

*Beiträge zur Politikwissenschaft · Band 4*

Bernd Mayerhofer

**Die Tugend der Augen**

Beiträge zur politischen Aisthetik



Herbert Utz Verlag · München

Beiträge zur Politikwissenschaft

Band 4

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in  
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte  
bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Zugleich: Dissertation, München, Univ., 2003

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch  
begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung,  
des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der  
Wiedergabe auf photomechanischem oder ähnlichem We-  
ge und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen  
bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwendung,  
vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH 2006

ISBN 3-8316-0553-X

Printed in Germany

Herbert Utz Verlag GmbH, München  
Tel.: 089-277791-00 · [www.utzverlag.de](http://www.utzverlag.de)

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
I Einleitung .....	10
II Politische Aisthetik .....	17
II.1 Politik als Perzeptionsphänomen .....	18
II.2 Aisthetik – Ästhetik – Anästhetik .....	26
II.3 Politische Ästhetik oder Politische Aisthetik?.....	35
II.4 Politische Bildwissenschaft .....	40
III Die Tugend der Augen.....	54
III.1 Das Auge .....	56
III.1.1 Das kreative Auge .....	58
III.1.2 Das perspektivische Auge .....	67
III.1.3 Das praktische Auge.....	73
III.2 Die Tugend der Augen .....	85
III.2.1 Die dreifache Tugend .....	87
III.2.2 Der Vorzug des Gesichts.....	92
III.2.3 Exkurs: Sinnespöbel .....	100
III.2.4 Das rechte Sehen .....	105
III.3 Exkurs: Das objektive Auge .....	123
IV Die Macht der Bilder.....	127
IV.1 Das Bild.....	128
IV.1.1 Abbilder.....	129
IV.1.2 Zeichen .....	134
IV.1.3 Bedeutende Flächen .....	139
IV.2 Die Macht der Bilder.....	141
IV.2.1 Die Tugend der Bilder.....	142
IV.2.2 Stumme Behauptungen .....	148
IV.2.3 Die Spuren der Bilder.....	154
V.3 Exkurs: Benjamin oder die Fundierung auf Politik.....	158
V Kultbilder – Wahrnehmung des Unsichtbaren .....	167
V.1 Das magische Bild .....	169
V.2 Das sakrale Kultbild .....	173
V.2.1 Fundierung im Ritual .....	175
V.2.2 Bilderverehrung und Bilderdienst .....	178
V.2.3 Das Bild Gottes.....	182

V.3 Das profane Kultbild .....	189
V.3.1 Ansicht und Ansehen .....	191
V.3.2 Erhöhung und Überhöhung .....	199
V.3.3 Image und Illusion .....	202
V.4 Exkurs: Augustus oder die Ordnung der Bilder .....	206
V.5 Bilderstreit und Bilderstürme .....	212
V.5.1 Der byzantinische Bilderstreit .....	213
V.5.2 Der reformatorische Bildersturm.....	219
V.5.3 Der Bildersturm als Kommunikationsprozess.....	230
VI Bilderkult – Sichtbare Politik .....	236
V.1 Sichtbare Politik .....	238
VI.1.1 Das Visibilitätsdilemma .....	240
VI.1.2 Symbolische Politik.....	247
VI.1.3 Sinnfällige Inszenierungen.....	252
VI.2 Ikonische Öffentlichkeit.....	258
VI.2.1 Beobachtende Systeme.....	261
VI.2.2 Ökonomie der Aufmerksamkeit.....	269
VI.2.3 Ontologie des Scheins .....	275
VI.3 Bilderzwänge.....	281
VI.3.1 Die Auslese vor der Apparatur.....	282
VI.3.2 Demokratischer Visualismus .....	285
VI.3.3 Die Inflation der Gesichter.....	293
VII Primat der Optik – ein ideengeschichtliches Schlusswort .....	297
VII.1 Platon oder die blinde Menge .....	297
VII.2 Machiavelli oder die Inszenierung des Scheins.....	302
VII.3 Hobbes oder die sichtbare Gewalt .....	309
VII.4 Nietzsche oder der parteiliche Blick.....	322
VII.5 Arendt oder die Vielfalt der Perspektiven .....	328
Literaturverzeichnis .....	335

„Das Auge, mittels dessen von den Betrachtern die Schönheit der Welt wiedergespiegelt wird, ist von solch hoher Auszeichnung, dass, wer in seinen Verlust einwilligt, sich der Vorstellung aller Werke der Natur beraubt, um deren Schau willen die Seele zufrieden in ihrem Menschenkerker ausharrt, Dank den Augen, durch die sie sich alle die verschiedenen Dinge der Natur vergegenwärtigt und ansichtig macht. Wer aber die Augen verliert, der verlässt seine Seele in einem dunklen Gefängnis, wo jede Hoffnung dahin ist, die Sonne, das Licht der ganzen Welt, je wieder zu schauen.“

„Sicher, es gibt Niemanden, der nicht lieber Gehör und Geruch verlieren möchte, als das Auge“.

*(Leonardo da Vinci, Vom Auge)*

GALILEI: Auch das Sehvermögen ist vollkommen.  
Die Menschen haben sehr gute Augen.  
APICIUS: Welche schwachen Augen sind es dann,  
denen Eure Gläser zu Hilfe kommen sollen?  
GALILEI: Es sind die Augen der Philosophen.  
(Fontenelle, Totengespräche)

## I Einleitung

„Wenn man befehlen will, muss man vor allem zu den Augen sprechen“<sup>1</sup> – dieses Napoleon Bonaparte zugeschriebene Bonmot deutet an, worum es in dieser Arbeit gehen wird: um die politische Bedeutung des Augenscheins und um die Macht, den „Bonapartismus“ der Bilder. Mit anderen Worten: um Politik als eine Form *visueller Kommunikation* bzw. Praxis. Die Politikwissenschaft hat, von Ausnahmen abgesehen, die nicht „schulbildend“ geworden sind, das Auge bislang ignoriert, an das Sehen – und Gesehen-Werden – kaum einen Gedanken verschwendet, geschweige denn eine Theorie. Ein rationalistisches Vorurteil dürfte verantwortlich zeichnen für diese charakteristische Wahrnehmungsschwäche einer Disziplin, die das Handeln der politischen Akteure gewöhnlich auf rationale Motive und/oder den Einfluss spezifischer, rational analysierbarer Faktoren und Strukturen zurückzuführen bestrebt ist, Fragen nach dem Zusammenhang von Sinnlichkeit, Wahrnehmung und Politik dabei jedoch ebenso ausklammert wie die nach der politischen Optik bzw. nach der spezifischen Optik des Politischen. Allenfalls im Rahmen der Forschungen zur Politischen Kultur und zur Politischen Psychologie sowie im Kontext konflikttheoretischer Untersuchungen zur Internationalen Politik wurden Wahrnehmungsphänomene bislang thematisiert, ohne dass daraus jedoch ein eigenständiger „Approach“ entstanden wäre. Insbesondere die Politische Psychologie hat – wie die (Wahrnehmungs-) Psychologie allgemein – vielfältiges Material zusammengetragen, das sich für entsprechende Untersuchungen fruchtbar machen ließe. Gleiches gilt für die (rudimentäre) Politische Ästhetik und die Symbolische Politikforschung – beide thematisieren freilich ausschließlich die Ausdrucksdimension des Politischen und klammern die „Eindruckssphäre“ nahezu aus. Soweit diese Aspekte in den Blick geraten, geschieht dies vorwiegend unter dem Gesichtspunkt der visuellen Repräsentation

---

<sup>1</sup> Zitiert nach Paul Virilio (1994), S. 65.

tion von Macht und Herrschaft. Auf der Strecke bleibt die Wahrnehmung der Politik, bleibt die *Aisthetik* des Politischen.

Dass das Auge nicht nur rezipiert, sondern „apperzipiert“, dass es sich nicht nur beeindrucken lässt, nicht nur passiv registriert, sondern aktiv sondiert, organisiert und konstruiert, dass es, mit anderen Worten, nicht nur zu empfangen, sondern auch zu „senden“ vermag, gehört zu den Überzeugungsfundamenten der Politischen Aisthetik nicht minder wie zu jenen der modernen Wahrnehmungspsychologie. Das „Leben der Augen“ (Jean Starobinski) lässt sich auf Datenaufnahme und Informationsverarbeitung so wenig reduzieren wie das Essen auf die Nahrungsaufnahme und die Verdauung oder die Politik auf die Herstellung allgemein verbindlicher Entscheidungen; es ist wesentlich Blick, ein intentionales Sehen: Hinblick, Ausblick, Überblick, suchender, liebender, verehrender Blick, selbstverständlich auch Wegblick, feindseliger, enttäuschter, verzweifelter Blick. Es gäbe ihn nicht, den lebendigen Blick, ohne den Eros, das „Begehren der Augen“ (Augustinus). Dem Bedürfnis, sich ein eigenes Bild von den Dingen zu machen, korrespondiert von jeher der Wunsch, die Welt ins Bild zu setzen – und eine ikonische Praxis, die diesem Wunsch Rechnung trägt, die Bilder produziert, um dem Unanschaulichen zur Anschauung, der Anschauung zur Vorstellung und der Vorstellung zur Ansicht bzw. zur Überzeugung zu verhelfen. Darin vor allem besteht die politische Bedeutung des Augenscheins, dass er, nicht zwangsläufig, so doch mit einer gewissen, literarisch, philosophisch und wissenschaftlich gleichermaßen hinreichend ausgewiesenen Tendenz, *Ansichten* produziert, die sich, oft gegen besseres Wissen und die Einsprüche der Vernunft, zu Überzeugungen kristallisieren. Der Evidenz des Augenscheins haben Worte häufig genug nichts entgegenzusetzen. Mag man „auch tausendmal von einem Gegenstande gehört“ haben, so spricht doch „das Eigentümliche desselben ... nur zu uns aus dem unmittelbaren Anschauen.“<sup>2</sup> Das unmittelbare Anschauen verhilft zu einer eigentümlichen und eigentümlich intensiven Wirklichkeitserfahrung. Weil sie auf ein Abwesendes bloß verweisen, sind Worte abstrakt, anzweifelbar; Bilder dagegen zeigen etwas und partizipieren derart an der zweifelresistenten, Zweifel beseitigenden Macht des Augenscheins, obgleich es sich in ihrem Fall um Objekte einer „mittelbaren“ Anschauung handelt, um Medien also, die sich letztlich wie Worte auf das Gezeigte nur „beziehen“. Dass es sich bei Bildern notwendig um Inszenierungen handelt, die Wirklichkeit im gleichen Maße gestalten, wie sie sie abbilden, dieses Wissen gehört wohl zum Gemeingut konstruktivistisch aufgeklärter Wissenschaften, doch begleitet es kaum je den Wahrnehmungsakt selbst.

