

## Die Wirklichkeit der Bilder und ihr Gebrauch

Gernot BÖHME

### 1. Klages

Die Rede von der *Wirklichkeit der Bilder* ist in Klages' Werk zentral. Dieser Terminus spielt eine Rolle für seine Metaphysik, für seine Ausdrucklehre, für die Lehre vom kosmogonischen Eros, für die Graphologie und für sein großes kulturpolitisches Werk *Der Geist als Widersacher der Seele*<sup>1</sup>. Es wäre ein Thema für sich, die Einheit des Werkes von der *Wirklichkeit der Bilder* her zu erschließen und darzustellen. Das soll hier nicht geschehen. Vielmehr will ich möglichst bündig erläutern, was es mit der Wirklichkeit von Bildern auf sich hat, um von daher Klages' Bildtheorie in heutige Debatten zur Bildwissenschaft einzubringen.

Eines vorweg: Wenn Klages von Bildern redet, so meint er damit nicht Bilddinge sondern Bildnisse. Deren Unterschied lässt sich am besten mit den französischen Ausdrücken *tableau* und *image* deutlich machen. *Tableau* meint Bilddinge, mit Rahmen, Leinwand, oder auch – beim Foto z.B. - Papier. *Image* meint, was auf Tableaus zu sehen ist, den Anblick, den sie gewähren. Klages' Rede von der Wirklichkeit der Bilder bezieht sich also auf Bild qua *image*. Die Bedeutung dieser Rede hat nun vor allem zwei Dimensionen. Zum ersten betont Klages damit die Selbstständigkeit der Bilder. Diese Selbstständigkeit ist vor allem eine Unabhängigkeit von einem etwas, dessen Bild ein Bild sein könnte. Natürlich gibt es auch Bilder, die Abbildungen sind, doch es wäre nach Klages verfehlt, daraus einen allgemeinen Bildbegriff zu machen. In eindringlicher Weise warnt Klages an einer Stelle des Buches *Vom kosmogonischen Eros*<sup>2</sup> davor, ein Bild als einen Verweis auf etwas anderes zu verstehen – man brächte sich dadurch um die Erfahrung, die einem das Bild selbst gewährt. Diese Selbstständigkeit des Bildes ist aber auch eine Unabhängigkeit gegenüber der Materie, in der es jeweils erscheint. Ein und dasselbe Bild kann in und auf unterschiedlichen Materien erscheinen – Papier, Holz, Leinwand, Monitorfläche – und man könnte sich fragen, ob nicht auch das Bild als freischwebendes – etwa als Hologramm in Erscheinung treten kann.<sup>3</sup> Natürlich kann man sich auch fragen, was die jeweils unterschiedliche Erscheinungsweise für das Bild ausmacht, doch diese Frage impliziert schon die Voraussetzung, dass man doch von dem einen Bild in unterschiedlichen Erscheinungsweisen reden kann.

Diese Art von Selbstständigkeit, die Klages dem Bild zuschreibt, hat nun ontologische Konsequenzen: ein Bild ist eine Entität, die nicht Substanz ist – Hermann Schmitz würde heute von einem Halbding<sup>4</sup> sprechen. Klages seinerseits weist darauf hin, dass Qualitäten von Bildern zwar Eigenschaften sind, aber nicht Attribute einer Substanz.

Wirklichkeit meint also nach dieser ersten Bedeutungsdimension der Rede von der *Wirklichkeit*

---

<sup>1</sup> 5. Auflage Bonn: Bouvier 1972

<sup>2</sup> 7. Aufl., Bonn: Bouvier 1972, S. 92f.

<sup>3</sup> Siehe dazu meinen Aufsatz *Das Bild und sein Medium*. In: G.J. Lischka und Peter Weibel, Die Medien der Kunst. Die Kunst der Medien. Wabern: Benteli Verlag 2004, S. 40-65.

<sup>4</sup> Hermann Schmitz, System der Philosophie, § 245, Bd. III.5, Bonn: Bouvier 1978.

der Bilder eine besondere Seinsweise. Bilder sind Seiendes, aber nicht von der Art der Dinge. Ich selbst habe deshalb zwischen den Termini *Wirklichkeit* und *Realität* einen Unterschied eingeführt.<sup>5</sup> *Wirklichkeit* meint die Seinsart der Bilder, *Realität* die Seinsart der Dinge.

Eine zweite Bedeutungsdimension der Rede von der Wirklichkeit der Bilder hebt auf den Wortsinn von *Wirklichkeit* ab: Bilder wirken. Dieses Wirken besteht darin, dass von Bildern eine Anmutung ausgeht. Allgemein stimmen sie den Rezipienten in gewisser Weise, sie organisieren dessen Zustand. Klages arbeitet dieses in seiner *Grundlegung der Wissenschaft vom Ausdruck*<sup>6</sup> besonders heraus. Es ist der mimische Ausdruck und die Gestik eines Lebewesens, die ein anderes zu demselben Zustand stimmt, dessen Ausdruck sie beim Sender sind. Von daher gibt es ein angemessenes Ausdrucksverständnis durch Mitvollzug. Diese Beziehung ist für Klages' Auffassung von Seele entscheidend. Seele ist sowohl das Organ – wenn man das so sagen darf –, das Organ von Ausdruck, wie auch das Organ von Ausdrucksverständnis. Das Seelische am Leibe ist seine jeweilige in ihm manifeste Gestimmtheit – oder mit Klages Worten: "Der Leib ist die Erscheinung der Seele, die Seele ist der Sinn der Leibeserscheinung."<sup>7</sup> Klages' Hauptanliegen ist nun die Bewahrung und Entfaltung der Seele als des Organs des Ausdrucksverständnisses. Auf der anderen Seite sind die Bilder selbst Seelen, nämlich freischwebender Ausdruck, der verstanden werden kann. Das ist seine Rekonstruktion der Götter des Polytheismus. Hermann Schmitz spricht heute von ergreifenden Gefühlsmächten.

