

Wolfgang Ullrich

## Der zweite Klick

Zu den berühmtesten Sätzen der Geschichte der Fotografie gehört der Kodak-Slogan von 1888 „You press the bottom, we do the rest“. Damit wurde die Fotografie zum ersten demokratisierten Medium erklärt, denn da es nur noch eines Klicks bedurfte, war es möglich geworden, unabhängig von einer spezifischen Begabung und speziellen Kenntnissen Bilder zu machen. Umso schwerer wurde es für Fotograf:innen mit künstlerischem Anspruch, sich gegen die während des gesamten 20. Jahrhunderts immer noch größere Übermacht an Knipserfotografie zu behaupten. Sie verweigerten sich dem einfachen Klick, indem sie nach wie vor aufwendige, voraussetzungsvolle Weisen des Fotografierens praktizierten oder aber das Schnelle und Unkomplizierte des Massenmediums ‚Fotografie‘ konzeptuell überhöhten oder brachen. Sie produzierten erst recht eine Bilderflut oder machten im Gegenteil gar keine eigenen Bilder mehr, sondern arbeiteten mit ‚found footage‘, profilierten sich also über Auswahl und Aufbereitung bereits vorhandenen Bildmaterials. Oft sahen sie ihre Aufgabe dann darin, Unbekanntes, Übersehenes, Vergessenes sichtbar zu machen. Und davon gab es mehr als genug, denn so demokratisiert das Machen von Bildern sein mochte, so exklusiv blieben die Möglichkeiten, sie zu veröffentlichen. Die meisten landeten in Fotoalben, Umschlägen und Schubladen – auf Nimmerwiedersehen. Nur für Fotojournalismus und Fotokunst gab es Orte und Formate, für letztere vor allem Ausstellungen und Bücher.

Erst durch das Internet, verstärkt dann durch die Sozialen Medien hat sich auch das Publizieren von Bildern demokratisiert. Jede:r kann nun digitale Bilder hochladen, kann sie posten, senden, teilen. Und wieder geschieht dies jeweils mit einem einfachen Klick. Im Rückblick erscheint es, als sei das Medium ‚Fotografie‘ bis zur Möglichkeit dieses zweiten Klicks erst zur Hälfte entwickelt gewesen. Es wird bewusst, dass für die meisten Bilder gar keine Funktion vorhanden war und dass sie entsprechend zufällig, aber auch unbefangen entstanden sind. Dass man sie nun als Postings adressieren kann, macht sie hingegen zu Kommunikationsmitteln; sie sind verbindlich, kalkuliert, rhetorisch zugespitzt, oft wirken sie heftig wie Geschosse, denn sie haben ein Ziel.

Damit sind die unzähligen Bilder, die sich den beiden Klicks verdanken, gegenüber den Bildern der Fotokunst jedoch umso präsenter. In Ausstellungen und Büchern sind Fotografien nämlich nicht adressiert. Da sie vielmehr Werkstatus haben, kann und soll man sie interpretieren, sich frei mit ihnen beschäftigen, sie gerade nicht auf eine Botschaft reduzieren. Das aber erscheint schnell als defizitär und beliebig, wenn man erst einmal daran gewöhnt ist, dass Bilder fast immer gesendet werden. Fotografien mit künstlerischem Anspruch drohen als etwas wahrgenommen zu werden, das in der Luft hängt.

Aus dem Sichtbarkeitsvorteil der Kunstfotografie ist also ein Verbindlichkeitsnachteil geworden. Und daher müssen Künstler:innen neue Strategien entwickeln. Vermehrt haben sie sich mit jenem zweiten Klick auseinanderzusetzen. So können sie etwa versuchen, Algorithmen zu unterlaufen, Follower nicht nur als mehr oder weniger kontingente Größe zu verstehen oder das Posten in eigenen Arbeiten zu verhandeln. Sie können ihre Werke aber auch offensiv adressieren und damit in ihrem Status verändern, oder sie verknappen deren Sichtbarkeit im Gegenteil und machen daraus wieder ein exklusives Ereignis. Oder sie überschreiten die Grenzen des Mediums, werden multimedial oder beziehen den Raum und Dimensionen ein, die nicht digitalisierbar und damit nicht teilbar sind.

Gegenwärtig kommt es also zu bemerkenswerten Interessensverschiebungen innerhalb der Fotokunst. Solange sie vornehmlich aus Reflexionen des ersten Klicks bestand, ging es in ihr viel um die Genese von Bildern, um die Grenzen von Bildhaftigkeit, aber auch um die Logik des Readymades und um Fragen von Urheberschaft. Doch je mehr Künstler:innen den zweiten Klick zu ihrem Thema haben, desto mehr steht zur Debatte, wie verschiedene Umgangsweisen mit Fotografien jeweils deren Status und Charakter verändern; über Bilder wird in Kategorien wie ‚Beweglichkeit‘ oder ‚Ortsfestigkeit‘ nachgedacht, man lotet aus, welche Eigenschaften sie erfüllen müssen oder nicht haben dürfen, um reproduzierbar zu sein, viral gehen oder zum Mem werden zu können. Noch allgemeiner formuliert: Die große Frage, was überhaupt ein Bild ist, wird durch die nicht minder große Frage abgelöst, was Bilder eigentlich können. Vielleicht steht der Fotokunst daher sogar eine neue große Blütezeit bevor.