---

<sup>2</sup> Johann Wolfgang von Goethe (1948ff.), Bd. 11, S. 235.

Keinen Gedanken verwenden wir im Alltag auf den Sauerstoff, den wir un-  
aufhörlich inhalieren, keinen Gedanken auch auf das Sehen, das uns so selbst-  
verständlich dünkt wie die motorische Fortbewegung oder das Hören und ins  
Bewusstsein erst gerät, wenn Störungen auftreten, das Sehen zu erblinden  
droht. Das Sehen lässt sich nicht sehen, die Wahrnehmung nicht wahrnehmen  
– ist über beide zu sprechen, so gerät dieses Sprechen notwendig in einen Hin-  
terhalt: Es spricht über etwas, das erst auf Distanz gebracht, verfremdet wer-  
den muss und droht dadurch die eigentümliche Qualität dessen, worüber es  
spricht, zu verfehlen. Deshalb, auch deshalb hält sich die vorliegende Arbeit  
ans Bild, das helfen soll, über das Sehen zu sprechen. Das Bild fordert das  
Sehen heraus; im betrachtenden Hinblick erfüllt sich der Zweck des Bildes.  
Freilich füllt der Blick das Bild auch auf, liest er aus dem Bild Bedeutungen  
heraus, die im Bild nicht explizit enthalten sind. Der Blick verleiht dem Bild  
eine spezifische Existenz, eine Bedeutung und Bedeutsamkeit, die sich nicht  
von selbst, spricht: vom Bilde aus versteht, sondern vom Betrachter abhängt  
und von dessen spezifischen Dispositionen. Weil jeder Blick – ebenso wie  
jedes Bild – nur eine von vielen möglichen Perspektiven realisiert, vermag  
kein einziger den Reichtum der Bedeutungen auszuschöpfen, die im und mit  
dem Bild gesetzt sind. Natürlich spielt es keine geringe Rolle, um welchen  
Bildtyp es sich im Einzelfall jeweils handelt: Ikonen, Denkmäler, Tafelbilder,  
Photographien, Film- oder Fernsehbilder, Momentaufnahmen, aufwendige  
Studioinszenierungen oder digital bearbeitete bzw. elektronisch erzeugte Bil-  
der. Fast ebenso wichtig ist freilich der Kontext der Bilder – ihre „Macht“ ent-  
falten sie nur in spezifischen „Settings“, die zugleich Rezeptionskontexte dar-  
stellen: Ein kaiserliches Standbild setzt voraus und verlangt eine andere Art  
des Sehens als eine byzantinische Ikone oder die in großer Geschwindigkeit  
einander ablösenden Fernsehbilder, ein dokumentarisches Bild eine andere  
Form der Rezeption als ein fiktionales Bild.

Dass Bilder, über ihre informationelle, unterhaltende oder ästhetisch stimu-  
lierende Funktion hinaus, auch eine magische Funktion besitzen (oder doch zu  
besitzen vermögen) und insbesondere in vormoderner Zeit besessen haben,  
verweist auf die „Anziehungskraft“, die ihnen Jahrtausende lang zugespro-  
chen wurde und unbewusst – gewissermaßen als eine Art archetypische Erb-  
schaft – bis in die Gegenwart hineinwirkt. Bilder werden und wurden immer  
auch benutzt, um dem Unsichtbaren Sichtbarkeit zu verleihen, eine letztlich  
nicht abbildbare Wirklichkeit symbolisch darzustellen, eine magische Präsenz  
zu evozieren. So wie sich der Blick im Bild einrichtet, so ermöglicht das Bild  
dem Blick die Transzendenz, eine Art „doppeltes Sehen“, das im Sehen über  
das Sehen hinausgeht, in die mystische Schau der Wahrheit sich transformiert.



Sehen und Sehen sind seit je zwei Paar Stiefel – wo ein schlechthin Unsichtbares zu sehen verlangt wird, wird nicht mehr im eigentlichen Sinne gesehen, wandelt sich das Sehen in ein intelligibles Schauen, das sich des Bildes bedient, um sich vom Bild am Ende zu lösen. Mit der „Entzauberung“ der Welt wurde das Konzept des doppelten Sehens keineswegs, wie man vermuten könnte, ad acta gelegt, sondern profanisiert. Tatsächlich ist jedes Sehen in gewisser Hinsicht ein doppeltes Sehen: ein Sehen dessen, was „ist“, was sich sehen lässt, und ein Sehen dessen, was nicht ist, was sich nicht sehen lässt, aber aus dem Gesehenen erschlossen, erfühlt, imaginiert, eingebildet werden kann. Dass dieses doppelte Sehen seit je auf Konventionen basiert, die den Schluss vom Sichtbaren aufs Unsichtbare zugleich ermöglichen und regulieren, darf als ausgemacht gelten. Dass es historische, kulturelle, gesellschaftliche und nicht zuletzt politische Konventionen sind, die als unbewusste nur ausnahmsweise zur Disposition des Sehenden stehen, ebenso.

Bedeutungen sind im Bild nur als Möglichkeiten angelegt, die vom Blick ergriffen werden müssen, um sich in „Tatsachen“, in den Beweis des Augenscheins zu verwandeln. Jeder Blick „greift“ auf eine je spezifische Weise, die sich weder wiederholen noch ersetzen lässt. Und jeder Blick will durch das Sichtbare hindurch ein Unsichtbares ergreifen. Dass er zu diesem Zweck von vielem absieht, ja absehen muss, was sichtbar ist, dass er, um mit Nietzsche zu sprechen, „interpretiert“ – vergewaltigt, zurechtschiebt, abkürzt, weglässt, ausstopft, ausdichtet, umfälscht –,<sup>3</sup> darf so wenig gegen ihn wie gegen das Bild verwendet werden, das vom Blick ausgelegt wird. Dem Unsichtbaren, das der Blick entbirgt, entspricht ein Unsichtbares, das von ihm erst geschaffen wird. Weil – in einem banalen Sinne – niemals alles gesehen werden kann, was sich sehen ließe, bleibt unsichtbar auch vieles von dem, was gesehen werden könnte. Es ist gewissermaßen das Schicksal des Blicks, das Schicksal des Auges, dass es mehr sehen will, als sich sehen lässt, und weniger sieht, als tatsächlich zu sehen ist. Diese „ästhetische Differenz“ ist unausweichlich: Wer sehen will, muss das Nicht-Sehen in Kauf nehmen, und wer gesehen werden will, in Kauf nehmen, dass er niemals so gesehen wird, wie er sich selbst sieht und von anderen gesehen werden möchte. Die Wahrnehmung, jede Wahrnehmung deutet (und verändert damit) ihren Gegenstand – kein Gegenstand ist mit seinem Ab-Bild identisch, kein Ab-Bild in der Wahrnehmung bruchlos aufgehoben und beliebig reproduzierbar. In der Spannung von Sehen und Gesehen-Werden, von Sehen-Wollen und Nicht-Sehen-Können beziehungsweise Sehen-Können, aber Nicht-Sehen-Wollen entfaltet sich die Dialektik des Augenscheins, das Leben der Augen.

---

<sup>3</sup> Vgl. Friedrich Wilhelm Nietzsche (1954d), S. 890.

Die vorliegende Untersuchung hat es auf dieses Leben, die Dialektik des Augenscheins abgesehen. Sie will dem politisch höchst bedeutsamen Zusammenhang von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit, Sehen und Gesehen-Werden, von Anschauung und Ansehen, Anschauung und Erfahrung nachspüren, und lässt sich dabei von der Annahme leiten, dass das „Begehren der Augen“, der Wunsch, die Dinge höchstpersönlich in Augenschein zu nehmen, zu den anthropologischen Grundtatsachen menschlicher Existenz gehört. Drei Thesen vorweg:

- Es ist die seit alters bezeugte – und befehdete – „Augenlust“, die dem Augenschein vorausgeht und der „Tugend“ zum Problem wird.
- Es sind die Stärke und die Lebendigkeit des visuellen Eindrucks, die dessen offenkundige Überzeugungskraft stiften.
- Es ist diese metaphysische Gewissheitskraft, der sich am Ende auch der „ontologische Vorrang der Bilder“ (Thomas Meyer) und das Interesse der Politik am Bild verdankt.

Dass vorzüglich der Augenschein sich täuschen lässt, dass ein Blick, der ausschließlich an der Oberfläche haften bleibt, im Schein sich verfängt, Wesentliches verfehlt oder doch zu verfehlen droht, gilt seit unvordenklichen Zeiten als philosophischer Generaleinwand gegen die Wahrheitsfähigkeit der visuellen wie jeder anderen Form sinnlicher Wahrnehmung. Die platonische Tradition hat aus der „Oberflächlichkeit“ Konsequenzen gezogen: sie hat die grundsätzliche Irrtumsanfälligkeit des Sehens zum Anlass genommen, die visuelle Wahrnehmung metaphysisch *und* politisch zu transzendieren. Dem metaphysischen Konzept vom geistigen Sehen kontrastiert sie ein „politisches“ Konzept, das auf der Idee des „rechten Sehens“ gründet. Beide Konzepte bauen aufeinander auf: Die metaphysisch verbürgte Einsicht in die Wahrheit rechtfertigt in der *Politeia* bekanntlich die Herrschaft einer kleinen Elite – der (wahren) Philosophen – über die „blinde Menge“ und eine kraft Einsichtsmonopol autoritär verordnete Ikonopolitik, die diese Menge das „Rechte“ sehen lehrt, zum „rechten Sehen“ zwingt. Die Philosophen gebieten nicht nur über die Wahrheit, der sie recht eigentlich unterstehen, sondern auch über die Bilder; die von ihnen ausgeübte Bildzensur erfolgt freilich nicht zum Zwecke egoistischer Nutzenmaximierung, sondern im Interesse der Polis, im Interesse des Gemeinwohls. Platons Philosoph ist einer, der für andere sieht, weil er besser sieht, und der vor allem deshalb besser sieht, weil er *anders* sieht, nicht nur mit den äußeren, sondern auch mit dem inneren, dem geistigen Auge. Vom Augenschein lässt er sich nicht bestechen, weil er hinter der Erscheinungswelt eine Wirklichkeit weiß, die den Phänomenen das Gesetz vor-

schreibt. Gleichzeitig jedoch instrumentalisiert er den Augenschein für die Erziehung der Menge, die von sich aus das Gute nicht zu sehen imstande ist.