## 2. Ein neues Interesse an Klages

Diese kurze Darstellung der Klageschen Theorie des Bildes mag wenig aufregend klingen und kann auch als eine zweite Linie der Phänomenologie neben der Husserls gelesen werden. Doch sie enthält viel Sprengkraft, ist sie doch eine Rehabilitierung des Magischen in und gegen die Moderne. Als magisch versteht man Wirkungen, die nicht der Kausalrelation folgen, Wirkungen durchs Wort oder, wie hier, Wirkungen durch Bilder. Bilder sind Entitäten eigener Art, das ist die These, sie faszinieren, figurieren den Leib, sie können auch bannen, sie können beglücken, empören, deprimieren. Und es sind eben diese Wirkungen der Bilder, die uns in unserer modernen Welt, die zunehmend eine Bilderwelt wird, zu schaffen machen.

Versichern wir uns kurz dieser Situation. Natürlich hat der Mensch, solange die Kulturgeschichte zurückreicht, in einer Welt gelebt, in der Bilder und Zeichen zu seiner Umwelt gehörten. Doch war die Präsenz von Bildern im Alltag bis in 19. Jahrhundert hinein etwas Besonderes, bzw. für besondere Ort kennzeichnend, etwa für die Wohnstube, für Kirchen. Doch seit der Erfindung der Photographie, in Folge davon dann der anderen Bildmedien: Illustrierte, Film, Fernsehen, Video, DVD sind Bilder fast allgegenwärtig und vor allem: Die Menschen in den entwickelten Industrienationen verbringen mehrere Stunden des Tages nur mit Bildern – Film, Fernsehen<sup>8</sup>, Video-Games. Da Bilder, wie Klages sagt, auf

<sup>5</sup> In meinem Buch *Theorie des Bildes*, München: Fink 1999.

<sup>6</sup> 9. Aufl., Bonn: Bouvier 1970.

<sup>7</sup> *Grundlegung*... aaO., S. 71.

<sup>8</sup> Die Beziehung von Klages' Ideen zur gegenwärtigen Fernsehwirklichkeit ist bereits von Fellmann thematisiert worden. Ferdinand Fellmann, *Vom Fernseher zum Fernseher. Lebensphilosophische Perspektiven der modernen*

den Betrachter ein emotionale Wirkung ausüben, wurde die These aufgestellt, dass der moderne Mensch sein emotionales Leben in der, im übrigen möglichst ereignisarm gehaltenen, technischen Zivilisation im Virtuellen, d.h. in Bilderwelten auslebt.

Es ist dies einer der Gründe, weshalb es heute einen Boom der sog. Bildwissenschaften gibt. Ein anderer ergibt sich daraus, dass die Wissenschaften, wie auch die Ingenieurskunst und die Medizin bei immer wachsenden Datenmengen mehr und mehr darauf angewiesen sind, mit Visualisierungen zu arbeiten. Das hat ein großes Interesse auch an der Rolle des Bildes in der bisherigen Wissenschaftsgeschichte erzeugt. Der eigentliche Punkt besteht aber darin, dass Daten, die nicht mehr formelmäßig aggregierbar sind, und Daten von Parametern, die nicht menschlichen Sinnen entsprechen, nach Veranschaulichung verlangen. Auch die wissenschaftliche Arbeit, wie das Konstruieren des Ingenieurs und das Operieren von Chirurgen findet mehr und mehr am Monitor, also gewissermaßen auch im Virtuellen statt. Zusammengefasst hat das zu einer Wende in den Kulturwissenschaften geführt, die man mit Mitchell<sup>9</sup> den *iconic turn* nennt. In diesem Zusammenhang hat Klages' Rede von der Wirklichkeit der Bilder eine neue Aktualität.

### 3. Bildpragmatik und Bildakt

Da es sich beim *iconic turn* um eine Dimension der Gegenwartsanalyse, also der Analyse der Moderne handelt, wird man Klages – auch wenn man diese Analyse gern als eine andere Theorie der Moderne apostrophiert – nur in modifizierter Form aufnehmen, nämlich unter ausdrücklicher Einbeziehung der Aufklärung. Klages' Werk selbst hat ja in seiner Bemühung um des Numinose durchaus antimoderne Züge. Es geht aber gerade darum, das Magische auch in der Moderne zu identifizieren.<sup>10</sup> Dies gelingt für das Thema Bild, wie ich meine, wenn man die Wirklichkeit des Bildes im Kontext des Bildgebrauches diskutiert. Das habe ich in meinem Buch *Theorie des Bildes*<sup>11</sup> bei der Analyse der berühmten 1. Arie des Pamino in Mozarts Zauberflöte getan:

Dies Bildnis ist bezaubern schön ....

Ich fasse die Analyse kurz zusammen: Das Bemerkenswerte an dem Geschehen, das Pamino mit seiner Arie kommentiert, ist, dass er sich in das Bildnis der Pamina, nicht etwa in die Person der Pamina verliebt. Es ist der reine Anblick, was ihn fasziniert – ein Fall von *Eros der Ferne*, mit Klages zu sprechen. Dieses Ereignis ist nun im Zusammenhang eines im 18. Jahrhundert üblichen Bildgebrauchs zu sehen, nämlich der Eheanbahnung in höheren Kreisen mit Hilfe von Miniaturen. Das Bild tut seine Wirkung in *diesem* Zusammenhang – die Oper geht mit einer Hochzeit, sogar mit einer Doppelhochzeit aus. Daß das Bild seine Wirkung in diesem Zusammenhang äußert, wird besonders deutlich durch Vergleich mit seinem Gebrauch in einem anderen Zusammenhang: Papageno verwendet das Bild später quasi wie ein Steckbriefbild zur Identifizierung der Pamina: dabei spielt die Schönheit des Bildnisses nicht die geringste Rolle.

