. Den Betrachter verleitet seine Kenntnis der Bilder aus deutschen Konzentrationslagern zu einer bestimmten Sichtweise: Er deutet die Aufnahmen so, dass sich die Personen *hinter* dem Stacheldraht befinden. In Wirklichkeit stehen sie *vor* ihm. Trnopolje war als Transit- und Flüchtlingslager nicht eingezäunt. Der abgemagerte Mann in der Mitte, der Bosnier Fikret Alic, war erst vor neun Tagen nach Trnopolje gekommen. Die Begriffe „vor“ und „hinter“ konstituieren eine fundamentale Differenz. Sie legen zwei gegensätzliche Legenden nahe: „Opfer ethnischer Säuberungen“ oder „Neugierige Flüchtlinge“.

¹²³ Vgl. Harry Nutt, Vor dem Zaun – oder dahinter, in: Frankfurter Rundschau vom 30. Juli 2008, S. 33.

Pablo Schneider

Die Macht der Bilder – Distanzfrage

In der Ausstellung „Kult Bild. Das Altar- und Andachtsbild von Duccio bis Perugino“ am Frankfurter Städel 2006, wurde eine heute befremdende Darstellung gezeigt (Bild 1). Die dargestellte Geschichte könnte auf den ersten Blick als eine arglose Form des Bildglaubens gedeutet werden, welcher Sehen und Handeln vertauscht. Doch scheint ein anders

gelagertes Verständnis vorzuliegen. Nicht Naivität, sondern ein tiefgehendes Begreifen lässt sich hier beobachten. Es beschreibt den zunächst verstörenden Zusammenhang, dass Bilder nicht passiv, im Sinne

visueller Berichte, vorhanden sind, sondern in sehr unterschiedlichen Formen und Ausprägungen „zu handeln“ vermögen. So lässt sich gerade an diesem Punkt fassen, was, oftmals mit einem negativen Grundton, als die Macht der Bilder beschrieben wurde.

Auf der Tafel des Bicci di Lorenzo aus dem frühen 15. Jahrhundert ist auf der linken Seite einen Mann zu sehen, der mit einem Knüttel ein Heiligenbild malträtiiert. Der Dargestellte schaut hierbei in die Richtung seines Peinigers und bestärkt so den unmittelbar emotionalen Eindruck der Szene. Dieser liegt auch darin begründet, dass Person und Objekt zwischen belebt und unbelebt changieren und sich in einem aktiven Miteinander zu befinden scheinen. Blick und Tat begegnen sich.

Durch architektonische Details und mittels Säulen gut abgetrennt, findet das Geschehen in der Betrachtungsrichtung nach rechts seine narrative Fortsetzung. Dort ist der Heilige in ganzer Körperlichkeit zu sehen, wie er sich an zwei Männer in lumpiger Kleidung wendet; sie anblickt, und durch seine Hand- und Armhaltung vermittelnd anspricht. Diese beiden unterhalten sich in gegenseitiger Umarmung, sind dabei sehr ernsthaft und scheinen über etwas nachzusinnen. Auch ohne die Kenntnis der zugrundeliegenden Heiligengeschichte vermittelt sich dem Betrachter die Problematik

Bild 1: Bicci di Lorenzo: Die Geißelung der Ikone des Heiligen Nikolaus von Myra, 1400–1410



Quelle: Kult Bild. Das Altar- und Andachtsbild von Duccio bis Perugino, Petersberg 2006, Kat. Nr. 4.

der Situation. Ein Bild wird für eine Tat geschlagen und bestraft, für welche die vermeintlich unbeseelte Materie nicht verantwortlich gemacht werden kann. So ist der Dargestellte in voller Präsenz innerhalb eines weiteren Handlungsraumes abermals zu sehen und spricht hier aktiv.

Die Assoziationsquelle für die Tafel war ein Ereignis aus dem Leben des Nikolaus von Myra. Die etwas problematische Legende berichtet in einer Variante von der Bekehrung eines jüdischen Kaufmanns zum christlichen Glauben. Denn dieser hatte von den Taten des Heiligen gehört und ließ sich daraufhin eine Tafel, welche diesen zeigte, anfertigen. Ihr befahl er über seinen Besitz zu wachen. Nachdem er aber dennoch bestohlen worden war, wurde das Bildnis durch Schläge hierfür körperlich bestraft. Daraufhin erschien der Heilige den Dieben und bewegte sie zur Rückgabe. Durch dieses Ereignis tief beeindruckt, ließ sich der Händler taufen. Neben dem Bericht über eine wichtige Person der christlichen Kirche ist es die Macht des Bildes, die hier vor Augen geführt wird. So zeigt sich gegenüber Gegenstand wie Darstellung ein Verständnis, welches das Bild nicht auf einen neutralen Objektbegriff reduziert. Es ist zugleich belebte und unbelebte Materie, wie es im Beispiel der Tafel des Heiligen, im Sehen wie im Deuten, eingehend thematisiert wurde. Radikal werden ihm aktive Handlungsformen zugerechnet, die im Kontext einer Museumsausstellung eigentümlich harmonisiert erscheinen und die Darstellung zum visuellen Bericht herabstufen. Doch ist die Macht der Bilder nicht nur von ungeahnter Vitalität, die analytischen Gegenbewegungen sind es ebenso; als geklärt erscheint wenig.

Rahmen

Die Auseinandersetzung mit dem Gegenstand kann auf ein mehr als 2000-jährige Tradition der Analyse zurückblicken. Seit den 1960er Jahren lässt sich abermals ein erhöhtes Interesse am Bild sowie an Fragen der Bildlichkeit beobachten, welche nicht unwesentlich von zwei Faktoren angestoßen wurden: erstens durch die politischen Ereignisse und ihre Rezeptionsmöglichkeiten, wie etwa den Vietnam-Krieg und dessen Berichterstattung; zweitens aufgrund der Veränderungen inner-

halb der Künste, die aktuelle Darstellungsmedien wie Fernsehen, Video und Performance sowie eine Vielzahl an neuen Materialien zu nutzen begannen. Die Wechselwirkung mit der kunsthistorisch bestimmten Forschung zeigte sich zunächst in einer *zweiten* Neubestimmung der Themenfelder. Denn die *erste* innovative Öffnung – verbunden mit dem Namen des Hamburger Gelehrten Aby M. Warburg und seiner Beobachtung, dass „nämlich alles Bildschaffen in ihr Studiengebiet einbegriffen ist“ – hatte bereits in den 1920er Jahren stattgefunden, wurde jedoch durch die Gewaltpolitik der Nationalsozialisten in Deutschland jäh abgebrochen. Dieser intellektuelle Ansatz konnte erst um 1970 in der kunst- und bildhistorischen Forschung wieder aufgegriffen werden.

Parallel hierzu, aber zunächst weitestgehend ohne Berührung, etablierte sich in Teilen der Philosophie, Linguistik und Semiotik die Position des Philosophen Richard Rorty. Sie erhielt durch den von ihm 1967 herausgegebenen Sammelband *The linguistic turn. Essays in philosophical method* ihren wirkungsvollen Titel. Für die in diesen Analysen wichtigen Begriffe wie Schmerz, Gewalt und soziale Gerechtigkeit wurde die Literatur, mithin die Schriftlichkeit, als bestimmender Faktor der Erkenntnis benannt. Die herausragende Bedeutung des Bildes für den *Prozess der Zivilisation* blieb hierbei in einer bemerkenswerten Art und Weise unbeachtet. Ohne dieses nur rhetorisch in sein Gegenteil wenden zu wollen, lässt sich in dieser radikalen Konzentration auf die Bedeutung der Sprache gerade auch die Macht der Bilder erkennen. Eine unmittelbar auf den Gegenstand bezogene Reaktion mündete Anfang der 1990er Jahre in zwei wortmächtige Formulierungen: in die des *pictorial* beziehungsweise *iconic turn*.¹ Mit dem Abstand von nahezu zwei Jahrzehnten erscheint diese erneute Fokussierung auf das Bild nur folgerichtig. Denn die Veränderungen im Bereich der Informatik wie der Kriegs-Bild-Technologie – *Operation Wüstensturm* 1991 und die Fotos der Zielkameras – stellten Herausforderung dar, deren visuelle Verschiebungen alle Gesellschaften

¹ Vgl. William J. T. Mitchell, *The Pictorial Turn*, in: Christian Kravagna (Hrsg.), *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*, Berlin 1997, S. 15–40; Gottfried Boehm, *Die Wiederkehr der Bilder*, in: ders. (Hrsg.), *Was ist ein Bild?*, München 1994, S. 11–38.

nachhaltig veränderten.¹² Dass hierbei psychologisch und sozial fest verankerte Muster des Umgangs ohne sprachgebundene Neutralisierungsformen zu Tage traten, erschwert die Beschreibung von Vorgängen dennoch. Denn die in der Namensgebung gefangene Ausrichtung einer Bildgeschichte auf deren künstlerische beziehungsweise historische Implikationen ließ sich auch nicht durch eine Etikettierung als Bildwissenschaft auflösen. Doch wird gerade in diesem Umstand die überaus produktive kritische Masse dessen, was das Sein der Bilder bestimmt, geborgen. Sie sind immer und unauflöslich Teil sowohl einer Kunst- als auch eigenständigen Bildgeschichte. Diese bestimmt den Umgang mit ihnen, ihre Macht und Rezeptionsmöglichkeiten.

Die breite Etablierung der Photographie hat es zusätzlich vermocht, die Deutungsreiche auszuweiten. Denn insbesondere diese Bildform, in den Ausprägungen als Papierabzug oder auch digital, wird unauflöslich mit dem verbunden, was wir als Realität zu deuten gelernt haben. Dass hierbei ein tiefgehendes Verständnis für die Vorgänge von Präsentation und Repräsentation wirkt,¹³ wurde allerdings mit bemerkenswerter Energie verdrängt. Denn würde diese Sicht in den Fokus der Aufmerksamkeit rücken, würde dies bedeuten, die Macht der Bilder wahrzunehmen und anzuerkennen. Es ist jedoch eine gespaltene Form der Wahrnehmung zu beobachten. Einerseits wird versucht, die Präsenz visuell bestimmter Objekte mittels der Vokabel einer „Bilderflut“ zu neutralisieren oder die Entwicklung als eine Verfallserscheinung abzuschwächen: eine Tendenz, die sich etwa dann eindrücklich zeigt, wenn die Schwarzweiß- gegenüber der Farbphotographie ausgespielt und der reduzierten Form ein höherer Bedeutungsgehalt zugesprochen wird.¹⁴

Andererseits sind es die ikonisch bestimmten Deutungszusammenhänge, die nach wie

vor durch das Bild wirken. Wenn das Heiligenbild ein vollgültiges Äquivalent vorstellt, so beschreibt dies nur eine Ebene der Betrachtung. Denn die Macht des Bildes formuliert sich nicht in der Darstellung aus, sondern in der Möglichkeit der Repräsentation einer Person, einer Vorstellung oder auch einer Idee. Doch während dieser Zusammenhang gegenüber dem historischen Bild eine produktive Distanz schaffende Deutung erfährt, wird diese zum Beispiel auf die Photographie nicht übertragen. Ein Vorgang, der die Einflussmöglichkeiten aktueller Bildkontexte nachdrücklich bestimmt und jene Macht der Bilder erst entstehen lässt. Der scheinbar unmittelbare Zugang zum Geschehen ist doch nur eine Umschreibung der Sehnsucht des Blicks auf die Realität. Die grundlegende Verschiebung besteht aber darin, dass sich die Begriffe Wahrheit und Abstraktion vermischt haben. In einem frühneuzeitlichen Kupferstich, wie beispielsweise Albrecht Dürers *Melencolia* von 1514, wird immer die inhaltliche Distanz zum Betrachter gesehen und auch als visuelle Konstruktion erkannt. Als sich dem Auge präsentierender Denkprozess erscheint das Blatt und ermöglicht die Reflektion über Seelenzustände. Scheinbar anders werden Photographien wahrgenommen, die zwar verwandte Motive zeigen, wie Dorothea Langes *Migrant Mother* von 1936, aber doch aus der Realität stammen. Als Blick in eine individuelle Lebenswelt gedeutet, tritt die inhaltliche Konstruktion in den Hintergrund und wird nicht mehr aktiv gesehen. Doch bleibt sie, mehr oder weniger extensiv, erhalten und leitet die Deutung des Sichtbaren an. Hier situiert die Macht der Bilder mittels ihrer ungebrochenen ikonischen Bedeutung in allen Objektarten und Interpretationsformen. In diesem Sinne wird der reduzierte Darstellungsmodus des Schwarzweiß gegenüber der Realität als unmittelbarer beschrieben, und so entfaltet ein Repräsentationsverständnis, das der Frühen Neuzeit entstammt, unbewusst weiterhin seine Wirkung. Vor dem Hintergrund dieser Übersetzungsleistung – die Wahrhaftigkeit des Schwarzweiß – wird die Bedeutung der Bilder immer wieder angezweifelt. Ein Blick zurück zeigt hingegen, dass von einer *Flut* nicht gesprochen werden kann. Die politischen und sozialen Bedingungen in Antike, Mittelalter und Renaissance wurden durch enorme Mengen an Bildwerken dezidiert handlungsbezogen gestaltet. Der Kunsthistoriker und Philosoph Edgar Wind diagnostizierte diesen Zustand für seine Zeit

¹² Vgl. Hermann Nöring/Thomas F. Schneider/Rolf Spilker (Hrsg.), *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg*, Göttingen 2009. *Anmerkung der Redaktion*: Siehe hierzu auch den Beitrag von Gerhard Paul in dieser Ausgabe.

¹³ Vgl. Gottfried Boehm, *Repräsentation – Präsentation – Präsenz. Auf den Spuren des homo pictor*, in: ders. (Hrsg.), *Homo pictor*, München 2001, S. 3–13.

¹⁴ Vgl. Susan Sontag, *Über Fotografie*, Frankfurt/M. 1997.

Bild 2: Michelangelo Antonioni: Blow Up (1966)



Quelle: Russell Ferguson (ed.), Art and film since 1945. Hall of mirrors. Los Angeles 1996. S. 157.

und benannte einen wichtigen funktionalen Faktor. In den von der BBC gesendeten Reith-Lectures, die später unter dem Titel *Art and Anarchy* publiziert wurden, sprach er davon, dass wir „von Ausstellungen übersättigt und von Bildbänden überschwemmt (werden). Die ungeheure Menge verfügbarer Bilder wird mit Eifer und – man darf sagen – mit Sachverstand verschlungen, weniger anpassungsfähige Generationen hätten sie verwirrt.“¹⁵ Die einstmals in funktionale Gefüge eingeschriebenen visuellen Objekte waren im Kontext der Künste, in Museen und Ausstellungen angekommen und erproben so nur noch die Anpassungsfähigkeit der Rezipienten. Doch hat die Dislokalisierung den Handlungszusammenhang, der die Bedeutung der Bilder bestimmt, nur verdrängt, nicht abgeschnitten. In diesen Vorgang integriert war aber auch eine Neufassung der Frage nach der Distanz von Bild und Betrachter. Sie wurde und wird durch die Verbreitung

¹⁵ Edgar Wind, Kunst und Anarchie. Die Reith Lectures 1960, Frankfurt/M. 1994, S. 15.

der Photographie und ihrem Verständnis als Wirklichkeitsunmittelbar nachhaltig verschärft. Michelangelo Antonioni machte dieses zum zentralen Gegenstand seines Films *Blow Up* von 1966 (Bild 2). In der Formulierung des Zufalls wird gezeigt, wie unabhängig von der Intention ein Bild zu agieren vermag. Denn der Mord im Hintergrund der Szene sollte nicht Teil der Darstellung werden und bildete eine eigenständigen Bereich aus, der die Bedingungen des Sehens und Erkennens bestimmte – ein Detail, welches das Verständnis und hiermit einhergehend die Gestaltungs- und Handlungsmöglichkeiten des Bildes prägt.