Wenn allen philosophischen Einwänden zum Trotz immer wieder von Philosophen und Politikern an den Augenschein appelliert wird, dann deshalb, weil er eine Beweiskraft mit sich führt, der nur schwer zu widersprechen ist. Das Auge – darin sind sich fast alle einig – ist bestechlich, *weil* es begehrt, weil es sehen möchte, mehr sehen möchte, als sich sehen lässt, weil es nach Bildern hungert, die, wenigstens für den Augenblick, sein Begehren zu stillen vermögen. Zugleich ist es aber auch ein höchst kreatives Organ, das jedem Bestechungsversuch Grenzen setzt, weil es sich das Gesehene, die Bilder, nach Maßgabe einer perspektivischen Logik aneignet. Vom irreduziblen Eigensinn des Auges ist daher ebenso zu reden wie von der Augenlust, der Kraft des Augenscheins und der Macht der Bilder, die diese Kraft anzapfen. Bilder sind Medien der visuellen Kommunikation. Das Visuelle selbst ist seit je ein dominanter Modus der Kommunikation, Visualisierung seit unvordenklichen Zeiten die exemplarische Weise, etwas, das selbst unsichtbar ist, sichtbar und dadurch auch begreifbar zu machen. Wo Worte nicht mehr hinreichen, etwas zu verdeutlichen oder zum Ausdruck zu bringen, da treten in der Regel Bilder an ihre Stelle, die Kommunikation fortzuführen. Bilder können Worte nicht ersetzen, von diesen freilich auch nicht ersetzt werden; so unverzichtbar Worte für die zwischenmenschliche Verständigung sind, so unverzichtbar sind Bilder für die Darstellung dessen, wofür es keine Worte gibt. Bilder veranschaulichen Gegenstände und Vorgänge, verdeutlichen Begriffe, Vorstellungen und Ideen, erleichtern das Verstehen. Bilder eröffnen, mit anderen Worten, Einblicke in Welten, die den Betrachtern gemeinhin verschlossen sind. Die Politik ist eine solche Welt, das „Numinose“, die Sphäre des Himmlischen, des Göttlichen, des Jenseitigen eine andere. Beide Sphären zeichnen sich durch ein konstitutives *Visibilitätsdilemma* und durch spezifische Visualisierungsstrategien und Wahrnehmungsstile aus. So wenig die dominierenden Figuren und Figurationen des Sakralen sich mit bloßem Auge wahrnehmen lassen – weshalb das Wahrnehmungsbegehren auf Idole und Ikonen ausweichen muss –, so unanschaulich ist seit je die Praxis der Politik, die sich zu meist hinter verschlossenen Türen abspielt und für die Mehrheit der Menschen gewöhnlich nur in ihren Folgen spürbar wird, sind es die politischen Ideen und Visionen, die Ängste, Befürchtungen, Hoffnungen und Sehnsüchte der Menschen. In beiden Fällen spielen Bilder, symbolische Inszenierungen im weitesten Sinne, eine bedeutsame Rolle, und in beiden Fällen ist es die Macht des Augenscheins, die den „Bilderkult“ begründet. Die *Visio Dei* bedarf des Bildes, des Kultbildes, um am Ende vom Bild sich zu emanzipieren und einer

mystischen Erfahrung teilhaftig zu werden, die alles Bildliche weit hinter sich lässt; die Politik muss Bilder produzieren und zirkulieren lassen, will sie in Erscheinung treten, und ist im Fernsehzeitalter zugleich einem massenmedialen Bilderkult, einer ubiquitären Visualisierungsdynamik unterworfen, die mehr als alles andere das öffentliche Erscheinungsbild der Politik bestimmt. Dass Bilder das rechte Sehen auch verhindern können, zumal in Zeiten teleindustrieller „Bilderfluten“, dass sie den Weg zu Gott, den Weg zur politischen Einsicht nicht selten verstellen, lässt sich nicht bestreiten. Bilder irritieren, verstören, schockieren, erregen Anstoß. Bilderstreit, Bilderkriege, Bilderstürme sind die Folge. Und Bilderverbote, ausgesprochen zumeist von einer Obrigkeit, die sich vor der „magischen Kraft“, der Ansteckungskraft der Bilder fürchtet und ihre unkontrollierte Verbreitung daher zu unterbinden sucht. Bilder „machen“ Politik, zugleich wird mit ihnen Politik gemacht. Auch davon ist zu sprechen.

„Alles kommt aufs Anschauen an“  
(Goethe: *Einleitung in die Propyläen*)

## II Politische Aisthetik

*Aisthesis* hat Konjunktur. Aisthetisches Denken ist salonfähig geworden, nicht nur in der Kunst, auch in den Medien, in der Politik und in der Wissenschaft.<sup>4</sup> Aisthetische Kompetenzen – Sensibilität, Empathie, Differenzierungsvermögen, Urteilskraft – sind gefragt wie nie zuvor. Die Gründe liegen auf der Hand: Wir leben in *aisthetischen* Zeiten, allenthalben umstellt von unsichtbaren Risiken, ausgesetzt zugleich einer beispiellosen Inflation des Sichtbaren, deren Produkte sich mit dem zwanglosen Zwang der Penetranz in das Unterbewusstsein einbrennen. Ein buntes Bilderuniversum hat die ehrwürdige Gutenberg-Galaxis verdrängt. Der *Aisthetik* als Wahrnehmungskunst und Wahrnehmungslehre sind in dieser Situation Fragestellungen und Aufgaben zugewachsen, die es gerechtfertigt erscheinen lassen, von einer „aisthetischen Wende“ zu sprechen. Fragwürdig geworden ist heute vor allem der Status der „Wirklichkeit“. Wirklichkeit – so viel steht fest – gibt es nur noch im Plural, als Resultat sich kreuzender Perspektiven, die nicht länger auf ein cartesianisches Bewusstsein zurückgerechnet werden können. Das souveräne Subjekt der neuzeitlich-modernen Erkenntnistheorie ist tot: dekonstruiert, entmündigt, entmachtet. Und es lässt sich nicht wieder beleben, auch nicht als Subjekt der Wahrnehmung, das sieht, was es sehen möchte, und begreift, was es sieht. Wir sehen immer mehr, als wir wollen, und immer weniger, als wir könnten. Und doch, auch heute, ja vielleicht gerade heute, in Anbetracht einer auf Hochtouren laufenden Bilderindustrie und einer mit unglaublichem Tempo vorangehenden Medialisierung und Mediatisierung der Lebenswelt, vertrauen wir

---

<sup>4</sup> Die deutsche Diskussion wurde vor allem von Wolfgang Iser angestoßen, dessen Plädoyer für „*Ästhetisches Denken*“ (1990) der sinnlichen Wahrnehmung als Gegenstand, Mittel und Form der Erkenntnis zu einer gewissen Aufmerksamkeit verholfen hat. Ausdruck dieser Wertschätzung ist auch ein im selben Jahr erschienener Band mit dem Titel *Aisthesis. Wahrnehmung heute oder Perspektiven einer anderen Ästhetik*, herausgegeben von Karlheinz Barck, Peter Gente, Heidi Paris und Stefan Richter. Der Ausdruck „Aisthesis“ deutet bereits jene Tendenz an, die weg von der klassischen Ästhetik hin zu einer „Wissenschaft von den Sinnen“ an, der auch die vorliegende Untersuchung ihre „Anschubfinanzierung“ verdankt. Ganz im Sinne der voridealistischen Tradition stellt er vor allem auf den Gedanken der Einheit der Sinne ab.

auf unsere Sinne, als verstünde sich dies von selbst und bedürfte nicht der Nachfrage? Der französische Phänomenologe Maurice Merleau-Ponty hat bereits Mitte der 1960er Jahre für dieses archaische Urvertrauen den Begriff des „Wahrnehmungsglaubens“ geprägt. Darunter verstand er jenen Glauben, „der dem natürlichen Menschen und dem Philosophen gemeinsam ist, sobald er die Augen öffnet“.<sup>5</sup> Seinen Ausdruck findet er in der Überzeugung, dass wir die Sachen selbst zu sehen vermögen und die Welt uns als das, was wir sehen, gegeben ist. Dieser Glaube ist naiv, und zwar nicht etwa deshalb, weil wir nicht imstande sind, die Welt zu sehen, sondern weil der bloße Wunsch nicht genügt. Wir müssen auch lernen, sie zu sehen. Merleau-Pontys Vorschlag lautet daher, „das Sehen zunächst in Wissen zu überführen, wir müssen es in Beschlag nehmen und sagen, was dieses Wir, was dieses Sehen heißt, und wir müssen so tun, als wüssten wir von allem nichts, als müssten wir in dieser Hinsicht alles erst noch entdecken.“<sup>6</sup>

Genau darauf käme es also an: das Sehen zu lernen. In besonderer Weise ergeht diese Aufforderung an die Politikwissenschaft, die vom Sehen – und allen mit dem Phänomen der Sichtbarkeit zusammenhängenden Fragen – bislang größtenteils *abgesehen* hat. Von der (visuellen) Wahrnehmung also wäre zu sprechen: von politisch relevanten Wahrnehmungen und von den verschiedenen Weisen, die Wahrnehmung politischen Zwecken dienstbar zu machen, politischer Führung zu unterwerfen. Weil politische Bedeutsamkeit am Ende nur entfalten kann, was (als politisch) wahrgenommen wird und weil seit alters vor allem wahrgenommen wird, was ins Auge fällt, hat sich die Politikwissenschaft zur *Politischen Aisthetik* zu erweitern. Vielleicht liegt es an der scheinbaren Selbstverständlichkeit des zu erörternden Phänomens, weshalb es bislang weitgehend ignoriert wurde, die Politikwissenschaft, von wenigen Ausnahmen abgesehen, das Sehen noch nicht gelernt hat. Die Anzeichen mehrten sich, dass dieses Versäumnis bald der Vergangenheit angehören wird.

