



Alessa K. Paluch

NICHT-IKONISCHE BILDER

Herrschaftskritische Perspektiven
auf zeitgenössische Bildkulturen

[transcript] Image

Alessa K. Paluch
Nicht-ikonische Bilder

Image | Band 208

Für Ava und Philipp

Alessa K. Paluch, geb. 1981, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin für Kunstgeschichte an der Universität Greifswald mit dem Schwerpunkt Moderne und Zeitgenössische Kunst. Sie hat an der Freien Universität Berlin in Theaterwissenschaft promoviert und an der Universität Leipzig studiert. Ihre Forschungsschwerpunkte liegen auf visueller Alltagskultur, künstlerischer Bildpraxis und Visual Literacy.

Alessa K. Paluch

Nicht-ikonische Bilder

Herrschaftskritische Perspektiven auf zeitgenössische Bildkulturen

[transcript]

Unter dem Titel »Nicht-ikonische Bilder - Definition und Praxis« als Dissertation zur Erlangung des Grades einer Doktorin der Philosophie am Fachbereich Theaterwissenschaft der Freien Universität Berlin 2019 vorgelegt.

Erstgutachterin: Frau Prof. Dr. Annette Jael

Zweitgutachterin: Frau Prof. Dr. Doris Kolesch

Tag der Disputation: 10. Juli 2020

Mein besonderer Dank gilt den Mitarbeitenden der Kunstbibliothek Berlin, die mit ihrer Herzlichkeit die schier endlosen Stunden im Lesesaal erträglicher gemacht haben. Von ganzem Herzen danke ich Pham Thai Ho und Anna Franek für ihr Vertrauen und ihre Großzügigkeit.



The EOSC Future project is co-funded by the European Union Horizon Programme call INFRAEOSC-03-2020, Grant Agreement number 101017536

Die freie Verfügbarkeit der E-Book-Ausgabe dieser Publikation wurde ermöglicht durch das Projekt EOSC Future.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell. (Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>)

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2022 im transcript Verlag, Bielefeld

© **Alessa K. Paluch**

Umschlaggestaltung: Maria Arndt, Bielefeld

Umschlagabbildung: Pham Thai Ho: »Wie Pech und Schwefel«, 2017. Galerie Anna25.

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

Print-ISBN 978-3-8376-6106-4

PDF-ISBN 978-3-8394-6106-8

<https://doi.org/10.14391/9783839461068>

Buchreihen-ISSN: 2365-1806

Buchreihen-eISSN: 2702-9557

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

Abbildungsverzeichnis	9
1 Einleitung	11
1.1 Ikonische und nicht-ikonische Bilder	11
1.2 Das kulturelle Bildrepertoire	14
1.3 Vorgehensweise	19
1.4 Erkenntnisinteresse	21
2 Eine kurze Kulturgeschichte bedeutender Bilder	25
2.1 Einleitung	25
2.1.1 Bedeutungsebenen des Ikonischen	25
2.1.2 Ikonisches im allgemeinen Sprachgebrauch	27
2.1.3 Religiöse Bilderfragen	28
2.2 Die christliche Bildauffassung	30
2.2.1 Von den christlichen Anfängen bis zur Neuzeit	30
2.2.2 Bedeutende Bilder in der Neuzeit	33
2.3 Exkurs: Paradigma <i>Mona Lisa</i> – Das berühmteste Bild der Welt	38
2.3.1 Warum ist die <i>Mona Lisa</i> so berühmt?	38
2.3.2 Der Kult um Leonardo	39
2.3.3 Institutionalisierung	41
2.3.4 Interpretationsspielraum	42
2.3.5 Politische und ideologische Unterstützung	43
2.3.6 Die Ausstellung als Ereignis	46
2.3.7 Wechselwirkungen von <i>Hochkultur</i> und <i>Populärkultur</i>	48
2.4 Das Zeitalter der Fotografie	50
2.4.1 Die bedeutendsten Bilder des 20. Jahrhunderts?	51
2.4.2 Die historisierenden Perspektiven	55
2.4.3 Die politisierende Perspektive	58

3	Die Bildpraxis nicht-ikonischer Bilder	65
3.1	Die Definition nicht-ikonischer Bilder	65
3.1.1	Was sind nicht-ikonische Bilder?	65
3.1.2	Nicht-ikonisch, nicht unikonisch	67
3.1.3	Nicht-ikonische Bilder als Mythos	68
3.1.4	Die vermeintliche Evidenz nicht-ikonischer Bilder	72
3.2	Nicht-Ikonische Bilder – Strategien der Kodifizierung von Normalität	75
3.2.1	Strategie der Unsichtbarmachung von Unterschieden	78
3.2.2	Strategie der Verharmlosung und Beschwichtigung	79
3.2.3	Strategie der Vermeidung von Reaktionen und Kritik	83
3.3	Die Praxis der nicht-ikonischen Bilder	85
4	Fallstudie 1: Die voyeuristische Lust an Paparazzifotos und Pornografie	89
4.1	Zu-Sehen-Geben	89
4.2	Doing Image	97
4.2.1	Pham Thai Ho: Kunst, Porno und Begehren	97
4.2.2	Tabloid Art History: Pop, Kunst und Begehren	111
4.3	Exkurs: Aby Warburgs <i>Pathosformeln</i>	127
4.4	Ideology at Work	132
5	Fallstudie 2: Das Selfie als Kulturtechnik	137
5.1	Zu-Sehen-Geben	137
5.2	Doing Image: Amalia Ulmans Performance <i>Excellences & Perfections</i>	149
5.3	Ideology at Work	168
6	Fallstudie 3: Die Filmbilder vom Plattenbau	177
6.1	Zu-Sehen-Geben	177
6.2	Doing Image	184
6.2.1	Die Legende von Paul und Paula	186
6.2.2	Halbe Treppe	193
6.2.3	Good Bye, Lenin!	198
6.2.4	Die Friseurin	204
6.2.5	Polizeiruf 110 Rostock »Und raus bist Du«	208
6.2.6	Wir sind jung, Wir sind stark	212
6.3	Ideology at Work	217
7	Resümee	225
7.1	Nicht-ikonische Bildkomplexe	225

7.2	Was sind nicht-ikonische Bilder?	229
7.3	Was machen nicht-ikonische Bilder mit uns und was machen wir mit ihnen? ..	230
7.4	Was konnte nicht beachtet werden?	233
7.5	Was bleibt zu tun?	238
	Literaturangaben	241

Abbildungsverzeichnis

- Abb.1: Woyzeck von Georg Büchner, Regie: Thomas Ostermeier, Schaubühne Berlin, 2003, © Schaubühne/Arno Declair. | **Seite 11**
- Abb. 2: Morse, Samuel B.: The Gallery of the Louvre. Zwischen 1831 und 1833. Öl auf Leinwand. Terra Foundation for American Art. Daniel J. Terra Collection. URL: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Gallery_of_the_Louvre_1831-33_Samuel_Morse.jpg (Letzter Zugriff: 08.04.2019). | **Seite 36**
- Abb. 3 und 4: QR-Codes 1 und 2, Weiterleitung auf die Website der Tagesschau. | **Seite 78**
- Abb. 5: Bildauswahl zur Tagesschaumeldung Erst erziehen, dann weniger verdienen vom 09.06.2008, IMAGO/Eckehard Schulz. | **Seite 81**
- Abb. 6 und 7: QR-Codes 3 und 4, Weiterleitung auf die Website der Tagesschau. | **Seite 83**
- Abb. 8: Ho, Pham Thai: Wolke 7, Ölmischtechnik auf Fotoleinwand, 2017. © Ho, Pham Thai. Galerie Anna25. | **Seite 99**
- Abb. 9: Ho, Pham Thai: Wie Pech und Schwefel. Ölmischtechnik auf Leinwand, 2017. © Ho, Pham Thai. Galerie Anna25. | **Seite 99**
- Abb. 10: Ho, Pham Thai: Threesome und doch einsam. Ölmischtechnik auf Leinwand. 2017. © Ho, Pham Thai. Galerie Anna25. | **Seite 102**
- Abb. 11: Tabloid Art History, Instagram-Post vom 2. Januar 2018, URL: <https://www.instagram.com/p/BddHDT9ABOV/> (Letzter Zugriff: 01.09.2021). © Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont. | **Seite 115**
- Abb. 12: Tabloid Art History, Instagram-Post vom 7. Mai 2018. URL: <https://www.instagram.com/p/BifAZUKDqRV/> (Letzter Zugriff: 01.09.2021). © Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont. | **Seite 119**
- Abb. 13: Tabloid Art History, Instagram-Post vom 4. Januar 2018. URL: https://www.instagram.com/p/BdiEAs7g_Dt/ (Letzter Zugriff: 01.09.2021). © Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont. | **Seite 122**

Abb. 14: Ulman, Amalia: Excellences & Perfections, Instagram-Post vom 23. April 2014. URL: <https://www.instagram.com/p/nJMEiLlV4Z/> (Letzter Zugriff: 08.04.2019). © Amalia Ulman. | **Seite 157**

Abb. 15: Ulman, Amalia: Excellences & Perfections, Instagram-Post vom 27. Juli 2014. <https://www.instagram.com/p/q9Qc1KFV9M/> (Letzter Zugriff: 08.04.2019). © Amalia Ulman. | **Seite 159**

Abb. 16: Ulman, Amalia: Excellences & Perfections, Instagram-Post vom 11. September 2014. URL: <https://www.instagram.com/p/szNFDJFV7a/> (Letzter Zugriff: 08.04.2019). © Amalia Ulman. | **Seite 161**

1 Einleitung

1.1 Ikonische und nicht-ikonische Bilder

Abb. 1: *Woyzeck* von Georg Büchner, Regie: Thomas Ostermeier, Schaubühne Berlin, 2003.



© Schaubühne/Arno Declair.

Von ikonischen Bildern ist viel die Rede. Über geschichtsträchtige Fotografien, wie die von der brennenden Hindenburg, Werbefotos, wie das von Marilyn Monroe im weißen Kleid, oder Musikvideos, wie das zu Michael Jacksons *Thriller*, werden kulturelles und soziales Selbstverständnis einer Gemeinschaft oder Gesellschaft auf eindrückliche Weise verhandelt. Auch in

den Geisteswissenschaften sind ikonische Bilder seit einigen Jahren Gegenstand der Forschung. Der kontrovers diskutierte *iconic turn* ist mittlerweile als Paradigmenwechsel anerkannt und dessen oft als Widersacher inszenierte Hauptverfechter William J.T. Mitchell (*pictural turn*) und Gottfried Boehm (*iconic turn*) sind auf Konferenzen und in Aufsatzsammlungen friedlich vereint.¹

Sowohl die deutschsprachige Bildwissenschaft als auch die insgesamt weniger am einzelnen Bild ausgerichteten, angloamerikanisch geprägten Visual Culture Studies beschäftigen sich vorrangig mit bedeutenden Bildern, die einen tiefen Eindruck hinterlassen. Die Bilder, die die eigentliche *Bilderflut* ausmachen – insbesondere die alltäglichen, weniger eindringlichen Bebilderungen von Nachrichten und Unterhaltungsmedien – kommen in diesen Überlegungen (abseits von ihrer Betrachtung als massenmediales Phänomen) kaum vor. Dabei sind diese beiläufigen Bilder nicht minder einflussreich und bedeutend als solche, die allgemein als ikonisch anerkannt sind. Ihre normative Wirkung entfalten sie jedoch weniger durch ihre ästhetisch-visuelle Eindringlichkeit und emotionale Ausdrucksstärke als vielmehr durch ihre vehemente Wiederholung und subtil aufgeladene, quasi selbsterklärende Bedeutung. Die Motive dieser nicht-ikonischen Bilder funktionieren dabei insbesondere als Symbolisierungen. Da sie leicht verständlich sind, eignen sie sich besonders gut als Kommunikationsmittel. Die These lautet, dass nicht-ikonische Bilder starke implizite Bedeutungen haben, die aufgrund der Verschleierung ihrer Gemachtheit ideologisch wirken.

Die Bilder vom ostdeutschen Plattenbau sind ein hervorragendes Beispiel für diese nicht-ikonischen Bilder. Es fällt auf, dass *die Platte* meist in negativen, abwertenden Kontexten visuell eingesetzt wird. Oft wird der Plattenbau als Kulisse für sozialkritische (und durchaus zweifelhaft humoristisch gefärbte) Verlierer/-innen-Geschichten gewählt. Durch die visuelle Verknüpfung von ostdeutschen Plattenbauten mit Geschichten der sogenannten Unterschicht, Geschichten von Armut, Verwahrlosung und *Wendeverlierer/-innen*, wird der Plattenbau selbst zum Symbol dieser Narration. Der Einsatz von Plattenbau-Bildern fungiert vermeintlich beschreibend und stellt doch gleichzeitig seinen Kontext selbst her. Der Plattenbau wird als ein Ort gesellschaftlicher Abgründe, chaotischer Zustände und rassistischen Gedankenguts dargestellt. Dieser als offensichtlich dargestellte Zusammenhang wird von den Re-

1 Vgl. z.B. den Briefwechsel der beiden in Belting, Hans (Hg.): Bilderfragen. Die Bildwissenschaft im Aufruhr. München 2007, S. 27-46.

zipierenden durch häufige Wiederholungen erlernt, bis schließlich das Bild eines einzelnen Plattenbaus all diese Bedeutungen transportiert. Den Rezipierenden wird somit durch ein einziges Szenenbild (beim Film) oder ein einziges Bühnenbild (im Theater) angezeigt, in welchem Milieu die Erzählung angesiedelt ist. In den wenigsten Fällen wird dabei das Milieu selbst verhandelt, sondern lediglich als Ausgangspunkt oder Rahmung der Geschichte eingeführt.