Nur vordergründig hat die Multikonfessionalität westlicher Gesellschaften zu einer Säkularisierung und Aufklärung im visuellen Verständnis geführt. Die religiöse Konnotation und Belebung von Bildwerken erscheint hingegen vielmehr als gesteigert. Zu einem fatalen Topos hierfür ist die Deutung der Anschläge des 11. September 2001 auf das World Trade Center in New York geworden, wenn

Bild 3: „Von der Zeugin zur Verdächtigen“ – Photo der Kate McCann



Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 8. September 2007, S. 9.

in dieser die Begriffe Bild und Kunst zusammengezogen werden. So wurde es möglich, die Auslöser für diese Tat in der Bildwirkung des Gebäudes wie seiner Zerstörung zu sehen und das Geschehen als eine Form des Bildersturms zu deuten. Das hierbei dem Bild auch eine provozierende Kraft zugesprochen wurde, konnte zu Deutungen führen, auf Seiten der Erbauer im weitesten Sinne eine gewisse Mitschuld zu erkennen. Doch zeigen sich eben auch die ungeheuren Wirkungsweisen, welche nicht mit dem Gebäude, sondern mit dem Bild verbunden werden. Eine unheilvolle Steigerung war es wiederum, das Geschehen als „Kunstwerk“ zu begreifen, wie es der Komponist Karl-Heinz Stockhausen seinerzeit formulierte. Dass seine Äußerungen möglicherweise missdeutet wurden, trifft letztlich nicht den Kern der Problematik. Es ist vielmehr das feste interpretatorische Fundament von Bild und Kunst, welches dergestalt beschrieben wird. Durch die Verschränkung mit dem über Jahrhunderte entwickelten und verfeinerten System der Motive und Künste gestalteten sich mehrere Faktoren aus, denen es mit ihren Energien gelingt, Kontrollversuche zu unter-

laufen. Zwei wichtige Größen liegen in der Möglichkeit der zeitlichen Vereinigung sowie der Eigenständigkeit begründet, die das Bild umzusetzen vermag.

Zeitliche Vereinigung

Wie bereits hervorgehoben wurde, scheint gerade dem Photo nicht nur der unmittelbare Bezug zur Realität eingeschrieben, sondern es wird auch die Möglichkeit angeboten, eigenverantwortlich und unabhängig im Bild zu sehen. Anhand eines Beispiels aus der Tagespresse von 2007 lässt sich diese Vermutung diskutieren und genauer fassen. Die Aufnahme, die in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ publiziert wurde, zeigt eine Frau, die gerade aus einem Auto ausgestiegen ist (*Bild 3*).

Der Bildunterschrift zufolge handelt es sich um Kate McCann, die Mutter der in Portugal unter ungeklärten Umständen verschwundenen Madeleine. Die Hauptperson, kenntlich gemacht durch die zentrale Positionierung im Bildausschnitt, hat soeben das

Fahrzeug verlassen und befindet sich vor dem Beginn eines weiteren Bewegungsabschnitts. Mehrere Linien, gebildet durch die Schultern, Oberkörper und Tür, erzeugen eine immante Spannung, welche diesen Abschnitt aus der Gesamtsituation herausnimmt. McCanns Gesichtsausdruck – nach frühneuzeitlicher Bildtheorie die Absichten der Seele darstellend – erhöht die Intensität. Ihre Augen blicken, aber fixieren nicht. Ebenso ist der Mund leicht geöffnet, ohne zu sprechen. Eine eindrückliche Ambivalenz von Unschuld und Schönheit, gepaart mit dem Wissen um den Gewaltakt der Entführung, finden sich hier vereint. Von dieser ausgehend, wird eine zeitliche Vereinigung in das Bild integriert, die nicht nur in diesem Beispiel, sondern auch in der christlichen Märtyrerkonographie zu finden ist. Durch den in sich gekehrten Blick der Hauptperson wird die motivische Verbindung mit dem Hintergrund in eine bestimmte Ausrichtung der Deutung gelenkt. Dort ist eine Menschenmenge zu erkennen, die trotz der Fokussierung auf McCann detailliert betrachtet werden kann. Vertreten sind alle Altersgruppen, und die Mimik in den Gesichtern präsentiert Gemütszustände von Neugier, Besorgnis bis hin zu Aggressivität. Dieses Bildmuster, die Kombination von Einzelperson, Gruppe und einer bestimmten Bandbreite an Gefühlsdarstellungen, entspricht der ikonologischen Tiefe der christlichen Heilsgeschichte. Mit der Kreuztragungssikonographie hat der religiös ausgerichtete Bildfundus visuelle Argumentationsformen von besonderer Prägnanz ausgebildet (*Bild 4*).

Martin Schongauers Kupferstich „Kreuztragung“ aus dem 15. Jahrhundert kann gerade aufgrund der historischen Distanz dem Photo hier zur Seite gestellt werden, ist er doch eines der Beispiele, welches die zeitliche Vereinigung ausgestaltet. Wie es die biblische Heilserwartung vorgibt, ist die zentrale Christusfigur leidend, aber nicht verzweifelt vorgestellt. Der umgebende „Mob“, in beiden Bildern, präsentiert dagegen die seelische Bandbreite von Verachtung bis Mitgefühl in Gestik und Gebärde. Die Kombination von leidender Hauptfigur und einer emotional negativ differenzierten Menge erzeugt eine hohe Spannung und verneint in beiden Bildern eine Form von unmittelbarem Sehen. In den Vordergrund der Wahrnehmung tritt aber gerade ein Deuten, welches durch die konstruktiven Eigenschaften eingefügt wird.

Der Unterschied in den Vermittlungsformen – Kupferstich und Photographie – erscheint in dem Beispiel von 2007 weniger tiefgreifend. Denn die Wahrnehmung wird gerade auch durch die Verbindung mit tradierten Darstellungsarten eines bestimmten inhaltlichen Spektrums, hier der christlichen Heilserwartung, gelenkt. Dass das in der „Frankfurt Allgemeinen Zeitung“ gezeigte Bild zusätzlich noch dem Auswahlprozess durch Redaktion und Photograph unterlag, verschärft den Einfluss auf die das Sehen und Deuten gestaltenden Aspekte. Es bleibt aber ein wichtiger Unterschied mit der aktuellen Darstellung verbunden, der mithin die Macht des Bildes zu steigern vermag: Die Geschichte wird nicht aufgelöst.

Zunächst könnte die Darstellung von 2007 als eine Orientierung oder Wiederholung der historischen Vorform gedeutet werden. Dieser Zugang beinhaltet aber auch die Entscheidung, dem Bild eine der Sprache und dem Text – Zeitungsartikel oder Bibel – dienende Aufgabe zuzusprechen. Genau dieser Weg scheint beschritten, wenn etwa eine Begleitung und auch inhaltliche Anleitung durch den Untertitel „Von der Zeugin zur Verdächtigen“ stattfindet. Das Photo wirkt wie eine visuelle Bestätigung, die in diesem Versuch, die Macht der Bilder zu bändigen, bestätigt und vermeintlich nicht agiert. Doch die historische Grundierung mündet in eine zeitliche Vereinigung, die gerade nicht, im Sinne der Heilsgeschichte, aufgelöst wird. Hier etabliert sich das Bild als ein aktiv handelndes Objekt, indem es Realität schafft und diese bewertet.¹⁶

So wird scheinbar die Möglichkeit zur eigenständigen und unverstellten Betrachtung gegeben und als aufklärerischer Impuls dem Photo zugesprochen. Doch verkennt diese Sicht der Dinge das, was einem Bild möglich ist. Denn die zeitliche und motivische Verknüpfung richtet das Sehen aus und leitet ein Deuten an. Die Illusion der Wirklichkeit kann aber durch die Photographie nicht aufgelöst werden. Was bleibt, sind die graduellen Unterschiede der konstruktiven Aspekte, die allerdings das Bildverständnis nicht aufklärerisch begleiten. Denn es lässt sich auch in

¹⁶ Vgl. Horst Bredekamp, Bildakte als Zeugnis und Urteil, in: Monika Flacke (Hrsg.), Mythen der Nationen, Bd. 1, Berlin 2004, S. 29–66.

Bild 4: Martin Schongauer: Kreuztragung, 15. Jahrhundert



Quelle: Martin Schongauer, Musée du Petit Palais Paris, Paris 1991, S. 181.

längst betrachteten Photos noch Ungesehenes entdecken – so am Beispiel des Hamburger Werftarbeiters 1936, der in der Masse als einziger nicht den Arm zum sogenannten „Hitlergruß“ hebt.¹⁷ Die Suche nach der Wahrheit bleibt dementsprechend auch in Bildern er-

halten, die einem offensichtlich gesteuerten

¹⁷ Siehe Simone Erpel, Zivilcourage. Schlüsselbild einer unvollendeten „Volksgemeinschaft“, in: Gerhard Paul (Hrsg.), Das Jahrhundert der Bilder. 1900 bis 1949, Göttingen 2009, S. 490–497.

Herstellungsprozess entstammen. Nur greift auch an diesem Punkt die deutende Sehnsucht, in einem Moment die Repräsentation einer Geisteshaltung, den Akt des Widerstands, zu erkennen und zu überliefern.

Eigenständigkeit

Gegen Mitte des 17. Jahrhunderts beschrieb ein wichtiger Beamter des französischen Hofes die Bedeutung von Person und Bild, anhand Ludwigs XIV.: „In ihrer Person und ihrem Bildnis besitzen wir zwei Könige, zu denen beiden es niemals etwas Vergleichbares geben wird.“⁸ An dieser Sichtweise, welche als typisch für die Zeit zu verstehen ist, hat sich bis heute nichts Grundlegendes geändert. Sie beschreibt die den Bildern zugesprochene Macht aufs eindrucklichste. Das ikonische Verständnis hat gerade nicht eine aufklärerische Betrachtung erfahren, sondern ist vielmehr nachhaltig gefestigt. Der Ikone eingeschrieben ist der Gedanke der unmittelbaren und untrennbaren Anwesenheit des Dargestellten.⁹ Diese inhaltliche Belegung konnte bis zu einer Bildverwendung führen, die eine Form von Abwehrzauber zu nutzen dachte. So fanden sich in den Brieftaschen von deutschen Soldaten im II. Weltkrieg Aufnahmen von Verbrechen der Wehrmacht und SS, deren Besitz selbst ein Todesurteil hätte nach sich ziehen können. Doch scheint die Vermutung nicht unbegründet, dass diese Bilder als eine Art Talisman gegen Verletzung oder Tod genutzt wurden.¹⁰ Ihre Kraft und ihre Macht gewannen sie aus der Kombination von Motiv und Erscheinungsart, hier der Photographie. Die Gefahr von Authentizität und doppeltem Tod, durch das Sichtbare wie im Akt der Entdeckung, konnte nur dadurch aufgehoben werden, dass dem Bild eine Eigenständigkeit zugestanden wurde. Greuelat oder Heiligendarstellung verbanden sich im Objekt und konnten äquivalent ihre Wirkungen entfalten. So treffen sich Gegenstand und Darstellung als Bild und beeinflussen oder erzwingen Handeln, sei es als Stellungnahme

⁸ Zitiert nach Stefan Germer, *Kunst – Macht – Diskurs*. Die intellektuelle Karriere des André Félibien im Frankreich von Louis XIV., München 1997, S. 220.

⁹ Vgl. Hans Belting, *Bild und Kult. Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst*, München 1991.

¹⁰ Vgl. Kathrin Hoffmann-Curtius, *Trophäen und Amulette. Die Fotografien von Wehrmachts- und SS-Verbrechen in den Brieftaschen der Soldaten*, in: *Fotogeschichte*, 78 (2000), S. 63–77.

und Gefühlsäußerung im Beispiel von Kate McCann und der Einfügung einer christlich ausgerichteten Ikonologie, sei es im privaten Abwehrzauber des Zweiten Weltkriegs. Der von André Félibien, dem Mitbegründer der Kunsttheorie in Frankreich zur Zeit Ludwigs des XIV., so treffend vorgestellte Akt der Repräsentation, der auch im unmittelbar Sichtbaren die Metamorphose vom Bild zur Darstellung leistet, wirkt mit verdrängter Machtfülle weiter.

Die eindeutig anti-illustrative Ausrichtung der Bilder, die Absage an den bannenden Versuch, der in der Vokabel der *Abbildung* eingefangen ist, ist im Objekt wie in den an ihm vollzogenen Handlungen zu beobachten. Alle Arten von Bilderstürmen, von der Reformati-on bis zum zweiten Irakkrieg, berichten eindrücklich von Macht und Beseelung der Bildobjekte. Wären Darstellung und Gegenstand beschränkt auf die Aufgabe der visuellen Ergänzung, wäre es nicht nötig gewesen, die Kopie von Pablo Picassos *Guernica* am Sitz der UNO in New York am 4. Februar 2003 zu verhüllen. Wäre das Motiv nur als abbildendes und damit als passiv verstanden worden, hätte dieses die Ausführungen des Außenministers der USA Colin Powell durchaus begleiten können. Denn das Ziel, Massenvernichtungswaffen aufzuspüren, um sie zu vernichten und so Leid zu verhindern, würde dem Thema von *Guernica* nicht unbedingt widersprechen. Doch zeigt der Vorgang, dass dem Bild die Möglichkeit der Zeugenschaft, und eben nicht nur der Berichterstattung, zugesprochen wurde. Das Bild wird also als etwas verstanden, das anwesend ist und zu sehen vermag, was in seinem Beisein geschieht. Diese Kraft und diese Macht wird ihm aber durch den Betrachter zugesprochen und ist nicht als Teil einer mythologischen Erzählung und Aufladung zu verstehen. So ließe sich gerade an dieser Stelle ein aufklärerischer Impuls ansetzen, der die aktiven Handlungsfähigkeiten von Motiven und Darstellungsarten anerkennt, ohne dass er diese zu unterdrücken versucht. Bilder vermögen das, was wir als Wahrheit und Realität zu deuten beabsichtigen, zu gestalten. Hierin sind sie singular und erfahren ihre Sinnstiftung.

Daniel Hornuff

Transzendenz im Badezimmer – Bildwelten der Badkultur

Auf der Landzunge von Oberwinter steht ein Turm. Auf den ersten Blick meint man, ein hässliches, verlassenes Silo zu erkennen. Das Stahl- und Betongerippe wird allerdings in zwölf Metern Höhe von einem eingelassenen Trichter geöffnet, der sich ins Turminnere zu einem kurzen Stahlrohr verengt. Plötzlich scheint das Versprechen augenscheinlich: Wer die

Hemmung überwindet und sich bei entsprechendem Niederschlag in den „Regenfänger“ stellt, kann öffentlich duschen.

Das vom Künstler Eberhard Bosslet 2001 für den Skulpturenpark Remagen errichtete Werk – nach seinen Angaben tatsächlich eine „öffentliche Dusche“ – steht an einem höchst exponierten Punkt: Von weither ist es sichtbar, sowohl Petersberg, Drachenfels als auch der Rheinfluss fluchten sich in diesem Bau. Er gibt die Blickachse vor, zentralisiert und richtet damit alles Umliegende aus. Die „öffentliche Dusche“ stieg auf zum ästhetischen Wahrzeichen des Landkreises Ahrweiler.