## II.1 Politik als Perzeptionsphänomen

Politische Wirklichkeit ist ein komplexes Phänomen. Sie setzt sich aus einer Vielzahl von Strukturen und Prozessen, von Institutionen, Organisationen, Ereignissen und Handlungen zusammen, wird von Akteuren mit unterschiedlichen Interessen, Kenntnissen und Weltbildern hervorgebracht und evoziert je

---

<sup>5</sup> Maurice Merleau-Ponty (1986), S. 17.

<sup>6</sup> Ebda., S. 18.

unterschiedliche Sinndeutungen und Reaktionen, die wiederum auf die politische Wirklichkeit beziehungsweise auf das Verständnis politischer Wirklichkeit zurückwirken. Sie ist, mit anderen Worten, „ein äußerst komplizierter Gegenstand ..., den sich angemessen zu vergegenwärtigen erhebliche Geisteskraft erfordert“.<sup>7</sup> Weil sie von vielen Akteuren in einem vielfältig vernetzten Prozess erzeugt wird – und immer aufs Neue erzeugt werden muss –, fehlt ihr jene Stabilität, „jene Klarheit und Übersichtlichkeit ...“, die viele natur- und geisteswissenschaftliche Forschungsgegenstände auszeichnet.“<sup>8</sup> Die Dialektik von Beständigkeit und Veränderung ist für die politische Wirklichkeit konstitutiv, der historische Wandel, Geschichtlichkeit also, eines ihrer charakteristischen Merkmale. Allenfalls für einen gewissen Zeitraum lassen sich politische Strukturen über die routinemäßige Reproduktion von Normen, Wissensbeständen, Wahrnehmungs- und Deutungsroutinen sowie Rollenerwartungen fixieren – bis technische, ökonomische und/oder soziale Veränderungen auftreten, welche nachhaltige Irritationen auslösen, neue Perzeptionen beziehungsweise Perzeptionsgewohnheiten provozieren und am Ende zur – gewollten oder ungewollten, spontanen oder allmählichen – Umgestaltung der politischen Strukturen führen.

Keinesfalls sind die politische Wirklichkeit und die Perzeption dieser Wirklichkeit zwei völlig verschiedene Dinge – so als gäbe es eine Wirklichkeit, die sich umstandslos wahrnehmen, perzipieren ließe wie ein Gegenstand der Alltagswelt, den man sich ansehen kann, weil er vor einem steht. Politische Wirklichkeit ist weder ein dinglicher Gegenstand noch das *bloße* „Produkt vielfältiger, störanfälliger Prozesse“.<sup>9</sup> Politische Wirklichkeit ist in einem gar nicht grundsätzlich genug zu denkenden Sinn das Resultat von Wahrnehmung schlechthin, präziser: das Resultat je unterschiedlicher, koexistierender Wahrnehmungen, Weltbilder und Weltanschauungen, die sich überlagern, einander widersprechen, kommentieren und dementieren – und in ihrer Gesamtheit politische Wirklichkeit als kognitives Phänomen überhaupt erst stiften. Wahrnehmungen sind folglich sowohl Teil jener politischen Wirklichkeit, auf die sie sich beziehen und von der sie hervorgebracht werden; zugleich ermöglichen sie diese Wirklichkeit – schließlich gibt es Wirklichkeit nur dort, wo sich etwas konkret wahrnehmen lässt. Es gehört geradezu zur eigentümlichen Qualität von Wirklichkeit (*Realität*), dass man sie, in welcher (eingeschränkter) Form auch immer, wahrnehmen kann. Auf die konstitutive Funktion von Wahrnehmungen für die Konstruktion der politischen Wirklichkeit hinzuwei-

---

<sup>7</sup> Werner J. Patzelt (2003), S. 31. Im Folgenden folge ich weitgehend seinen Ausführungen.

<sup>8</sup> Ebda.

<sup>9</sup> Ebda. (im Original kursiv).

„Er sollte wohl alles prüfen und anschauen, aber sich nicht  
gefangen nehmen lassen.“  
(*Franz Kafka, Amerika*)

### III Die Tugend der Augen

Wir sehen mit den Augen, freilich nicht nur mit ihnen allein. Darin vorzüglich besteht ihre Tugend, ihre Tüchtigkeit: dass wir mit ihnen *sehen, schauen, betrachten* können. Man muss die Augen öffnen, um zu sehen; wer dies nicht tut, wer sie geschlossen hält, der sieht nicht – soviel steht fest. Wer mit offenen Augen nicht zu sehen vermag, ist blind. Als blind gelten freilich auch jene, die zwar sehen können, aber im Grunde nicht wirklich (etwas) sehen, die wohl *hinsehen*, aber das Sehenswerte *übersehen*. Solche sehen und sehen doch nicht, sehen nicht, worauf es ankäme – weil sie nicht wissen, worauf es ankommt, nicht wissen, womit sie es zu tun haben, weil sie Ähnliches zuvor noch nie gesehen haben, weil sie die Bedeutung des Gesehenen nicht kennen und auch nicht gelernt haben, aus dem, was sie sehen, auf das, was sie nicht sehen, die Bedeutung eben, zu schließen. Oder weil sie ganz einfach zu früh wieder *wegsehen* und so das Entscheidende, Bedeutsame verpassen. Sehen alleine genügt nicht, man muss auch *wissen*, wie man sieht, wie man sehen soll, wohin man sehen soll. Kinder lernen früh, vor dem Überqueren einer Straße zuerst nach links zu sehen. Diese Vorschrift hat ihren guten Sinn: Wer es umgekehrt macht und zuerst nach rechts sieht, übersieht, dass die größte Gefahr anfänglich von links droht. Der Straßenverkehr erfordert eine bestimmte Art des Sehens, einen bestimmten Modus, eine bestimmte visuelle Strategie: Man muss in einer bestimmten Reihenfolge in bestimmte Richtungen sehen, muss sich beim Sehen auf bestimmte Objekte (Autos) konzentrieren, muss Entfernung und Geschwindigkeit abschätzen. Wer sich daran nicht hält, droht im Straßenverkehr umzukommen, spielt mit seinem Leben. Wer den Kopf zu hoch hält, die Augen gen Himmel gerichtet, mag dafür wohl Gründe haben, riskiert jedoch, in das erstbeste Loch zu fallen, das auf seinem Weg liegt. Löcher, in die man fallen kann, gibt es viele, und man erkennt sie nur, wenn man sich aufmerksam *umsieht*, wenn man sich *vorsieht*.

Menschen *wollen* sehen, mit aller Macht, wollen sich selber ein *Bild* von den Dingen, von Ereignissen, Zuständen, Verhältnissen machen. Sie wollen sich *mit ihren eigenen Augen* davon überzeugen, dass die Dinge so sind, wie



erzählt wird, wollen mit einem Wort zu *Augenzeugen* werden. Wenn sie selber sehen, ist es, als würden sie die Dinge ergreifen, sich ihrer auf eine unwiderlegliche Weise versichern, dann fällt es ihnen offensichtlich auch leichter zu begreifen, zu verstehen, zu akzeptieren. Seit je vertrauen die Menschen ihren Augen, als wären es Hände, als wären sie imstande, jene Gewissheit zu stiften, die allein der Kontakt, die Berührung, das Anfassen eines Körpers ermöglicht. Mit den Augen scheinen wir die Welt zu berühren. Es scheinen regelrechte Kontaktsinne zu sein. Und doch sind es gerade die Augen, die uns über die Welt täuschen, die uns eine Welt vorgaukeln, die so, wie wir sie sehen, gar nicht existiert, die wir gar nicht berühren können. Was wir sehen, ist eine Welt, die unter unserem Blick entsteht, von unserem Blick „erzeugt“ wird. Es gibt viele Gründe, warum Menschen sehen, unbedingt sehen wollen und doch nicht sehen können, nicht verstehen, nicht begreifen, was sie sehen, das Entscheidende übersehen. In gewisser Weise ist das unvermeidlich. Es gibt so viele Dinge, die man noch nie gesehen hat, so viele Dinge die man sehen könnte, so Vieles, das man nicht kennt, nicht weiß, nicht wissen kann. Es gibt so viele Dinge, die sich dem Sehenden aufdrängen, häufig gegen seinen Willen, den Blick fesseln, ablenken, anderes zur Seite, in den Hintergrund drängen. Oft genug hat man nicht die Zeit, sich umzusehen, richtig hinzusehen – dann muss ein flüchtiger Rundblick genügen, dem freilich vieles entgeht. Oft genug liegt es am Ort, weshalb man nichts sieht, nicht gut sieht. Wenn man sieht, dann möchte man *gut* sehen. Und gut sieht man nur, wenn die Sicht nicht versperrt ist. Die besten Augen nützen nichts, wenn man vor einer undurchdringlichen Wand steht, die kein Fenster besitzt, oder wenn man zu klein ist und die Umstehenden zu groß sind. Das meiste sieht man von oben, weshalb Feldherren die Schlacht von Hügeln aus beobachten, die dadurch zu Feldherrnhügeln werden. Es gäbe keine Türme, würde man sich nicht von oben einen besseren *Überblick* verschaffen können. Gott sieht von oben, auf die Menschen herab, die zu ihm aufsehen (müssen). Gott sieht alles – er ist der unmögliche Blick, ein Blick der alles auf einmal sieht, Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen, optische Totalpräsenz. Die Rollenverteilung ist klar: Wer aufsieht, gehorcht, verehrt, bangt, hofft, fürchtet sich. Wer von oben sieht, auf die Menschen herunter, beherrscht, beschützt, verachtet, wird bewundert, verehrt, angebetet. Wer von oben sieht, sieht mehr, gewiss, doch sieht er auch besser? Vor allem sieht er anderes: er sieht in die Ferne, sieht Konturen, Formen, Muster, die sich von unten nicht wahrnehmen lassen. Dafür entgeht ihm, was sich unten abspielt, am Boden, entgehen ihm die Details, die Einzelheiten. Feldherren – um das Beispiel noch einmal aufzugreifen – mögen wohl Menschen sehen, doch sehen sie keine Individuen, keine Gesichter, nicht die

Angst darin. Sie sehen keine Soldaten, sondern formierte Massen, „Haufen“, die sich dirigieren lassen. Den Tod der Soldaten sehen sie nicht, und sollten sie auch durch ein Fernrohr blicken. Feldherren haben verlernt, den Tod zu sehen. Wer unten steht, auf dem Schlachtfeld, der sieht den Tod, sieht ihm ins Auge. Einfache Soldaten sehen anderes als ihr General: sie sehen den anstürmenden Feind, sehen Gesichter, sehen die Gewalt, die sie zu vernichten droht, ihre verängstigten Kameraden, die aufgewühlte Erde, sie sehen den Baum, hinter dem sie sich verstecken, das Loch, in das sie sich verkriechen können. Wer wollte bestreiten, dass Soldaten nicht nur anderes, sondern auch anders sehen als jene, die sie in den Kampf schicken? Generäle machen keine Revolution, Soldaten machen Revolutionen, Bauern, Arbeiter – oder haben sie doch mal gemacht. Weil sie anders sehen? Weil sie anderes sehen?