---

Bildkultur. In: Michael Großheim (Hrsg.), Perspektiven der Lebensphilosophie. Zum 125. Geburtstag von Ludwig Klages. Bonn: Bouvier 1999, S. 67-76.

<sup>9</sup> William J. Thomas Mitchell, Der pictorial turn. In: Christian Kravagna (Hrsg.) Privileg Blick. Berlin: Ed. ID-Archiv 1997, S.15-40.

<sup>10</sup> Siehe dazu Hartmut Böhme, Fetischismus und Kultur, Ein andere Theorie der Moderne, Reinbek: Rowohlt 2006.

<sup>11</sup> Gernot Böhme, Theorie des Bildes, München: Fink 1999.

Damit ist die allgemeine Frage gestellt, ob Bilder in dem, was sie sind, wie sie wirken, was sie bedeuten, durch den Verwendungszusammenhang, in dem sie auftreten, konstituiert sind. Es stellt sich die Frage nach einer allgemeinen Bildpragmatik. Diese Frage hat zwei Richtungen, nämlich ob Bilder zu bestimmten Zwecken benutzt werden können, eben weil sie als solche Wirkkraft haben; oder ob sie ihre Wirkkraft gerade durch den Verwendungszusammenhang erhalten.

Verwandten Frage ist der Kunsthistoriker Horst Bredekamp jüngst in zwei Vorträgen nachgegangen, - in der Festrede zur Verleihung des Sigmund Freud Preises<sup>12</sup> an ihn und seine Gadamer-Vorlesungen in Heidelberg. In dem ersteren hat er in Analogie zu dem seit Austin und Searl üblichen Begriff des Sprechaktes, des *speech-act* den des *sketch-act* eingeführt. Er hat an Beispielen gezeigt, dass man mit Bildern Handlungen ausführen kann, so wie eine Rede nicht bloß Mitteilung zu sein braucht, sondern eine Handlung sein kann. Bei den Sprechakten ist nun charakteristisch, dass deren Absicht nicht in der Verbalisierung explizit sein muß, wie in dem Satz *ich taufe dich auf den Namen Paul*. Vielmehr kann der Verwendungskontext für die Wirkung eines Satzes verantwortlich sein, so wie der Satz *Rauchen ist gefährlich* je nach Kontext eine reine Tatsachenfeststellung oder auch eine Warnung sein kann.

In den Gadamervorlesungen hat nun Bredekamp mit weiteren Beispielen den Begriff des *Bildaktes* eingeführt. Auch hier ging er zwar von der Analogie zu den Sprechakten aus, hat aber im Folgenden eher auf das abgehoben, was man mit Klages *Die Wirklichkeit der Bilder* nennen kann: Die quasi animistische Wirkung von Bildern, die zu einem sprechen, die gesellschaftliche Praxis der Verehrung oder auch Bestrafung von jemandem *in effigie*, den massenmedialen Einsatz von Bildern in den asymmetrischen Kriegen der Gegenwart, die prägende Kraft von Bildern im Bereich von Architektur und Design.

Diese Vorträge Bredekamps gewichten allerdings nur jeweils die eine oder die andere Seite mehr. Der Zusammenhang wird spürbar, aber man weiß eben doch nicht, ob wir Handlungen durch Bilder vollziehen, weil Bildern handeln, oder ob wir durch den Handlungszusammenhang Bildern Wirkkraft verleihen. Das wird sich wohl auch kaum allgemein, sondern nur durch Analyse von pragmatisch definierten Bildtypen beantworten lassen.

#### 4. Das Kunstbild

Bei der Identifizierung von pragmatischen Kontexten, in denen Bilder Verwendung finden und wirken, kann man leicht ins Uferlose geraten. Es gibt Bilder für die Devotion und Bilder für die Identifikation, es gibt Bilder für die Werbung und für Erzeugung von Teilnahme im politischen Kampf, es gibt Bilder zur Illustration, zur Orientierung, zur Information, zur Repräsentation und vieles mehr. All diese Verwendungsweisen und Wirkmöglichkeiten sollten in einer allgemeinen Bildwissenschaft einen Ort haben. Da sich diese Bildwissenschaft jedoch heute als eine Erweiterung der Kunsttheorie bzw. Kunstgeschichte etabliert, empfiehlt es sich, den Anfang beim Kunstbild zu machen. Das nicht nur, weil hier und nur hier eine ausgearbeitete Theorie des Bildes vorliegt, sondern auch, weil die Verwendung

---

<sup>12</sup> Horst Bredekamp, Dankrede, in: Deutsche Akademie für Sprache und Dichtung. Jahrbuch 2001, Darmstadt 2002, S. 168-172.

von Bildern als Kunstwerken in einem eigentümlichen pragmatischen Zusammenhang stattfindet. Es ist der Kontext von Museen, Ausstellungen und Galerien, der den Umgang mit Bildern qua Kunst definiert und das Dispositiv ihrer Wirkung ausmacht.