Wer sich heute mit den Bildwelten der Badezimmer- und Bademöbel-Werbung beschäftigt, sich deren Kataloge, Homepages und Prospekte näher betrachtet, erkennt in ihnen eine ähnliche Hinwendung zur Bedeutungscentralisierung. Die neuesten Badewannenmodelle, Handtuchhalter oder Bidets scheinen mittlerweile in Räume integriert, deren Bedeutsamkeit die restliche Wohnung überstrahlen soll. Längst ist das Badezimmer mit seinen vielen Accessoires wie Reinigungsprodukten und Kosmetika nicht mehr der

Rückzugsort ins ganz Private, schon gar nicht mehr ein Refugium des Intimen. Die Nasszelle wandelte sich vom Funktions- zum Fiktionsraum, dem die Repräsentation ebenso wie die Realisierung eines ganz besonderen Erlebnisses ein nachdrückliches Anliegen ist. Heute können im Badezimmer Träume gelebt, Sehnsüchte verwirklicht, ja die Überhöhung des Alltäglichen erfahren und die Ausstattung als ein Gewinnvorsprung jedem Besucher vorgeführt werden.

Die Duschkabine als Bühnenraum

Wenn Bosslet seine Skulptur als eine „öffentliche Dusche“ paraphrasiert, bringt er damit zur Geltung, was in vielen Produktkatalogen zur Badezimmerkultur eine bildästhetische Selbstverständlichkeit wurde. In die Weite ausblicken – und gleichsam von allen gesehen werden können: das ist der königliche Traum, den vor allem die visuell werbende Duschkabinkultur durchzieht. So inszeniert etwa die Firma HSK Duschkabinenbau KG – nach eigener Auskunft „Die Badexperten“ – das Duschkabinenmodell „exklusiv“ als eine Art glasgerundete Bühne und damit in einer zu Bosslets Skulptur vergleichbaren dramaturgischen Doppelnatur (*Dokument 1*): Das raumstärkste Element lässt alles Umstehende, womöglich selbst die restliche Wohnung zum Beiwerk verblassen und offeriert dem Duschenden den großen Auftritt. Die Kabine wird vom auratischen Glanz durchschimmert, ihre sterile Makellosigkeit, in der kein Tröpfchen Wasser die Strahlkraft trübt, verfließt in breiten Lichtreflexionen ins Immaterielle. Im Sfumato – dem bildnerischen Einsatz konturaufweichender Verunklarungen – suggeriert das Produkt seinen Mehrwert. Selbst die Bodenfläche scheint in Auflösung begriffen, nur spärlichste Requisiten – wie etwa zwei liebevolle Grüngestecke – wurden zugelassen, die allerdings in ihrer offensichtlichen Künstlichkeit der Inszenierungsidee widersprechen.

Dennoch scheint eindeutig: Wer die Schwelle ins Innere der Duschkabine übertritt, gelangt in einen anderen Raum, in dem die Kategorien des Gewöhnlichen außer Kraft gesetzt werden. Die Inszenierung verspricht ein Stück Erhabenheit, in jedem Fall die Herauslösung aus dem profanen Tagesablauf. Nach der Brausekur kann sich der Ge-

Dokument 1: Duschkabinenmodell „exklusiv“



Quelle: www.bathforyou.de/images/produkte/191-Fuenfeck-4tlg.jpg

reinigte vor die Fensterfront begeben: Ähnlich dem öffentlichen Duscher in Remagen wird dann sein Blick ins weite Land hinaus-schweifen und in der Tiefe des Raums das gerade erfahrene Sinneserlebnis widergespiegelt finden.

Vor allem konsum- und produktästhetische Bildinszenierungen gelangen oftmals durch eine Reduktion der dargestellten Elemente zu erhöhter Wirkungskraft. Indem der Bildraum von möglicherweise ablenkenden Nebensächlichkeiten freigeräumt wird und somit kein visueller Ballast eine allzu drückende Sinnschwere erzeugt, kann die Wahrnehmung fokussiert und damit die Bedeutung des Gezeigten zusätzlich gesteigert werden. In der Beschränkung auf das Wesentliche wird dieses als das Eigentliche behauptet und kann mit vielen, durchaus einander wider-

sprechenden Assoziationen verknüpft werden. Ein Raum etwa, in dem es neben einer freigestellten Glaswand und einer spärlichen Armatur nichts Weiteres zu geben scheint, weist damit eine nochmals verstärkte Bildaffinität auf (*Dokument 2*). In der Lichtdurchflutung entmaterialisiert sich der Kontext nahezu vollständig. Er wirkt reiner als rein und damit entdinglicht, wodurch die Bühnenfläche des Duschens ungleich konturgeschärfter herausgekehrt und in ihrer Präsenzkraft nochmals aufgewertet wird. Gleichsam finden hier wohl alle denkbaren Projektionen ihren Platz: Wer sich die abendliche Entspannung vom Arbeitstag ersehnt, wird seinen Wunsch als ebenso einlösbar wiederentdecken wie derjenige, dem es um einen kräftigen Energieschub am frühen Morgen geht; ebenso wird sich der Frischverliebte im amou- rösen Taumel, aber auch die Beziehungsge-

Dokument 2: Hüppe Manufaktur Studio teilgerahmt



Quelle: www.hueppe.nl/at-at/tmpimage/ManufakturStudioTG_1_K.jpg.

stresste, um Abstand zu gewinnen, in Gedanken schon mal hinter die Glaswand begeben können. Die Unbestimmtheit des Raums und folglich seine Sinnoffenheit vermitteln das Gefühl, das zentrale Element mit mannigfachen Vorstellungen, Ideen, Idealen, Entwürfen und Nennungen aufladen zu können.

Die Duschkabine scheint für die Inszenierung einer Bedeutungs Offenheit die entsprechenden Voraussetzungen bereitzustellen. Immerhin ist sie der Ort, an dem man sich etwas Gutes tut, sich Zeit lässt, Muße hat, um das geleerte Reservoir wieder zu füllen: um entweder ganz zu sich kommen oder aber, um sich startklar zu machen. Jedenfalls ist sie ein Platz, der ritualisiert aufgesucht wird und dennoch nicht immer zur gleichen Fiktionsreise einlädt: Während eine Kücheneinrichtung stark funktionalisiert erscheint und mitunter allein ihr Gebrauchswert die Kaufentscheidung lenkt, während die Wohnzimmereinrichtung vorwiegend eine Repräsentationsaufgabe erfüllen muss und die Ausstattung des Kinderzimmers durch Fürsorge der Eltern bestimmt ist, kann das Badezimmer von dergleichen

Determinationen entlastet werden. Hier hat das Sowohl-als-auch seinen Platz, eine Mehr- und Vieldeutigkeit erhält Einzug und verspricht – gerade beim Duschen – den Eintritt in sonst verborgene Welten.

Welche enorme Bedeutung das Fiktionspotenzial mittlerweile für die Bildwerbung hat, wie stark es sie ausrichtet und dem Konsumenten einen schier unerschöpflichen Tiefenraum offeriert, beweist nachdrücklich ein Blick in die Kataloge der Schweizer Firma Duscholux: „Collection Pure“ heißt etwa eines der beworbenen Produkte, eine Duschkabine, die in ihrer Unscheinbarkeit und Einfachheit durchaus fad und wenig inspirierend wirken könnte. Doch integriert in einen blaugetränkten, sterilen Raum, den nur ein paar Schattenwürfe durchkreuzen und den man auf das absolut Notwendige beschränkte, dürfen nun „Transparenz, Leichtigkeit und Eleganz“ – die „präsent ist, ohne sich aufzudrängen“ – erfahren werden. Was sich als bloße Unbestimmtheit oder als vage belächeln ließe, wird gerade aus diesen Gründen zielgenau und reflektiert eingesetzt: Die Stilmerkmale der Bildgestaltung spiegeln sich in der Begriffswahl wider. Die Sprache zertifiziert das Bildversprechen, bewahrheitet die visuelle Suggestion einer Überhöhungskraft und setzt semantische Fluchtlinien, die zu inneren Bildern und individuellen Vorstellungen anregen sollen. Damit greifen Formen der Inszenierung, die für jeden klassischen Theaterschaffenden eine Binsenweisheit sind: Das eigentliche Theaterspiel wird im Kopf des Zuschauers aufgeführt. Für Momente soll er den So-tun-als-ob-Charakter ausblenden, die Inszenierung vom Inszenierten entkleiden und eintreten in die veränderte Welt, sich für Augenblicke verzaubern lassen. Die Duscbühnen offerieren ähnliche Möglichkeiten der Illusion – doch nicht etwa, um vorzugaukeln, zu täuschen oder zu manipulieren, sondern im Gegenteil: Ziel ist es, die Bedürfnisse der Käufer und Sehnsüchte der Konsumenten in das Produkt hineinzuverlängern, die Duschwand, -kabine oder -fläche als konkrete Möglichkeit zu verstehen, das Erhoffte ausleben zu können. An den Adressaten ihrer Werbung lässt sich belegen, dass es der Warenästhetik schon qua Zielstellung nicht um das Auftischen einer Lüge gehen kann, liegt ihr Wesensmerkmal doch gerade darin, bestehende Wünsche aufzugreifen und zu verwirklichen.

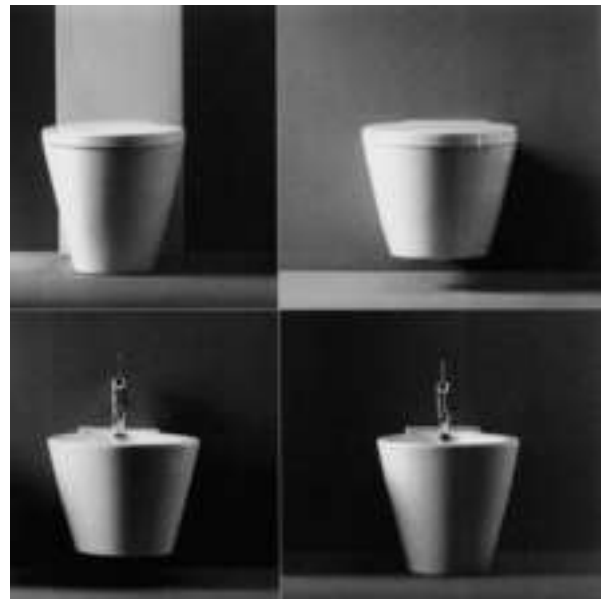
Bildkraft der Reduktion

Tatsächlich wird im letztjährigen Duravit-Produktkatalog von einer „Poesie der Reduktion“ gesprochen. Vorwiegend die Badgestaltung des französischen Designers Philippe Starck sollen damit angemessen umschrieben werden. Demnach „können und wollen“ WC und Bidet „ihr Gestaltungsvorbild nicht verleugnen“: Man müsse schlicht von einer „Metamorphose des Eimers“ sprechen, man stoße bei ihnen auf „Grundsätzliches. Auf Bedürfnisse. Frische. Sauberkeit. Körperlichkeit“. Starck, so der Katalogtext weiter, habe „den Blick fürs Essentielle. Er kennt die Seele der Dinge. Erzählt Geschichten über sie, füllt sie mit Leben. Und schafft dadurch Räume, in denen die Seele Platz zum Baumeln findet.“

Solche Wendungen können ihre Wirksamkeit nur dann entfalten, solange sich die nebengestellten Produktbilder jeglicher Einschränkungshinweise enthalten (*Dokument 3*). Der Text wurde unter zwei Kloschüsseln und zwei Bidets gesetzt – durchaus ein Wagnis, mag deren Reinheitspostulat zwar unmittelbar einleuchten, lässt sich aber vor dem Hintergrund der Intimhygiene wohl nicht gerade in erster Linie zum Seelenbaumeln überhöhen. Dass Bidet und Kloschüssel dennoch zur Sinnsuche einladen, verraten die Bilder: Nichts stört mehr den umliegenden Bildraum, zentral gesetzt und vom seitlichen Lichteinfall umschmeichelt laden die veredelten Eimer zum Ankommen, Verweilen und Überdauern ein: Wer sich auf einem von ihnen niederlässt, ist ganz und nur bei sich. Die Entzweiung, womöglich die Entfremdung infolge der tagtäglichen Hektik lässt sich abbremsen, die Benutzer dieser Objekte wieder auf das Wesentliche und Eigentliche „eintakten“: Wer vom Toilettengang zurückkehrt, ist endlich eins mit sich selbst.

Die ästhetische Reduktion der Bilder bedingt also geradezu die retardierte Sprachform. Fast meint man, ein Verstummen gewahrt zu werden, jedenfalls können nur noch einzelne Abstrakta die Potenzialität des Produkts erfassen und seinen vielgliedrigen Offerten gerecht werden. So wenig die Bilder eine konkrete Stimmung, eine spezielle Atmosphäre oder eine lebensreale Situation signifi-

Dokument 3: WC und Bidet (Design: Philippe Starck)



Quelle: Duravit-Katalog „badmagazin. Leben im Bad“, Hornberg 2008, S. 89.

kant charakterisieren, sondern dem Betrachter lediglich einzelne Hinweise auf mögliche Zugewinne anbieten, so wenig setzen die textsprachlichen Begleitungen Ankerpunkte, die kaum Definitives, dafür aber einen erweiterten Möglichkeitshorizont in Aussicht stellen. Auch hier ist die Poesie der Reduktion ein Generator zur Fiktionsstimulanz.

Damit zeigt sich ein Grundbaustein warenästhetischer Inszenierungsmodi. Um den Gebrauchs- um einen Erzählwert erweitern zu können, das Produkt also nicht in seiner Verwendbarkeit erschöpfen zu lassen, gilt es, die Bedürfnislage des Käufers wachzurufen. Bedeutungspluralität und Sinnoffenheit sind demnach brauchbare Mittel, um möglichst breiten Konsumentenschichten die Zugänglichkeit zu bahnen. Gerade Produkte, deren Einsatz stark ritualisierten, tradierten Mustern unterliegt und die seit jeher gänzlich in ihrem Gebrauchswert aufzugehen scheinen – wie das etwa bei einer Kloschüssel der Fall ist –, sind dafür prädestiniert, neue Qualitäten zuzusichern; und möglichst jedem die Widerspiegelung und Realisierbarkeit seiner Wünsche nahe zu legen.

Bildkulturen der Amateurästheten

Marketingstrategen, Imageberater und Werbeexperten haben selbstredend ein genuines Interesse daran, zu erfahren, inwieweit die bildinszenierten Fiktionswerte, mit denen sie die jeweiligen Produkte aufgeladen haben, ihre Wirksamkeit entfalten können. Schließlich beweist sich ein Produkt nicht nur durch seine erreichte Verkaufszahl, sondern auch durch seine erzielte Nachhaltigkeit – die womöglich eine damit verbundene Produktpalette allgemein zu stärken oder sogar wesentlich zu prägen vermag: ihr ein Gesicht verleihen soll. Was gewöhnlich über Konsumentenbefragungen und statistische Erhebungen in Erfahrung gebracht werden will, kann durch einen Blick in die Web 2.0-Formate des Internets ergänzt werden. Etwa auf bildzentrierten Plattformen wie dem Videoportal *YouTube* oder der Fotoseite *flickr* finden sich ganze Gruppen und Gemeinschaften – im Gesamten wohl hunderttausende Nutzer –, die ihre Konsumbedürfnisse öffentlich zugänglich machen. Gerade die Badwelten erfahren dabei einen besonderen Fokus, lassen sich auf den *social network sites* doch vor allem Bereiche der eigenen Identität in selbst gestaltete Bildpräsentationen hineinverlängern und damit zur allgemeinen Anschauung bringen. Wer sich also beim Duschen, Zähneputzen oder Schminken filmen oder fotografieren lässt und die dabei verwendeten Produkte bewusst thematisiert, vielleicht sogar deren Anwendung kommentiert, die Wirksamkeit überprüft und die begleitenden Assoziationen spielen lässt, gibt Auskunft über seine gelebte Fiktionskraft, die er in Duschgels, Zahnpasta oder Eyeliner aufgegriffen sieht.