Ein Beispiel: Das Publikum von Thomas Ostermeiers *Woyzeck*-Inszenierung (Berliner Schaubühne, 2003) kennt zum einen den kanonisierten *Woyzeck*-Stoff und weiß deshalb, dass die Themen des Abends seelische und körperliche Ausbeutung sowie geistige und wirtschaftliche Armut sein würden. Zum anderen konnten beim Anblick des Bühnenbildes (Abb. 1) selbst diejenigen Zuschauer/-innen im Saal, die sich mit *Woyzeck* zuvor nicht beschäftigt hatten, erahnen, was für ein Leben Ostermeiers *Woyzeck* führt. Die *Woyzeck*-Kundigen wiederum konnten sich in ihrem Bild vom Plattenbauviertel und seinen verwahrlosten und brutalen Bewohner/-innen in Polyester-Trainingsanzügen bestätigt fühlen und aufgrund ihres von Medienbildern geschulten Vorwissens dem Regisseur und seinem Bühnenbildner Jan Pappelbaum ein einleuchtendes Inszenierungskonzept attestieren.

Bilder bedeuten nicht allein aus sich heraus. Auch nicht, wenn es schier zahllose von ihnen gibt, sie scheinbar eindeutig zu lesen sind und nichts weiter auszusagen scheinen als ihren angenommenen Inhalt. Diese behauptete Selbstverständlichkeit ist eine Eigenschaft nicht-ikonischer Bilder. Da sie weder besonders emotional noch historisch bedeutend sind, erscheinen sie weniger interessant als ikonische Bilder. Doch nicht-ikonische Bilder haben einen ebenso großen Einfluss auf unser Verständnis von der Welt – sie wirken nur auf subtilere und damit weniger transparente Weise. Sie behaupten in ihrer Darstellungsform eine gewisse Natürlichkeit, ein tradiertes Wissen, das durch seinen eindeutigen Gehalt nicht hinterfragt werden muss. Diese Eindeutigkeit ist allerdings problematisch, da alles, was sich als unhinterfragbar und selbstverständlich gibt, als verdeckt ideologisch verstanden werden kann. Im Kontext nicht-ikonischer Bilder führt diese Selbstverständlichkeit zu einer einseitigen Bedeutungsaufladung, die jede abweichende Erzählung ausblendet. Auf den ostdeutschen Plattenbau bezogen heißt das: Eine Abweichung von der Narration der ungebildeten, verwahrlosten Unterschichten-Bewohner/-innen könnte als nicht authentisch, als unrealistisch und somit als störend empfunden werden. Wie glaubwürdig wäre es, wenn in einem Sonntagabend-Krimi die Haustür einer Plattenbauwohnung von einer Frau

geöffnet wird, deren Kind nicht vor dem Fernseher sitzt, sondern in seinem Kinderzimmer spielt, und diese dialekt- und akzentfrei mitteilte, dass ihr Mann noch in der Schule sei, weil er an diesem Tag nachmittags immer seinen Geschichts-Leistungskurs unterrichte? Stattdessen ist damit zu rechnen, dass der Plattenbau als Wohnung von Arbeitslosen inszeniert würde: Der Vater wäre zuhause und säße im Jogginganzug vor dem Fernseher. Dadurch, dass der Plattenbau häufig auf diese Art repräsentiert wurde, erscheint den Rezipierenden diese Erzählung als glaubwürdig – auf Kosten anderer, abweichender Erzählungen.

Aus dieser Engführung auf eine einzige zulässige Symbolisierung resultiert eine Verarmung der Repräsentationsmöglichkeiten, der visuellen Kultur und des kulturellen Bildrepertoires. Je ärmer das kulturelle Bildrepertoire, desto eingeschränkter die Kommunikationsmöglichkeiten, deren Gewährung und Sicherung grundlegende Voraussetzungen demokratischen Miteinanders sind: Je beschränkter die Kommunikation, desto gefährdeter die Demokratie.

1.2 Das kulturelle Bildrepertoire

Der hier verwendete Begriff des kulturellen Bildrepertoires orientiert sich an dem von Aleida Assmann geprägten Begriff des kulturellen Gedächtnisses², der sich eklatant vom Begriff des kollektiven Gedächtnisses unterscheidet, auch wenn beide häufig synonym verwendet werden.³

Das kulturelle Gedächtnis beschreibt im Wesentlichen kulturell etablierte, institutionalisierte Erinnerung, weshalb sich der Begriff *kulturelles Bildrepertoire* zwar hieran anlehnt, aber über den Aspekt der Vergangenheitsbewältigung durch Erinnern weit hinaus geht. Das kulturelle Bildrepertoire ist kein reines Erinnerungsmedium, sondern eine Möglichkeit, Gegenwart zu verhandeln, indem Altbewährtes, bereits im kulturellen Gedächtnis Etabliertes

2 Vgl. Assmann, Aleida: Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses. München 2010. (Erstveröffentlichung 1999).

3 Auch gibt es jeweils für beide Begriffe keine in sich kongruente Definition, was die Unterscheidung noch erschwert. Vgl. Moller, Sabine: Das kollektive Gedächtnis. In: Gudehus, Christian/Eichenberg, Ariane/Welzer, Harald (Hg.): Gedächtnis und Erinnerung. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart 2010, S. 85-92. Und vgl. Levy, Daniel: Das kulturelle Gedächtnis. In: Ebd., S. 93-101.

angeeignet und für die Gegenwartsanalyse beziehungsweise -interpretation brauchbar gemacht wird.

Anders als das kollektive Gedächtnis, welches das intergenerationell kommunikativ verhandelbare, eher informelle und inoffizielle Gedächtnis einer Gemeinschaft ist, gilt das kulturelle Gedächtnis als die kultivierte, ritualisierte und offizielle Erinnerung einer Gesellschaft. Wie Daniel Levy herausstreicht ist es insbesondere die Externalisierung des Erinnernten, welches den Unterschied macht:

»Ein entscheidendes Merkmal des kulturellen Gedächtnisses ist, anders als bei anderen Formen des Gedächtnisses (wie das kommunikative Gedächtnis in Gruppen oder Familien), dass es dessen Träger überlebt, da es in externalisierten Erinnerungen verankert ist. [...] Basierend auf Ritualen, materieller Kultur und wiederholten Bildern dient das kulturelle Gedächtnis als Grundlage für kollektives Selbstverständnis.«⁴

Zusätzlich unterteilt Assmann das kulturelle Gedächtnis noch in Speichergedächtnis und Funktionsgedächtnis. Sie gibt zu bedenken, dass das kulturelle Gedächtnis »nicht nur im Nachhinein durch Einsammeln und Konservieren, sondern auch zielstrebig als Auswahl einer Botschaft und Sammlung eines Erbes für die Nachwelt einer unbestimmten Zukunft«⁵ entsteht. Speicher- und Funktionsgedächtnis sind bei Assmann zwei Seiten ein und derselben Medaille: Das Speichergedächtnis stellt das Archiv dar, den »Fundus und Hintergrund für latente Erinnerungen, die ihre Stunde hinter sich oder noch vor sich haben«⁶. Das Funktionsgedächtnis nimmt hingegen den aktiven Part im kulturellen Gedächtnis ein, in welchem sich die kanonisierte Erinnerungspraxis ihrer Legitimation durch Wiederholung und stetige Anwendung versichert. Im Speichergedächtnis finden sich solche Manifestationen von Erinnerungen, die im gegenwärtigen Funktionsgedächtnis zur Zeit nicht verwendet werden, etwa weil sie sich mit einem Thema beschäftigen, das gerade gesellschaftlich nicht verhandelt wird. Wenn dieses Thema aber dann (wieder) verhandelt wird, kann die durch verschiedene Medien archivierte Erinnerung (wieder) ins Funktionsgedächtnis aufsteigen. Das kulturelle Gedächtnis ist

4 Levi 2010, S. 93.

5 Assmann, Aleida: *Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik*. München 2006, S. 55.

6 Ebd., S. 56.

damit sehr komplex, heterogen, prozesshaft und einem ständigen, wenn auch langsam voranschreitenden Wandel unterlegen.

Das kulturelle Bildrepertoire, von dem hier die Rede ist, ist Teil des Funktionsgedächtnis. Es ordnet sich in das »Spannungsverhältnis von Funktions- und Speichergedächtnis, von Erinnertem und Vergessenem, Bewusstem und Unbewusstem, Manifestem und Latentem«⁷ ein. Es ist, um im Bild zu bleiben, das kulturelle Kurzzeitgedächtnis.

Der Begriff Kulturelles Bildrepertoire trägt so der Spannung zwischen *kurzzeitig wichtig* und *längerfristig einflussreich* Rechnung, vor allem in Zeiten und Kulturen erhöhter Visualität, in denen eine Vielzahl von Bildern als bedeutend beschrieben wird. So soll vermieden werden, nur über bereits durch zeitliche Entwicklungen kanonisierte oder archivierte Bilder zu sprechen, ohne die identifikatorische Bedeutung bestimmter aktueller Bilder anzuerkennen, auch wenn diese nur für einen kurzen, aber intensiven Moment von Bedeutung sind.⁸ Das kulturelle Bildrepertoire ist deshalb ein Hilfskonstrukt innerhalb des Konzepts des kulturellen Gedächtnisses, das sowohl den Kanon als auch die noch nicht kanonisierten, aber durchaus bedeutenden Bilder einschließt. Wenn, wie Daniel Levy schreibt, das »kulturelle Gedächtnis als Grundlage für kollektives Selbstverständnis«⁹ dient, dann sind alle als bedeutend gekennzeichneten Bilder grundlegend für das Selbstverständnis einer Gesellschaft – egal ob mit gesichertem Ikonen-Status oder zügig voranschreitender Vergänglichkeit. Voraussetzung dafür ist die Kennzeichnung der Bilder als bedeutend – und zwar von einer Mehrheit der Gesellschaft, in welcher die Bilder zirkulieren.

Mit dem Wort Repertoire lassen sich viele Auswahlmöglichkeiten assoziieren, beispielsweise im Kontext des Schauspiels. Dabei beherrschen die Schauspieler/-innen die Klassiker genauso wie neuere, zeitgenössische Rollen. Das Repertoire, auf das ein Schauspielhaus zurückgreifen kann, meint die zur Aufführung bereitstehenden Inszenierungen, die dank des vorhandenen Schauspielpersonals, Bühnenbilds, der erbrachten Regieleistung und des anhaltenden Publikumsinteresses noch nicht aus dem Spielplan gestrichen wurden. Das Repertoire kann als ein ständig aktualisiertes Lager mit einfachem Zugriff verstanden werden. Es ist zwar begrenzt, kann aber immerzu

7 Ebd., S. 57.

8 Beispiele für diese identifikatorischen Bilder, die intensiv zirkulieren und dann nach kurzer Zeit schon wieder in Vergessenheit geraten, sind die sogenannten *Memes*.

9 Levy 2010, S. 93.

erweitert werden. Auch können Rollen, Aufführungen, Werke und eben Bilder aus dem Repertoire entfernt werden, beispielsweise wenn sie nicht mehr nachgefragt werden. Das Repertoire ist ein Set von Möglichkeiten, von Techniken, Wissen und Fähigkeiten, die (mehr oder weniger) aktiv in Gebrauch sind. Die aktuelle Schicht des kulturellen Gedächtnisses, die sowohl die aktuell bedeutenden Bilder als auch den bereits etablierten Kanon beinhaltet, soll deshalb als Bildrepertoire bezeichnet werden.

Der Kulturwissenschaftler Tom Holert benutzt in seinem Essay *Bildfähigkeiten. Visuelle Kultur, Repräsentationskritik und Politik der Sichtbarkeit* den Begriff des visuellen Repertoires, wobei er diesen in den Kontext seiner Repräsentationskritik setzt:

»Bilder können zugleich Darstellungsfunktionen erfüllen und Vertretungsansprüche artikulieren. Um die Interessen einer sozialen Gruppe vertreten (oder bekämpfen) zu können, bedient man sich eines bestimmten visuellen Repertoires. Dieses Repertoire soll die betreffende Gruppe wiederum adäquat (oder auch verzerrend) darstellen, das heißt: ›repräsentieren‹, und nicht zuletzt ein Bild geben, das ›Identität‹ stiftet.«¹⁰

Der Begriff des Bildrepertoires berücksichtigt diesen Aspekt von Repräsentation und Identitätsstiftung in der kritischen Auseinandersetzung mit dem Potenzial bedeutender Bilder, normierte Vorstellungen zu bedienen und damit eine einseitige Repräsentationspraxis fortzuschreiben.

Auch die Kunstwissenschaftlerin Kaja Silverman benutzt den Begriff des kulturellen Bildrepertoires in ihrer Auseinandersetzung mit Jacques Lacans Theorien der Subjektbildung durch Spiegelung.¹¹ Silverman verwendet ihn synonym mit Lacans Bildschirm-Begriff, dem die konstitutive Eigenschaft zukommt, das Sichtbare zu organisieren, dem Subjekt ein Angebot zur Identifikation zu machen und dieses durch das aktuelle Blickregime bestätigen zu lassen. Damit weist Silverman dem kulturellen Bildrepertoire gleich mehrere Funktionen zu und beschreibt auch deren Wirkungsweise:

»Der Bildschirm oder das kulturelle Bildrepertoire ist jedem von uns eigen – ganz ähnlich wie die Sprache. Also folgt unsere Wahrnehmung eines ande-

10 Holert, Tom: *Bildfähigkeiten. Visuelle Kultur, Repräsentationskritik und Politik der Sichtbarkeit*. In: Ebd. (Hg.): *Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit*. Köln 2000, S. 23.

11 Vgl. Silverman, Kaja: *Dem Blickregime begegnen*. In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin 1997, S. 42ff.

ren Menschen oder eines Objekts zwangsläufig bestimmten Darstellungsparametern, deren Anzahl zwar hoch, aber letztlich doch begrenzt ist. Diese Darstellungsparameter legen fest, was und wie die Angehörigen unserer Kultur sehen – wie sie Sichtbares bearbeiten und welche Bedeutungen sie ihm geben. Und ebenso wie uns manche Worte leichter in den Sinn kommen als andere, weil sie in unserer Gesellschaft ständig zirkulieren, kommen uns auch manche Darstellungsparameter einfach dadurch entgegen, daß sie innerhalb unserer Kultur ständig wiederholt oder mit großem Nachdruck artikuliert werden.«¹²

Damit attestiert Silverman zum einen die enorme Bedeutung von Bildern für die Subjektbildung und zum anderen die herausgehobene Stellung bestimmter Bilder, die als Darstellungsparameter besonders zur Identifikation einladen.