Das Museum ist eigentlich ein paradoxer Handlungskontext, - weil er nämlich Handlungen verbietet, bzw. positiv gewendet, einen handlungsentlasteten Raum darstellt. In Museum dürfen Bilder nicht berührt oder bewegt werden, sie sind nur für die Betrachtung da, und die Betrachtung soll rein sein, dh. nicht zu Handlungen führen. Natürlich kommt es gegenüber diesen institutionellen Imperativen immer wieder zu deviantem Verhalten, z.B. aggressiven Akten gegen Bilder. Dieses abweichende Verhalten zeigt, dass durch den Museumskontext die Wirklichkeit der Bilder nicht ganz suspendiert werden kann. Am Eindrucksvollsten zeigt das eine groteske Episode in Günther Grass' Roman *Der Blechtrommler*, in der ein Mann in sexueller Ekstase an einer ausgestellten, vollbusigen Galionsfigur Selbstmord macht.

Die durch das Museum definierte Praxis ist eine Nichtpraxis. Das bedeutet, dass Bildwerke, die ursprünglich für einen anderen Praxiszusammenhang geschaffen wurden, ihrer Wirkung beraubt werden. Das gilt vor allem für religiöse Bildwerke aber auch für Bilder wie das berühmte pompejanische Mosaik *Cave canem*. Der Kunsthistoriker Ernst Gombrich hat diesem Bild eine besondere Studie gewidmet<sup>13</sup>, in der er an Bildern grundsätzlich unterscheidet: die Mitteilungsfunktion, die Ausdrucksfunktion und die Appellfunktion. Das Bild zeigt einen angeketteten wütenden Hund und hat, wie Gombrich schreibt, "selbst im Museum" eine abschreckende Wirkung. Allerdings nicht wirklich. Der Handlungskontext suspendiert die abschreckende Wirkung, die dem Bild als Warnung am Eingang zu einem Grundstück zgedacht war, und lässt sie allenfalls ahnen. Andererseits macht die Neutralisierung der Bildwirkung bzw. die Aufhebung der Bildhandlung dieses Bildwerk gerade zum Kunstwerk. Diesen Effekt hat am eindrucksvollsten Marcel Duchamp demonstriert, indem er ein Urinoir in eine Kunstaussstellung einschleuste – und ihm langfristig einen Museumsplatz sicherte. Dasselbe gilt aber auch für sogenannte religiöse Kunstwerke: sie werden eigentlich erst durch Aufhebung des religiösen Handlungskontextes bzw. ihre Versetzung in Museen zu Kunstwerken. Walter Benjamin hat in seinem berühmten Kunstwerkaufsatz von einer Transformation des Kultwertes von Bildern zum Ausstellungswert gesprochen.<sup>14</sup> Man sieht, dass gerade der handlungs- und wirkungsneutralisierende Effekt, den das Museum auf die Bilder hat, zurückblickend die Frage nach der Wirklichkeit der Bilder in anderen pragmatischen Kontexten aufkommen lässt. Diese Frage ist der Anfang einer allgemeinen Bildwissenschaft.

Benjamin hat den Effekt, den der pragmatische Kontext auf Bilder hat, auch als Auratisierung und De-Auratisierung beschrieben – jedenfalls kann man seinen Kunstwerkaufsatz so lesen.<sup>15</sup> Auratisierung

---

<sup>13</sup> Ernst H. Gombrich, *Das Bild und seine Rolle in der Kommunikation*. In: ders. *Bild und Auge. Neue Studien zur Psychologie der bildlichen Darstellung*, Stuttgart: Klett-Cotta 1984.

<sup>14</sup> Walter Benjamin: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt/M.: Suhrkamp 11. Auflage 1979.

<sup>15</sup> Benjamin spricht explizit nur von einem Verlust der Aura durch technische Reproduktion. Bei ihm wird dieser

wäre der Prozess, durch den ein Bildwerk eine Aura erhält. Die Aura ist nach Benjamin die Atmosphäre der Achtung und Einmaligkeit, die ein Kunstwerk umgibt. Dieser Prozess kann je nach Gegenstand als positiv oder negativ, als bereichernd oder verarmend angesehen werden. So wird Duchamps Urinoir durch seine Versetzung ins Museum auratisiert: vom trivialen, berühr- und benutzbaren Alltagsgegenstand wird es zum Kunstwerk. Das wird man als Aufwertung verstehen. Bei den religiösen Bildwerken wird man den Prozess der Auratisierung dagegen als Abwertung ansehen, insofern sie durch ihre Transformation in Kunstwerke der Atmosphäre der religiösen Verehrung, die sie umgab, und ggf. der Heilswirkung entkleidet werden. Wie das Museum auch ein pragmatischer Kontext ist, wenn zwar der Kontext des Nicht-Handelns, so ist die Aura, die das Kunstwerk umgibt, zwar auch eine Atmosphäre, doch nur die verdünnte Atmosphäre der Achtung vom dem Unikat und des *noli me tangere*.

Die damit gegebene Sicht von *Museum* und anderen Kunstinstitutionen als paradoxer Handlungskontexte ist natürlich eine Stilisierung. Sie trägt der historischen Tatsache Rechnung, dass, was wir als Kunst verstehen, nämlich autonome Kunst erst mit dem Museum einerseits und natürlich mit der Entwicklung eines Kunstmarktes andererseits entstanden ist. Auch die Museen waren in ihrem Anfang, nämlich als höfische oder patrizische Kunst- und Wunderkammern noch nicht handlungsentlastete Räume. Vielmehr dienten sie der Repräsentation, so dass, was dort als Kunst erschien – außer den Antiken – im wesentlichen die Produkte des manieristischen Kunsthandwerks waren. Man fragt sich, was nach dem Wegfall auch dieses Zwecks von Museumsbildwerken sie als Kunstwerke qualifiziert, oder anders gesprochen, welche Art von Wirkung Bildwerke haben mussten, um auch noch im handlungsentlasteten Raum des Museums zu wirken. Die Duchamp'sche Antwort scheint hier nicht hinreichend und zwar vor allem deshalb, weil es auch eine Tendenz der Kunst gibt, aus dem Museum auszubrechen. Kunst als gesellschaftliche Intervention, Kunst als Happening im öffentlichen Raum macht ja die Bildwerke, die dabei eine Rolle spielen nicht gleich zu Gebrauchsgegenständen. Doch wenn sie nicht wieder zu Dekorationsstücken herabsinken, dann wird ihnen außerhalb des Museums ihre Deplaciertheit bleiben, welche offenbar gerade ein Moment ihrer Wirksamkeit ist.