### III.1 Das Auge

Das menschliche Auge ist ein „sensibles“ Organ: verletzlich, empfindsam, erregbar. Höchst erregbar! Es reagiert auf optische Reize, die eine bestimmte Erregungsschwelle überschreiten. Anstürmende Soldaten überschreiten massiv die Erregungsschwelle – und verdrängen, was sich sonst noch sehen ließe: Feldblumen, Landschaften, Himmelserscheinungen. Sie fokussieren den Blick der Verteidiger, deren linkes Auge sich schließen muss, damit mit dem rechten über Kimme und Korn die Brust des Feindes anvisiert werden kann. Nur wenn der Schütze ganz Blick geworden ist, kann er hoffen, dass sein Schuss trifft. Und ganz zum Blick muss er werden, will er nicht selbst getroffen werden. Wenn sein Blick jenem des Anderen zuvorkommt, rettet er ihm, wenigstens für den Augenblick, das Leben. Blicke können töten, es gibt keinen unschuldigen Blick, keine unschuldigen Augen! Selbst der Blick des Liebenden verrät die Wirklichkeit: Sind wir verliebt, dann sehen wir die Welt „wie durch eine rosarote Brille“; sind wir dagegen verärgert, gereizt, verängstigt, hängt der Himmel voller Wolken, ist noch das unscheinbarste Detail in ein trübseliges Grau eingefärbt.<sup>117</sup> Glücklichen Augen gerät alles „so schön“,<sup>118</sup> „[v]er-

---

<sup>117</sup> Vgl. Karl Marx (1968), S. 542: „Für den ausgehungerten Menschen existiert nicht die menschliche Form der Speise, sondern nur ihr abstraktes Dasein als Speise. [...] Der sorgenvolle, bedürftige Mensch hat keinen Sinn für das schönste Schauspiel; der Mineralienkrämer sieht nur den merkantilischen Wert, aber nicht die Schönheit und eigentümliche Natur des Minerals.“

<sup>118</sup> Johann Wolfgang von Goethe (1948ff.), Bd. 5, S. 500. Das vollständige Zitat: „Ihr glücklichen Augen, / Was je ihr gesehn, / Es sei, wie es wolle, / Es war doch so schön.“

„Bild aber kann nur eigentlich von Gegenständen  
des Gesichts gesagt werden“  
(Hobbes, *Leviathan*)

## IV Die Macht der Bilder

Bilder sind Teil der Realität – und waren dies seit je. Gleichzeitig verändern sie die Realität: sie verändern die Wahrnehmung von Realität und die Selbstwahrnehmung derjenigen, die Bilder betrachten. Bilder üben, mit einem Wort, Macht aus, mit Bildern wird Macht ausgeübt! Worauf der Blick fällt, das wird ihm zum Bild. Das Bild wiederum, das „eigentliche“ Bild, will den Blick, ohne den es nicht existierte. Beide, Blick und Bild, sind ineinander verwoben. Wenn sie einander begegnen, wird das Bild zur Botschaft, der Blick aber nicht notwendigerweise zur Lektüre. Lektüre setzt Distanz voraus und Kenntnis – schließlich muss dekodiert, identifiziert, klassifiziert werden. Das Bild kann gelesen werden, kein Zweifel, es kann freilich auch erlebt werden: als Ganzes, das einen hineinzieht in einen Abgrund des Verstehens, einen aufsaugt und wieder ausspuckt, erhebt oder erniedrigt, berührt, verletzt oder tröstet. Das Erlebnis des Bildes ist, mehr als alles andere, Kommunikation, *visuelle Kommunikation*.<sup>336</sup> Bild und Blick kommunizieren miteinander, beide haben einander zu erzählen: Im Bild findet der Blick, wonach er gesucht hat, oder zweifelt, weil er nicht versteht. Das Bild sucht den Blick, der ihm angemessen ist, einen angemessenen Blick, der das Bild versteht oder doch zu verstehen bereit, seinen Verweisen zu folgen in der Lage ist. Bilder verweisen auf etwas; sie verweisen auf ein Abwesendes: auf jene, die sie gemacht haben, und auf das Unsichtbare, dem sie Ausdruck verleihen. Das Unsichtbare kann ein bloß Abwesendes sein, es kann aber auch das schlechthin Unsichtbare sein, das sich nicht darstellen lässt und doch dargestellt wird. Vom schlechthin Unsichtbaren, Undarstellbaren kann es eigentlich kein Bild geben, und gerade deshalb gibt es sie – Bilder –, weil sich die Menschen vom Undarstellbaren ein Bild machen, weil sie schauen, anschauen wollen und weil sie nur so „greifen“ können, was sich letztlich „begreifen“ nicht lässt.

---

<sup>336</sup> Zum Bild als einer Form visueller Kommunikation vgl. Marion G. Müller (2003).

## IV.1 Das Bild

Was ist ein Bild?<sup>337</sup> Diese Frage lässt sich, zumal in Anbetracht der gegenwärtig zu beobachtenden Visualisierungsdynamik, die eine Vielzahl neuer Bildformen geschaffen hat, nicht ohne weiteres beantworten. Der Rekurs auf die Umgangssprache hilft im Hinblick auf die Bestimmung der charakteristischen Eigenschaften eines Bildes nicht wirklich weiter: Was Sprach-, Menschen-, Welt- und Vorbilder gemeinsam haben, was Gemälde und Vorstellung, das künstliche Artefakt und die Idee, Ur-, Ab-, Spiegel- und Trugbilder miteinander verbindet, darf nicht vorausgesetzt, sondern muss erst erschlossen werden.<sup>338</sup> Aus pragmatischen Gründen empfiehlt es sich, einen engen Bildbegriff zu verwenden; im Folgenden ist daher, im Unterschied etwa zu sprachlichen, moralisch-normativen oder mentalen, nur von materialen beziehungsweise „grafischen“ Bildern (Gemälde, Photographie, Zeichnung etc.) die Rede, die etwas darstellen.<sup>339</sup> Soviel immerhin lässt sich sagen: Ein Bild ist zunächst einmal „etwas, was sich dem äußeren Augenschein darbietet“, <sup>340</sup> ein visueller Reiz beziehungsweise eine komplexe Reizkonfiguration, die auf der Retina ein optisches Abbild erzeugt, im Nervensystem zu signifikanten Zustandsveränderungen führt und vom Betrachter mit Hilfe von Erwartungen, Erfahrung und Wissen in Bedeutung aufgelöst wird. Bilder lösen, wie andere Umweltreize auch, Erregungen aus, die sich schließlich zu Eindrücken, Ansichten und Empfindungen verdichten. Sie liefern eine Menge von (mehrdeutigen) visuellen „Daten“, die vom Betrachter in Informationen umgewandelt und in eine kohärente Interpretation übersetzt werden (müssen). Identifikation, Klassifika-

---

<sup>337</sup> Als bildwissenschaftlicher Klassiker darf mittlerweile die von Gottfried Boehm (1994) herausgegebene Aufsatzsammlung gelten.

<sup>338</sup> Die Sozialwissenschaften finden im Allgemeinen nur schwer einen Zugang zu den Bildern, da sie vorwiegend mit Begriffen, Hypothesen, Theorien arbeiten. Werden von diesen Wissenschaften Bilder produziert, handelt es sich zumeist um *Illustrationen*, die einem komplexen Gedanken, einem Argument, einem Sachverhalt Anschaulichkeit vermitteln sollen – immerhin ein Anhaltspunkt.