Das kulturelle Bildrepertoire besteht also aus allen aktuell bedeutenden Bildern. Es ist die jeweils neueste visuelle Schicht des Bildgedächtnisses, die sich noch ausdünnen wird: Bilder werden in der Bedeutungslosigkeit verschwinden oder für spätere Bedeutungsaufladungen ins Speichergedächtnis abwandern, andere Bilder wiederum stellen sich als anhaltend bedeutsam heraus und werden vielleicht sogar ikonisch. Diese beiden Pole definieren das kulturelle Bildrepertoire und die Spannweite bedeutender Bilder. Wenn der eine Pol bedeutender Bilder ikonische Bilder sind, dann bietet sich für den anderen Pol an, den Begriff nicht-ikonische Bilder zu wählen.

Unter bedeutenden Bildern werden hier alle gesellschaftlich anerkannten Bilder, die in mehr als einem Medium benutzt und wiederholt werden, verstanden. Dabei kann es sich um ausgesuchte, ästhetisch ansprechende fotojournalistische Werke handeln, genauso wie um verwackelte Handybilder aus schwer zugänglichen Krisengebieten oder private Aufnahmen von Personen des öffentlichen Lebens. Die Form beziehungsweise das Medium oder der Träger des Bildes sind in der alltäglichen Rezeption meist von nachrangiger Bedeutung. Die hier angestrebte Analyse orientiert sich weniger am Status der Bilder als an deren Praxis. Statt von der Praxis der Bilder kann auch von der Politik des Visuellen gesprochen werden, wie es Tom Holert explizit in der Einleitung seines Buches *Regieren im Bildraum* tut:

»Ein auf den Sehsinn und kognitive Verstehensprozesse reduzierter Bildbegriff erfasst hier nur einen Bruchteil dessen, was für eine dichte und innova-

12 Ebd., S. 58.

tive Beschreibung der Prozesse und Netzwerke, in denen Bilder zirkulieren und Bild-Ereignisse entstehen, notwendig wäre. Die Mechanismen und Programme der Produktion von Visualität [...–] entgehen einem Glaubenssystem, das die quasi-religiöse Idee einer omnipotenten Bildermacht verfißt. Nur eine Kritik der soziotechnischen Systeme, Protokolle und Apparaturen, die das Auftauchen und die Verteilung einzelner Schemata und Klassifikationen, Bilder und Bild-Cluster ermöglichen und organisieren, die im Zentrum einer Theorie von Bildlichkeit stehen, nähme die politische wie ökonomische Dimension dieser Bildlichkeit tatsächlich in den Blick. [...] Wie spezifische Bilder und Bildlichkeiten funktionieren, wie sie in hybriden Bild-Text-Amalgamen oder audiovisuellen Affektblöcken als Elemente einer Technologie des Regierens operieren – das wäre hier die Frage und die Herausforderung.«¹³

Mit der Definition des Begriffs nicht-ikonische Bilder soll diese Herausforderung angenommen und die spezifische Bildlichkeit der so bezeichneten, bedeutenden Bilder und deren Funktionen erfasst werden.

1.3 Vorgehensweise

Das Interesse dieser Arbeit gilt nicht den (kunst-)philosophischen Fragen »Was ist ein Bild?«¹⁴, »Was wollen Bilder?«¹⁵ oder »Wie erzeugen Bilder Sinn?«¹⁶. Diese Arbeit ist vielmehr in den Visual Culture Studies verortet und geht der Frage *Was machen wir mit (nicht-ikonischen) Bildern und was machen diese mit uns?* nach. Es gilt, ein Bewusstsein für Repräsentationen durch Bilder, den ihnen innewohnenden Machtstrukturen und den daraus resultierenden (normativen) Effekten zu schaffen. Dabei soll jedoch nicht gegen Bilder und ihre Gefahren polemisiert, sondern durch Aufzeigen ihrer Wirkungsweise und ihrer Praxen eine analytische Herangehensweise geübt werden, die der visuellen Kultur im Alltäglichen Rechnung trägt.

13 Holert, Tom: *Regieren im Bildraum*. Berlin 2008, S. 16.

14 Vgl. Boehm, Gottfried (Hg.): *Was ist ein Bild?* München 1994. Oder auch: Elkins, James/Naef, Maja: *What is an image?* State College 2011.

15 Vgl. Mitchell, W. J. T.: *What do pictures want? The Lives and Loves of Images*. Chicago 2005.

16 Vgl. Boehm, Gottfried: *Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens*. Berlin 2007.

Diese Arbeit macht es sich zur Aufgabe, den Begriff der nicht-ikonischen Bilder als Analysewerkzeug für einen (zumindest in der westlichen Welt) alltäglichen Bildgebrauch herauszuarbeiten und vorzuschlagen. Dabei werden nicht-ikonische Bilder in Abgrenzung und im Verhältnis zu ikonischen Bildern verstanden, deren Status als bedeutend und einflussreich gesichert ist. Von den religiösen Kultbildern des Christentums über die Kunstbilder der Neuzeit bis zu den ikonischen Werken des Fotojournalismus des 20. Jahrhunderts wird der Frage nachgegangen, welche Bedingungen und Funktionen Bilder erfüllen müssen, um von einer Gesellschaft als ikonisch bezeichnet zu werden. In Auseinandersetzung mit Hans Beltings *Bild und Kult*¹⁷ sowie der Kunstgeschichte um die *Mona Lisa* und dem Paradigmenwechsel, der durch die Fotografie eingeleitet wurde, wird anhand einer qualitativen Literaturstudie eine kurze Kulturgeschichte der bedeutenden, verehrten Bilder nachgezeichnet. Darauf aufbauend und sich gleichzeitig davon abgrenzend werden die verschiedenen Wirkungsweisen, Funktionen und Nutzungen von nicht-ikonischen Bildern mithilfe Roland Barthes Mythenkonzept¹⁸ definiert.

Drei ausführliche Fallbeispiele zeigen, wie der Begriff als Analysewerkzeug eingesetzt werden kann. Es wird der These nachgegangen, dass nicht-ikonische Bilder starke implizite Bedeutungen haben, aber nur sehr enge Bedeutungsräume eröffnen und mit visuellen, Ausschlüsse produzierenden Reduktionen operieren. Dafür werden Pornografie, Paparazzi-Bilder, Selfies und Szenenbilder in Unterhaltungsfilmen auf ihre impliziten Bedeutungen untersucht. Besonderer Fokus bei den Auswertungen der Analysen liegt auf dem ideologischen Aspekt der Reduzierung von Repräsentationsmöglichkeiten durch nicht-ikonische Bilder. In Auseinandersetzung und mithilfe des Barthes'schen Mythenkonzepts, der Denkfigur der Pathosformeln von Aby Warburg¹⁹ und der Analysen fotojournalistischer Ikonen der Kommunikationswissenschaftler Robert Hariman und John Louis Lucaites²⁰

17 Belting, Hans: *Bild und Kult. Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst*. München 1990.

18 Vgl. Barthes, Roland: *Mythen des Alltags*. Berlin 2013. (franz. Erstveröff. 1957).

19 Vgl. Gombrich, Ernst H.: *Aby Warburg. Eine intellektuelle Biographie*. Hamburg 2012 [engl. Erstveröffentlichung 1970]. Sowie Ketelsen, Thomas/Stolzenburg, Andreas (Hg.): *Die entfesselte Antike. Aby Warburg und die Geburt der Pathosformel in Hamburg*. Ausstellungskatalog, Hamburger Kunsthalle, 27. März bis 26. Juni 2011, Hamburg 2011.

20 Vgl. Hariman, Robert/Lucaites, John Louis: *No Caption needed. Iconic Photographs, Public Culture, And Liberal Democracy*. Chicago 2007.

werden die nicht-ikonischen Bilder an konkreten Bildkomplexen bestimmt. Nachdem so deren nicht-ikonische Qualität aufgezeigt wurde, wird anhand von künstlerischen und kreativen Praxen verdeutlicht, wie die impliziten Bedeutungen explizit gemacht werden können. Künstlerische Auseinandersetzungen dienen so zur Verdeutlichung der Wirkungsmacht nicht-ikonischer Bilder, indem sie sich diesen gegenüber widerständig geben. Die Blickregime-Konzepte der Kunsthistoriker/-innen Kaja Silverman und Tom Holert berücksichtigend, werden nicht-ikonische Bilder als Instrumente neoliberaler Gouvernamentalität beschrieben. Neoliberale Gouvernamentalität wird von beiden Kunsthistoriker/-innen von Michel Foucault aus gedacht, dessen Reflexionen über die Verflechtungen von Macht und Wissen sowie deren Auswirkungen auf die zu regierenden Subjekte in seinem Begriff der Gouvernamentalität gipfelten.²¹

Das Herausarbeiten der ideologischen Funktionen nicht-ikonischer Bilder zeigt blinde Flecken und Leerstellen in unserer (visuellen) Kultur auf. So besteht die Möglichkeit, diese Leerstellen im Sinne einer gerechteren, da heterogeneren Repräsentation zu füllen. Selbstverständlich muss in diesem Rahmen auch darüber nachgedacht werden, ob eine so geartete *gerechtere* Repräsentation überhaupt erstrebenswert ist. Eine Repräsentationskritik ist notwendig, die nicht nur die Ausformungen von Repräsentation ins Visier nimmt, sondern auch den Sinn und Zweck eines auf Repräsentation und Sichtbarkeit ausgelegten Gesellschaftssystems kritisch hinterfragt.

1.4 Erkenntnisinteresse

In den Visual Culture Studies ist es üblich²², die eigene Positionierung als AutorIn offenzulegen. Dabei geht es weniger um die Verortung innerhalb einer Denkschule, als vielmehr um das Transparentmachen des eigenen Erkennt-

21 Vgl. Foucault, Michel: Geschichte der Gouvernamentalität. Bd. 1. Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Bd. 2. Die Geburt der Biopolitik. Vorlesung am Collège de France 1978-1979. Hg. von Sennelart, Michel. Frankfurt a.M. 2006.

22 Vgl. Schade, Sigrid/Wenk, Silke: Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld. Bielefeld 2011, S. 118.

nisinteresses – oder wie es Holert bezeichnet: des eigenen Begehrens am gewählten Forschungsgegenstand²³.

Meist geht diesem Begehren eine biografische Verstrickung mit dem Forschungsgegenstand voraus. Dies trifft hier nur in indirekter Weise zu. Während des Studiums in Leipzig interessierte mich das Image der Plattenbauviertel außerhalb der Innenstadt: Viertel wie Grünau galten als *No-go-Areas*, in denen nur Neonazis wohnten – als (aus Westdeutschland zugezogene) Studentin sollte man diesen Ort lieber meiden, so der Tenor anderer Studierender. Wir fuhren aus verschiedenen Gründen trotzdem hin – und trafen auf eine Normalität kleinbürgerlicher Prägung (Balkongestaltung mit Geranien und Stiefmütterchen, Kinderwagen schiebende Frauen, neue Kleinwagen, gutbürgerliche Essensgerüche), mit der wir so nicht gerecht hatten. Aber warum hat uns diese Normalität so überrascht? Die Diskrepanz zwischen dem Image vom Plattenbau, tradiert im medialen Bild desselben, und der davon abweichenden Alltagserfahrung war eklatant – und interessant.

In ihrer Langzeitstudie *Erlebnis Plattenbau* zur Wohnzufriedenheit und zum Lebensstandard im Leipziger Plattenbauviertel Grünau zeigt die Soziologin Alice Kahl anhand von Interviews, die sie mit Bewohner/-innen des Viertels vor und direkt nach der Wende führte, einen signifikanten Einschnitt in deren Wahrnehmung: Hatten die Menschen zu DDR-Zeiten lediglich den schlechten baulichen Zustand der Plattenbauten bemängelt, waren sie insgesamt sehr zufrieden und sogar stolz darauf, im Neubauviertel Grünau zu wohnen. Doch schon kurz nach der Wende äußerten sie sich ganz anders: Neben der Abwanderung vieler Nachbarn und der steigenden Arbeitslosigkeit der Verbleibenden, kritisierten die Menschen nun die Architektur und den Städtebau im Allgemeinen, namentlich dessen Trostlosigkeit und Hässlichkeit. Mit der eigenen Wohnung waren die meisten aber immer noch zufrieden. Die Wahrnehmung des Wohnumfeldes hatte sich also geändert²⁴, was die Frage aufwirft: Wie konnte sich das Bild vom Plattenbauviertel so schnell verschlechtern?

23 Holert, Tom: Regimewechsel. Visual Studies, Politik, Kritik. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des visualistic turn. Frankfurt a.M. 2009, S. 343.

24 Vgl. Kahl, Alice: Erlebnis Plattenbau. Eine Langzeitstudie. Opladen 2003. z.B.: »In der Öffentlichkeit entstand ein Bild, das den Fakten in keiner Weise entsprach. Grünau war sozial einer der stabilsten Bereiche der Stadt geblieben.«, S. 14.