Zudem gestatten die Bildwelten der *social network sites* Einblicke in ganze Produktgeschichten. Oftmals zeigen die Nutzer Relikte früherer Tage, die sie mit heutigen Erzeugnissen konfrontieren, um damit die erfahrenen Unterschiede zu konturieren. Badezimmer etwa, die den nostalgischen Charme des Gestrigen tragen, erfreuen sich hoher Beliebtheit und werden mit Bildgruppen zeitgenössischer Raumkonzepte verglichen. So gestattete beispielsweise „TomK32“ auf *flickr* einen Blick in das „Badezimmer Onkel Tonis Wohnung“ und verlinkte es in die Gruppen „Bathroom Photography“ und „Bathroom (only for cool bored people)“.

Was beim Onkel noch bieder, verstaubt und durch dominante Farbeinsätze streng und unpersönlich, beinahe abweisend wirkt und damit über eine typische Badezimmer-Mentalität der frühen 1990er Jahre informiert, offenbart sich bei „Ives Janse“ als einladender, warmer Raum, der trotz seiner Oberflächenglätte zahlreiche individuelle Merkmale verrät – und damit geradezu repräsentativ eine zeitgenössische Auffassung des einladenden Badezimmers visualisiert, in dem sich die jeweilige Persönlichkeit nachdrücklich einschreiben will.

Eine umfassende Auswertung der *social network sites* unter dem Gesichtspunkt konsumästhetischer Inszenierungsformen kann damit helfen, ein durchaus differenziertes Bild der Konsumbedürfnisse zu zeichnen, die sich in den jeweiligen Produkten zu realisieren scheinen. Nicht zuletzt wird eine Analyse der jeweiligen Beziehungsgestaltung des Nutzers zu seinem Produkt Hinweise auf die Wirksamkeit erhoffter Fiktionswerte geben können. Reinigungs- und Kosmetikaccessoires, mit denen man das Badezimmer detailreich ausstaffieren und damit die erwünschte Inszenierung bis hinein in kleinste Tuben, Döschen und Fläschchen weiterführen kann, werden oftmals als die Garanten des eigenen ästhetischen Gefühls vorgeführt. Insbesondere Duschgels markieren dabei eine Produktkategorie, die mit besonders hohen, die bloße Reinigung weit übersteigenden Mehrwerten ausgestattet werden.

Geradezu symptomatisch liest sich da ein Versprechen, das Hugo Boss auf seiner Homepage für eines seiner Duschgels in Aussicht stellt: „Lassen Sie sich in faszinierende ‚Erlebnis-Welten‘ entführen!“. Wer also gezielt nach Duschgel-Inszenierungen etwa auf *YouTube* sucht, wird einen immensen Bilderkorpus antreffen: Gleich tausendfach wird über Minuten die jeweils eigene Kollektion vorgeführt. Es hat sich eine Gemeinschaft herausgebildet, die über ihre Erlebnisse und Stimmungen Auskunft gibt, in denen die gezeigten Gels zur Anwendung kommen, welche Wirkungen sie freisetzen und wie sich das Danach im Vergleich zum Davor anfühlt. Das Duschgel verstehen sie als Eintrittskarte zur Überhöhung, ähnlich eines Theatertickets, das ein Erleben anderer, fiktiver Welten bereitstellt. So inszeniert beispielsweise eine kanadische Konsumentin den zum Kult gewordenen Mordanschlag aus dem Spielfilm „Psycho“ beim entspannten Du-

schen auf *flicker* nach: Ganzkörperlich schmierte sie sich mit *Lux' Wine & Roses* ein und ließ das blutrote Gel in den Abfluss weiterströmen: Von oben fotografiert beweist das Bild ein geradezu dramatisches Fiktionserlebnis, das sich neben dem eigentlich intendierten Mehrwert von Wein und Rose ansiedelt und einen neuen, spielerischen Möglichkeitshorizont des Produkts andeutet.

Neben solch ausdrucksstarken und ideenreichen Formen verstehen es die Nutzer oftmals, differenziert die Bedürfnislagen zu umreißen, das Erhoffte mit dem tatsächlich Gezeitigten abzugleichen und die gewonnenen Einsichten mit Bildwerken zu vermitteln. Ähnlich den Testberichten auf Seiten wie *ciao.de* oder *doyoo.de* entwickeln sich damit stabile Kommunikationsstrukturen, die ihre eigenen (Bild-)Sprachen ausformen und damit erstaunliche Hinweise zu möglichen Erlebnissen mit diesen Produkten liefern. Indem man sich und das Erworbene ins Bild setzt, Für und Wider, Gewinn und Verlust, Überraschung und Enttäuschung preisgibt, ja das Duschgel in hohem Maße als darstellungs- und rezensionswürdig postuliert, bezeugt man eine erhöhte Konsumkompetenz. Wo jedoch gerade linksintellektuelle Strömungen bloße Täuschung, Verführung, Manipulation, Indoktrination und Vereinheitlichung der etwas blöden Masse erkennen wollen, beweisen die amateurästhetischen Produktinszenierungen auf bildgestützten *social network sites* über weite Strecken den erhöhten Reflexionsgrad ihrer Nutzer. Keinesfalls, so wäre etwa Wolfgang Fritz Haug und seiner kürzlich überarbeiteten „Kritik der Warenästhetik“ zu widersprechen, befördert die „Computerisierung“ der Gesellschaft „die Digitalisierung des Scheins“.

Insbesondere die in den neuen Netzwerken aufkeimenden Produktinszenierungen der Video- und Fotoamateure beweisen die Nachdrücklichkeit einer ausgeprägten Differenzierungsfähigkeit. Sämtliche Eigenschaften – die im Übrigen gemeinhin jeder täuschungsresistente Mensch für sich verbuchen würde – finden sich in ihren Auftritten wieder: Unterscheidung statt Pauschalisierung, Beobachtung statt Vereinnahmung und Bewertungen an Stelle von Schwärmereien; zudem – man könnte es beinahe als wissenschaftliches Verfahren bezeichnen – klammern die Amateurästheten ihre eigene Positi-

on nicht aus, im Gegenteil: Gerade sie ist oftmals das zentrale Element der Urteilsbildung, wird problematisiert und offenbart damit die Distanzierungs- und Verobjektivierungsfähigkeit ihrer Erkenntnismitteilung.

Role-Models

Doch jenseits produktästhetischer Postulate, Verlautbarungen und Identitätsbekundungen auf Seiten wie *YouTube* und *flicker* scheint vor allem für die werbenden Bildwelten der Badkultur eines konstitutiv zu sein: Ihre Erzeugnisse erfüllen Kriterien des Jenseitigen, Immateriellen und bieten damit Augenblicke der Transzendenz. Die offerierten Potenziale von Duschgels, Badmöbeln und Sanitärerichtungen keimen auf dem rauminszenierten Nährboden einer Überhöhung des Profanen. Wie angedeutet, stellen Momente der Reduktion und Überbelichtung, Elemente des Glanzes und der konturverwischenden Weichzeichnung die bildnerischen Parameter, mit denen die Herauslösung aus dem Alltäglichen offeriert wird. Wo vom Billig- bis zum Mittelpreissegment die Bedeutungssteigerung des Badezimmers auf darin abgelenkte Körperschönheiten verzichten muss, bieten sich vor allem im exklusiven und hochpreisigen Bereich dem Auge Grazien der Reinheit und Unschuld dar: Meist in sanftem Blond, hin und wieder umschmeichelt von umhüllenden, mehr versprechenden als verdeckenden Schäumen oder Tüchern und versinnlicht durch weggeträumte Blicke, gehen sie ganz im Fühlen, Empfinden und Kuschneln, im Sinnsuchen und Transzendieren auf. Abermals scheint dafür ein Duravit-Katalog maßgebend (*Dokument 4*): Hier räkelt sich das Model natürlich nicht plakativ in seiner Badewanne – es sinkt vielmehr in sie hinein und tritt damit eine Reise in die Ferne an. Kerzen umschimmern die Wanne mit der Kraft des Heiligen, integrierte Wand- und Bodenbeleuchtungen – „die Streicheleinheit für die Seele“ – entheben den Körper weltlichen Gebundenheiten und verleihen ihm die Aura der Leichtigkeit. Schon zaubert sich ein Lächeln aufs Gesicht, es berichtet dem still hinzutretenden Blick der Kamera von einer ihm entzogenen, weit abgelegenen, anderen Wirklichkeit.

Im Gesicht der Hinweggesunkenen spiegelt sich zudem eine Funktion, die zum

Grundrepertoire konsumästhetischer Bildwelten gehört: Ebenso bedeutungsaffin wie die gezeigten Möbel, Einrichtungen und Räume ins Bild gesetzt werden, erscheinen die eingesetzten Models. Sie determinieren nichts Konkretes, vielmehr können auf ihre glatte und nur mögliche Mentalitäten suggerierende Oberfläche nahezu sämtliche Wünsche projiziert werden. Die Bedürfnislage des Konsumenten kann also das Model in die eigenen Wunschbilder transformieren und ihm die Rolle zukommen lassen, die es dort spielen soll. Die semantische Ungebundenheit und eine ins Versprechen vertiefte Körperdarstellung unterstreicht damit die externe Aufladbarkeit des Beworbenen.

Und wenn die Schöne nicht gerade in der Wanne schwebt, erscheint sie im Schreiten begriffen. Tatsächlich ist das augenscheinlichste Merkmal nahezu aller Models in den Badezimmerinszenierungen der exklusiven Firmen in ihrer Schrittstellung zu finden. Kaum einmal stehen sie statisch, fast immer werden sie beim Übertreten, Übersteigen einer gedachten Barriere, beim Vorankommen abgeleitet. Was wohl allen Models in zeitgenössischen Werbeprojekten eine körperdynamische Selbstverständlichkeit ist, gewinnt in den Bäderwelten der Konsumkultur eine erweiterte Relevanz: Denn ganz offenbar lassen sie etwas hinter sich, womöglich die Gewöhnlichkeit des Alltags, und übergeben sich dem Kommenden. So wie das Badezimmer in all seinen Elementen und Ausstattungen, mit seinen Requisiten und Kulissen als Bühne des bedeutungsstarken und damit repräsentativen Zwischenschnitts inszeniert wird, vermitteln sich die auftretenden Figuren im kurzen Augenblick zwischen einem Davor und einem Danach. Ihre Schrittstellung markiert den Übergang, den jeder mitgehen kann: von der realen in die erträumte Wirklichkeit, vom Gebrauchs- zum Fiktionswert, vom Alltag zur Transzendenz.

Bedeutungs Offenheit, Determinationslosigkeit und Sinnvielfältigkeit konnten als die wesentlichen ästhetischen Inszenierungsmodi der visuell vermittelten Badkultur bestimmt werden. Gleichsam, so darf ausblickend die Vermutung geäußert werden, kommt damit ein hohes – vielleicht zu optimistisches – Konsumentenverständnis zur Anwendung. Denn wer die Deutung nicht bereits in seine

Dokument 4: Entspannung in der Badewanne



Quelle: Duravit-Katalog „badmagazin. Leben im Bad“, Hornberg 2009, S. 222 f.

Bilder einschreibt, sondern sie als eine äußere Zutat versteht, glaubt an die erweiterten Fiktionskräfte des Bildbetrachters, an dessen Möglichkeiten, auf Grundlage spärlichster Hinweise großformatige Deutungsangebote in das Bild zu legen. Zwar beweisen zahlreiche amateurästhetische Inszenierungen auf den bildgestützten sozialen Netzwerken wie *YouTube* und *flickr* die Reflexionsfähigkeit vieler Konsumenten. Und dennoch raunen gerade zahlreiche Badinszenierungen in einer beinahe übersteigerten polysemantischen Darstellungsform, die mitunter nur noch wildes Spekulieren zulässt. Damit büßen sie die erhofften Mehrwerte ein, verleiten zu Kaufentscheidungen, die sich doch wieder „nur“ den Gebrauchskategorien widmen und den bloßen Funktionen zuwenden. Folglich wird der gewünschte Exponierungsvorteil gegenüber der Konkurrenz hinfällig, sah man doch gerade im versprochenen Mehrwert den Vorsprung realisiert. Und so gilt für die Bildwelten der Badkultur eine simple Formel: Wer die Transzendenz nicht hinreichend zu belegen weiß, muss sich nicht wundern, wenn sie ihm auch nicht abgekauft wird.

Elke Grittmann

Das Bild von Politik: Vom Verschwinden des entscheidenden Moments

Wenn im Laufe des Jahres 2009 Sonder- sendungen und Sonderausgaben der Medien zum 60. Jahrestag der Bundesrepu- blik erscheinen, wird vermutlich auch eine Fotografie immer wieder auftauchen, die den

Elke Grittmann

Dr. phil., geb. 1966; wissenschaft- liche Mitarbeiterin an der Univer- sität Hamburg, Institut für Jour- nalistik und Kommunikations- wissenschaft, Fachbereich Sozialwissenschaften, Allende-Platz 1, 20146 Hamburg. elke.grittmann@uni-hamburg.de www.wiso.uni-hamburg.de/ index.php?id=1245

Beginn der jungen Republik auf dem Weg zur Souveränität symbolisiert. Am 15. September 1949 hatte der erste Deutsche Bundestag Konrad Adenauer zum Bun- deskanzler gewählt. Als am 21. September 1949 das Besatzungs- statut in Kraft trat, stattete Adenauer den Vertretern der drei Besatzungsmächte – der Alliierten Hohen Kommission – seinen An- trittsbesuch ab. Die drei Hochkommissare, Brian Robertson, André François-Poncet und John J. McCloy, empfingen ihn, seinen per- sönlichen Referenten und einige Minister in ihrem Dienstsitz auf dem Petersberg bei Bonn. Im Empfangsraum war ein Teppich ausgerollt, auf dem die Hochkommissaare standen. Angeblich war vorab festgelegt wor- den, dass Adenauer den Teppich während der geplanten Ansprache nicht betreten sollte. Er tat dies dennoch.¹

Aus diesem zunächst lapidar erscheinenden Schritt hat sich bis heute eine jener „symbol- geladenen Erzählungen“² entwickelt, die sich in den Gründungsmythos der Bundesrepu- blik einflechten. Adenauers Schritt stellte nach seiner Darstellung eine Herausforde- rung an die Hohe Kommission dar, der Bun-

deskanzler brachte damit seine politischen Ziele zum Ausdruck: im engen Sinn den An- spruch auf eine Begegnung Gleichberechtig- ter, im weiteren der Wunsch nach Wiederer- langung der Souveränität Deutschlands. Der heute als politisch bedeutsam eingestufte Akt Adenauers fand nur vor den Augen ausge- wählter Personen statt. Die Entwicklung zu einem der Gründungsmythen der Republik ist auch darauf zurückzuführen, dass noch ein weiteres „Auge“ anwesend war: ein Foto- graf, der den „entscheidenden Moment“³ im Bild festhielt und somit für die Nachwelt do- kumentierte. Auch in Adenauers autobiogra- fischen Erinnerungen⁴ dient die Aufnahme als Beleg für politische Initiative und einen kühnen Schritt.

Politische Begegnungen mit Repräsen- tanen anderer Staaten gehören heute zum diplo- matischen Alltag. Seit 1955 war die Bundesre- publik ein souveräner Staat. Mit Inkrafttreten des Zwei-Plus-Vier-Vertrags im März 1991 hat das wiedervereinigte Deutschland die volle Staatssouveränität erreicht. Im Gegen- satz zu Adenauers mühsamem Schritt ist die politische Darstellung heute professionell durchorganisiert. Nicht nur die politischen Inhalte werden arrangiert und geplant, son- dern auch die so genannten „Photo Opportu- nities“: Das beginnt bei der Auswahl des Ortes und des Hintergrundes inklusive Schönwetter- und Schlechtwettervariante, geht über die Akkreditierungen der Fotojour- nalist:innen, die Platzierung der Fotografierten und der Fotografierenden und reicht bis hin zur Beleuchtung.