##### 5. Private Fotos

Zum Kontrast gegen das Kunstbild wähle ich die Fotografie. Der Status der Fotografie als Kunstwerk ist bis heute prekär geblieben, obgleich es natürlich viele Fotos in Museen gibt und Fotos in Ausstellungen sehr häufig als Kunstwerke präsentiert werden. Doch einerseits entstehen fast alle Fotos in einem Praxiszusammenhang – die explizite Herstellung eines Fotos als Kunstwerk dagegen ist sehr häufig eine Quernutzung der Kamera oder überhaupt eine exzentrische Herstellung eines Lichtbildes etwa durch Fotogravur oder mit einer Lochbildkamera. Heute, im Zeitalter der elektronischen Bildbearbeitung sind Kunstfotos häufig sekundär bearbeitete gewöhnliche Fotos. Andererseits kann man natürlich praktisch jedes Foto durch Auratisierung zum Kunstwerk machen. Das ist gerade in

---

Effekt primär als ein Verlust der Einmaligkeit gesehen, es handelt sich jedoch auch um eine Versetzung von Kunstwerken in andere Handlungskontexte, als Museen es sind.

jüngster Zeit durch museale Präsentation von Amateurfotos oder sogar ganzer Fotoalben geschehen. Am konsequentesten ist wohl die Transformation eines Fotos in ein Kunstwerk im Fotorealismus, d.h. in einer Malerei, die die Sichtweise von Fotos zum Thema hat. Gerade diese Transformation des Fotos, die es zum Akt des reinen Sehenlassens macht, verdeutlicht, dass sich ein Foto darin in der Regel gerade nicht erschöpft.

In welche Handlungskontexte also sind Fotos eingespannt und wie wirken sie darin als Bilder? Ich beschränke mich im Folgenden zunächst auf das Privatfoto, um dann noch kurz auf das Werbefoto und das politische Foto einzugehen.

Das Privatfoto ist nicht die erste Generation der Fotografie, weil Fotografieren zunächst eine Sache von Spezialisten war. Es hat aber in seiner ersten Phase die Portraitfotografie beerbt, und damit deren Praxiszusammenhang. Es ging um die Darstellung von Persönlichkeiten zum Zwecke der Repräsentation. In diesem Kontext verlangten die Bilder Achtung und sie strahlten in der Regel ständische Gediegenheit aus. Dieser Praxiszusammenhang ist verlorengegangen, weil sich die Verbindung von gesellschaftlichem Ansehen und Aussehen einer Person gelöst hat. Diese alten Repräsentationsfotos sind heute rückblickend nicht mehr grundsätzlich unterschieden von den künstlerischen Typenfotos eines August Sander.

Die Privatfotografie hat aber aus diesem Erbe eine bestimmte Verwendung von Fotos übernommen, nämlich das Präsentmachen ein Person. Man will durch das Foto eine Person auch in ihrer Abwesenheit oder gar nach ihrem Tod bei sich behalten. Dieser Umgang mit Fotos ist im Grunde eine magische Praktik, die durchaus an die älteren Praktiken, eine Person *in effigie*, d. h. im Bild zu verehren oder auch zu verurteilen, anknüpft. Sie ist vor allem deshalb möglich, weil die Fotografie wie keine andere Bildtechnik quasi die Ablösung des Aussehens von etwas – in einer bestimmten Konstellation und zu einer bestimmten Zeit natürlich – ermöglicht. Insofern das Aussehen von jemandem ein wesentlicher Faktor in der Atmosphäre ist, die er ausstrahlt und durch die er als anwesend spürbar wird, können Fotos in eingeschränktem Maße Personen in ihrer Anwesenheit vertreten. Das ist die Wirklichkeit von Fotos, wie sie in der Praxis alter Leute, sich mit Fotos zu umgeben, geschieht. Doch dieser Gebrauch von Fotos, den man auch gerne Fetischismus nennen kann, weil ein Großteil der gespürten Präsenz der abgebildeten Person von der betrachtenden geliehen ist, geht weit über den Kontext des Altenheims hinaus. Verwandte und Liebende tragen die Fotos ihrer Angehörigen mit sich im Portemonnaie herum; sie sind ihnen eine Art Garant der Nähe; das Foto ist ein Talisman einerseits und ein Stück von ihm – dem Geliebten – andererseits. Diese Bildpraxis kann so weit gehen, dass affektive Regungen, sei es nun Liebe oder Zorn sich auf das Foto richten. Wir haben es hier mit einer Bildwirkung – Gegenwärtigsein einer geliebten Person – zu tun, die offenbar tief in eine Bildpraxis eingebunden ist. Zwar gibt es für diese Bildwirkung ein *fundamentum in re*, doch kann sie sich nur entfalten und halten in einer persönlichen Praxis, die zudem von einem kulturellen Umfeld gestützt wird.