Nicht zuletzt die Diskrepanz zwischen den positiven Alltagserfahrungen mit und im Plattenbau und meine durch den westdeutschen Großsiedlungsdiskurs geprägte, negative Einschätzung der Plattenbauviertel hat mich zu der kritischen Reflexion visueller Repräsentation angeregt, die hier ihren wissenschaftlichen Abschluss finden soll. Da aber die bis dato zur Verfügung stehenden Begrifflichkeiten nicht ausreichen, um eine so subtil wirkende Repräsentation alltäglich genutzter Bilder zu beschreiben, entwickelte sich durch die Beschäftigung mit diesen Themenkomplexen der Begriff *nicht-ikonische Bilder*. Dieser wurde bisher noch nicht verwendet. Es handelt sich genau genommen nicht um eine traditionelle Begriffsanalyse, sondern um eine Explikation, »das Ersetzen eines mehr oder weniger unexakten Begriffs (*Explikandum*) durch einen exakteren Begriff (*Explikat*), dessen Gebrauch explizit geregelt ist und der für bestimmte Zwecke anstelle des Explikandums verwendet werden kann«²⁵, wie es Christoph Baumberger nach Rudolf Carnap für seine eigene Arbeit *Gebaute Zeichen. Eine Symboltheorie der Architektur* herausarbeitet:

»Während es bei der traditionellen Begriffsanalyse um die Zerlegung eines gegebenen Begriffs in seine Merkmale oder um die Angabe von Kennzeichen geht, die es für einen beliebigen Gegenstand zu bestimmen erlauben, ob er unter den Begriff fällt oder nicht, geht es bei der Explikation um die Ersetzung eines Begriffs durch einen exakteren Begriff. Die Analyse umgangssprachlicher Begriffe kann zwar helfen, das Explikandum so weit zu klären, dass die Ähnlichkeit zwischen ihm und dem Explikat eingeschätzt werden kann. Aber darüber hinaus verlangt die Explikation nach einem kreativen Akt, um den exakten Begriff durch Gebrauchsregeln neu einzuführen. Explikation ist damit zumindest nicht nur Begriffsanalyse, sondern immer auch *Begriffskonstruktion*.«²⁶

Während also hier erst das Explikandum geklärt und das Explikat eingeführt und vorgestellt wird, folgt dann der kreative Akt, der den Begriff der nicht-ikonischen Bilder durch Anwendung auf drei Bildkomplexe einführt. Diese Begriffskonstruktion ist ein Angebot, das Sprechen über alltägliche Bilder, digitale *Bilderfluten* und *ausufernde Bildwelten* zu klären und zu vereinfachen.

25 Baumberger, Christoph: *Gebaute Zeichen. Symboltheorie der Architektur*. Heusenstamm 2010, S. 15.

26 Ebd., S. 17.

2 Eine kurze Kulturgeschichte bedeutender Bilder

2.1 Einleitung

2.1.1 Bedeutungsebenen des Ikonischen

Auf der Suche nach einem Bildbegriff, der die bedeutenden Bilder einer Gesellschaft nicht auf eine tradierte Gruppe von Bildern reduziert, erscheint es sinnvoll, einen genauen, prüfenden Blick auf die Kulturgeschichte der bedeutenden Bilder im westlichen Kulturkreis zu werfen. Indem die Einschätzungen zur ikonischen Kraft bestimmter Bilder von (vorrangig, aber nicht ausschließlich) Kunsthistoriker/-innen wie Hans Belting und Martin Kemp befragt werden, kann im Anschluss – ausgehend von diesen Erkenntnissen – der Begriff der nicht-ikonischen Bilder und ihrer Wirkungsweise abgeleitet werden.

Der Ausdruck *Ikonische Bilder* wird in verschiedenen Kontexten mit leicht variierenden Bedeutungen verwendet und scheint einen festen Platz in der Umgangssprache innezuhaben (der Ausruf *It's iconic!* ist zumindest im anglo-amerikanischen Sprachraum nicht nur in der Jugendsprache gängig) – ohne genauer bestimmt werden zu können. Der Blick in einschlägige Lexika bestätigt das Dilemma dieses Allgemeinplatzes: Die ikonischen Bilder sind als Eintrag nicht zu finden. Allerdings lassen sich drei Felder ausmachen, in denen der Begriff des Ikonischen zu finden ist: als theologisch begründetes, oftmals historisches Kultbild, als Denkfigur der Semiotik und in seiner adjektivischen Bedeutung im Sinne von hochgradig bedeutend, sinnbildlich und herausragend.

Der Begriff Ikone erklärt sich am häufigsten als kunsthistorisch-theologische Kategorie des in den christlich-orthodoxen Kirchen gebräuchlichen Kultbildes:

»Im Unterschied zur allgemein sakralen Malerei versteht man in den Ostkirchen unter Ikone nur Tafelbilder, die sich unmittelbar auf die Heilsgeheimnisse beziehen und somit mit der Liturgie im Zusammenhang stehen. [...] Die Ikone kann im eigentlichen Sinne als Kultbild angesprochen werden. Nach theologischer Lehre verweist ein Bild bzw. eine Ikone direkt auf das Urbild, es vergegenwärtigt das Abgebildete, und jede Verehrung bezieht sich darauf.«¹

Die Ikone funktioniert also durch Verweis und Vergegenwärtigung. Die Verehrung bezieht sich nicht auf das Bild, sondern auf das Dargestellte. Diese jahrhundertelange religiöse Tradition beeinflusst die christlich geprägte westliche Welt und ihren Bildgebrauch bis heute.

In Reclams Sachlexikon der Kunst von 2007 findet sich folgender Eintrag zum Adjektiv ikonisch: »Charakterisierung von Kunstwerken jedweder Gattung, um ihr hohes Maß an Autonomie zu betonen, im Gegensatz zum performativen Kunstschaffen«². Damit wird der Bezug zum Kunstwerk hergestellt. Im gleichen Lexikon ist unter dem Eintrag zu Ikone ein Verweis auf die eher umgangssprachlich geprägte Verwendung des Begriffs zu finden: »Die inflationäre Bedeutungserweiterung des Begriffs Ikone im Sinne von ›Inbegriff‹ reicht von bestimmten Kunstwerken über Personen bis zu Bauwerken.«³ Umgangssprachliche Gebrauchsweisen zeugen von einer kulturellen Aneignung eines so an Bedeutung gewonnenen Begriffs – auch, wenn dessen ursprünglicher Sinn dadurch in den Hintergrund tritt.

Eine weitere Bedeutungsebene stellt die Denkfigur des Ikon dar, die vor allem in der Semiotik, der Lehre von den Zeichen, von grundlegender Bedeutung ist.⁴ In der Definition von Charles Peirce ist Ikonizität eine Eigenschaft von Zeichen, die zur Entstehung dieses Zeichens gegeben sein muss. Ausschlaggebend sei dabei die Ähnlichkeit mit dem direkten Vorbild, also mit dem Gegenstand oder dem Ereignis, das durch das Zeichen bezeichnet wird.

1 Hawel, Peter: Ikone. In: Ders.: Lexikon zur Kunst und Geschichte abendländischer Kultur. München 2005, S. 323.

2 Wetzels, Christoph: Ikonisch, S. 213. In: Ders.: Reclams Sachlexikon der Kunst. Stuttgart 2007, S. 213.

3 Wetzels, Christoph: Ikone, S. 212-213. In: Ders.: Reclams Sachlexikon der Kunst. Stuttgart 2007, S. 213.

4 Vgl. Pape, Helmut (Hg.): Charles S. Peirce. Phänomen und Logik der Zeichen. Frankfurt a.M. 1993. Oder: Engelbert, Arthur: Global Images. Eine Studie zur Praxis der Bilder. Bielefeld 2011, S. 136.

In der Semiotik (und von Peirce selbst) werden diese Begrifflichkeiten nicht einheitlich benutzt. Allgemein und damit vereinfacht bedeutet Ikonisch hier hochgradig übereinstimmend und eindeutig deckungsgleich. Die semiologischen Begriffe haben nur wenig mit dem umgangssprachlichen Gebrauch gemein, weshalb sie hier vernachlässigt werden.

2.1.2 Ikonisches im allgemeinen Sprachgebrauch

Wenn umgangssprachlich von ikonischen Bildern die Rede ist, wird von Fotografien, Momentaufnahmen, Filmsequenzen und auch Kunstwerken gesprochen, denen im kulturellen Selbstverständnis der Sprechenden eine herausragende Bedeutung beigemessen wird. Ikonische Bilder scheinen über sich und ihren Inhalt hinauszudeuten, sie setzen Assoziationsketten in Gang, können auf Antriebe (wenn auch oft nicht gänzlich richtig) kontextualisiert werden und rufen meist starke Emotionen und kollektive Erinnerungen hervor.

Ein Beispiel für solch ein ikonisches Bild ist die Fotografie des vietnamesischen Mädchens Kim Phuc, die nackt, weinend und mit ausgestreckten Armen in einer Gruppe von Kindern eine breite Straße hinunter läuft, während im Hintergrund Soldaten und ein von Rauchwolken verhangener Himmel zu sehen sind. Diese Fotografie des Kriegsfotografen Nick Ut wurde in der westlichen Welt zum Sinnbild des menschenverachtenden Einsatzes von Napalm im Vietnamkrieg und damit der Unmenschlichkeit des Krieges allgemein. Die Fotografie ist zweifelsfrei eindrucksvoll, doch viele Fotografien des Vietnamkrieges bilden ebenso furchtbare und aufwühlende Situationen ab. Wie bei jedem anderen ikonischen Bild stellt sich auch hier die Frage, warum ausgerechnet dieses solche Berühmtheit erlangt hat und andere Bilder nicht. Der Kunsthistoriker Martin Kemp streicht in seinem Buch *Christ to Coke. How Image becomes Icon*. anhand der Fotografie von Kim Phuc einige wichtige Merkmale ikonischer Bilder heraus:

»Why has Ut's photography emerged from so many millions of ›Nam‹ images to become the defining one? [...] There is no simple explanation. [...] There are a series of conditions, all necessary but none of them sufficient on their own or even in combination. The image must be formally memorable [...]. It must be humanly engaging in a way that limits but does not exclude emotional ambiguity. It paradoxically needs to resonate extremely powerfully with specific viewers in specific places at a specific time but also needs to transcend narrow specifics so that it can resonate across place and

time for very different viewers. It is both of the moment (as inherent in the act of photography) and outside the moment. There also needs to be sufficient room in the image for the spectator to participate, entering into the narrative (both before and after) and engaging personally with its emotional connotations. It also needs luck.«⁵

Die inflationäre Verwendung des Adjektivs ikonisch in der Umgangssprache meint im Hinblick auf Bilder vor allem: bedeutend, wichtig, emotional, universell. Der Ausruf »Das ist ikonisch!« kann mit »Das ist so bedeutend und wichtig, dass jedeR es kennt oder kennen sollte!« übersetzt werden. Hier kommt eine kulturell seit Jahrhunderten geprägte Bildpraxis zum Einsatz: Die Bedeutungsaufladung eines Bildes bis hin zur kultischen Verehrung desselben, welches als über sich hinausweisend verstanden wird.

2.1.3 Religiöse Bilderfragen

Die theologische Bildgeschichte der monotheistischen Religionen Judentum, Islam und Christentum hat ihre Spuren in der säkularen visuellen Kultur hinterlassen. Das christliche Kultbild, insbesondere die frühchristliche und ostkirchliche Ikone, der reformatorische Bilderstreit sowie das jüdische und islamische Bilderverbot beeinflussen den gegenwärtigen Bildgebrauch bis heute stark. In der Geschichte des Christentums wurde um die Bedeutung der Bilder immer wieder kontrovers gestritten bis blutig gekämpft.⁶ Dies gilt auch für die eher als bilderfeindlich eingestuften Religionen Judentum und Islam.⁷

5 Kemp, Martin: Christ to Coke. How Image becomes Icon. New York 2012, S. 218-219.

6 Vgl. Zibawi, Mahmoud: Die Ikone. Bedeutung und Geschichte. Solothurn/Düsseldorf 1994. Und: Belting 1990, S. 166ff.

7 Natürlich gab es in keiner der drei Religionen einen fortdauernd einheitlichen Bildbegriff: »Gerade in der abend- und morgenländischen, muslimischen Tradition war das Verhältnis des Bildes zur Transzendenz – zu der Bildwerdung des Höchsten – immer umkämpft und theologisch nie unproblematisch. Angesichts beider Traditionen sollte man sich vor Vereinfachungen und Ideologisierungen hüten. Das Abendland war nie *nur* bildfreundlich, das Morgenland nie *nur* bildfeindlich.« Wils, Jean-Pierre: Das Bild Gottes in der Moderne. Eine fundamental-ästhetische Studie. In: Leuschner, Eckhard/Hesslinger, Mark R. (Hg.): Das Bild Gottes in Judentum, Christentum und Islam. Petersberg 2009, S. 237. Die Auffassung vom Islam als durch und durch bilderfeindliche Religion mit starken ikonoklastischen Tendenzen übersieht, dass es *den einen* Islam nicht gibt und nie gegeben hat. Auch im Islam gibt es Zeiten und Strömungen, in denen Bilder (sogar solche vom Propheten Mohammed) genutzt wurden. Vgl. zu

Allen drei Religionen ist gemein, dass sie Bildern Bedeutung und Macht zuschreiben. Die Jahrhunderte währende Bildverehrung im römisch-katholisch geprägten Christentum und die gleichzeitige Bilderfeindlichkeit des Protestantismus (sowie des Judentums und Islams) wirken im kulturellen Bildgebrauch – wenn auch meist unbemerkt – weiter.

Diese (teils) divergierenden Bildverständnisse sind zudem kulturell von verschiedenen, jahrhundertealten Traditionen geprägt. Davon ist auch der Kunsthistoriker Hans Belting überzeugt, wenn er seine Bildfrage nach den Sehgewohnheiten und Bildkulturen⁸ auf die westliche und arabische Sehtheorie anwendet:

»Nimmt man die Bild-Tabus in der einen Welt und den Bild-Trieb in der anderen Kultur ernst, dann wird die Brisanz in der Bildfrage deutlich. Wir können von zwei Sehkulturen sprechen, die sich gerade in der Bildfrage unterscheiden. Heute ist dieser Zusammenhang durch die Globalisierung westlicher Medien in den Hintergrund gerückt. Doch lebt er in der Mentalität der beiden Kulturen unterschwellig fort.«⁹

Auch wenn die Essentialisierung der beiden Kulturen zu zwei entgegengesetzten Polen problematisch ist, so kann der grundlegenden Unterschiedlichkeit zugestimmt werden: Kulturen des Visuellen prägen, konstituieren und konstruieren den jeweils spezifischen Umgang mit Bildern, selbst wenn die (Seh-)Traditionen den Schauenden nicht bewusst sind. Kulturen des Visuellen sind sowohl Praxen des Bildlichen als auch schon vorgefundene *Realitäten*, an denen sich die Schauenden in ihrem Bildgebrauch orientieren.

Mohammed-Darstellungen Schirmmacher, Christine: Schlaglichter zum Karikaturenstreit und Bilderverbot in islamischen Gesellschaften. In: Leuschner/Hesslinger 2009, S. 273-286. Auch die Bilderfeindlichkeit des Judentums ist kein monolithischer Glaubensgrundsatz. Vgl. Görg, Manfred: Das Bild Gottes im Alten Testament. In: Leuschner/Hesslinger 2009, S. 19.