Das politische Begegnungsbild gehört auch international zum Bildrepertoire, um die Gleichberechtigung souveräner Staaten zu symbolisieren. In modernen Demokra- tien wie der Bundesrepublik ist es der Jour- nalismus, der Politik beobachtet und mit

¹ Vgl. Konrad Adenauer, *Erinnerungen, 1954–1953*, Stuttgart 1965, S. 233 f., Foto S. 240.

² Andreas Dörner/Ludgera Vogt, *Der Wahlkampf als Ritual. Zur Inszenierung der Demokratie in der Multioptionengesellschaft*, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, (2002) 15–16, S. 15–22, hier: S. 18.

³ Den Begriff hat der Fotograf Henri Cartier-Bresson geprägt. Vgl. Henri Cartier-Bresson, *Der entscheidende Augenblick. 1952*, in: Wolfgang Kemp (Hrsg.), *Theorie der Fotografie*. Bd. 3: 1945–1980, München 1983, S. 78–81.

⁴ Vgl. K. Adenauer (Anm. 1).

seinen politischen Bildern in der Presse, den journalistischen Online-Angeboten und in Informationssendungen des Fernsehens, öffentliche Einblicke in das politische Geschehen bietet. Die scheinbar simple und unmittelbare Abbildungsleistung des Mediums hat dazu geführt, dass die Bedeutung der Pressefotografie für die politische Öffentlichkeit lange ignoriert worden ist. Mit der Visualisierungswelle der Presse seit Beginn der 1990er Jahre und des Internets auf der einen Seite und den immer professionelleren Inszenierungsformen politischer Akteure auf der anderen hat die Frage nach der Funktion politischer Bilder und ihrer medialen Logik in der Öffentlichkeit neue Relevanz erhalten.

Die Diskussion entspannt sich jedoch vor allem im Kontext der Frage, ob inzwischen Darstellungs- und Herstellungspolitik völlig auseinanderfielen und Deutschland auf dem Weg in die Mediokratie⁵ sei. Sie speist sich vor allem aus der Visualität diagnostizierter Symptome: symbolische Schein-, Image- und Eventpolitik.⁶ In der Debatte wird jedoch die weitaus grundlegendere Frage aus dem Auge verloren: warum welches politische Angebot wie überhaupt öffentlich sichtbar wird. Pressefotografie lebt vom Realitätsbezug, der sie zunächst jeglichen tieferen Gehalts unverdächtig erscheinen lässt. Journalistische Fotos sind jedoch stets auch Deutung dessen, was sie zu zeigen vorgeben. Daraus ergibt sich nicht nur die Frage nach den Bedingungen und Mechanismen dieser Konstruktion. Für eine demokratische Öffentlichkeit ist weitaus entscheidender, welches Realitätsversprechen und welche kulturelle (Be-)Deutung von Politik uns diese Konstruktion bietet.

Jetzt, da die politische Pressefotografie verstärkt in den wissenschaftlichen wie öffentlichen Blick gerät⁷ und so viele Bilder wie nie

zuvor produziert werden,⁸ befindet sie sich jedoch in einem Wandel, der vor allem auf den zunehmenden ökonomischen Druck, auf die Mediatisierung von Politik und die mit der Digitalisierung verbundenen Folgen zurückzuführen ist. Mehrere Indikatoren weisen darauf hin, dass sich das politische Bild grundlegend wandelt.

Bedingungen und Mechanismen politischer Bildproduktion

Die bildgerechte Inszenierung politischen Handelns wie sie Adenauer vorgeführt hat, ist keineswegs ein Phänomen der modernen Demokratie. Seit der Antike haben die Vertreter von Staatsmächten ihre Ansprüche und politischen Ideen in visuellen Zeugnissen formuliert bzw. formulieren lassen. Das Bild der Politik ist über Jahrhunderte von Herrschenden als Auftraggeber in Porträts, Historienmalereien, Staatssymbolen etc. geprägt worden. Dem Sturz alter Systeme und der Etablierung neuer folgte stets der Wechsel der Zeichen und Symbole der Herrschaft, wobei häufig alte Motive in ein neues Gewand gekleidet wurden. Die Voraussetzungen politischer Bilder haben sich jedoch in modernen Demokratien grundlegend gewandelt:

1. Mit der Entstehung des modernen Journalismus hat sich seit dem 19. Jahrhundert eine Institution gebildet, die nach 1945 gefordert war, einen demokratisch legitimierten Diskurs innerhalb der Gesellschaft zu gewährleisten. Der Journalismus hat sich zu einem eigenständigen System entwickelt, das die Selbstbeobachtung der Gesellschaft und ihrer Umwelt ermöglicht und nach eigener Selektions- und Darstellungslogik Themen, Akteure und Ereignisse aufgreift und verarbeitet.⁹ Die Richtschnur des Journalismus ist die Aktualität: Er liefert neue, faktenbezogene und gesellschaftlich bzw. für die entsprechenden Ziel-

⁵ Vgl. Thomas Meyer, *Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien*, Frankfurt./M. 2001.

⁶ Vgl. ebd.

⁷ Vgl. zum Beispiel Thomas Knieper/Marion G. Müller (Hrsg.), *Visuelle Wahlkampfkommunikation*, Köln 2004; Benjamin Drechsel, *Politik im Bild*, Frankfurt/M.–New York 2005; Christina Holtz-Bacha/Thomas Koch, *Das Auge wählt mit. Bildberichterstattung über Angela Merkel*, in: Christina Holtz-Bacha (Hrsg.), *Frauen, Politik und Medien*, Wiesbaden 2008, S. 104–121.

⁸ Allein die Nachrichtenagenturen haben ihr Bildangebot von 1998 bis 2005 versechsfacht. Vgl. Jürgen Wilke, *Nachrichtenagenturen als Bildanbieter*, in: Elke Grittmann/Irene Neverla/Iлона Ammann (Hrsg.), *Global, lokal, digital – Fotojournalismus heute*, Köln 2008, S. 36–50, hier: S. 74 f.

⁹ Vgl. Bernd Blöbaum, *Organisationen, Programme und Rollen. Die Struktur des Journalismus*, in: Martin Löffelholz (Hrsg.), *Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch*, Wiesbaden 2004², S. 201–216.

gruppen relevante Informationen.¹⁰ Ein Blick in die Tages- und Wochenpresse, die Onlineangebote der Medien oder in TV-Nachrichtensendungen führt vor Augen, dass Öffentlichkeit nicht nur durch Sprache und Schrift hergestellt wird, sondern inzwischen insbesondere Fotografien eine ebenso entscheidende Rolle spielen. Auch wenn auf internationalen Fotowettbewerben wie den *World Press Photo* Jahr für Jahr aufs Neue individuelle Leistungen von Fotojournalisten prämiert werden, so sind diese Arbeiten doch gleichzeitig Zeugnis eines professionellen Berufsstandes, der ebenfalls seine eigene mediale Selektions- und Darstellungslogik ausgebildet hat: Strategien des Wirklichkeitsbezuges und der Bildästhetik ebenso wie eine eigene Bildikonografie.¹¹

Der Fotojournalismus und insbesondere die nachrichtenbezogene Pressefotografie sind Teil des Systems des Journalismus und aus diesem System heraus lässt sich die geradezu entfesselte Produktion politischer Bilder verstehen. Was dabei zum politischen Bild wird, ist nicht ontologisch zu bestimmen; im medialen Kontext kann einer Fotografie auch erst politische Bedeutung zugeschrieben werden.¹² Das wird vor allem dann relevant, wenn nicht politische Akteure, Institutionen oder politische Ereignisse zum Gegenstand der Aufnahme werden, sondern gesellschaftliche Themen, wie beispielsweise die Situation alter Menschen in Pflegeheimen. Diese Politisierung steht in der Tradition der sozialdokumentarischen Fotografie.

2. Nach sechzig Jahren Bilderpolitik in den Medien hat sich in Deutschland eine routinierte Bildberichterstattung von Politik entwickelt, die professionellen Normen und Regeln folgt. Dem Anspruch auf journalistische Objektivität folgt die professionelle politische Pressefotografie mit ihrer permanenten Anforderung der Authentizität. Authentizität ist dabei weder als inhärente Eigenschaft der Fotografie zu betrachten, noch muss der Anspruch darauf durch die neuen digitalen Mani-

pulationsmöglichkeiten aufgegeben werden, welche die digitale Technik eröffnet. Im Gegenteil: Erst durch die Digitalisierung wurde deutlich, dass Pressefotos Konstruktionen darstellen wie andere Bilder auch. Ihr Wirklichkeitsbezug wird nicht durch das Medium, sondern durch Regeln und Konventionen bestimmt, unter welchen Bedingungen ein Bild als Bild der Realität gelten kann. Der Journalismus als gesellschaftliche Institution mit seinem Anspruch auf Glaubwürdigkeit versucht den postulierten Realitätsbezug durch professionelle Praktiken zu gewährleisten. Die vehement geführte Debatte über manipulierte Bilder (*fake*) in der Qualitätspresse macht den Anspruch auf Authentizität umso deutlicher.¹³

Die Arbeitstechniken finden ihren Ausdruck in einer Bildästhetik, welche die politische Fotografie in der Presse, von den Qualitäts- bis zu den Boulevardzeitungen bis heute prägt:

- Auf starke Auf- und Untersichten wird weitgehend verzichtet. Die Fiktion des natürlichen Blicks des Betrachters auf Augenhöhe dominiert.
- Unabhängig vom Inszenierungsgrad der Fotografierten erscheint das Bild von Politik als „unbewachter Augenblick“, als sei der Fotografierte unbemerkt beobachtet worden.¹⁴
- Unterstützt wird die „Authentizitätsfiktion“¹⁵ durch den weitgehenden Verzicht auf künstliche Beleuchtung.
- Selbst Kopfporträts werden als flüchtige, spontan aufgenommene Aufnahmen präsentiert.¹⁶

¹⁰ Vgl. Armin Scholl/Siegfried Weischenberg, *Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie*, Wiesbaden 1998, S. 78.

¹¹ Vgl. Elke Grittmann, *Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie*, Köln 2007.

¹² Zur ausführlichen Erörterung und Definition vgl. B. Drechsel (Anm. 7), S. 74 ff.

¹³ Vgl. Alfred Büllsbach, *Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus*, in: E. Grittmann/I. Neverla/I. Ammann (Anm. 8), S. 108–136.

¹⁴ Vgl. Karin Becker, *Where is Visual Culture in Contemporary Theories of Media and Communication?*, in: *Nordicom Review*, 25 (2004) 1–2, S. 149–158.

¹⁵ Christian Schicha, *Die Inszenierung von Authentizität und Emotionen*, in: Thomas Knieper/Marion Müller (Hrsg): *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln 2003, S. 25–41.

¹⁶ Zu allgemeinen Konstruktionsprinzipien der Pressefotografie vgl. Dona Schwartz, *To Tell the Truth. Codes of Objectivity in Photojournalism*, in: *Communication*, 13 (1992) 2, S. 95–109. Vgl. auch E. Grittmann (Anm. 11), S. 351 ff.

3. Der Realitätsbezug der Bilder und ihr Anspruch auf Authentizität haben lange Zeit den Glauben aufrecht erhalten, der Bildgehalt bestünde allein in dem, was die Bilder zeigten. Auch Pressefotos sind jedoch „janusköpfige Phänomene“¹⁷. In der Tradition des Hamburger Kulturwissenschaftlers Aby Warburg unterscheidet Marion G. Müller den Abbild- und Denkbildcharakter von Bildern.¹⁸ Auch in Pressefotografien verdichten sich die Vorstellungen und Ideen einer Zeit, die im „Kreislauf medialer Produktion und Rezeption“¹⁹ zwischen politischen Akteuren, Fotojournalismus und Gesellschaft zirkulieren. Politische Bilder sind gleichermaßen Ausdruck einer eigenen visuellen politischen Kultur, welche die Entwicklungen des politischen Systems reflektiert. Das gilt nicht nur für das einzelne Werk, sondern wird gerade dann deutlich, wenn die Bildberichterstattung systematisch untersucht wird. Nur wenige Arbeiten liegen dazu vor. Zwei eigene empirische Studien zur politischen Bildberichterstattung zeigen, dass sich das Bild von Politik durch ganz spezifische Darstellungsmuster und spezifische Bildtypen²⁰ auszeichnet.²¹

Generell lassen sich Porträts, Ereignisfotos und Sachaufnahmen unterscheiden. Politik im Bild, das ist zunächst das Bild der Exekutive, die wie keine andere Gruppe politischer Akteure in zahllosen Einzel- wie Gruppenporträts repräsentiert wird. Politik wird somit personalisiert, zur Angelegenheit einzelner Personen gemacht, die im Kontext der Berichterstattung Prominenz erlangen. Sie erscheinen gern im Habitus der Redenden, Politik wird als Diskurs visualisiert.

¹⁷ Marion G. Müller, *Grundlagen der visuellen Kommunikation*, Konstanz 2003, S. 20.

¹⁸ Vgl. ebd.

¹⁹ Margreth Lünenborg/Elisabeth Klaus, *Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung. Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung*, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 48 (2000) 2, S. 188–211.

²⁰ Zu Ikonografie und Bildtypus vgl. Erwin Panofsky, *Sinn und Deutung in der Bildenden Kunst*, Köln 1978.

²¹ Berücksichtigt werden hier nur Personen- und Situationsfotos. Sachaufnahmen werden zwar vereinzelt publiziert, hier lässt sich jedoch aufgrund der Vielzahl der Motive keine Ausbildung einer eigenen Ikonografie beobachten. Vgl. E. Grittmann 2007 (Anm. 11), S. 362 ff.; dies., *Nachrichtenfotografie zwischen Publikumsorientierung und Kostenzwang. Strategien und aktuelle Tendenzen am Beispiel von FAZ und SZ*, in: *dies./I. Neverla/I. Ammann (Anm. 8)*, S. 221–237.

Diese Ausrichtung auf den diskursiven Charakter von Politik setzt sich in den Aufnahmen fort, deren Fokus stärker auf Situationen und Handlungen als zentrales Bildmotiv liegt. Politik vollzieht sich als Rede, als informelles Gespräch, im Treffen und in der offiziellen Runde. Die viel zitierten Shakehands oder An- und Abfahrten stellen unerwarteterweise die Ausnahme unter den Bildmotiven der Tagespresse dar. Ergänzt wird der Diskurs durch Bildtypen, die eindeutig der symbolischen Politik zuzuordnen sind und sich weniger auf offizielle Staatsrepräsentationen, denn auf Legitimationsstrategien von Politikerinnen und Politikern konzentrieren. Zentral in der visuellen Kultur sind jene Aufnahmen, welche die Repräsentanten der Politik als „Mann des Volkes“ oder „Frau des Volkes“ zeigen, als Menschen von nebenan, die auch auf dem Markt einkaufen, im Urlaub wandern oder mit dem Fahrrad zum Reichstagsgebäude radeln.

Ebenfalls verbreitet ist der Typus des fürsorglichen Volksvertreters bzw. der Volksvertreterin, die sich um gesellschaftliche Gruppen kümmern, indem sie sie vor Ort besuchen und sich ihnen zuwenden.²² Zwei spezielle Varianten davon sind der Bildtypus vom „Bad in der Menge“, das gleichzeitig als Gradmesser ihre Beliebtheit veranschaulicht, und der bekannte „Glad-to-See-You“-Typus;²³ das Bild der den Bürgerinnen und Bürgern zugewandten und zuwinkenden Politiker. Die Funktion dieser Bilder lässt sich nicht in Bezug auf die „Politikherstellung“ erklären. Vielmehr werden hier von Politik wie Journalismus demokratische Vorstellungen von Repräsentanten des Volkes aktualisiert.