Eine zweite Praxis der Privatfotografie ist die Herstellung von Erinnerungsfotos. Sie hat eine enge Beziehung zur Gattung des Schnappschusses. Erinnerungsfotos sollen eine bestimmte ephemere Szene,

einen Augenblick eines Geschehens festhalten. Diese Fotos erfüllen sicher ihren Zweck mehr oder weniger, tatsächlich aber doch so gut, dass der moderne Mensch in seiner Erinnerung häufig die Erinnerung an das Ereignis oder die Unternehmung nicht von der Erinnerung an das Foto unterscheiden kann. Schnappschüsse sind als Foto besonders gut, wenn in ihnen gelingt, den entscheidenden Augenblick im Sinne Lessings, nämlich den Moment, in dem ein Verlauf gebündelt ist, weil er in ihm auf der Kippe steht, festzuhalten. Erinnerungsfotos haben dann quasi eine *Madeleinsche* Potenz, d.h. man kann aus ihnen wie Proust nach der Darstellung in dem Roman *Auf der Suche nach der verlorenen Zeit* ganze Welten der Vergangenheit herausaugen. Biographien sind deshalb heute für viele Menschen weniger narrative Zusammenhänge als vielmehr in Fotos quasi holographisch verdichtete Komplexe. Dieser Wandel dürfte ein starkes Argument für den *iconic turn*, nämlich die Wende von der Schrift zum Bild sein.

Freilich darf man diese Bildpraxis auch nicht überschätzen. Sie ist nämlich inzwischen von einer anderen überlagert, die an derselben Möglichkeit des Fotos anknüpft wie der Schnappschuss, nämlich einen Moment festzuhalten. Gerade der Moment, der Augenblick, das unmittelbare Dasein entgeht uns modernen Menschen in der Regel.<sup>16</sup> Durch die dominante Sorgestruktur unserer Existenz und die Intentionalität des Bewusstseins kann ein Spüren des Daseins in der Regel nicht aufkommen. Deshalb muß das Foto die Funktion übernehmen, uns der Wirklichkeit des Geschehens, an dem wir teilnehmen, zu versichern. Diese affirmative Wirkung von Fotos ist zuerst durch das Polaroidfoto entdeckt worden, und motiviert heute einen großen Teil der digitalen Fotografie, insb. der Fotografie mit Mobiltelefonen. Vom Konzept des Erinnerungsfotos her gesehen wäre diese Praxis ganz unverständlich. Man will sich ja nicht erinnern, sondern durch das Foto bestätigt bekommen, dass man hier und jetzt da ist. Der durch das moderne Leben erzeugte Verlust an Dasein wird durch das Foto kompensiert, bzw. das Daseinsgefühl wird durchs Foto vermittelt zurückgewonnen. Die Bildpraxis *Fotografieren und gleich anschauen* begründet hier also wieder die Bildwirkung, nämlich die der Daseinbestätigung. Sie ruht aber darauf, dass Bilder – und Fotos im Besonderen - die Wirklichkeit am Realen präsentieren.

Diese Bildpraxis hängt – leider – mit einer anderen, pervers zu nennenden zusammen, nämlich der Gewohnheit vieler Verbrecher, insbesondere von Sexualverbrechern ihre Verbrechen in Bildern – gewöhnlich Videos – zu dokumentieren. Diese Praxis ist paradox, weil sie ja die Dokumente produziert, die zur Überführung des Verbrechers führen können. Sie scheint damit zusammenzuhängen, das die betreffenden Personen, so wenig wie andere, die Lust am Dasein unmittelbar erfahren können. Die Lust an den angestrengten und gewaltsamen Sexualvollzügen stellt sich wohl erst in der Betrachtung der Bilder ein. Das kann ebenfalls für Verbrechen mit sadistischen und anarchistischen Motiven zutreffen, also solchen Verbrechen, die nicht zur Erreichung eines Zieles unternommen werden, sondern der Absicht nach für den Verbrecher selbst lustvoll sein sollen.

---

<sup>16</sup> Gernot Böhme, *Das Glück, da zu sein*: In: II. Jahrbuch für Lebensphilosophie (Hg. R. J. Kozljanič), München: Albunea Verlag 2006, S. 209-218.



## 6. Werbefotos

Werbefotos sind für die Frage nach der Wirklichkeit der Bilder von besonderem Interesse, weil in ihnen, mit Gombrich zu sprechen, die Appellfunktion der Bilder dominant ist. Das war nicht immer so, weil die Werbung noch zu Anfang des 20. Jahrhunderts wesentlich Information über die Ware war. Hier ging es also noch primär um Darstellung. Aber in der Werbung der Gegenwart tritt die Information über die Waren und ihren Gebrauchswert zurück. Um so mehr geht es darum, erstens überhaupt Aufmerksamkeit zu erregen und zweitens den potentiellen Käufer auf eine bestimmte Lebensart einzustimmen. Das ist erklärungsbedürftig.

Zunächst das Erste: In einer Zeit mit Reizüberflutung und insbesondere einem Überangebot von Bildern ist die Aufmerksamkeit in knappes Gut geworden.<sup>17</sup> Deshalb muß ein Werbefoto vor allem in die Augen springend sein. Was heißt das? Hier soll offenbar von einem Effekt Gebrauch gemacht werden, der sich bei der Bildbetrachtung in der Regel erst nach längerer Zeit einstellt, nämlich dass mich das Bild anblickt. Es soll von dem Bild eine Aktivität ausgehen, die überhaupt erst dazu führt, dass ich meine Aufmerksamkeit auf das Bild richte. Das geschieht nun einerseits durch den Bezug auf tiefsitzende Bildschemata, insbesondere sexuelle, andererseits gerade durch das Gegenteil nämlich durch aus dem Gewohnten herausfallende Anblicke. Die extensive Nutzung sexuell ansprechender Anblicke in der Werbung nutzt eine Form der Wirklichkeit der Bilder, die geradezu als deren Prototyp angeführt werden könnte. Unglücklicherweise hat Klages in seinem Eifer, den Eros der Ferne herauszuarbeiten, diesen Bereich gänzlich ins Abseits gedrängt. Doch sexuelle Anblicke sind in einem Maße für das Leiblich-Geschlechtliche entscheidend, dass selbst Masturbierende - oder gerade die - nicht auf entsprechende Bilder verzichten können. Adam Bernd spricht hier mit Recht von einem Figurieren des Leibes durch Anblicke.<sup>18</sup> Doch was hat das in der Werbung zu suchen? Ist die Werbung ein erotischer Handlungszusammenhang? Eigentlich natürlich nicht, doch die Werbung macht durch die erotischen Bilder Anleihen bei diesem Handlungszusammenhang, um ihn mittels der archetypisch angelegten Empfänglichkeit für diese Bilder zur Erregung der Aufmerksamkeit zu nutzen. Mehr noch: nicht nur die Aufmerksamkeit des Kunden zu erregen, sondern auch - durch die erotische Anmutung - eine positive Grundhaltung gegenüber der Marke oder dem Produkt.