8 Vgl. Belting, Hans: Zu einer Ikonologie der Kulturen. Die Perspektive als Bildfrage. In: Boehm, Gottfried/Bredenkamp, Horst (Hg.): Ikonologie der Gegenwart. München 2009, S. 9-20.

9 Ebd., S. 14.

2.2 Die christliche Bildauffassung

2.2.1 Von den christlichen Anfängen bis zur Neuzeit

Die Konjunktur des Adjektivs *ikonisch* weist auf ein kulturelles (Sprach-)Bedürfnis hin, bestimmten Bildern einen besonderen Status zu verleihen. Die Traditionslinie, die damit (meist) unbewusst genutzt wird, ist die des ästhetischen und historischen Bildkonzepts des Ikonenbildes. Religionshistorisch betrachtet dürfen nur geweihte Tafelbilder der Ostkirche als Ikonenmalerei bezeichnet werden. Diese beruht auf einer festgelegten, rigiden Bildsprache, die nur von ausgebildeten Ikonenmalern angewendet werden darf. Die Ikone ist das Kultbild schlechthin und als »Offenbarung, ein Sichtbarsein des Heiligen«¹⁰ von großer liturgischer und theologischer Bedeutung. Unabhängig von dieser theologisch bestimmten Definition wird sakrale Kunst oft verallgemeinernd als Ikonenmalerei bezeichnet.¹¹ Karl Kardinal Lehmann fasst in seinem geschichtlichen Abriss *Das Bild zwischen Glauben und Sehen* alle typisierten Heiligenbilder als ikonische Bilder zusammen und beschreibt die christliche Bildpraxis als eine der Verehrung:

»Grundlegend ist die Unterscheidung zwischen der Anbetung, die nur Gott gebührt, und der davon streng abgehobenen Verehrung. Dabei ist entscheidend, dass die Verehrung der Bilder und selbst der Heiligen, einschließlich der Gottesmutter, sich letzten Endes auf Gott selbst bezieht und immer auf ihn hingebordnet sein muss. Diese Haltung ist elementar und ursprünglicher als jede bestimmte theologische Deutung. Das Bild wird geliebt, begrüßt, geschmückt und geehrt, wer das Bild eines geschätzten Menschen erblickt, der verehrt es auch.«¹²

Belting gibt in seinem Standardwerk *Bild und Kult* zu Bedenken, dass in der Ikonenverehrung eine Trennung zwischen Medium, medialer Vermittlung und realer Präsenz meist nicht gegeben war.¹³ In ihrer Frühzeit übernahm die Ikone zudem eine Vielzahl von Funktionen und adaptierte, unter anderem aus Legitimationsgründen, Grundzüge des antiken Bildkults. Das

10 Hawel 2005, S. 323.

11 Vgl. Hawel 2005, S. 323-324.

12 Lehmann, Karl: *Das Bild zwischen Glauben und Sehen*. In: Boehm/Bredenkamp (Hg.): *Ikonologie der Gegenwart*. München 2009, S. 89.

13 Vgl. Belting 1990, S. 166ff.

Heiligenbild repräsentiert nicht nur, es ist selbst heilig und heilsbringend in der Darstellung des Heiligen, der die eigene Kraft auf das Bild überträgt. Mit dem byzantinischen Bilderstreit des achten und neunten Jahrhunderts setzt allerdings eine erste Auseinandersetzung über diese Macht der Bilder ein. Der Bilderstreit hat zwar die Bildverehrung in Frage gestellt, tabuisiert und stigmatisiert, aber nicht aus der Welt geschafft. Dass im viel beschworenen, als Paradigmenwechsel verstandenen *iconic turn* der Geisteswissenschaften den Bildern eine unverwechselbare, ihnen eigene Macht eingeräumt wird, kann als eine Wiedergängerin eines bereits Jahrhunderte währenden Diskurses verstanden werden.

Im christlich geprägten kulturellen Gedächtnis existieren Bilderverehrung und Bilderfeindlichkeit in diffuser Ambivalenz nebeneinander. Sowohl die Überhöhung der Macht der Bilder als auch die Warnungen vor den Bilderfluten finden ihren Ursprung unter anderem in diesem umkämpften christlichen Bildverständnis. Kardinal Lehmann fordert deshalb treffend:

»Das Bilderverbot und die Bilderverehrung haben zwar von den dogmatischen Grundlagen her längst nicht mehr eine aktuelle Bedeutung. Aber es geht noch immer darum, die damit gegebenen Positionen, die auch in verwandelter Form weiter wirken, aufzunehmen und aufzuarbeiten.«¹⁴

Aus kunsthistorischer Sicht beschreibt Belting in *Bild und Kult* die Artefakte der Ikonenmalerei als die frühesten und bedeutendsten Kultbilder, welche den antiken Bildkult beerben und deren Wirkungsgeschichte weit über das 15. Jahrhundert hinausreicht:

»Ihre äußere Geschichte beginnt im 5. Jahrhundert. Sie wird zunächst privat, dann im kirchlichen und schließlich im staatlichen Bereich zugelassen. Ihre Beliebtheit stürzt sie alsbald in eine Krise. Denn sie hatte viele Gegner, gerade unter den Theologen. Im frühen 8. Jahrhundert wird sie dann auf dem Gesetzeswege verboten. Das Verbot entfesselte einen Bürgerkrieg, der mit der offiziellen Wiederzulassung der Ikone endet. Fortan hat die Ikone ihren festen Platz im Leben der Byzantiner. Würde man sich an diese Fakten halten, so wäre ihre Geschichte mit der Wiedereinführung im 9. Jahrhundert beendet. Daß sie es nicht war, lehren die erhaltenen Tafeln. Sie nehmen, trotz der gegenteiligen Beteuerung der Theologen, neue Formen und The-

14 Lehmann 2009, S. 90.

men auf. Die Formen scheinen der Ausdruck des geschichtlichen Wandels zu sein, der die Ikone mit der Gesellschaft, die sie produzierte, verbindet.«¹⁵

Selbst in dieser Frühform unterliegen diese bedeutenden Bilder einem steten gesellschaftlichen Anspruch und Wandel.

Belting charakterisiert Ikonen als »Bildkonzept, das sich zur Verehrung eignet«¹⁶. In unmittelbarem Zusammenhang mit dieser Verehrung steht der Bildkult, in den diese Bilder eingebunden werden. In Prozessionen werden sie durch die Stadt getragen. In ihren Wunderlegenden verhalten sie sich wie Individuen, weinen, sprechen oder bewegen sich.¹⁷ Sie werden als »Manifestation einer höheren Realität, ja als Werkzeug einer überirdischen Macht« angesehen.¹⁸ Ein weiterer wichtiger Aspekt gewinnt erst nach dem Bilderstreit im achten Jahrhundert an Einfluss: die emotionale Ansprache der Betrachter/-innen. Der Porträtcharakter dieser Ikonen ist dabei ein hilfreiches, auf Kommunikation ausgelegtes Stilmittel.

Erst später wurden die Bilder in die Liturgie eingebunden. Im Laufe der Zeit entwickelte sich die Ikone vom transportablen Kultbild zum Altarbild, dem ein fester Platz auf der Mensa zugewiesen wird. Gleichzeitig wurde durch neue Reproduktionstechniken wie der Druckgrafik ein kleinformatiges Andachtsbild üblich, welches die Andacht und die Bildmeditation ein Stück weit privatisierte. Belting beschreibt diese Entwicklung als Konflikt zwischen dem alten Bildverständnis im Kontext privilegierter, bedeutender Bilder und einem neuen Kunstcharakter, der die künstlerische Interpretation an Bedeutung gewinnen lässt. Dieser Konflikt, den Belting explizit als Krise der Bilder betitelt, spiele sich zwischen dem Privatbild und dem alten Kultbild ab.¹⁹ Die einstige Ikone kann sich aber durch vielfache Wandlungen auch im Spätmittelalter und in Zeiten der Reformation behaupten, dort aber nicht mehr unter kultischen Vorzeichen, sondern unter künstlerischen.

Die nächste Krise des Bildes, die Belting auch als Krise des sakralen Bildes bezeichnet, spielt sich dann zwischen den Polen der leeren Wände in protestantischen Kirchen und den gefüllten Wänden der ersten Bilderkabinette ab: »Die entstehende Kunstsammlung ist vom Verdikt gegen die Bilder in den Kirchen nicht betroffen. Hier erhalten Bilder, die in der Kirche ihre Funktion

15 Belting 1990, S. 36-38.

16 Ebd., S. 41.

17 Ebd., S. 60ff.

18 Ebd., S. 60.

19 Vgl. Ebd., S. 457ff.

verloren, neue Funktionen in der Repräsentation von Kunst.«²⁰ Die unter der reformatorischen Bildkritik religiös zweifelhaft gewordenen Bilder konnten nun als Werke der Kunst gerechtfertigt und wertgeschätzt werden.²¹ Diese Krise des sakralen Bildes fiel mit einer Krise des Religiösen zusammen. Eine kultische Verehrung mag nicht mehr stattfinden, aber privilegierte Bilder, die verehrt und denen besondere Eigenschaften zugesprochen werden, gibt es weiterhin – und sie entstehen sogar neu. Die Kraft der Ikone zeigt sich in der grundlegend veränderten Gesellschaft auch in grundlegend veränderter Form.

Der Übergang vom Mittelalter zur Neuzeit kann in der Ambivalenz von höfisch geprägter Gesellschaft und bürgerlichen Emanzipationsbestrebungen auch anhand der Kunstentwicklung nachgezeichnet werden. Belting tut dies anhand der Geschichte der niederländischen Kunst im 15. Jahrhundert in seiner Publikation *Die Erfindung des Gemäldes*. Das Bürgertum spielt nun – anders als noch zuvor allein Klerus und Hof – eine prägende Rolle, ohne die auch der Kunstcharakter der Malerei nicht solch einen Rang erhalten hätte:

»Man wird das Monopol des neuen Gemäldes erst begreifen, wenn man es sich, selbst in einer gehobenen bürgerlichen Umgebung, als einziges Bild in einem privaten Haus vorstellt, das alle Bildwünsche der Besitzer auf den Punkt brachte.«²²

2.2.2 Bedeutende Bilder in der Neuzeit

Belting zeichnet die Sozialgeschichte dieser Kultbilder in *Bild und Kult* eindrücklich bis zur Neuzeit nach. Nach der Reformation und mit dem Fortschreiten der Aufklärung verliert das sakrale Bild zugunsten des künstlerischen Bildes an Bedeutung. An dieser Stelle lässt Belting seine Überlegungen zum Kultbild mit der Begründung enden, dass dessen Historisierung am Beginn der Ära der Kunst abgeschlossen sei.²³

Was also sind die bedeutenden Bilder der Neuzeit? Gibt es Bilder, die in ihrer Verehrungswürdigkeit und in ihrer Alleinstellung den Platz der Kultbilder einnehmen? Wenn laut Belting das Kultbild vom Kunstbild abgelöst

20 Ebd., S. 510.

21 Vgl. Ebd., S. 523.

22 Belting, Hans/Kruse, Christiane: *Die Erfindung des Gemäldes. Das erste Jahrhundert der niederländischen Malerei*. München 1994, S. 10.

23 Belting 1990, S. 545.

wird, reicht die Verehrung der Kunstbilder dann an die der sakralen Bilder heran? Besteht überhaupt noch ein Bedürfnis nach Bildern, die Verehrung, Andacht, Meditation und emotionaler Teilhabe hervorrufen? Wenn die Ikone ein »Objekt göttlicher Durchdringung«²⁴ und die »Vorwegnahme des Himmelreichs«²⁵ ist, in der »Übermittlung des Transzendenten«²⁶ aufgeht und »ganz im Zeichen der Verklärung«²⁷ steht, kann dann das wissbegierige Subjekt der Aufklärung ein ähnlich gelagertes Bildverständnis noch akzeptieren?

Die Reformation zeigt sich als tiefer Einschnitt im christlichen Bildverständnis, der eine einheitliche, historische Erzählung – sollte es sie je gegeben haben – nicht mehr zulässig erscheinen lässt: Fortan gibt es mehr als eine christliche Bildpraxis. Die Geschichte der bedeutenden Bilder wird komplexer. In unterschiedlichen Regionen bilden sich verschiedene Besonderheiten heraus, wovon manche an Bedeutung für das westliche Selbst- und Bildverständnis gewinnen, wie die Erfindung der Zentralperspektive in Italien²⁸ oder die Perfektionierung der Ölmalerei in den Niederlanden.

Die Sozialgeschichte der Kunst kommt nun ebenfalls zum Tragen. Die Entstehung und Entwicklung eines Kunstmarkts in der Frührenaissance ist eine einschneidende soziokulturelle Veränderung. Bilder waren bis dahin nur im Besitz der Kirche oder des Hofes. Die Stifter dieser Bilder waren ausnahmslos reiche Kleriker, Fürstenfamilien oder Adelige.²⁹ Nun begannen aber auch Bürger/-innen, insbesondere zu einem gewissen Wohlstand gekommene Kaufleute, Bilder zu sammeln. Doch von Kunstsammlungen im heutigen Sinne kann noch kaum die Rede sein. Gemälde waren lediglich

24 Schwandt, Christian: Theologie, christliche. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden. Frankfurt a.M. 2005, S. 198.

25 Zibawi 1994, S. 57.

26 Ebd., S. 69.

27 Ebd., S. 33.

28 Vgl. z.B. Belting 2009, S. 9-20. »Die Bilderfindung, die wir Perspektive nennen, war eine Revolution in der Geschichte des Sehens. Sie verwandelte die Welt erstmals in einen *Blick auf die Welt*. [...] Dabei propagierte sie jedoch ein Bildmodell, das nicht universal gilt, sondern sich nur kulturspezifisch erklären lässt. Der *ikonische Blick*, den die Perspektive erzeugt, ist nicht der Blick von Ikonen, sondern ein *zum Bild gewordener Blick*.«, S. 9.

29 Vgl. Roeck, Bernd: Städtische Gesellschaft und Kunst zwischen Reformation und Dreißigjährigem Krieg. Aspekte der Vorgeschichte des Künstlertums. In: Thamer, Hans-Ulrich (Hg.): Bürgertum und Kunst in der Neuzeit. Köln/Weimar/Wien 2002.