Politik fängt jedoch weder beim politischen System an noch hört sie dort auf – das gilt auch für ihre visuelle Darstellung. Die Bedeutung der Interessenartikulation in Demokratie für die Herstellung allgemeinverbindlicher Entscheidungen schlägt sich vor

²² Diese Strategie wurde auch im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf identifiziert. Vgl. Marion G. Müller, *Visuelle Wahlkampfkommunikation. Eine Typologie der Bildstrategien im amerikanischen Präsidentschaftswahlkampf*, in: *Publizistik*, 42 (1997) 2, S. 205–228.

²³ Vgl. Carl Glassman/Keith Kenney, *Myths & Presidential Campaign Photographs*, in: *Visual Communication Quarterly*, 1 (1994) 1, S. 4–7.

allem in den Bildmotiven von Demonstrationen und symbolischen Protestaktionen nieder. Doch erst wenn sich gesellschaftliche Interessen öffentlich formieren, werden sie zum Bildthema. Ebenso ist die Herstellung von Ordnung, durch Polizei, Bundeswehr oder Feuerwehr, ein häufig wiederkehrender Bildtypus, der motivisch jedoch vom jeweiligen konkreten Ereignis abhängt (Katastrophen, Unfällen, Attentate). Der Darstellung der politischen Repräsentanten steht der Blick auf die Folgen von Politik gegenüber, die vor allem im Kontext von Kriegen, Konflikten oder politisch motivierten Attentaten, aber auch im Alltag erscheinen. Diese Ikonografie teilen sämtliche Zeitungen, allein in der Gewichtung unterscheiden sich die Medien deutlich voneinander. Politik im Bild ist in Deutschland keineswegs auf den Prozess der Politikformulierung und Entscheidung des engeren politischen Systems beschränkt. Gerade der Blick auf die gesellschaftlichen Interessen und Folgen verdeutlicht, dass die Bürgerinnen und Bürger hier selbst eine zentrale Rolle spielen und sich somit demokratische Vorstellungen von Politik auch im gesamten Bildrepertoire zeigen.

Viele dieser Bildtypen haben eine lange ikonografische Tradition in der Presse. Doch die Studien haben auch deutliche Hinweise auf Tendenzen gebracht, die auf einen grundlegenden Wandel hinweisen.¹²⁴

Politische Bildberichterstattung im Wandel

Emotionalisierung: Zwar konzentriert sich die politische Pressefotografie nach wie vor auf situative Momente im Kontext von Ereignissen. Die Ausschnitte werden – von den Fotografen oder den Redaktionen – jedoch inzwischen auf ein Minimum reduziert. Personen stehen im Vordergrund, der Raumkontext ist – wie bei Porträts – stark reduziert und nur in Ausnahmefällen überhaupt erkennbar. Diese Intimisierung und Reduktion des Handlungskontextes geht mit einer starken Fokussierung auf Emotionen der Fotografierten einher. Inzwischen sind in fast in jedem zweiten Bild der politischen Bildberichterstattung der Qualitätspresse emotionale Mimik und Gebärden zu sehen.

¹²⁴ Vgl. E. Grittmann (Anm. 10).

Dass heute vermehrt Emotionen anstelle von Handlungszusammenhängen gezeigt werden, hat weitreichende Konsequenzen für die Funktion von Pressefotos. Im Kontext der Berichterstattung dokumentieren diese Bilder weniger den Moment eines Ereignisses, sie repräsentieren dieses nicht mehr. Stattdessen werden Mimik und Gebärde politischer Akteure zu Symbolen für Entwicklungen, wie beispielsweise für den aktuellen Stand im Wahlkampf oder für die Beziehungen zwischen Staaten. Die politische Pressefotografie entwertet sich auf diese Weise selbst. Die Dekontextualisierung macht diese Emotionsfotos jedoch auch anfällig für eine willkürliche Rekontextualisierung im Zeitungszusammenhang. Der entscheidende Moment den die Pressefotografie in ihren Selbstbeschreibungen immer wieder preist, erzählt keine Geschichte mehr, er ist nur noch ein Gefühl.

Inszenierung: Die Politik hat sich in Bezug auf ihre visuelle Darstellung auf die Selektionsmechanismen und Strategien der Pressefotografie eingestellt. Auch das ist kein grundsätzlich neues Phänomen. Bereits Konrad Adenauer hat sich bewusst als Boccia-Spieler und Rosenzüchter fotografieren lassen. Neu ist jedoch die Professionalität, mit der Politikerinnen und Politiker ihre *photo opportunities* planen und zu kontrollieren suchen. Sie setzen dabei auf den Pawlowschen Reflex der Fotojournalisten, bei geeigneten Motivhäppchen zuzuschnappen. Die ständige Weiterentwicklung einer demokratisch zu deutenden Ikonografie speist sich daraus, dass die Politik den Bedarf an Bildern kennt (Mediennachfrage) und entsprechende Angebote macht. Die Authentizitätsstrategien des Fotojournalismus laufen dabei Gefahr, zur eigenen Inszenierungsfalle zu werden. Authentisch ist nicht der aufgenommene Moment, sondern lediglich seine Inszenierung. Für die Betrachtenden ist eine Inszenierung, sofern sie im Widerspruch zu ihrem Bedeutungsgehalt steht, nur durch übersteigerte Formen oder durch die Diskrepanz zu den im Text geschilderten Ereignissen zu entlarven. Welche Funktion haben solche Aufnahmen dann noch? Und wie wirken sie sich auf die Glaubwürdigkeit des Fotojournalismus aus?

Eventisierung statt Recherche: Als Daniel Dayan and Elihu Katz 1992 ihre inzwischen

zum Klassiker avancierte Arbeit über Media Events veröffentlichten, bezogen sie sich auf herausragende Ereignisse wie die Landung auf dem Mond, die Olympischen Spiele oder die Krönung der Queen.²⁵ Wie beispielsweise der G8-Gipfel 2007 in Heiligendamm gezeigt hat, führt der Kampf um öffentliche Aufmerksamkeit zu kompletten Inszenierungen von Ereignissen durch politische Akteure. Nicht nur die Politik, auch soziale Bewegungen und Nichtregierungsorganisationen sind inzwischen hochgradig professionalisiert und besonders erfindungsreich in der Entwicklung bildträchtiger Aktionen.²⁶ Für die Politik ist das als Folge des medialen Drucks beklagt worden.²⁷ Aus Medienperspektive weisen solche politischen Ereignisse zunächst einen hohen Nachrichtenwert auf (z. B. durch Konflikt, Elite-Personen, Elite-Nationen), politische Bilder ermöglichen einen Einblick. Die Vorteile liegen auch für den Fotojournalismus auf der Hand: Die Planbarkeit ermöglicht den effektiven Einsatz von Mitteln, die gut gewählten Locations bieten attraktive Bildmotive. Die Konsequenzen dieser „Eventisierung“ für den Fotojournalismus sind jedoch nicht ganz so offensichtlich: Eine Recherche ist angesichts der fast in Echtzeit verbreiteten Bilder kaum noch möglich und vielen Medien inzwischen im Vergleich zu teuer. Neue, ungewöhnliche Einblicke sind in der tagesaktuellen Berichterstattung über konkrete Ereignisse hinaus nicht zu erwarten.

Digitalisierung und der Bilderhunger des Internets: Die Digitalisierung hat diese Entwicklung erst ermöglicht. Die digitale Technik durchdringt inzwischen den gesamten fotojournalistischen Arbeitsprozess: von der Aufnahme, über die schnelle Versendung in die Agenturen und Redaktionen bis hin zur direkten Verarbeitung im Ganzseitenlayout an den Bildschirmen der Redakteurinnen und

Redakteure. Das hat nicht nur zu einer Beschleunigung in der politischen Pressefotografie geführt – Bilder stehen nunmehr gering zeitverzögert nach ihrer Aufnahme auch den Redaktionen zur Verfügung –, sondern auch zur Vervielfachung der Bildproduktion. Immer mehr Bilder können in immer kürzerer Zeit aufgenommen, verschickt und verarbeitet werden.

Der Einzug von Amateurfotos in die Berichterstattung ist als neue Partizipationsform der Rezipienten auch erst durch den technischen Fortschritt möglich.

Die rasante Entwicklung des Internets mit seinem unersättlichen Hunger nach Bildern bietet dabei eine neue Plattform. Hier können Bilder gleich in ganzen Serien abgerufen werden, um für möglichst viele *page impressions* der Anbieter zu sorgen. Die Aufnahme des „entscheidenden Augenblicks“, die stets auch auf der Professionalität der Fotografierenden basiert, verliert an Bedeutung. Der Auswahlprozess verlagert sich zunehmend in die Redaktionen. Gleichzeitig ermöglicht die digitale Technik einen globalen Austausch der Bilder und die Entwicklung einer global vermarkteten Bildsprache. Welche Folgen dies für die bislang gewohnten Darstellungskonventionen und Inhalte politischer Bilder und damit unsere politische Bildkultur hat, lässt sich derzeit noch nicht absehen.

²⁵ Vgl. Daniel Dayan/Elihu Katz, *Media Events. The Live Broadcasting of History*, Cambridge/MA–London 1992.

²⁶ Zur Professionalisierung von NGOs vgl. Sigrid Baringhorst, *Zur Mediatisierung des politischen Protests. Von der Institutionen- zur „Greenpeace-Demokratie“?*, in: Ulrich Sarcinelli (Hrsg.), *Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft*. Opladen–Wiesbaden 1998; Dieter Rucht, *Medienstrategien sozialer Bewegungen*, in: *Neue soziale Bewegungen*, 16 (2003) 1, S. 7–13.

²⁷ Zur Event-Politik vgl. Th. Meyer (Anm. 5).

Kriegsbilder – Bilderkriege

Unsere Vorstellungen historischer Ereignisse im Allgemeinen und des Krieges im Besonderen beruhen vor allem auf Bildern: auf Bildern gegenwärtiger wie vergangener Kriege, auf Bildern der Kunst, auf technischen Bildern der Fotografie und des Films, auf elektronischen Bildern des Fernsehens und zunehmend auch denen des Internet. Es sind Bilder, die die Realität des Krieges einfangen sollen, wie Bilder, die inszeniert sind und somit Fiktionen darstellen. Sie alle haben

Gerhard Paul

Dr. rer. pol., geb. 1951; Professor an der Universität Flensburg, Institut für Geschichte und ihre Didaktik, Auf dem Campus 1, 24943 Flensburg. paul@uni-flensburg.de www.prof-gerhard-paul.de

eines gemeinsam: Es sind mediale Produktionen, die sich zum Teil tief in unser Gedächtnis einbrennen und unsere Einstellungen zum und Verhaltensweisen gegenüber dem Krieg bestimmen. Die große Prägestkraft der Bilder des Krieges und das Interesse an diesen hat die Bilder selbst zu Waffen werden lassen. Mit ihnen lassen sich Kriege begründen und Gesellschaften auf Kriege vorbereiten. In Bildern wird die Heimat in das Geschehen einbezogen. Bilder können aber auch Truppen zum Rückzug bewegen.¹ Gerade am Beispiel Krieg wird deutlich: Bilder sind nicht einfach nur passive Repräsentationen von Geschehenem, sondern auch Aktivposten, die in das politische Handeln eingreifen.²

Abstraktionen und Projektionen

Anders als dies die Medien suggerieren, entzieht sich das chaotische und komplexe Ereignis Krieg prinzipiell der visuellen Repräsentation. Es ist vielmehr das Nichtdarstellbare schlechthin.³ Die medial vermittelten Bilder, die wir gleichwohl von ihm besitzen, sind weniger Repräsentationen des Krieges als vielmehr Abstraktionen, Projektionen, Fiktionen sowie bewusste Inszenierungen und Manipulationen, hinter denen das wirkliche Gesicht des Krieges

verschwindet. Nicht das Ereignis selbst, sondern seine medialen Inszenierungen prägen Wahrnehmung, Deutung und Bewertung.

Ich möchte dies am Beispiel zweier Bilder erläutern, zwischen denen knapp 150 Jahre liegen – jener Zeitraum vom Beginn der fotografischen Visualisierung des Krieges bis hin zu seiner elektronischen Visualisierung. Bei der ersten, auf Seite 40 abgebildeten Aufnahme handelt es sich um eine typische, der Genremalerei nachgebildete Fotografie aus dem Krim-Krieg von 1855 – der erste Krieg, der in nennenswertem Maße von der Fotografie festgehalten wurde. Das Bild stammt von dem britischen Fotografen Roger Fenton, der im Auftrag des englischen Königshauses auf die Krim gereist war, um die durch Presseberichte verunsicherte Öffentlichkeit zu beruhigen. Bei der Verabschiedung soll Prinz Albert – sicher ist das allerdings nicht – seinem Protegé Fenton mit auf den Weg gegeben haben, er könne alles fotografieren, „but no dead bodies!“ Die Aufnahme zeigt einen Offizier und dessen Diener in ihrem Lager. Der Krieg erscheint als ein Berufsfeld wie jedes andere. Nach getaner Arbeit lehnt sich der Offizier zurück. Der Krieg wird als Unterbrechung des bürgerlichen Alltags bzw. als gemüthlicher Waffengang dargestellt.⁴ Mit diesen Bildern begründete Fenton das Image des Krim-Krieges als „picknick-war“. Gewalt und Tod schimmern in seinen Aufnahmen allenfalls indirekt durch. Die mehr als 150 000 Toten dieses Krieges rücken nirgends in den Blick.

¹ Diese doppelte Fragestellung nach den Bildern des Krieges wie nach dem Krieg der Bilder untersuche ich in Gerhard Paul, *Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges*, Paderborn 2004.

² Zum Doppelcharakter der Bilder vgl. Horst Bredekamp, *Bildakte als Zeugnis und Urteil*, in: Monika Flacke (Hrsg.), *Mythen der Nationen. 1945 – Arena der Erinnerungen*, Bd. 1, Mainz 2004, S. 29–66, sowie allgemein Matthias Bruhn, *Das Bild. Theorie – Geschichte – Praxis*, Berlin 2009.

³ So bezogen auf den Zweiten Weltkrieg etwa Karl Prümm, *Modellierung des Unmodellierbaren. NS-Kriegspropaganda im Film und ihre Grenzen*, in: Peter Zimmermann/Kay Hoffmann (Hrsg.), *Triumph der Bilder. Kultur- und Dokumentarfilme vor 1945 im internationalen Vergleich*, Konstanz 2003, S. 319–332; ähnlich Knut Hickethier, *Krieg im Film – nicht nur ein Genre. Anmerkungen zur neueren Kriegsfilm-Diskussion*, in: *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 19 (1989), S. 51 f.

⁴ Vgl. ausführlich Ulrich Keller, *The Ultimate Spectacle. A Visual History of the Crimean War*, Amsterdam 2001.



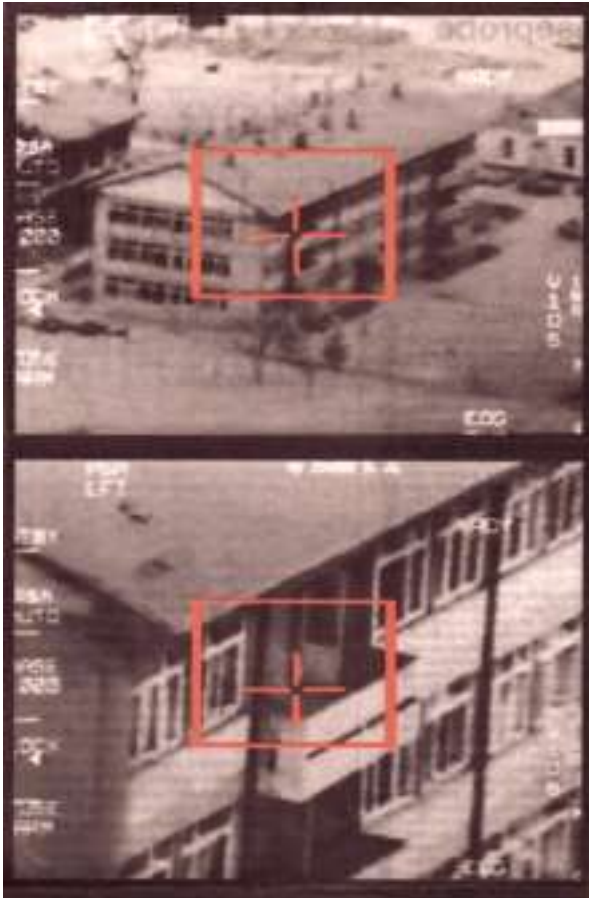
„His Day’s Over Work“, Fotografie von Roger Fenton aus dem Krim-Krieg von 1855, Library of Congress – Prints and Photographs Division (Washington, D.C.).