<sup>339</sup> Der amerikanische Sprachwissenschaftler W. J. T. Mitchell (1990, S. 20) nennt solche Bilder – im Unterschied zu *optischen, perzeptuellen, geistigen* und *sprachlichen* Bildern – *grafische Bilder* und rechnet dazu beispielsweise Gemälde, Zeichnungen und Statuen. Zur den unterschiedlichen Bildbegriffen und Bildtheorien vgl. Klaus Sachs-Hombach (1999), hier vor allem S. 186: „Bilder im engen Sinn lassen sich als in der Regel flächige und klar begrenzte Gegenstände charakterisieren, die innerhalb eines kommunikativen Aktes zur sinnlichen Darstellungen eines Sachverhaltes dienen.“

<sup>340</sup> Margarete Bruns (2005), S. 8.

tion und Bewertung bezeichnen in diesem Zusammenhang „Wahrnehmungsstufen“, die auch bei der *Bildwahrnehmung* analytisch zu differenzieren sind. Jedes Bild besteht aus einer Vielzahl einzelner Bildelemente, die identifiziert, klassifiziert und interpretiert, das heißt zueinander, zum Bildganzen und zum Bildkontext in ein sinnvolles Verhältnis gesetzt werden müssen. Vom „distanlen Reiz“, dem material-stofflichen Informationsträger (einem Gemälde, einer Photographie, einer Filmsequenz), führt der Wahrnehmungsweg also über das lediglich aus sensorischen Fragmenten bestehende Netzhautbild hin zum semantisierten *Perzept*, dem er- und begriffenen (Vorstellungs-)Bild.<sup>341</sup>

#### IV.1.1 Abbilder

Für die antike Kunsttheorie war das Bild vor allem ein *Abbild*.<sup>342</sup> Als Abbild stand (und steht) es in einer Beziehung, und zwar in einer Beziehung der *Ähnlichkeit*, zu einem Gegenstand, den es abbildet(-e). Diese Beziehung darf man sich allerdings nicht so vorstellen, als wollte und sollte der Pinsel des korinthischen Malers oder der Meißel des athenischen Bildhauers die Wirklichkeit nach Art des Photorealismus nur reproduzieren. Ähnlichkeit bedeutet nicht Identität, Abbildung nicht Kopie. Die Künstler waren vielmehr zu einer kreativen Nachahmung (*Mimesis*) angehalten, die gerade um der Ähnlichkeit willen Abweichungen im Detail zuließ, ja erforderte. Der römische Philosoph Seneca etwa bezeichnete das Streben nach einem möglichst exakten Abbild eines Porträts als sklavische Nachahmung; in der berühmten 84. *Epistula moralis* verglich er die gelungene Nachahmung unter anderem mit der vagen Ähnlichkeit, die zwischen Kindern und ihren Eltern existiert. Nicht zu kopieren galt es also das Vorbild, sondern „durch Veränderungen dem eigenen Werk anzuverwandeln.“<sup>343</sup> Diese letztlich auf Aristoteles zurückgehende Nachahmungslehre besaß im Grunde das ganze Mittelalter hindurch bis in die Barockzeit hinein eine ungebrochene Autorität. Natürlich gab es Ausnahmen vom *Mimesis*-Prinzip. Für die antike und hier vor allem für die römische Porträtkunst war aus einsichtigen Gründen ein anderes Ziel maßgeblich: die größtmögliche Übereinstimmung zwischen dem Porträt und dem Porträtierten – eine vage Familienähnlichkeit hätte die damaligen so wenig wie heutige

---

<sup>341</sup> Christian Doelker (1999, S. 180) bezeichnet als *Perzept* den Wahrnehmungsinhalt eines Bildes.

<sup>342</sup> Darstellungen, die auf jede Form der Nachahmung verzichten, sind nach antiker Auffassung nicht als Bilder anzusehen.

<sup>343</sup> Ulrich Pfisterer (2002), S. 197.

Auftraggeber zufrieden gestellt. Die meisten Künstler, sofern sie keine Porträisten waren, verzichteten der angestrebten „Lebendigkeit“ des Eindrucks wegen in der Regel jedoch auf die bloße Kopie ihrer Vorbilder.

Der Abbildcharakter des Bildes hat frühzeitig die Kritik der Philosophen auf den Plan gerufen. Urvater der philosophischen Kunst- und Bildkritik ist Platon. Wirklichkeit – so Platons berühmte These – eignet den veränderlichen Dingen nur, insofern sie an den ewig unveränderlichen (und daher im eigentlichen Sinne „wirklichen“) Urbildern, den so genannten *Ideen*, teilhaben, deren Abbilder – in einem freilich ausschließlich ontologischen Sinne – sie sind.<sup>344</sup> Da die Werke der „bildenden“ Kunst, die Bilder im engeren Sinne, nachahmen, was selbst keine Wirklichkeit besitzt, mithin also Nachahmungen von Nachahmungen darstellen, gelten sie als „bloßer Schein“.<sup>345</sup> Für die philosophisch allein relevante Erkenntnis der eigentlichen Wirklichkeit, der Ideen, sind sie ohne Bedeutung, ja dieser Erkenntnis sogar hinderlich: „Wenn einer durch seine Darstellung ein falsches und hässliches Bild von den Göttern und Heroen gibt, wie wenn ein Maler etwas malt, das dem ganz unähnlich ist, was er abbilden will“, richtet er Platon zufolge in der empfänglichen und ihrerseits zur Nachahmung freudig disponierten Seele insbesondere des jungen Menschen einen großen Schaden an und ist daher mit einem Berufsverbot zu belegen.<sup>346</sup> Diese Disposition macht es umgekehrt freilich erforderlich, dass den Menschen, soll ihren Seelen „ein schöner Charakter“ einwohnen,<sup>347</sup> von Kindheit an nur Abbilder des Guten gezeigt werden:

*„Wir sollten doch eher jene Meister suchen, die ... die Natur des Schönen und Wohlgestalteten aufzuspüren vermögen, damit unsere jungen Leute ... an ei-*

---

<sup>344</sup> Eine gewisse Wertschätzung erfahren sie freilich dadurch, dass in ihnen die Wirklichkeit in Erscheinung tritt. Besonders deutlich wird diese Auffassung von Platon im *Timaios* (29b, 92c) vertreten: Als vollkommenes Abbild eines ewigen Urbildes manifestiert sich im natürlichen Kosmos das Göttliche. Der Gedanke der *Teilhabe* (*metexis*) ist entscheidend für Platons Bildtheorie: *Abbilder* sind Dinge und (Kunst-)Bilder, weil und insofern sie an den *Urbildern* teilhaben.

<sup>345</sup> Platon, *Politeia*, 598aff.

<sup>346</sup> Vgl. hierzu ebda., 378d-379b: „Denn der junge Mensch vermag nicht zu unterscheiden, was Sinnbild ist und was nicht, sondern was er in diesen jungen Jahren in seine Vorstellung aufnimmt, das bleibt in der Regel unauslöschlich und unveränderlich haften.“ Platons Polemik richtet sich – dies sei an dieser Stelle der Vollständigkeit halber erwähnt – gegen die musischen Künste allgemein; was für das Bild gilt, gilt stärker noch für die Dichtkunst, die in der *Politeia* einer rigorosen Aufsicht unterstellt wird.

<sup>347</sup> Ebda., 402c–403a.

... denn wir lernen die rechte Lehre aus Büchern, nicht aus Bildern.“  
(*Libri Carolini*)

## V Kultbilder – Wahrnehmung des Unsichtbaren

Das *Kultbild* verkörpert in paradigmatischer Form einen Bildtyp, der über seine sakrale Ritualfunktion hinaus politische Wirkungen entfaltet und in Gestalt des Bildersturms genuin politisches Handeln provoziert hat.<sup>457</sup> Kultbilder sind, wie andere Bilder auch Objekte der An- und Hinsicht, ästhetische Mikrokosmen. Vor allem aber sind es Medien der „Verehrung“, dazu bestimmt, Aufmerksamkeit zu fokussieren und eine „transzendente“ Wahrnehmung zu ermöglichen. In modernen Gesellschaften gehören Kultbilder – so scheint es – der Vergangenheit an. Die okzidentale „Entzauberung“ (Max Weber) der Welt hat in Verbindung mit der „Industrialisierung des Sehens“ (Paul Virilio), die die Menge der Bilder ins Unabsehbare anwachsen ließ, den Kultcharakter des Bildes beseitigt – Bilder werden heute weder verehrt, noch wird ihnen im religiösen Kontext eine spezifische Kommunikationsfunktion zuerkannt.

Es war Martin Heidegger, der in einem Aufsatz von 1938 auf die Ambivalenz dieses Vorgangs aufmerksam gemacht hat.<sup>458</sup> Die Neuzeit reduziert das Bild aufs (mehr oder minder technische) Abbild, zugleich jedoch vergegenständlicht sie die Welt *als* Bild, als Vorstellungsbild: Dass die Welt *zum* Bild geworden ist, stellt für Heidegger, neben der Subjekt-Werdung des Menschen, den entscheidenden Grundvorgang der neuzeitlichen Geschichte dar:

*„Der Grundvorgang der Neuzeit ist die Eroberung der Welt als Bild. Das Wort Bild bedeutet jetzt: das Gebild des vorstellenden Herstellens. In diesem kämpft der Mensch um die Stellung, in der er dasjenige Seiende sein kann, das allem Seienden das Maß gibt und die Richtschnur zieht. Weil diese Stellung sich als Weltanschauung sichert, gliedert und ausspricht, wird das neuzeitli-*

---

<sup>457</sup> Zum Zusammenhang von Bild und Kult vgl. die grundlegende Untersuchung von Hans Belting (1990).

<sup>458</sup> Martin Heidegger (1977).

*che Verhältnis zum Seienden in seiner entscheidenden Entfaltung zur Auseinandersetzung von Weltanschauungen“.*<sup>459</sup>

Die Neuzeit verändert den Status des Bildes, weil sie den Status des Menschen verändert: Der Mensch wird zum (erobernden) Subjekt, das Bild zum „Gebild des vorstellenden Herstellens“, zum ausschließlich noch technischen Artefakt, das nur mehr vom herstellenden Subjekt, nicht mehr jedoch vom „Ganz Anderen“ zu künden vermag, von dem, was nicht Mensch ist: von der Natur, vom Kosmos, von Gott. Die Welt versteinert im Bild, das sie zum Sprechen bringt und ihr zugleich das Wort entzieht. Im Kultbild – und darauf wollen diese Überlegungen hinaus – spricht nicht der Mensch zu seinesgleichen, sondern wird er von einem Unaussprechlichen „angesprochen“. Beide, „Gebild“ und Kultbild, visualisieren – wenn visualisieren bedeutet: etwas „auf visuellem Wege zugänglich zu machen“, zu veranschaulichen, was nicht unmittelbar abgebildet werden kann und wofür „auch keine unmittelbar abzubildenden Vorlagen existieren“.<sup>460</sup> Im einen Fall ist es jedoch das Subjekt, das im Bild „von sich her etwas vor sich“ stellt,<sup>461</sup> im anderen Fall ist das Bild, mit Heidegger zu sprechen, der Ort einer magischen Anwesenheit, die sich im Bild „entbirgt“ und vom Betrachter – sofern dieser Ausdruck in diesem Zusammenhang überhaupt zulässig ist – „vernommen“ werden kann. Begegnen sich im „Gebild“ herstellendes und wahrnehmendes Subjekt, so im Kultbild Mensch und Ursprung, Mensch und Gott. Kultbilder sind mithin nicht Medien einer ästhetischen, sondern einer transzendenten Erfahrung, die alle empirische Erfahrung übersteigt. Dass Kultbilder von Menschen angefertigt werden und ihre sakralkommunikativen Kompetenzen gewöhnlich in vermachteten Rezeptions- und Erfahrungskontexten (Ritual, Mythos, Sakralarchitektur etc.) entfalten, ändert an diesem Befund nicht das Geringste.