Sammelobjekte unter vielen. Bis ins 18. Jahrhundert hinein galt ein Universalanspruch für die Kuriosenkabinette und Wunderkammern: Die Sammlung sollte im Kleinen die gesamte Welt abbilden. Gemälde wurden in diesem Kontext als reine Repräsentanten eingesetzt, beispielsweise als Lückenbüßer und Platzhalter: »Das, was man nicht als natürliches Objekt besaß, wurde künstlich nachgestaltet, denn das Grundprinzip der Sammlung war die Universalität.«³⁰ Die Gemälde sind in der Gesellschaft von Skulpturen, technischen Geräten und natürlichen Objekten von einer rein kontemplativen, der religiösen Andacht verwandten Bildbetrachtung befreit. Wie ein ausgefeiltes Fernrohr oder eine außergewöhnlich geformte Muschel stehen sie hier zur Beurteilung bereit. Die Kunsthistorikerin Barbara Welzel führt in ihrer Analyse verschiedener Darstellungen von Bildergalerien aus, wie diese im 17. Jahrhundert sowohl als Dokument des damaligen Bildgebrauchs als auch als Idealvorstellung desselben gelesen werden können:

»Sammlungen und Kabinette fungierten im 17. Jahrhundert bekanntlich als Erkenntnisorte, ihre partielle Ableitung aus den Studioli der Humanisten und Fürsten belegt deutlich diese Tradition. Die versammelten Objekte sind selbst Gegenstände der Erkenntnissuche, zugleich repräsentieren sie Themen und Bildung. [...] Auch die Gemälde stellen zunächst einmal Themen zur Verfügung. Dann aber stehen sie auch selbst zur Diskussion.«³¹

Für die Fragen nach den bedeutenden Bildern und ihrem Weg ins zeitgenössische, kulturelle Gedächtnis ist vor allem der Aspekt der Heraushebung interessant. Auch wenn die Gemälde *unsystematisch* zwischen anderen Medien hingen, so wurden sie doch als einzelne besprochen. Auf den gemalten Bildergalerien, die Welzel untersucht, sind jeweils kleine Gruppen von Menschen zu sehen, denen ein Gemälde – vielleicht hing es vorher an einer der Wände – präsentiert wird. Den dargestellten Gesten nach wird über das Bild gesprochen. Vielleicht führten diese Gespräche zu den ersten berühmten Kunstwerken, die sich als besonders anregender Gesprächsstoff auszeichneten und deshalb besonders häufig gezeigt wurden.

30 Thamer, Hans-Ulrich: Der Bürger als Sammler in der frühen Neuzeit. In: Ders. (Hg.): Bürgertum und Kunst in der Neuzeit. Köln/Weimar/Wien 2002, S. 103.

31 Welzel, Barbara: Gemalte Bildergalerien – Dokumente des Bildgebrauchs. In: Gethmann-Siefert, Annemarie/Collenberg-Plotnikov, Bernadette/Weisser-Lohmann, Elisabeth (Hg.): Kunst als Kulturgut. Bd.II. Kunst und Staat. München 2011, S. 55.

Welzel analysiert in ihrem Aufsatz Gemälde aus dem Flämischen. Doch auch gemalte Bildergalerien, die beispielsweise die Ausstellungsräume des Louvre zeigen, belegen ihre These vom praktischen, kommunikativen Bildgebrauch. Donald Sassoon führt in seiner Monographie über Leonardo da Vincis *Mona Lisa* einige Gemälde an, die die Räumlichkeiten des Louvre abbilden und nachweislich keine dokumentarische, realistisch abbildende Funktion hatten. Beispielsweise malte der Amerikaner Samuel F. B. Morse 1833 für sein amerikanisches Publikum den Salon Carré in *The Gallery of the Louvre*. Dabei versammelte er auf der Leinwand all seine Lieblingsbilder in eben diesem Raum und erfand so seine eigene, ideale Louvre-Hängung.³²

Abb. 2: Morse, Samuel B.: *The Gallery of the Louvre*. Zwischen 1831 und 1833. Öl auf Leinwand.



Terra Foundation for American Art. Daniel J. Terra Collection.

Dieses Gemälde steht exemplarisch für weitere Bilder idealisierter Bildergalerien. Während für Sassoon vor allem die Tatsache interessant ist, dass die *Mona Lisa* entweder überhaupt nicht in den idealen Sammlungen vorkommt

32 Vgl. Sassoon, Donald: *Mona Lisa. The history of the most famous painting*. London 2001, S. 54.

oder nur als ein Gemälde unter vielen, so sind hier zwei andere Aspekte von größerem Interesse: zum einen, dass die Künstler der genannten Gemälde jeweils die berühmtesten beziehungsweise ihrer Meinung nach besten Bilder in einem Raum versammelten und zum anderen die Darstellung der Menschen vor den Bildern, also die dargestellte Bildpraxis. Auch anhand der unzähligen Kopien, die als Übung vor dem Original produziert wurden, kann die Beliebtheit einiger Künstler sowie die Etablierung eines Kanons beobachtet werden:

»In the new ten-day revolutionary week, the artists had the Louvre all to themselves for five days, two were reserved for cleaning and only three to the general public. [...] Access to such bounty of artistic wealth made art more self-referential. Those who copied to sell tried to be as faithful as possible; those who copied to learn introduced variations or produced new work inspired or influenced by what they had copied. [...] Delacroix (and, later, Cézanne) copied Rubens, Ingres drew Raphael and Poussin. Others copied Velásquez and Murillo. Everyone was inspired by the Venetians, by the Flemish and German painters and, above all, by Vermeer, Pieter de Hooch, Frans Hals and Rembrandt. Poussin was copied throughout the nineteenth century by most major French artists – from Ingres and Géricault to Degas, Rodin, Seurat and Cézanne. [...] Delacroix – who wrote in his diary *›on commence toujours par imiter‘* (›one always begins by imitating‹) – copied Rembrandt, Rubens, Raphael and Correggio. He was in turn copied by Cézanne, Picasso, Manet, Odilon Redon, Gauguin, Matisse, Guttuso and many others.«³³

So bildete sich schlussendlich im 19. Jahrhundert ein ausgewiesener europäischer Kanon³⁴ heraus, der von den neuartigen und schnell an Bedeutung gewinnenden Kunstkritikern und Kunsttheoretikern weniger umgeschrieben als vielmehr ergänzt wurde.³⁵

33 Ebd., S. 49-50.

34 Die Annahme, es gäbe nur einen einzigen, rigiden Kanon, ist falsch. Der Kanon variiert stark in verschiedenen Gruppenidentitäten: »We have thus not one ›art-historical canon‹ but competing canons, canons embodying national identity, or canons for groups of individuals within it, who are trying to develop a specific identity, not in contradiction, but in relation to society at large by using the reference system of art. Each canon will have its own specific history, structure and purpose.« Locher, Hubert: The Idea of the Canon and Canon Formation in Art History. In: Rampley, Matthew u.a. (Hg.): Art History and Visual Studies in Europe. Transnational Discourses and National Frameworks. Leiden/Boston 2012, S. 34.

35 Vgl. zur Geschichte und Problematik des Kanon-Konzepts Locher 2012.

2.3 Exkurs: Paradigma *Mona Lisa* – Das berühmteste Bild der Welt

2.3.1 Warum ist die *Mona Lisa* so berühmt?

Leonardo da Vincis Porträt der Lisa Gherardini, in Frankreich und in Italien als *La Joconde* beziehungsweise *La Gioconda*, im Rest der Welt als *Mona Lisa* bekannt, gilt als das berühmteste Gemälde der Welt. An diesem lassen sich einige wichtige Aspekte der Ikonisierung von Kunstwerken exemplifizieren, weshalb hier näher auf dessen Rezeptionsgeschichte eingegangen wird.

Donald Sassoon gab in Italien eine Umfrage in Auftrag, die nach dem wohl bekanntesten Gemälde der Welt fragte: Überwältigende 85,8 Prozent der Befragten nannten die *Mona Lisa*.³⁶ Wie kommt es zu so einer einhelligen Einschätzung? Anders als Martin Kemp, der diesen globalen Erfolg mit der ästhetisch und werkimmanent begründeten Repräsentation von universaler Menschlichkeit erklärt³⁷, wählt Sassoon einen komplexeren Erklärungsversuch:

»No single cause or explanation gives us an adequate answer. The fact that it ended up in Paris was decisive, but many other paintings ended up in Paris. Being painted by Leonardo mattered a great deal, but Lucrezia Crivelli, Ginevra de' Benci and Cecilia Gallerani – all prettier than Lisa Gheradini (at least by conventional standards) – were also painted by Leonardo. The famous smile, now almost universally regarded as the *Mona Lisa's* most distinctive feature, is in reality barely perceptible, and is not unusual. The theft in 1911 gave the *Mona Lisa* considerable renown, but many other paintings have been stolen and gained only ephemeral fame. The crucial factor in transforming the *Mona Lisa* into a global icon has been its deployment in advertising, merchandising and by later artists. But advertisers and artists would not have used it had it not already been regarded as the most famous painting in the world. We must not forget that the *Mona Lisa* was regarded as a masterpiece by many of Leonardo's own contemporaries, including Raphael, and by Vasari (although he never actually saw it). Few paintings were as widely copied in the sixteenth and seventeenth centuries. Artists knew it was a special portrait long before modern intellectuals engaged with it.

36 Lediglich 3,6 Prozent schätzten van Goghs *Sonnenblumen* als bekannter ein. Munchs *Schrei* und Botticellis *Frühling* folgten in der Einschätzung mit marginalen 2,1 Prozent. Vgl. Sassoon 2001, S. 8.

37 Vgl. Kemp 2012, S. 163.

Nothing has a single cause. The present status of the *Mona Lisa* is the result of a complex historical process in which many people had a role to play.«³⁸

Einige Aspekte dieses komplexen historischen Prozesses gelten auch für andere ikonische Bilder, weshalb sie hier ausführlicher besprochen werden.

2.3.2 Der Kult um Leonardo

Ausschlaggebend für den Erfolg des – für viele Louvre-Besucher/-innen überraschend kleinformatigen – Porträts der *Mona Lisa* ist, dass es von Leonardo da Vinci gemalt wurde, dessen anhaltender Ruhm seinesgleichen sucht. Der Kult um den Künstler spielt hier eine große Rolle: »The development of the *Mona Lisa* myth required the construction of the myth of Leonardo.«³⁹ Leonardo wurde nicht berühmt, weil er die *Mona Lisa* malte, aber die *Mona Lisa* wurde berühmt, weil Leonardo sie gemalt hat. Zwar galt das Gemälde zu seiner Entstehungszeit als revolutionär, wegen der damals außergewöhnlichen Pose, der detailversessenen realistischen Ausführung und des ebenso außergewöhnlichen Blicks in die Landschaft. Vasari sprach deshalb auch bereits in seinen *Künstlerviten* von der *Mona Lisa* als Meisterwerk. Doch Michelangelo war für ihn der größere, bedeutendere Künstler. Der Kult um Leonardo setzt erst mit dem wachsenden Interesse an der Italienischen Renaissance im 19. Jahrhundert ein.⁴⁰ Sowohl Sassoon als auch Kemp weisen auf die jeweils spezifische Rezeption des Künstlers in den verschiedenen Epochen hin. Nichtsdestotrotz hatte sich bereits im 18. Jahrhundert ein allgemeiner Kanon etabliert und Michelangelo, Leonardo sowie Raphael gehörten unumstößlich zu den verehrten Alten Meistern, zu denen auch recht bald Botticelli, Giotto und Vermeer gezählt wurden. Doch Leonardo wurde nicht allein wegen seiner Gemälde verehrt, von denen er vergleichsweise wenige produzierte und von denen noch weniger erhalten sind. Der Kult um Leonardo speist sich bis heute vor allem aus der Auffassung, Leonardo sei ein außergewöhnlicher Universalgelehrter, ein umtriebiger Wissenschaftler und Erfinder gewesen – ein Genie ganz im Sinne des Geniebegriffs des 19. Jahrhunderts:

»The powerful myth of Leonardo amounts to this: he is a genius *tout court*; a genius at everything – really universal. It makes no difference that he did

38 Sassoon 2001, S. 277-278.

39 Ebd., S. 60.

40 Vgl. Ebd., S. 61.

not actually invent anything. On the contrary, if he did not make anything it is because he had the misfortune to have been born in what was, technologically and scientifically, the ›wrong‹ century. In spite of this handicap he prefigured what was yet to come. And that is, narcissistically, our own age of modern rationalism. We understand him. They didn't. He is *one of us*.⁴¹

Während viele Menschen glauben, Leonardo hätte den Hubschrauber – wenn nicht erfunden, dann wenigstens: vorausgedacht⁴², so können wiederum die wenigsten Besucher/-innen des Louvre mit Bestimmtheit sagen, warum die *Mona Lisa* so besonders ist. Die von Sassoon als selbstbezogen beschriebene Auffassung, Leonardo sei ein verkanntes Genie gewesen, dem erst jetzt Gerechtigkeit widerfährt, gilt zwar besonders für das 19. und frühe 20. Jahrhundert, ist aber immer noch virulent.⁴³

Dieser Kult um Leonardo ist paradigmatisch für die traditionellen (und auch modernen) Künstlermythen, deren hartnäckiges Fortbestehen verschiedene Forschungszweige, nicht nur innerhalb der Kunstwissenschaft, beschäftigt.⁴⁴ Des Weiteren kann man die unvergleichliche Berühmtheit Leonardos und insbesondere der *Mona Lisa* auch im Zusammenhang mit der Celebrity Culture lesen, die sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts etablierte und in gesteigerter Form die Öffentlichkeit des frühen 21. Jahrhunderts in erheblichem Maße prägt.

41 Ebd., S. 69.

42 Gerade an Leonardos Flugkörperstudien und den hubschrauberähnlichen Konstruktionszeichnungen hat sich der Mythos von Leonardo als Erfinder festgemacht »In fact, contrary to common perception, Leonardo's role in the history of science and technology is marginal.« Sassoon 2001, S. 65.