Bei dem zweiten Bild (S. 41) handelt es sich um zwei Standbilder aus einer tonlosen Videosequenz aus dem Kosovo-Krieg von 1999 – aufgenommen von einer von einem NATO-Flugzeug abgefeuerten Rakete mit eingebauter Gun-Kamera.¹⁵ Die Bildsequenz zeigt ein elektronisch aufgezeichnetes Bild mit einem Fadenkreuz in der Mitte und Zahlen an den Rändern, das sich langsam seinem Ziel, einer Kaserne, nähert, zu dem man allerdings im Bild selbst keine nähere Information erhält. Das Geschehen ist eingefasst in einen rechteckigen Rahmen. Es ist ein Bild moderner kriegsgerichteter Gewalt im Augenblick ihres Vollzuges – ohne menschliche Akteure und Opfer. Es zeugt von höchster technischer Perfektion. Es ist ein steriles Bild ohne Blut, ein schweigendes Bild ohne das Schreien der Opfer. Der Tod, an dem wir für den Bruchteil einer Sekunde teilhaben, bleibt in höchstem Maße abstrakt. Er zerfällt in Millionen Pixel. Mitleid mit den Opfern, die wir nicht zu Ge-

sicht bekommen, kann bei diesen Bildern nicht aufkommen. Durch die bewegte Kamera werden die Zuschauer zudem quasi körperlich in das Geschehen einbezogen. Sie werden zu Augenzeugen und Teilhabern eines Gewaltaktes. Ihre Perspektive auf das Geschehen ist die der Waffen. Die Perspektive der Opfer, über die wir nichts erfahren, bleibt außerhalb des uns angebotenen Rahmens. In seiner mediatisierten und abstrakten Form ist dem Krieg auch in dieser Sequenz der Schrecken genommen.

Beide Bilder haben zwei Gemeinsamkeiten: Bei beiden handelt es sich um Abstraktionen, in denen das Wesen des Krieges, seine Ursachen, der Tod verschwinden. Bei beiden Bildern handelt es sich zudem wie in den alten Gemälden der Kriegs- und Schlachtenmalerei um Projektionen, die nicht zeigen wie der Krieg *ist*, sondern wie er idealiter zu sein hat oder besser, wie das Publikum ihn sehen soll: als „picknick war“ bzw. als „präzisen chirurgischen Schnitt“. Was wir hier sehen, sind „imagined battles“, so wie auch die Bilder der

¹⁵ Siehe www.nato.int/video/990403a.mpg.



Standbilder aus einer Videosequenz eines NATO-Angriffs vom 3. 4. 1999 auf das „Urosevac Army Center“ während des Kosovo-Krieges, in: Die Zeit vom 12. 4. 1999.

Kriegs- und Schlachtenmalerei „imagined battles“ waren.¹⁶

Inszenierungen und Manipulationen

Kriegsbilder sind häufig genug auch Inszenierungen und Manipulationen. Ihr Ziel besteht darin, die existenzielle Grenzsituation Krieg mit einem manchmal dramatisierenden, manchmal entdramatisierenden Image zu überziehen, je nachdem auf welcher Seite der Front man sich befindet.

Spätestens seit dem Ersten Weltkrieg wird der Krieg für das Publikum regelrecht inszeniert, indem etwa Übungen als Abbildungen von Kampfhandlungen ausgegeben werden. Den Bildern sieht man dies nicht an. Nach Ansicht der *Berliner Illustrierten Zeitung* vermit-

¹⁶ So Peter Paret. *Imagined Battles: reflections of war in European Art*, Chapel Hill u. a. 1997.

telten „gestellte“ Fotografien, wie sie genannt wurden, sehr viel eher „ein der Wirklichkeit entsprechendes Bild und erfüllen so die Aufgabe, dem Publikum einen richtigen Eindruck zu vermitteln“.¹⁷ Der Krieg wurde für die Kameras der Fotografen nun regelrecht inszeniert. Wegen ihrer großen erinnerungspolitischen Funktion sind vor allem Siegeshandlungen immer wieder für die Fotografen „gestellt“ worden, so auch die berühmte Aufnahme Joe Rosenthals von der Pazifikinsel Iwo Jima oder die Fotografie Jewgeni Chaldejts vom Berliner Reichstag 1945. Erst das komponierte Bild hatte das Zeug, zu einem der wichtigsten patriotischen Zeichen der jeweiligen Gesellschaft zu werden.¹⁸ Inszenierungen des Krieges finden wir zuhauf auch in den zeitgenössischen Wochenschauen. Ein Großteil der „Deutschen Wochenschauen“ des Zweiten Weltkrieges besteht aus ihnen; dennoch müssen diese bis heute immer wieder als dokumentarische Spiegelungen des Krieges erhalten.

Medientechnische Rahmungen

Fotografie und Film sowie später das Fernsehen besaßen von Beginn an das zählbeige Image, ein Medium der authentischen Transkription von Realität zu sein. Dies machte sie für Propagandisten interessant. Tatsächlich waren die Perspektiven auf den Krieg nie voraussetzungslos, sondern durch technische Strukturen, durch Konventionen der Genres und der Bildsprachen, durch Plots und Programmstrukturen sowie schließlich durch politische Vorgaben vorgeprägt, gleichsam in Rahmen gezwängt.

Es waren zunächst die strukturellen technischen Eigenschaften der modernen visuellen Medien selbst, die den Blick auf den Krieg eingrenzten, verstellten und immer wieder neue Sichtweisen lieferten. Sie verbannten die komplexe Realität zunächst in einen stillen rechteckigen Rahmen. Mit schweren Plattenkameras wie im Amerikanischen Bürgerkrieg oder unhandlichen Filmkameras wie im Ersten Weltkrieg ließen sich allenfalls die Pausen

¹⁷ *Berliner Illustrierte Zeitung* vom 25. 7. 1915.

¹⁸ Vgl. Jost Dülffer, Iwo Jima. Die patriotische Siegesikone der USA, in: Gerhard Paul (Hrsg.), *Das Jahrhundert der Bilder. Bildatlas 1: 1900–1949*, Göttingen 2009, S. 674–681; Ernst Volland, Die Flagge des Siegers. Die Rote Fahne auf dem Reichstag, in: ebd., S. 714–721.



Luftaufnahme des von der deutschen Wehrmacht bombardierten Militärflugplatzes Radom in Polen, 1939; aus: Der große deutsche Feldzug gegen Polen, Wien 1939, S. 110.

oder Ergebnisse der Kämpfe festhalten. Das Kriegsgeschehen wurde daher zunächst fast immer nur aus zeitlicher und räumlicher Distanz abgelichtet: aus der räumlichen Entrücktheit des Lebens in der Etappe und der zeitlichen Entrücktheit der materiellen und menschlichen Überreste der Schlacht. Nicht einfangen ließ sich mit dieser Technik vor allem der Raum des modernen Krieges, das Töten auf Entfernung.

Die Luftbildfotografie, die den Krieg aus der Vogelperspektive abbildete, begründete ein neues Sehen auf den Krieg, das sich mit den Begriffen Derealisation und Militarisation bezeichnen lässt (Bild oben). Der Gewaltakt erschien nun mehr als aufzuckender Blitz oder als Ansammlung elektronischer Bildpunkte.¹⁹ Das Schlachtfeld reduzierte sich auf ein System von Verbindungen und Lichtzeichen. Die Betrachter nahmen den Krieg hierbei nur noch aus der Perspektive des Kampfpiloten, der Bordkanone, der Gun-Kamera oder des Satelliten wahr. Das Sehen auf

¹⁹ Vgl. Manuel Köppen, Luftbilder. Die Medialisierung des Blicks, in: ebd., S. 180–187.

den Krieg folgte damit technologischen und militärischen Sehweisen.

Mit neuen und kleineren Foto- und Filmkameras rückte der Krieg den Akteuren wie den Betrachtern zugleich immer mehr auf den Leib. Aufnahmen mitten aus dem Kampfgeschehen heraus waren nun möglich. Vor allem Hitlers Propagandakompanien lieferten massenweise solche Bilder (Bild S. 43).

Aber auch die Alliierten setzten auf die neue Perspektive, welche die Betrachter in einem bis dato unbekanntem Maße in das Geschehen einbezog. Eine weitere Innovation in Richtung eines militarisierten Sehens auf den Krieg brachte die Gleichschaltung von Kamera und Waffe. Mit dem Siegeszug des Fernsehens seit dem Vietnam-Krieg und der Satellitenkommunikation hielten die laufenden Bilder des Krieges zeitnah Einzug in die privaten vier Wände. Weitere Etappen der technologischen Entwicklung sind die Bilder der Gun-Kameras sowie schließlich die Nutzung des Internets durch die Krieg führenden Parteien. Die Beschleunigung der elektronischen Bildkommunikation machte am 11.

September 2001 schließlich die Übertragung eines terroristischen Angriffs in Echtzeit möglich.

Kulturelle, redaktionelle und politische Rahmungen

Von Anbeginn des modernen Krieges legte sich eine Schicht der Deutungen und Überzeichnungen über das Ereignis Krieg, die sowohl Ausdruck zeitgenössischer Mentalitäten als auch nachträglicher politischer Deutungskämpfe sein konnte. Zum medientechnischen Rahmen gesellte sich ein kultureller Deutungsrahmen, der zum Teil interkulturell das Bild des Krieges in den Köpfen der Zuschauer standardisierte.

Der kriegerische Gewaltakt und der Kriegstod blieben den Kameras zunächst in aller Regel verborgen. Der Akt des Sterbens erschien allenfalls als schöner oder heroischer Tod. Mit den Bildern getöteter Gegner war man weniger zimperlich. Als stärkstes Bildmuster erwies sich bis in die Gegenwart die Modellierung des Krieges als saubere und aseptische Angelegenheit in Bildern des aufgeräumten Schlachtfeldes, von Körperhygiene treibenden Soldaten, von sauberen Lazaretten sowie schließlich in Bildern der „chirurgisch“ präzise auf ihr Ziel zusteuern den Hightech-Waffen. Die Umsorgung der Soldaten, die Pflege der Verwundeten sowie der barmherzige Umgang mit Kriegsgefangenen und Zivilbevölkerung bildete ein weiteres Muster. Der Krieg erschien zudem vielfach als eine besondere Form der Sozialarbeit oder als „humanitäre Intervention“. Wurde das Ereignis des Krieges in der frühen Fotografie in der Tradition der Malerei eher durch Romantisierung verharmlost, so setzten sich im 20. Jahrhundert zunehmend Muster der Darstellung des Krieges als temporärer Unterbrechung kollektiver industrieller Arbeit oder als hoch technisierter Job durch. Hinzu kamen die „Entertainisierung“ des Krieges als Reise, Sport und Event sowie schließlich die kulturelle Überwölbung des Krieges durch Bilder, welche die kulturellen Tätigkeiten der Soldaten während des Krieges betonten. Die Botschaft, die von diesen Bildern ausgeht, lautet: Auch im Krieg bleibt der Soldat Mensch und Bürger.¹⁰ Durch die globalen Bildermärkte werden diese klassischen Ikonografien des Krieges heute allerdings zunehmend brüchig, weil das Publikum immer auch die Bilder der anderen Seite zu sehen bekommt.

Eine zusätzliche Modellierung erfolgte durch redaktionelle Rahmensetzungen. Britische Redaktionen etwa erwarteten im Ersten Weltkrieg von ihren Fotografen vor allem Bilder, die den Betrachtern das Gefühl

¹⁰ Vgl. auch Franz Becker, *Bilder von Krieg und Nation. Die Einnigungskriege in der bürgerlichen Öffentlichkeit Deutschlands 1864–1913*, München 2001.



„Der Sturm ins Ungewisse“, PK-Foto von Arthur Grimm, Aufmacher eines vierseitigen Farbbildberichts über den Überfall auf die Sowjetunion, aus: *Signal*, 1. Januarheft 1942.

vermitteln sollten, dabei zu sein. Demgegenüber seien Bilder menschenleerer Räume, wie sie der industrialisierte Krieg ja vorrangig produzierte, zu vermeiden. Ein Magazin wie *Life* begründete seinen Erfolg explizit mit Bildern der Nähe. Zeitungen und Magazine gaben die Formate vor, in denen über den Krieg berichtet wurde. Heute werden die Berichte über den Krieg zum Teil nach rein ästhetischen Kriterien am Leuchttisch entworfen, für die dann nur mehr die entsprechenden Bilder geordert werden.

Zum Werkzeug der Redaktionen zählen bis heute immer auch der Retuschierpinsel und die Schere bzw. neuerdings die digitale Bildbearbeitung. Stellvertretend hierfür ist das Foto des Mädchens Kim Phúc aus dem Vietnamkrieg. Durch die Beschneidung des gesamten rechten Bilddrittels fokussierte die Redaktion auf das nackte Mädchen, dessen Veröffentlichung 1972 zudem einen kalkulierten Tabubruch bedeutete, mit dem der Karriere des Agentur-Bildes gezielt nachgeholfen wurde. Kaum einmal zur Veröffentlichung gelangten

jene Bilder, die dieselben Kinder nur wenige Sekunden später als Getriebene der Bildreporter zeigen, von denen keiner Anstalten macht, den Kindern zu helfen. Zu Ikonen geronnenen Bildern wie diesen wohnt die Tendenz inne, dass sie sich von ihrem historischen Entstehungskontext lösen und sich mit ihnen plötzlich ganz andere Geschichten verbinden. Die Antikriegsbewegung machte so etwa aus diesen Opfern eines versehentlichen südvietnamesischen Luftangriffs Opfer eines amerikanischen Napalmschlages. Den Höhepunkt erlebte die Geschichte bei dem Fernsehhistoriker Guido Knopp, der den Piloten eines US-Bombers gemeinsam mit dem Opfer vor die Kamera zitierte. Indes: Es hatte keinen US-Angriff gegeben.¹¹

Programme und Sendeformate des Fernsehens bilden heute gewiss die wichtigsten redaktionellen Rahmungen, in denen uns der Krieg erscheint. Seit dem Golf-Krieg von 1991 hat sich eine besondere Form der TV-Kriegsberichterstattung herausgebildet, die mit den Begriffen Beschleunigung, Entertainingisierung und Fiktionalisierung beschrieben wird.¹² Schon um nicht die Sicherheit von Kameraleuten zu gefährden, lässt das Format der Live-Berichterstattung immer nur eine distanzierte Form der Berichterstattung vom Kriegsschauplatz zu. Der Mangel an Aufnahmen vom eigentlichen Kriegsgeschehen wird zunehmend mit Bildern sogenannter Expertengespräche, mit Trickgrafiken und Live-Schaltungen zu Korrespondenten in aller Welt kompensiert.