Damit gehe ich, unter Auslassung des Effekts der Störung, der Irritation, direkt zu dem andern Punkt über, nämlich dass die Werbung eine Einstimmung in eine gewisse Lebensweise bewirken soll. Tatsächlich stellt das Werbefoto heute in den seltensten Fällen das Produkt als solches und in seinem Gebrauchswert heraus. Vielmehr erscheint das Produkt als Ingrediens in einer Szene – das Bier im Rahmen eines Segeltörns, das Messer im Ambiente eines Hobbykochs – weil die meisten unserer Waren nicht mehr Gebrauchs- sondern vielmehr Ausstattungsstücke sind. Sie erscheinen deshalb im Werbebild auch nicht mehr primär unter der Perspektive ihres Gebrauchswertes sondern in ihrem szenischen Wert.

---

<sup>17</sup> Georg Franck: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München: Hanser 1998

<sup>18</sup> Adam Bernd, Eigene Lebens-Beschreibung (1738), München: Winkler 1973.

Diese Entwicklung der Warenästhetik<sup>19</sup> verlangt nun vom Werbebild eine besondere Wirkung, die ich *Einstimmung* genannt habe. Atmosphären sind ja grundsätzlich der Art, dass sie denjenigen, der in sie hineingerät, ihrem Charakter entsprechend stimmen: die melancholische Atmosphäre hat die Tendenz, mich melancholisch zu stimmen, die heitere heiter.<sup>20</sup> Die Werbebilder versuchen entsprechend eine Atmosphäre auszustrahlen, die den potentiellen Kunden anmutet und in die er sich virtuell einleben soll. Der Praxiszusammenhang, in dem sich diese Wirklichkeit der Bilder entfaltet, nämlich die *Einstimmung*, ist damit eine Ausdehnung der Warenästhetik in den Bereich des Lebensvollzuges. Es werden nicht mehr Waren zum Verkauf dekoriert, sondern vielmehr Waren als Erzeugende von Lebensformen angedient.

## 7. Politische Fotos

Ein weitere Gattung von Fotos, die in der Perspektive einer Wirkung gemacht werden, sind die politischen Fotos. Dabei bilden die Fotos von Politikern vielleicht die größte Menge – Fotografen begleiten ja das politische Tagesgeschehen auf Schritt und Tritt. Insofern sind diese Fotos in der Regel nichts als Information: Politiker XY war hier oder da. Sie haben allerdings auch eine bestimmte Wirkung, insofern sie nämlich das Image eines Politikers bilden oder befestigen. Diese Funktion kommt besonders in Wahlkämpfen zum Tragen. Man könnte glauben, dass dieser pragmatische Umgang mit Fotos relativ uninteressant ist. Doch gerade hier kommen Grundzüge der Klages'schen Bildtheorie zum Tragen, denn Politiker sind heute öffentliche Personen wesentlich durch ihr Bild. Als Bild sind sie der Bevölkerung präsent und im Medium der Bilder agieren sie. Politik vollzieht sich, insoweit sie öffentlich ist, im wesentlichen auf der Bühne, nämlich der Bühne des Fernsehens und der anderen Bildmedien. Die ständige Inszenierung und Bildproduktion ist deshalb umgekehrt ein wesentlicher Teil des politischen Geschäftes. Wenn der Soziologe Catoriadis von unserer Gesellschaft als imaginärer spricht, so findet diese Rede in dieser Praxis eine Stütze.

Da der Politiker also heute wesentlich sein Bild ist, werden Fotos besonders interessant, die mit dem Politiker zugleich durch irgendeinen Schrägblick den Menschen zeigen, der dahinter steckt. Diese Konfrontation von Mensch und Bild-Person im Bild kann dem Foto unter Umständen einen besonderen ästhetischen Wert verleihen, in der Regel wird sie aber eher im Sinne des Kinderblicks auf den nackten Kaiser in Andersens Märchen verwendet – und kann dann unter Umständen eine politische Karriere vernichten.

Soweit zum Alltag der Politikerfotos. Horst Bredekamp hat nun in seinem Heidelberger Vortrag bereits auf die Rolle von Bildern im politischen Kampf hingewiesen: auf die Videos bei politischer Erpressung, auf die Fotos von menschenrechtswidrigen Handlungen. Diese Fotos haben im Kampf um

<sup>19</sup> Zu dieser Analyse siehe meine Aufsätze: Zur Kritik der ästhetischen Ökonomie. In: Zt. für kritische Theorie 12/2001, S. 69-82; und

Fortschritte der Warenästhetik. Passagen an den Rändern der Kulturwissenschaft. In: N. Adamowsky, P. Matussek (Hrsg.) Auslassungen. Leerstellen als Movens der Kulturwissenschaft. Würzburg: Königshausen & Neumann 2004, S. 31-38.