43 Wie zum Beispiel Dan Browns Bestseller *The Da Vinci Code* von 2004 und die ebenso erfolgreiche Verfilmung 2005 des rein fiktiven Verschwörungstoffes zeigt, dessen Angelpunkt Leonardos Mitgliedschaft in einem Geheimbund ist. Hier spiegelt sich der ungebrochene Glaube wider, dass Leonardo in seinen Kunstwerken Rätsel und Geheimnachrichten verschlüsselt hat, die jetzt erst durch die genialen Experten (oder passender: dem einen genialen Experten) unserer Wissensgesellschaft entschlüsselt werden können.

44 Vgl. zur Übersicht: Schade, Sigrid: Zwischen Einfühlung und Analyse. Zur Tradierung von Affektgestaltung und einigen Motiven in der aktuellen Warburg-Rezeption. In: Bartl, Angelika/Hoernes, Josch/Mühr, Patricia/Wienand, Kea (Hg.): Sehen – Macht – Wissen. ReSaVoiR. Bilder im Spannungsfeld von Kultur, Politik und Erinnerung. Bielefeld 2011b, S. 145f.

2.3.3 Institutionalisation

Dem Prozess der Institutionalisation muss ein außergewöhnliches Gewicht in der Ikonisierung eines Werkes beigemessen werden. Am Beispiel der *Mona Lisa* lässt sich dies besonders gut nachvollziehen. Die Hängung im Louvre und dessen Sonderstellung als Museum, die Fiktionalisierung der Figur der *Mona Lisa* durch Literatur und Popkultur sowie die erhöhte Aufmerksamkeit von Kunstkritikern und -kritikerinnen spielen hier zusammen:

»For a painting to edge its way towards the status of popular masterpiece more than a mere presence is required. To be in the Louvre at all was already a sign of high status, but such glory was shared with hundreds of other pictures. [...] It is also necessary for paintings to be talked and written about. This is where the art critics came in.«⁴⁵

Der Einfluss dieser »main gatekeepers of the realm of the aesthetic«⁴⁶ ist vor allem für die Kunstproduktion, den Kunstmarkt und die Geschmacksbildung im 18. und 19. Jahrhundert nicht zu unterschätzen. Die Etablierung der Kunstgeschichte als ernstzunehmende Wissenschaft im 19. Jahrhundert tut ihr Übriges. Die Entscheidung, was gute Kunst und wer ein außergewöhnlicher Künstler (seltener: eine außergewöhnliche Künstlerin) ist, wird stark von institutionalisierten Machtstrukturen beeinflusst, die auch von der bürgerlichen Emanzipation eher angeeignet als abgelehnt wurden.⁴⁷ Die Argumentationskette lautet: Wenn ein Gemälde im Louvre hängt und wenn der Künstler ein von der Fachwelt ausgewiesenes Genie ist, muss auch das Gemälde selbst besonders sein. Beispielsweise werden den zahlreichen Kopisten und Kopistinnen im noch jungen Louvre großer Einfluss auf die Verbreitung von Bildern zugesprochen. Doch wer bestimmt, welche Gemälde öffentlich ausgestellt werden, sodass das Publikum sie zu sehen bekommt? Die unzähligen Werke, die sich in den Depots der Museen befinden und so weitestgehend der Aufmerksamkeit entzogen sind, weil diese ihnen schon in der Vergangenheit nicht zu Teil wurde, zeugen von dem komplexen Geflecht von Kunstsammlung, Kunstkritik, Kunstmarkt und kapitalistisch geprägter Kultur.

45 Sassoone 2001, S. 56.

46 Ebd., S. 33.

47 »The visitors, then as now, were relatively well educated. The Parisien *nouvelle bourgeoisie* were curious to see for themselves what the aristocracy had deemed of great value.« Ebd., S. 52.

Sowohl Sassoon als auch Kemp führen an, dass die uneindeutige Produktionsgeschichte der *Mona Lisa* und die damit verbundenen Möglichkeiten zur Spekulation dem Ruhm des Bildes nur dienlich waren. Auch die Literatur beteiligte sich an diesen Spekulationen und schrieb so die vermeintliche Rätselhaftigkeit der Porträtierten fort. Dabei kommen auf eindruckliche Weise wieder die jeweils zeitspezifischen Vorstellungen und Meinungen als Spiegel der eigenen gesellschaftlichen Auffassungen zum Vorschein. Für die Romantiker/-innen kulminierte in der *Mona Lisa* gleich zwei sehr beliebte Auffassungen: die Überzeugung, bestimmte auserwählte Künstler seien Genies, und die Faszination am Universalen, welches seinen adäquaten Ausdruck nur in einem Werk eines Künstlergenies findet:

»The Romantics, for whom science was a kind of magic, redefined Leonardo the scientist as the painter of the Eternal Feminine. [...] Only a magician could have painted a magical woman's magical smile. Only a universal genius could have painted the Universal Woman.«⁴⁸

Das als rätselhaft empfundene Lächeln der *Mona Lisa* wird zum Gegenstand der Spekulationen. Die Festschreibung des Lächelns als rätselhaft ist ein interessanter Hybrid aus werkimmanentem Merkmal und kunstkritischer, literarischer Zuschreibung, die mit einer starken Fiktionalisierung der dargestellten Figur einhergeht. Das Lächeln der *Mona Lisa* mag heute die Kunsthistoriker/-innen nicht mehr beschäftigen, doch gerade im 18. und 19. Jahrhundert war dieses Lächeln Ausgangspunkt der wildesten Spekulationen.

2.3.4 Interpretationsspielraum

Dies führt zu einem weiteren wichtigen Aspekt ikonischer Bilder. Sowohl Kemp als auch Sassoon verweisen auf die Qualitäten der *Mona Lisa* als *open art*. Es lasse genug Spielraum für die Phantasie der Betrachter/-innen, sei offen für eine Vielzahl von Interpretationen und habe deshalb einen einladenden Impetus: »It is a question of working the spectator's mechanisms of perception, of giving them enough to see what is needed but not giving them so much that they have nothing left to do.«⁴⁹ Doch Kemp kolportiert dabei ein Ideal von künstlerischer Autonomie, das die Erfolgsgeschichte Leonardos und der *Mona Lisa* weiter mythifiziert:

48 Ebd., S. 93.

49 Kemp 2012, S. 142-143.

»Like all great masters of visual magic, he instinctively knows how to draw us into his world of sensory delight and how to feed our eyes and our intellects to just the right degree, while leaving room for us to bring what we can to the completion of the cycle of communication between the thing, the artist, and the spectator. The portrait of Lisa del Giocondo (née Gherardini) stands supreme and emblematic in this respect.«⁵⁰

Diese Art, über Alte Meister und ihre Werke zu reden, verkennt zu einem guten Teil die modernen Strukturen, die diese Perspektive konstruiert haben. Zudem wird diese Konstruktion nicht als problematisch, da von ganz bestimmten Machtstrukturen bestimmt, aufgefasst, sondern mit weiteren wesensähnlichen Zuschreibungen verfestigt. Doch selbst wenn man die Prämisse, dass Künstler und Werk an sich bereits außergewöhnlich sind, gelten ließe, ist eine Geschichte der Kunst, die ohne die Berücksichtigung sozialgeschichtlicher Faktoren auskommt, nicht ernst zu nehmen. Sassoon rät, »that one should question the idea that the success of artistic works lies only, or mainly, within the work itself. The western origin of so many masterpieces suggests that they need, for their global development, appropriate political, ideological and technological support.«⁵¹

2.3.5 Politische und ideologische Unterstützung

Politische und ideologische Unterstützung bekam die *Mona Lisa* auf unterschiedliche Weise zu unterschiedlichen Zeiten. Unter dem Aspekt der Institutionalisierung ist vor allem das politische, nationalstaatliche Projekt des französischen Nationalmuseums zu nennen, als welches der Louvre konzipiert wurde.⁵² Die kulturelle Bedeutung und Macht Frankreichs spiegelte sich in der imposanten Gemäldesammlung wider, die im 18. Jahrhundert nicht nur die größte, sondern sicher auch die bedeutendste der Welt war. Neben dieser offensichtlich ideologischen Komponente der Nationalisierung, Staatsgründung und Demokratisierung spielen seit dem 20. Jahrhundert auch genuin kapitalistische Strukturen in die Geschichte der *Mona Lisa* hinein. Sassoon hebt hervor, wie förderlich Werbung und Marketing für die Durchsetzung ei-

50 Kemp, Martin: Leonardo. New York 2004, S. 244.

51 Sassoon 2001, S. 6.

52 Vgl. zum Zusammenhang von Nationenbildung und Kunst-Kanon u.a. Locher 2012, S. 36-37.

nes ikonischen Bildes als wiedererkennbare Marke sind.⁵³ Wichtig hierbei ist die bereits kanonisierte Berühmtheit innerhalb der sogenannten Hochkultur, die gerade zu Beginn des 20. Jahrhunderts durch die Etablierung der Fotografie, der Massenmedien und die damit einhergehende neue Öffentlichkeit zugänglicher wird. Die Wechselwirkungen zwischen (nur vermeintlich scharf voneinander getrennter) Hochkultur und Populärkultur sind jedoch komplex. Die *Mona Lisa* wird erst im 20. Jahrhundert zum berühmtesten Gemälde der Welt. Der Status des Bildes und des Louvre haben definitiv vom Einzug der *Mona Lisa* in die Popkultur profitiert.

Kemp und Sassoon stimmen darin überein, dass der Kunstraub im Jahre 1911 das entscheidende Ereignis beim Aufstieg der *Mona Lisa* zum berühmtesten Gemälde der Welt war. Zwar räumt Sassoon ein, dass der Diebstahl und das Wiederauftauchen des Gemäldes zwei Jahre später vor allem eine französische und dann auch italienische Angelegenheit war: »*Mona Lisa* had not yet gone global.«⁵⁴ Dennoch war es dieser Kunstraub, den die noch jungen Massenmedien als Skandal zur Geltung brachten. Rechtfertigung der wochenlangen Berichterstattung war die Berühmtheit des Gemäldes, die immer wieder betont wurde. So sorgte der Kunstraub von 1911 für eine Verankerung eben dieser Behauptung: Die *Mona Lisa* ist das berühmteste Bild der Welt. Der Kunstraub war in ihrer Geschichte das erste entscheidende Medienereignis, dem weitere folgten.

Der Kunsthistoriker Frank Zöllner hält allerdings ein späteres, offen politisch motiviertes Ereignis für entscheidender. In seinem Essay *Leonardos Mona Lisa. Vom Porträt zur Ikone der freien Welt* beschreibt Zöllner die Ausleihe des Gemäldes nach Amerika 1963 als politisch aufgeladene Symbolhandlung zwischen dem US-amerikanischen Präsidenten John F. Kennedy und dem französischen Kultusminister André Malraux. Zöllner beschreibt die Reise und den staatsmännischen Empfang des Kunstwerks als dezidiert politische Aktion, welche die *Mona Lisa* »mit unvergleichlichem Aufwand zur Ikone der Freien Welt umfunktioniert«⁵⁵ hat. Tatsächlich war die Inszenierung spektakulär: Von der aufwendigen Schiffsreise des Gemäldes über den Empfang mit militärischem Zeremoniell bis hin zur feierlichen Präsentation der *Mona Lisa* am

53 Vgl. Sasson 2001, S. 259ff.

54 Ebd., S. 195.

55 Zöllner, Frank: *Leonardos Mona Lisa. Vom Porträt zur Ikone der freien Welt*. Berlin 2006, S. 78.

8. Januar 1963 vor 2000 geladenen Gästen glich der Aufwand der Ausstellung einem »Staatsakt allerhöchster Ordnung«⁵⁶:

»Nie zuvor war ein Kunstwerk unmittelbar und ausdrücklich an den Präsidenten und seine Gattin ausgeliehen worden, nie zuvor lag die Organisation einer Ausstellung offiziell in der Verantwortung des Weißen Hauses, nie zuvor und auch zu keinem späteren Zeitpunkt hatte ein Präsident der Vereinigten Staaten die Ausstellung eines Kunstwerkes persönlich eröffnet und noch dazu eine politisch brisante Eröffnungsrede gehalten. Diese Eröffnungsrede Kennedys ist eines der aufschlußreichsten Zeugnisse des transatlantischen Kulturaustausches der frühen sechziger Jahre und eines der kuriosesten Dokumente des Kalten Krieges.«⁵⁷

Während der französische Kultusminister die Ausleihe als »eine Geste der Dankbarkeit des französischen Volkes«⁵⁸ verstanden wissen wollte, benutze Kennedy die Eröffnungsrede als eine »kulturelle Kriegserklärung an kommunistische Länder wie Kuba, Nordvietnam und die Sowjetunion«⁵⁹. Zudem brachte er seine Freude über die kurz vorher beschlossene Bildung einer Kernwaffenstreitmacht unter dem Kommando der NATO zum Ausdruck: »Im Angesicht der »Mona Lisa« postulierte der amerikanische Präsident die Einheit von Politik und Kunst, von Aktion und Gedanke, von Ereigniswelt und Vorstellungswelt.«⁶⁰ Auf diese Weise stilisierte Kennedy die *Mona Lisa* zur Ikone des Kalten Krieges. Sassoon allerdings betont, dass die Reise der *Mona Lisa*, diese symbolische Geste des guten Willens, aus historischer Sicht nur wenig Einfluss auf die französisch-amerikanischen Beziehungen hatte, »but it did a lot of good to the renown of the Mona Lisa, now way ahead of any potential rival as the most famous work of art in the world.«⁶¹ Kunst, die von Politikern und Politikerinnen in einen spezifischen politischen Kontext gestellt und somit instrumentalisiert wird, kann also durchaus als Gewinnerin aus dieser Verbindung hervorgehen.⁶²

56 Zöllner 2006, S. 82.

57 Ebd., S. 82-83.

58 Ebd., S. 80.

59 Ebd., S. 84.

60 Ebd., S. 85.

61 Sassoon 2001, S. 243.

62 Unter umgekehrten Vorzeichen reiste das Gemälde 1974 als versöhnende Bekundung guten Willens und als Symbol des Friedens auch nach Moskau.