Schließlich agierten Fotografen und Kameraleute immer in engen politischen Rahmen, die durch Zensurvorschriften, Erwartungshaltungen der Auftraggeber und Formen der Selbstzensur vorstrukturiert waren. Mit dem Ersten Weltkrieg hatten sich auf beiden Seiten der Fronten erste Organisationen etabliert, denen die Kontrolle der Bilderflut vom

Kriegsschauplatz oblag. Diese konnte durch eine Begrenzung der Zahl der Bildreporter auf dem Kriegsschauplatz erfolgen, durch die Zuweisung ihres Operationsgebietes weitab vom Kampfgeschehen oder durch Zensurvorschriften. Bis zum Vietnam-Krieg blieb die Veröffentlichung „grausamer“ Bilder entweder generell untersagt oder fiel der Zensur zum Opfer. Heute legen „ground rules“ zum Teil detailliert fest, was abgelichtet werden darf und was nicht. Alle diese Rahmungen und Modellierungen stellen kulturelle Transformationsleistungen dar, durch die der inhumane und destruktive Charakter des Krieges in die Sphäre des vertraut Normalen übersetzt, auf diese Weise entdramatisiert und humanisiert wird.

Aus Zuschauern werden Beteiligte

Seit Beginn des modernen Krieges versuchten Kriegsherren und Propagandisten die Menschen an der Heimatfront mit Hilfe von Bildern für den Krieg zu begeistern bzw. in das Geschehen einzubinden, sie gewissermaßen zu Teilhabern zu machen. Zunächst übernahmen große Kriegsausstellungen und -panoramen diese Aufgabe. Seit dem Ersten Weltkrieg erfüllte vor allem „Die Wochenschau“ die Funktion, den Daheimgebliebenen das Gefühl zu vermitteln, am Krieg teilzunehmen. Aber erst mit dem Vietnam-Krieg kamen die laufenden Bilder des Fernsehens in die Wohnzimmer. Im „living-room war“ wurde das Außergewöhnliche zum Bestandteil des Alltags. Mit der Echtzeitübertragung schließlich kommt der Krieg den Zuschauern derart nahe, dass vom „Aufmerksamkeitsterrorismus“ die Rede war. Ließ sich der Krieg bislang aus der sicheren Distanz der Medien betrachten, so hat 9/11 den medialen Schutzschild durchschlagen und das Publikum wie nie zuvor unmittelbar an den Ereignissen teilhaben lassen. Dieses ist nicht mehr nur Zuschauer, sondern selbst Akteur geworden. Der vorläufige Endpunkt dieser Entwicklung: die Live-Übertragung des Irak-Krieges durch die „eingebetteten“ Kameramänner. Die modernen Bildmedien haben die Betrachter so räumlich und zeitlich immer näher an den Krieg herangeführt. Aus einem ehemals exklusiven Seherlebnis wurde der „living-room war“.¹³

¹³ Vgl. ausführlich Gerhard Paul, „Living-room war“. Vom exklusiven Seherlebnis zum ersten Fernsehkrieg der Geschichte, in: André Lindhorst/Hermann Nöring/Thomas F. Schneider/Rolf Spilker (Hrsg.), Bil-

¹¹ Vgl. ausführlich hierzu Gerhard Paul, Die Geschichte hinter dem Foto. Authentizität, Ikonisierung und Überschreibung eines Bildes aus dem Vietnamkrieg, in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History, 2 (2005) 2, S. 222–245, in: www.zeithistorische-forschungen.de/16126041-Paul-2-2005.

¹² Vgl. Martin Löffelholz, Beschleunigung, Fiktionalisierung, Entertainingisierung. Krise(n) der „Informationsgesellschaft“, in: ders. (Hrsg.), Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation, Opladen 1993, S. 49–64.

Der Bilderkrieg und die visuelle Rüstungsspirale

Um die Macht der fotografischen Bilder wusste man spätestens seit den Tagen der Pariser Kommune. Mit Aufnahmen der nackten getöteten Kommunarden sollte die geschlagene Kommune nachträglich diskreditiert werden. Mit Bildern toter deutscher Soldaten hoffte die alliierte Propaganda des Ersten Weltkrieges die Kampfmoral der Deutschen zu untergraben. Während des Vietnam-Krieges setzte vor allem die Anti-Kriegsbewegung auf die mobilisierende Kraft der Bilder.

Mit der Globalisierung der Bildermärkte und den „neuen Kriegen“ der Gegenwart haben sich die Bedingungen der Bildproduktion und -rezeption sowie die Bilder des Krieges fundamental gewandelt.¹⁴ Bilder kriegerischer Gewalt sind heute gleichermaßen umkämpfte Waren wie globale propagandistische Waffen. Denken wir etwa an die Bilder getöteter amerikanischer Soldaten 1993 in Mogadischu, welche die US-Administration schließlich zum Rückzug aus Somalia veranlassten, weil das amerikanische Publikum diese Bilder nicht ertragen konnte.

Zugleich sind die Bilder des Krieges, wie dies 9/11 und der andauernde Irak-Krieg anschaulich demonstrierten, zu eigenständigen Waffen in den Händen der Kontrahenten des asymmetrischen Krieges geworden. Erstmals bedienten sich Terroristen 2001 der Macht des globalen, in Echtzeit berichtenden Mediums Fernsehen bzw. nutzten das Internet, um ihren grausamen Hinrichtungsvideos zu weltweiter Aufmerksamkeit zu verhelfen und die militärisch überlegene Gegenseite unter Druck zu setzen. Martin Walser hat daher zu Recht von einem „Bilderkrieg“ gesprochen.¹⁵ Damit rücken zunehmend der Gewaltakt selbst und seine Opfer in den Fokus der Berichterstattung.

derschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik – Medien – Kunst, Göttingen 2009 (im Erscheinen). Der Begriff geht zurück auf Michael J. Arlen, *Living-Room War*, New York 1969.

¹⁴ Zur Bedeutung von Bildern in den neuen Kriegen vgl. Herfried Münkler, *Der Wandel des Krieges. Von der Symmetrie zur Asymmetrie*, Weilerswist 2006, S. 189 ff.

¹⁵ Vgl. Martin Walser, *Der Bilderkrieg*, in: *Der Spiegel*, Nr. 21, vom 17. 5. 2004

In den „neuen Kriegen“ kommunizieren die kriegsführenden Staaten heute über und mit Hilfe der globalen Medien und Bildagenturen. Im Krieg der schnellen elektronischen Bilder findet der Bilderkrieg nach dem Muster Schuss/Gegenschuss statt. Die sauberen Hightech-Bilder der Alliierten im Golf-Krieg von 1991 aus der Aufsicht konterte das Regime in Bagdad zeitnah mit den schmutzigen Nahaufnahmen der bei den Angriffen ums Leben gekommenen Zivilisten. Die NATO-Bilder der Gun-Kameras aus dem Kosovo-Krieg beantwortete Belgrad im Internet mit Detailaufnahmen der Opfer. Auf die schrecklich schönen Bilder westlicher Medien vom US-Angriff auf Bagdad folgten die Bilder der gefallenen US-Soldaten im irakischen Fernsehen, die von den USA mit den Aufnahmen der für das Publikum hergerichteten getöteten Söhne Saddam Husseins beantwortet wurden.

Mit den Bildern der verkohlten Leichen aus Falludscha und den Aufnahmen der folternden US-Soldaten von Abu Ghraib war die nächst höhere Ebene im Bilderkrieg erreicht, die von den Enthauptungsvideos islamistischer Kommandos getoppt wurde.¹⁶ Auf diese Weise ist in den letzten Jahren eine visuelle Rüstungsspirale entstanden, in der immer grausamere Bilder die Funktion haben, auf die Gewaltbilder der Gegenseite zu antworten. In den „neuen Kriegen“ ergänzt der mediale Krieg der Bilder heute den materiellen Krieg der Waffen. Die Folge ist eine visuelle Rüstungsspirale, deren Ende nicht in Sicht ist.

Die Generierung des „Bild-Ereignisses“ Krieg

Die Erzeugung von Bildereignissen eigens für die globale Medienberichterstattung ist gegenwärtig die höchste Form des Bilderkrieges. Zwar hat es die Liquidierung von Menschen eigens für die Kamera und damit für das Zuschauerauge in der Geschichte des modernen Krieges – denken wir etwa an die Erschießung eines Vietcong 1968 auf offener Straße durch den Polizeipräsidenten von Sai-

¹⁶ Vgl. ausführlich hierzu meine Analyse des Irak-Krieges 2003 ff. – Gerhard Paul, *Der Bilderkrieg. Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der „Operation Irakische Freiheit“*, Göttingen 2005.



New York, 11. 9. 2003, 9.03 Uhr (Ortszeit; 15.03 MEZ); Flug United Airlines 175 steuert auf den Südturm des World Trade Center zu. (Screenshot aus einer NBC-Sendung).

gon¹⁷ – vereinzelt schon immer gegeben, mit den asymmetrischen Kriegen der Gegenwart indes werden Menschen zunehmend nur zu dem Zwecke getötet, sie zu kommunizierbaren Bildern zu machen. Der Akt des Tötens vor laufender Kamera steht damit erstmals im Vordergrund. Sein Ziel: die Demoralisierung des Gegners. Vor allem der islamistische Terrorismus hat sich in der Vergangenheit der energetischen Kraft von Bildern bedient und grausamste Bildereignisse erzeugt. Beim Angriff auf die Twin Towers 2001 ging es nicht in erster Linie um die Tötung von Tausenden von Menschen, sondern um die Erzeugung „grandioser“ Bilder, mit denen die USA und die westliche Welt unter Schock gesetzt werden sollte (Bild oben). Nicht zufällig hatte man die Stadt mit der höchsten Medien- und Kameradichte der Welt gewählt. Das eigentliche Ziel der Aktion war das Auge des Zuschauers an den Bildschirmen.

¹⁷ Vgl. Stephan Schwingeler/Dorothee Weber, Der Schuss von Saigon. Gefangenentötung für die Kamera, in: Gerhard Paul (Hrsg.), *Das Jahrhundert der Bilder*. Bd. 2: 1949 bis heute, Göttingen 2008, S. 354–361.

Für Horst Bredekamp belegen Bildereignisse wie diese, dass der Fakten schaffende Bildakt heute ebenso wirksam ist wie der Waffengebrauch oder die Lenkung von Geldströmen. „Wir sehen gegenwärtig Bilder, die Geschichte nicht abbilden, sondern sie erzeugen.“ Der Zweck des Enthauptens in islamistischen Erpresservideos sei längst nicht mehr die Tötung eines Gefangenen, sondern der Bildakt, der die Augen die Rezipienten erreicht.¹⁸ Das Ereignis ist nur mehr als „Bild-Ereignis“ von Bedeutung. Damit wird zugleich das Betrachten der so generierten Bilder zu einem Akt der Beteiligung. Aus Zuschauern werden virtuelle Komplizen. Die „Tageszeitung“ (*taz*) hat daraus die Konsequenz gezogen, solche Bilder nicht zu veröffentlichen.¹⁹

¹⁸ „Wir sind befremdete Komplizen“. Interview mit Horst Bredekamp, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 28. 5. 2004; siehe auch das Interview mit Bredekamp unter dem Titel „Neu ist, Menschen werden getötet, damit sie zu Bildern werden“, in: *Frankfurter Rundschau* vom 5. 1. 2009.

¹⁹ Vgl. *Die tageszeitung (taz)* vom 13. 5. 2004.

APuZ

Nächste Ausgabe 32–33/2009 · 3. August 2009

Konsumkultur

Rolf Haubl

Wahres Glück im Waren-Glück?

Hans-Georg Häusel

Das Konsumverhalten Kauflustiger

Wolfgang Ullrich

Über die warenästhetische Erziehung des Menschen

Ingo Schoenheit

Nachhaltiger Konsum

Ludger Heidbrink · Imke Schmidt

Die neue Verantwortung der Konsumenten

Christine Henseling · Birgit Blättel-Mink

Jens Clausen · Siegfried Behrendt

Wiederverkaufskultur im Internet:

Chancen für nachhaltigen Konsum

Herausgegeben von
der Bundeszentrale
für politische Bildung
Adenauerallee 86
53113 Bonn.



Redaktion

Dr. Katharina Belwe
(verantwortlich für diese Ausgabe)

Dr. Hans-Georg Golz
Manuel Halbauer (Volontär)
Johannes Piepenbrink

Telefon: (0 18 88) 5 15-0
oder (02 28) 9 95 15-0

Internet

www.bpb.de/apuz
apuz@bpb.de

Druck

Frankfurter Societäts-
Druckerei GmbH
Frankenallee 71–81
60327 Frankfurt am Main.

Vertrieb und Leserservice

- Nachbestellungen der Zeitschrift
Aus Politik und Zeitgeschichte
- Abonnementsbestellungen der
Wochenzeitung einschließlich
APuZ zum Preis von Euro 19,15
halbjährlich, Jahresvorzugspreis
Euro 34,90 einschließlich
Mehrwertsteuer; Kündigung
drei Wochen vor Ablauf
des Berechnungszeitraumes

Vertriebsabteilung der
Wochenzeitung **Das Parlament**
Frankenallee 71–81
60327 Frankfurt am Main.
Telefon (0 69) 75 01-42 53
Telefax (0 69) 75 01-45 02
parlament@fsd.de

Die Veröffentlichungen
in *Aus Politik und Zeitgeschichte*
stellen keine Meinungsäußerung
der Herausgeberin dar; sie dienen
der Unterrichtung und Urteilsbildung.

Für Unterrichtszwecke dürfen
Kopien in Klassensatzstärke herge-
stellt werden.

ISSN 0479-611 X

Reinhard Brandt

3-9 Dinge – Bilder – Denken

In der äußeren Welt lassen sich Dinge und Personen nicht beliebig zu öffentlichen Bildern machen, in der inneren Welt ist das Denken der Bildgebung entzogen. Zwischen beiden Bastionen sind Bilder als Zwischenwesen und Medien angesiedelt, sowohl im Bereich des äußeren Sehannes wie der inneren Imagination.

Hans-Jürgen Pandel

10-17 Schrift und Bild – Bild und Wort

Visuell dargestellte kulturelle Gehalte (politische, religiöse, historische) werden stets mit Hilfe von Sprache dekodiert. Maßgeblich dafür sind die häufig nicht beachteten Schwächen von Bildern. Deshalb wird ihnen stets Schrift beigegeben: im Bild selbst, unter dem Bild und um das Bild herum.

Pablo Schneider

18-25 Die Macht der Bilder – Distanzfrage

Wie kaum ein anderes Objekt kann das Bild auf eine analytische Tradition der Beschreibung verweisen. Doch polarisiert es derart als Gegenstand und Vorstellung, dass seine „Macht“ weitaus mehr Beachtung erfährt. So erhält sich ein Verständnis, das die Distanz von Sehen und Handeln nicht aufzuklären vermag.

Daniel Hornuff

26-32 Bildwelten der Badkultur

Längst ist das Badezimmer nicht mehr der Ort des Intimen. Die visuelle Badwerbung offeriert mehr als den Gebrauchswert sanitärer Einrichtungen. Zwischen Bidet und Dusche geht es um die Fiktionalisierung des Alltags, ja um die konkrete Erfahrung einer Transzendenz.

Elke Grittmann

33-38 Das Bild von Politik

Durch zunehmende Visualisierung der Medien hat auch das politische Bild für die öffentliche Meinungsbildung an Bedeutung gewonnen. Traditionelle Darstellungsweisen und Inhalte sind jedoch in einem Wandel begriffen, der die visuelle Vorstellung von Politik radikal verändert.

Gerhard Paul

39-46 Kriegsbilder – Bilderkriege

Bilder repräsentieren nicht nur Ereignisse. Sie verbergen und verhüllen auch. Und sie können zu Waffen werden. Nirgends wird dies deutlicher als am Beispiel Krieg. Nicht das Ereignis selbst, sondern seine medialen Inszenierungen prägen Wahrnehmung, Deutung und Bewertung.