<sup>20</sup> Analog zu Klages Feststellung. "Der Ausdruck eines Lebenszustandes ist so beschaffen, dass seine Erscheinung den Zustand hervorrufen kann". Grundlegung ...aaO., S. 72.

Anerkennung bzw. im Kampf durch Demütigung, sie haben auch für die Emotionalisierung der Massen, die Parteibildung und die Beschaffung von Gefolgschaft oder auch nur von Loyalität eine große Bedeutung.

Aber auch jenseits der Kämpfe politischer Fraktionen haben Bilder politische Wirkung, um nicht zu sagen: Macht. Eine ihrer eindrucksvollsten Wirkungen ist die Mobilisierung der Öffentlichkeit. Man kann geradezu die Behauptung wagen, dass heute die öffentliche Willensbildung eher durch Fotos und andere Bilder zustande kommt als durch verbale Information. So war in der Kampagne zur Beendigung des Vietnamkrieges ein Foto, auf dem ein GI einem Vietnamesen eine Pistole gegen die Schläfe richtet von großer Bedeutung, so hat ein Foto von einer Mutter, die ihren durch die Minamatakrankheit zum debilen Krüppel reduzierten Sohn im Arm hält, die japanische Öffentlichkeit so bewegt, dass Umweltsünden endlich zu einem rechtlichen Delikt erklärt wurden, so hat das Bild eines Aidskranken, um dessen Sterbebett seine Familie versammelt ist, in den USA und vielleicht weltweit den Kampf gegen Aids zum Politikum gemacht. Ferner kann man die Bilder von ölverschmierten Robben und verendenden Meeresvögeln für die Entstehung einer breiten Mobilisierung für Umweltfragen ansehen. Die Wirkung, die diese Bilder erzeugen, ist vor allem Teilnahme. Sie erzeugen Emotionen, die dann zu politischen Aktionen genutzt oder zumindest in Spendenbereitschaft umgewandelt werden können. Mehr als Informationen, die ja in der Regel durch ihren sachlichen und statistischen Charakter einen kalt lassen und schlicht zur Kenntnis genommen werden, sind es die Bilder, die beim Empfänger das Gefühl erzeugen, dass ihn das Mitgeteilte angeht.

Der pragmatische Kontext politischer Bilder ist eigentlich der Kontext der Informationsmedien. Doch sie sind gewissermaßen der Ton, der die Musik macht, oder, mit dem Sprachpsychologen Bühler zu sprechen, sie bilden neben der Mitteilungsebene der Sprache die Beziehungsebene. Ihre Wirksamkeit ist umso größer, desto mehr sie beiher spielen, während die Aufmerksamkeit auf die Inhalte gerichtet ist.

## 8. Schluß

Zum Schluss noch einen Rückblick auf Klages' Rede von der Wirklichkeit der Bilder. Wir haben in unserer Zeit überwältigende Beispiel für die Berechtigung dieser Rede – freilich weit ab von dem Feld, in dem Klages sie entfaltet hat. Bei ihm ging es um Natur und Kunst und um beides zusammen: um heidnische Erfahrungen des Numinosen. Wir jedoch erfahren die Wirklichkeit im Zusammenhang technischer Bildproduktion. Doch gerade hier können wir die beiden Dimensionen der Wirklichkeit der Bilder, nämlich ihre emotionale Wirksamkeit einerseits und ihre relative Selbständigkeit andererseits mit Beispielen belegen: Unsere Wirklichkeit ist weitgehend die Wirklichkeit nicht der Anblicke, die die Dinge, die Tiere uns gewähren, nicht die Wirklichkeit der Gesichter und Gesichte. Unsere Wirklichkeit ist die sog. virtuelle Welt<sup>21</sup>, die Welt technisch produzierter Bilder.

Hier nun erfahren wir – vielfach gegen die Ideologie einer entzauberten Welt – dass Bilder nicht

---

<sup>21</sup> Gernot Böhme, Die Wirklichkeit der Bilder. In: Chr. Filk, M. Lommel, M. Sandbothe (hrsg.), Media Synaesthetics. Köln: Herbert von Halem Verlag 2004, S. 84-94.

einfach etwas mitteilen, sondern einen ergreifen, dass sie beim Empfänger eingreifen und ihn in seinem Zustand formieren. Wie das geschieht, mag uns so rätselhaft erscheinen wie je und es ist nicht verkehrt hier von einer Bildmagie zu sprechen. Doch könnten wir davon mit Hilfe der Bildpragmatik in gewisser Weise Rechenschaft geben. Wir haben gesehen, dass der Verwendungszusammenhang für die Wirkung der Bilder ein Dispositiv ist. Ferner kann man aus dieser Perspektive eine – zumindest handwerkliche – Einsicht in die Machbarkeit von Bildwirkungen gewinnen. Diese verlangte allerdings ein anderes Konzept von Bild, als es in den Bildtheorien bisher vorherrschend ist. Bilder werden in der Regel von dem her verstanden, was sie zeigen, sie selbst oder Momente im Bild als Zeichen. Um die Wirklichkeit der Bilder zu verstehen käme es aber darauf an, sie nicht zu lesen oder zu deuten, sondern sie vielmehr als Ausdruck aufzunehmen und zwar nicht als Ausdruck von etwas anderem, das dahinter liegt – etwa der Absicht des Künstlers. Es ginge um das Wie ihrer Heraustretens, um ihre Ekstasen, sie wären eher wie ein Gesicht und seine expressiven Züge zu verstehen oder wie eine Maske, als artikulierte Weisen des sich Zeigens, oder, wie Klages sagt, als *Erscheinungswesen*.