---

<sup>459</sup> Ebda., S. 94. Vgl. auch S. 93: „Die für das Wesen der Neuzeit entscheidende Verschränkung der beiden Vorgänge, dass die Welt zum Bild und der Mensch zum Subjectum wird, wirft zugleich ein Licht auf den im ersten Anschein fast widersinnigen Grundvorgang der neuzeitlichen Geschichte. Je umfassender nämlich und durchgreifender die Welt als eroberte zur Verfügung steht, je objektiver das Objekt erscheint, um so subjektiver, d. h. vordringlicher erhebt sich das Subjectum, um so unaufhaltsamer wandelt sich die Welt-Betrachtung und Welt-Lehre zu einer Lehre vom Menschen, zur Anthropologie. [...] Sobald die Welt zum Bild wird, begreift sich die Stellung des Menschen als Weltanschauung.“

<sup>460</sup> Anton Stankowski (1989), S. 20. Vgl. hierzu auch ebda., S. 21: „Solche Darstellungen des eigentlich Nicht-Darstellbaren sind Visualisierungen.“

<sup>461</sup> Martin Heidegger (1977), S. 108.



## V.1 Das magische Bild

Nach Siegfried Kracauer, einem Freund und Mentor Walter Benjamins, beginnt die „Reihe der bildlichen Darstellungen ... mit dem Symbol“.<sup>462</sup> Diese Rede ist ein wenig irreführend. Es versteht sich von selbst, dass Symbole und Bilder auch in frühgeschichtlicher Zeit nicht einfach identisch sind: Nicht jedes Bild ist ein Sinnbild im herkömmlichen Verständnis, nicht jedes Symbol eine bildliche Darstellung, die dem Unfassbaren, dem Unsichtbaren Ausdruck verleihen soll. Während Symbole hinsichtlich ihrer Verwendung keineswegs auf den kultischen Bereich beschränkt sind und eine Ähnlichkeit zwischen Signifikant und Signifikat nicht zwingend voraussetzen, ist diese Ähnlichkeit für Bilder, zumindest im historischen Kontext des magischen Zeitalters, eine Bedingung ihrer Möglichkeit, die realistische Ab-Bildung eine elementare, am Natur-Vorbild sich orientierende Darstellungskonvention. Die Differenz von Bild und Symbol ist freilich überbrückbar: Das Symbol vermag sich ins Bild, das Bild in ein Symbol zu verwandeln – wenn die kultische Praxis dies erfordert. Hält man sich vor Augen, worauf Kracauer eigens hinweist –, dass die Kunst des begrifflichen Denkens, die Kunst der Dialektik, in diesem frühen Stadium noch nicht ausgebildet ist, wird die Verwandlung vollends verständlich. Wo Begriffe fehlen, müssen Bilder ihre Arbeit leisten, wo das Denken auf das Bedenken des Lebensnotwendigen sich beschränkt, vermag einzig das Bild die Vorstellung unmittelbar zu affizieren. Anfänglich, will heißen: im historischen Kontext jener „naturwüchsige(n) Gemeinschaft(-en)“;<sup>463</sup> die Natur nicht beherrschen, sondern von ihr beherrscht werden, ist das Symbol – Kracauer zufolge die Erfindung eines „naturbefangene(-n) Bewusstseins“<sup>464</sup> – wesentlich ein Medium antizipierender Vergegenwärtigung, ein Mittel magischer Repräsentation und Domestikation.<sup>465</sup> Sofern in diesen entwicklungsge-

---

<sup>462</sup> Siegfried Kracauer (1977), S. 35: „Auf weite Strecken der Geschichte hin bleiben die bildhaften Darstellungen Symbole. Solange der Mensch ihrer bedarf, befindet er sich in einer praktischen Abhängigkeit von den Naturverhältnissen, die das sichtbar-leibliche Meinen des Bewusstseins bedingt. Erst mit der zunehmenden Beherrschung der Natur verliert das Bild seine symbolische Kraft. Das sich aus der Natur aussondernde und ihr gegenüber tretende Bewusstsein ist nicht mehr naiv in die mythologische Hülle verpuppt: es denkt in Begriffen, die freilich in durchaus mythologischer Absicht gebraucht werden mögen.“

<sup>463</sup> Ebda.

<sup>464</sup> Ebda., S. 38.

<sup>465</sup> Vgl. hierzu ebda., S. 36: „Auf der Stufe des Symbols ist das Gedachte im Bild enthalten“.

„... da die Zuschauer durch den ersten Eindruck  
am meisten beeinflusst würden.“  
(Aristoteles, *Politik*)

## VI Bilderkult – Sichtbare Politik

Politik ist in einem genuinen Sinne ein Bilderstreit, ein Kampf um die Meinungs- und um die Bildführerschaft, ein Kampf nicht zuletzt um das richtige *Bild* von Politik. Der Weg zur politischen Hegemonie führt (und führte) seit je – die römischen Bilderkämpfe und der byzantinische Bilderstreit belegen dies nachdrücklich – auch über die *visuelle Hegemonie*, die erfolgreiche Durchsetzung der eigenen Bildbotschaften. Münzen, Gemälde und Denkmäler sind nur die bekanntesten Beispiele für *visuelle Inszenierungen*, die dieser Hegemonie einen sinnfälligen Ausdruck verleihen sollen. Bildpolitik lässt sich auf herrschaftliche Selbstdarstellung freilich so wenig reduzieren wie auf die Dimension der „politischen Rhetorik, der Suggestion und Überredung“.<sup>646</sup> Plakate, Transparente und Karikaturen, Straßenaufzüge und Massenversammlungen sind bis heute bevorzugte Mittel des politischen Protestes, Medien einer so genannten „soft power“, die Herrschaft herausfordern und Herrschaftsansprüche optisch-symbolisch in Frage stellen soll.

In vormodernen Gesellschaften war Bildpolitik – wie jede Form der „Informationsvermittlung“ und Einflussnahme – an die Existenz eines „sichtbaren Publikums“, die leibliche Anwesenheit von Menschen also, die sehen (und beim Sehen gesehen werden), gebunden und insoweit erheblichen Reichweiteinschränkungen unterworfen.<sup>647</sup> Mit der Heraufkunft und der Durchsetzung der elektronischen Massenmedien änderte sich dies: An die Stelle des „sichtbaren“ trat ein „unsichtbares Publikum“, das sich aus einer unendlichen Zahl von lokal verstreuten Einzelrezipienten zusammensetzt.<sup>648</sup> Die weltweite

---

<sup>646</sup> Herfried Münkler (1994), S. 8.

<sup>647</sup> Zum Begriff des „sichtbaren“ bzw. „unsichtbaren Publikums“ vgl. den Aufsatz von Manfred Faßler (1998), S. 335ff.

<sup>648</sup> Ebda. Faßler (ebda.) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass der Zunahme technisch vermittelter Information ein signifikanter „Rückgang der Bedeutung angesichtiger Interaktion für die Verarbeitung von [politischer] Information“ korrespondiert.

Verbreitung des Fernsehens nach dem Zweiten Weltkrieg verschob die Parameter der politischen Kommunikation erneut: Zum einen wuchsen, aus leicht nachvollziehbaren Gründen, Anteil und Bedeutung der „visuellen Kommunikation“. <sup>649</sup> Gleichzeitig wurde, nicht zuletzt im Gefolge der Privatisierung des Rundfunks, eine *Televsualisierung* der Politik eingeleitet, die nicht nur die äußere Erscheinung des Politikers/der Politikerin politisch aufgewertet, sondern Politik vollends „zu einer Form von Unterhaltung oder Kunst“ gemacht hat. <sup>650</sup> Von einer *Bilderflut* ist allenthalben die Rede. Der Ausdruck deutet Vorbehalte an: Der Gewalt eines katastrophischen Naturereignisses vergleichbar, schlagen nach Ansicht medienkritischer Kommentatoren und Wissenschaftler in den westlichen Demokratien die elektronische Bildwellen über den Konsumenten zusammen. Vor allem das Fernsehen verwandele – so heißt es – die politische Wirklichkeit in ein visuelles *Spektakel*, <sup>651</sup> das wohl ästhetische motivierte Stellungnahmen zulässt, für ein substantielles politisches Urteil und sinnvolles politisches Handeln jedoch keine hinreichende Grundlage mehr abzugeben vermag. Bilderfluten zwingen die Betrachter dazu, Überlebensstrategien zu entwickeln. In Fluten droht man zu ertrinken; sie unterspülen Fundamente, reißen nieder, was ihnen in die Quere kommt, schaffen, mit anderen Worten, Gefahrensituationen, die sich mit den Alltagsroutinen der Lebenswelt nicht bewältigen lassen. Wo sich die Bilder überschlagen, jedes Bild durch das folgende überboten wird, bleibt keine Zeit für Besinnung, keine Zeit für die Reflexion dessen, was man sieht und hört oder liest, verliert trotz zunehmender Visualisierung das Politische an Kontur. Das technisch vermittelte Erlebnis verdrängt die *Erfahrung*. Die (solitären) Kultbilder der Vergangenheit ermöglichten eine sehr spezifische Form der Erfahrung: die Erfahrung des Numinosen, der Transzendenz, welche Lebenssicherheit und -gewissheit zu stiften vermochte. Eingebunden war diese Erfahrung in einen sakral-religiösen Kontext, der in modernen Gesellschaften längst der Vergangenheit angehört und sich allenfalls noch künstlich restituieren lässt. Der Entzauberungs-, Aufklärungs- und Rationalisierungsschub der Neuzeit hat mit der Andacht auch den Glauben privatisiert, die Televsualisierung der Kommunikation schließlich das Kultbild durch den massenmedialen Bilderkult ersetzt, der auch vor der Politik nicht halt macht. Ob sie will oder nicht: die

---

<sup>649</sup> Zur visuellen Kommunikation und ihren Grundlagen vgl. Paul Martin Lester (2000) und Marion G. Müller (2003).

<sup>650</sup> Murray Edelman (1990), S. XIV. Zum Verständnis von Politik als Unterhaltungsformat vgl. Andreas Dörner (2001).

<sup>651</sup> Zum Begriff des Spektakels vgl. Guy Debord (1978).

Politik *muss* sich ins Bild setzen, von den Medien ins Bild setzen lassen, wenn sie Zustimmung akquirieren und/oder Ablehnung signalisieren möchte, und sie wird, nicht selten gegen ihren Willen, von den Medien ins Bild gesetzt. Am Ende gewährleistet nur noch das elektronische Fernsbild jene Existenz, der sich sowohl die „unpolitischen“ Rezipienten als auch die Politiker aus eigener Kraft nicht mehr zu vergewissern vermögen.

## V.1 Sichtbare Politik

Politik zählt zu jenen Handlungsfeldern, die sich seit je aus systematischen Gründen gegen eine übertriebene Transparenz der Handlungsabläufe sperren.<sup>652</sup> Wo Entscheidungen von großer Reich- und noch größerer Tragweite zu treffen sind, schränkt allzu große Sichtbarkeit den (Ver-)Handlungsspielraum der Akteure ein. Wo um Entscheidungskompetenzen gerungen wird, wo (knappe) Güter und Ressourcen, Rechte, Lasten und Pflichten verteilt, allgemeinverbindliche Festlegungen getroffen werden müssen, bleiben die Akteure lieber unter sich – nicht zuletzt, um frei von äußerem Beobachtungsdruck verhandeln und sich bei (zu erwartendem) Protest und Widerstand der Betroffenen gegebenenfalls hinter der Anonymität des Entscheidungsprozesses verstecken zu können. Selbst in demokratisch verfassten Gesellschaften lassen sich politische Entscheidungsprozesse nie gänzlich in Transparenz auflösen. Immer bleibt ein undurchsichtiger Rest, ein bürgerfernes Arkanum, bleiben Räume, *Entscheidungs-Räume*, und (informelle) Entscheidungsstrukturen, die sich „den Augen der Öffentlichkeit“ entziehen.<sup>653</sup> Die *Öffentlichkeit* ist in demokratischen Gesellschaften der genuine Ort der Politik – oder sollte es doch sein. Ins Licht der Öffentlichkeit tritt, wer Einfluss nehmen möchte auf jene

---

<sup>652</sup> Zur prinzipiellen *Invisibilität* des Handlungssystem Politik vgl. Herfried Münkler (2001), S. 157. Der Einfachheit halber schließe ich mich an dieser Stelle der (hinreichend abstrakten und neutralen) Politikdefinition von Thomas Meyer (2000, S. 15) an. Er versteht unter Politik „die Gesamtheit der Aktivitäten zur Vorbereitung und zur Herstellung gesamtgesellschaftlich verbindlicher und/oder am Gemeinwohl orientierter und der ganzen Gesellschaft zugute kommender Entscheidungen.“

<sup>653</sup> Vgl. Ulrich Sarcinelli (1991), S. 474: „Man kann sich Politik vorstellen als bürgerfernes Arkanum, als einen Bereich, in den nur die politischen Führungseliten vorstoßen und in dem die ‚eigentlich‘ politischen Entscheidungen gefällt werden. Natürlich gibt es einen solchen Raum oder besser solche Räume, die den Augen der Öffentlichkeit verborgen bleiben. Und es gibt auch immer wieder das Bemühen interessierter Seiten, diese nichtöffentlichen Räume auszudehnen.“ Zur Unsichtbarkeit der Macht vgl. auch Herfried Münkler ((1995).

„Ich erblicke den Staat im Augenblick nicht“  
(Heinrich Böll)

## VII Primat der Optik – ein ideengeschichtliches Schlusswort

Ikonopolitik gründet notwendig auf einer Wirkungsvermutung, auf der stupenden Eindrucks-, ja Überzeugungskraft der visuellen Wahrnehmung und auf dem Glauben an die Existenz dieser Kraft. Sie spekuliert auf die Macht der Bilder, die sie zirkulieren lässt – oder zu verhindern sucht. Wenn es sich denn so verhält, dass der Augenschein gleichsam durch sich selbst zu überzeugen vermag, wenn es denn stimmt, und wir haben keinen Grund, daran zu zweifeln, dass die qua Augenschein gewonnenen Eindrücke an Stärke und Lebendigkeit alle anderen Sinneseindrücke übertreffen, dann kann es der Politik nicht gleichgültig sein – und die angeführten Beispiele beweisen zu Genüge, dass es ihr auch nie gleichgültig gewesen ist –, *was* und *wie* die Leute *sehen*. Wenn die Menschen am Ende nur glauben, was sie mit eigenen Augen sehen oder gesehen haben, dann kommt es zuvörderst darauf an, *sich* sehen zu lassen und andere *etwas* sehen zu lassen. Dann kommt es freilich auch darauf an, im gegebenen Fall andere am Sehen oder Gesehen-Werden zu hindern. Eine geheimnisvolle politische Dialektik drängt sich auf, von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit, von Visualisierung und Invisibilisierung, von Unterwerfung unter den disziplinierenden Blick der Macht und ästhetischer Emanzipation. Wendet man sich den Klassikern des Politischen Denkens zu, dann zeigt sich sehr schnell die Bedeutung, die dieser Dialektik, die visuellen Phänomen bzw. dem Phänomen der Visualität seit je zuerkannt wurde. Die folgenden Ausführungen beanspruchen keineswegs Vollständigkeit, sondern wollen – gleichsam Sinne einer nachträglichen Rechtfertigung – der Politischen Ästhetik von berufener Seite das Wort reden.

### VII.1 Platon oder die blinde Menge

Von Platon war bereits mehrfach die Rede, von seiner „Kunst der Umlenkung“, die am Ende in eine Kunst der politischen Wahrnehmungslenkung ausläuft, ebenfalls. Das Höhlengleichnis der Politeia demonstriert nachdrücklich

die politische bzw. politiktheoretische Relevanz des Augenscheins. Es lohnt sich, Platons diesbezügliche Ausführungen noch einmal Revue passieren zu lassen, weil sie in exemplarischer Weise eine erkenntnistheoretische Dichotomie politisieren, die für die politische Aisthetik konstitutiv ist: den Gegensatz von sinnlichem *Sehen* und intelligiblem *Schauen*, von bloßem *Augenschein* und vernünftiger *Einsicht*. Platon kontrastiert der allein am äußeren Eindruck interessierten und eben darum „blinden“ Menge eine aufgeklärte politische Elite, die zur Herrschaft legitimiert ist, weil sie die Wahrheit „gesehen“ hat, und sich zur Aufrechterhaltung ihrer Herrschaft, sprich: zur Durchsetzung der Wahrheit, „aisthetischer“ Überzeugungsmittel bedient. Wir erinnern uns: Da die Höhlenbewohner, gefesselt an Händen und Füßen und somit unfähig, sich umzudrehen, nie etwas anderes zu sehen bekommen als die Schattenbilder, die von einem hinter ihrem Rücken brennenden Feuer an die vor ihnen befindliche Höhlenwand projiziert werden, halten sie diese für die Wirklichkeit. Eine andere Wirklichkeit gibt es für sie nicht und kann es nicht geben, nicht unter den von Platon eingeführten Voraussetzungen. Ihre Fesseln verhindern die mögliche Transzendenz: Weder sind sie imstande, ihren Standpunkt zu verändern, noch können sie sich umsehen. Ihnen bleibt nur eine einzige Perspektive, und diese eine Perspektive wird ihnen verständlicherweise zur Welt. Ganz ähnlich verhält es sich Platon zufolge mit der Alltagswahrnehmung des Menschen: Er hält Gegenstände und Vorstellungen für wirklich, die doch nur Abbilder der wahren, ihm freilich verborgenen Wirklichkeit sind. Wie die Höhlenbewohner, so ist auch der gewöhnliche Mensch ein Gefangener: „Gefangener seiner Sinne und der empirischen Einstellung“.<sup>833</sup> Nur weil und sofern der Mensch auf seine sinnlichen Wahrnehmungen, auf seine notwendigen beschränkten Erfahrungen vertraut, liegt er in Ketten, nur weil und sofern er sich ihnen und nicht dem Geist anvertraut, ist ihm der Weg zur Wahrheit verstellt. Seine Fesseln sind die Gewohnheit, das Vorurteil, der Konformismus und ein *Wahrnehmungsglaube*, dem alles zur Wirklichkeit wird, was sich den Sinnen erfolgreich aufzudrängen vermag.

Platons Höhle ist alles andere als ein gemütlicher Ort, ein Verlies eher denn die Wohnstatt von Menschen, kalt, zugig und mit Ausnahme des Widerscheins, den das Feuer in der Höhle verbreitet, dunkel; so kalt und dunkel wie jenes Leben selbst, das die meisten Menschen in Unwissenheit verbringen, von der Wahrheit so weit entfernt wie die Einsicht vom Meinen, das Gute vom Bösen. Weil die Menschen in ihrer übergroßen Mehrheit nur für wirklich halten, was sie mit eigenen Augen sehen, die Dinge, vermögen sie platonisch

---

<sup>833</sup> Wolfgang Röd (1998), S. 129.

## **Beiträge zur Politikwissenschaft**

- Band 5: Axel Woeller: **Die Landfrage und Landreform in Namibia**  
2005 · 275 Seiten · ISBN 3-8316-0555-6
- Band 4: Bernd Mayerhofer: **Die Tugend der Augen** · Beiträge zur politischen Aisthetik  
2006 · 368 Seiten · ISBN 3-8316-0553-X
- Band 3: Robert Staudigl: **Demokratie und/oder Frieden im Nahen Osten?**  
2005 · 80 Seiten · ISBN 3-8316-0509-2
- Band 2: Robert Staudigl: **Die Türkei, Israel und Syrien zwischen Kooperation und Konflikt**  
2004 · 387 Seiten · ISBN 3-8316-0348-0
- Band 1: Ruth Wittlinger: **Thatcherism and Literature** · Representations of the 'State of the Nation'  
in Margaret Drabble's Novels  
2002 · 200 Seiten · ISBN 3-8316-0157-7

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:

Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · info@utz.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 2500 lieferbaren Titeln: [www.utz.de](http://www.utz.de)