2.3.6 Die Ausstellung als Ereignis

Die *Mona Lisa* erfuhr eine nahezu kultische Verehrung während der 52-tägigen Ausstellung in Washington, die von rund zwei Millionen Menschen besucht wurde.⁶³ Dabei waren die Ausstellungsbedingungen für die Besucher/-innen eher schlecht – rein statistisch konnte jeder Besuch nur vier bis zehn Sekunden vor dem, hinter dickem Panzerglas verwahrten Gemälde gedauert haben. Zöllner sieht darin eine Rückkehr zu einer der Kultbildpraxis verwandten Prozession am Bild vorbei:

»An die Stelle des Anschauens trat offenbar die Wallfahrt und die Verehrung einer Ikone. Das Bild nahm stellvertretend jene Huldigungen entgegen, die für die offiziellen Repräsentanten demokratischer Staaten nicht mehr akzeptabel gewesen wären. Die ideologische Intensität der Ausleihe der »Mona Lisa« in die Vereinigten Staaten ist später von keiner Ausstellung mehr erreicht worden.«⁶⁴

Mag auch die mediale Aufmerksamkeit kaum überboten worden sein, so war doch die amerikanische *Mona-Lisa*-Ausstellung nur eine Pionierin des »phenomenon of the blockbuster museum show«⁶⁵. Als Inbegriff der Blockbuster-Ausstellung gilt die Wanderausstellung des Museum of Modern Arts, die als *Das MoMA in Berlin 2004* in der Neuen Nationalgalerie Halt machte. Sie setzte neue Maßstäbe auf vielen Ebenen, von Besucherzahlen über Versicherungssummen bis zum Marketingbudget. Eine Blockbuster-Ausstellung verlangt nach großen Namen und berühmten Werken:

»Blockbuster wählen ihre Gegenstände unter den Stars der Kunstgeschichte, vorzugsweise jenen der klassischen Moderne zwischen 1870 und 1920. Die Ausstellungen versammeln Spitzenwerke der Kunst, die als kostbare Leihgaben den Sensationswert der Präsentation unterstreichen.«⁶⁶

63 »Nearly two million Americans, for many their first visit to an art museum, stood in long lines for a chance to see a masterpiece created in the early sixteenth century. As if engaged in a religious pilgrimage, visitors traveled great distances and waited for hours, ready to embrace the Mona Lisa, a harbinger of a transcendent new era.« Davis, Margrete L.: *Mona Lisa in Camelot*. Philadelphia 2008, S. ix.

64 Zöllner 2006, S. 87-88.

65 Davis 2008, S. ix.

66 Lüddemann, Stefan: *Blockbuster. Besichtigung eines Ausstellungsformats*. Ostfildern 2011, S. 25.

Nach der Definition Stefan Lüddemanns in seiner Analyse dieses Phänomens orientiert sich das Label Blockbuster vor allem an den Besucherzahlen und den Finanzen, die im Vorfeld in die Ausstellung geflossen sind.⁶⁷ Damit handelt es sich um ein »denkbar breites Publikum, das den Kreis der Kunstkenner weit überschreitet«⁶⁸. Menschen, die sonst eher nicht ins Museum gehen, stellten sich wie im Falle von *Das MoMA in Berlin* bis zu acht Stunden in eine Warteschlange und bezahlten einen hohen Eintrittspreis für einen zeitlich streng begrenzten Ausstellungsbesuch.⁶⁹

Bei Blockbuster-Ausstellungen spielt der kultische Aspekt in besonderer Weise eine Rolle. Das Ereignishafte, welches mit einer großen Zahl von Menschen geteilt wird, verleiht Blockbustern eine identitätsstiftende beziehungsweise -rückversichernde Bedeutung. Wie subtil diese Vergesellschaftung in ihrer kulturellen und historischen Konstruktion vonstattengeht, zeigt die Antwort des damaligen Generaldirektors der Staatlichen Museen Berlin Peter-Klaus Schusters auf die Frage, was das Millionenpublikum in der *MoMA-in-Berlin*-Ausstellung gesucht und gefunden habe:

»Es ist die außergewöhnliche Versammlung von Kunstwerken, die so – und besonders am Ort der Ausstellung – noch nie zusammengekommen sind und nie wieder zusammenkommen werden, um einen Sachverhalt der Kunst zu verdeutlichen. Und sei es auch nur die bloße Schönheit, die Bekanntheit oder das Rätselhafte der Werke. Es ist – unverändert einfach und kompliziert – der Dialog mit dem Kunstwerk, den der einzelne Besucher inmitten des Trubels solcher Ausstellungen sehr wohl sucht und findet. Nach den Mühen des Anstehens nimmt er sich alle Zeit der Welt, sitzt meditierend vor den Werken auf dem Boden oder lässt sich diese von jungen Kunsthistorikern, den so genannten »MoMANizern«, im direkten Gespräch in der Ausstellung erklären. Dabei genießt es der Besucher zugleich, Teilnehmer an einem riesigen Kunstereignis zu sein und zu sehen, wie auch die anderen sehen. Der Kunstevent spielt da durchaus mit. Die Bis-zu-acht-Stunden-Schlange war ein Vergnügen an sich. Die Leute haben sich gleichsam selbst ausgestellt.

67 Ebd., S. 25-26.

68 Ebd., S. 25.

69 Als weitere Beispiele wären hier auch die Blockbuster-Ausstellungen »Cézanne. Aufbruch in die Moderne« im Essener Folkwang Museum 2004/2005 (immerhin bis zu zwei Stunden Wartezeit), die *Matisse*-Ausstellung in der Kunstsammlung Düsseldorf 2006 und »Gerhard Richter – Panorama« ebenfalls in der Neuen Nationalgalerie in Berlin im Frühjahr 2012 zu nennen.

Alles in allem fand da eine freiwillige Wallfahrt zur Kunst statt, gewiss zu einem schon etablierten Kanon der Kunst, ganz nach dem klassischen Museumsmotto Schinkels und Wilhem von Humboldts: »Erst erfreuen, dann belehren.«⁷⁰

Abgesehen davon, dass gerade einige der Künstler/-innen der modernen Avantgarden eben jenes Motto und die kontemplative Kunstrezeption aufbrechen und verändern wollten, wird durch Schusters Aussage deutlich, mit welch traditionellem Kunstbegriff hier gearbeitet wird.

2.3.7 Wechselwirkungen von *Hochkultur* und *Populärkultur*

Der Künstler/-innen-Kult ist gerade für die Moderne von besonderem Interesse. Man denke nur an Picasso, Klimt, Duchamp oder Beuys. Der Kult um den Künstler (und nur sehr selten um die Künstlerin) bestimmt hier oftmals den Kult um das Kunstbild. Gerade die *MoMA-in-Berlin*-Ausstellung mit ihren Superlativen, ihrem geradezu normativen Anspruch, den modernen Kanon zu präsentieren⁷¹, zeigt dies auf eindrückliche Weise. In den Genuss dieser Art von Kunstverehrung kommen allerdings nur wenige Künstler/-innen und noch weniger Werke. Diese aus der Masse der in Museen gezeigten Werke herausstechenden Kunstwerke, deren Berühmtheit in Stadtführern beschworen und deren Merchandise nicht nur im hiesigen Museumsshop feilgeboten wird, sind den meisten Menschen bekannt. Sie sind im kulturellen Gedächtnis gespeichert, weshalb ein erhöhtes Interesse besteht, sie auch im Original zu sehen. Die mannigfache Reproduktion schadet der Aura des Originals nicht, im Gegenteil: Es ist das eine, die *Mona Lisa* zu kennen, das andere, sie im Original gesehen zu haben.

70 Lüddemann 2011, S. 43.

71 »Einen geradezu normativen Anspruch erheben auch die Ausstellungsmacher für den »Kanon des MoMA«. Die 200 Meisterwerke aus dem Bestand des 1929 eröffneten New Yorker Museums sollen nichts weniger als einen »schlüssigen Überblick über die moderne Kunst« bieten. Dieser Anspruch wird in doppelter Hinsicht untermauert. Die Ausstellung in der Berliner Neuen Nationalgalerie beeindruckt als Defilee der Meisterwerke [...]. Der Katalog bietet die Kunstwerke wie die Ausstellung dar – als Parade der Meisterwerke, als Meilensteine auf einem Parcours der künstlerischen Innovationen, die zu Klassikern gerinnen, Zeugnisse vergangener Kämpfe der Avantgarden, die heute als »makellose Museumsexponate« auratische Wirkung entfalten.« Lüddemann 2011, S. 35-36.

Diese Kunstwerke sind ikonische Bilder. Ihnen werden außerordentliche Bedeutungen nachgesagt, ihr Status wird nicht hinterfragt. Zugesprochen wird ihnen zudem eine identitätsstiftende Funktion und ein universell gültiger Gehalt. Die Verehrung, die ihnen zuteil wird, ist intensiv und teils irrational, wie beispielsweise das Inkaufnehmen stundenlanger Wartezeiten vor Großausstellungen oder Museen wie dem Louvre, den Uffizien oder dem MoMA. Auch die Devotionalien und Souvenirs, die im Kontext eines Museumsbesuchs gekauft, mit nach Hause genommen und dort aufgestellt und benutzt werden, können als kultische Praxis ausgelegt werden. Das Souvenir soll dabei authentisch sein, da es am authentischen Ort gekauft wurde.⁷²

Das Zeitalter der Werbung und des Marketings birgt sowohl für die Museen als auch für die Berühmtheit einzelner Künstler/-innen und Kunstwerke immense Einnahme- und Entwicklungschancen. Gerade für das Verhältnis von Hochkultur und Popkultur fungiert die Werbeindustrie als eine Art Weichmacher, der vor allem einigen Werken der Hochkultur zu neuem, massenwirksamem Ruhm verhilft. Nach Sassoon muss sich die Werbeindustrie im globalen Zeitalter ganz ausdrücklich um eine universell verständliche Bildsprache und einen ebensolchen Symboleinsatz bemühen, damit ihre Botschaften für möglichst viele verständlich sind. Der Glaubenssatz, gute Kunst habe vor allem einen universal menschlichen Inhalt, greift auch hier:

»The notion that art has a universal value may well be one of those nineteenth-century ideas whose time has come. We may not have an agreed definition of art, but there are universally recognisable images of what is art, and the *Mona Lisa* is one of them.«⁷³

Diese Bilder sind vor allem deshalb für so viele Menschen wiedererkennbar, weil sie dank Massenmedien und Populärkultur global zirkulieren. Was von Fachleuten als außergewöhnliches Meisterwerk gepriesen wird, erhält seinen allgemeingültigen Anspruch erst durch das breite Echo der Massenmedien,

72 »Der Shop ist das kleine Kaufhaus zur Kunst. Als solches dupliziert er die Idee des Warenhauses und spielt mit der Sehnsucht des Publikums, ein Objekt aus der Ausstellung einfach mitnehmen zu können.[...] Natürlich wirken viele der in Shops angebotenen Artikel überflüssig, ja im Kontrast zur Kunst geradezu lächerlich. Ihre Akzeptanz beeinträchtigt das nicht. Im Gegenteil. Denn sie bieten eine Möglichkeit, die Schönheit der Kunst in das alltägliche Leben zu überführen – als kleinen Gebrauchsartikel, der im besten Fall Erinnerung bewahrt.« Lüddemann 2011, S. 97.

73 Sassoon 2001, S. 259-260.

der Werbung und der Populärkultur insgesamt. Natürlich wird dieser Prozess aus den verschiedensten Anlässen und Motivationen in Gang gebracht und am Laufen gehalten: Die Museen wägen bezüglich Reichweite, Relevanz und Publikumsinteresse ab, welche Kunst sie ankaufen und ausstellen. Die Kunstkenner/-innen und -kritiker/-innen beweisen ihre Expertise, die Medien berichten und die Museen und Galerien arbeiten mit dieser Berichterstattung. Das Publikum interessiert sich, das Museum wird besucht, der Eintritt gezahlt, das Original betrachtet. Die eigene Kunstkennerschaft oder kulturelle Teilhabe wird herausgestrichen. Zum Andenken wird ein Souvenir im Museumsshop gekauft.

Die Prozesse der Ikonisierung eines Kunstwerks sind komplex, wie das Beispiel *Mona Lisa* gezeigt hat. Prinzipiell gelten diese auch für andere Bilder, insbesondere für fotojournalistische. Diese entsprechen am deutlichsten dem, was umgangssprachlich in der Gegenwart unter ikonischen Bildern verstanden wird, weshalb nun näher auf deren spezifische Qualitäten eingegangen wird.

2.4 Das Zeitalter der Fotografie

Die hier aufgezeigte Geschichte der bedeutenden Bilder und ihrer Bildpraxen führte von der frühchristlichen Ikone über das religiöse Kultbild zum neuzeitlichen Kunstbild. Mit der Erfindung der Fotografie verändert sich jedoch die gesamte visuelle Kultur. Das Zeitalter der Fotografie ist das Zeitalter der Bilder. Die Digitalisierung treibt diese Veränderung der Blick- und Bildkultur weiter voran. Wenn von Bilderfluten die Rede ist, meint dies nicht die Kunstwerke unzähliger Kunstakademie-Alumni, sondern vor allem die Unmengen an (digitalen) Fotos, die täglich produziert werden. Diese unüberschaubare Masse an Bildern wird oft mit bedrohlichen Metaphern wie Flut oder Tsunami⁷⁴ beschrieben. Durch diese Fülle der Bilder, die technischen wie kulturellen Neuerungen der Massenmedien⁷⁵ und die moderne bürgerliche Medienöffentlichkeit wird es überhaupt erst notwendig, zwischen bedeutenden

74 Vgl. Paul, Gerhard: Bilder, die Geschichte schrieben. Medienikonen des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts. Einleitung. In: Ders. (Hg.): Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute. Göttingen 2011a, S. 7.

75 Vgl. Bezüglich der mediengeschichtlichen Bedeutung der technischen Entwicklung: Paul 2011a, S. 10.

Bildern mit Einfluss und solchen zu unterscheiden, die einmal erblickt, auch schon wieder vergessen sind.

Im Umgangssprachlichen werden mit ikonischen Bildern meist Fotografien gemeint, insbesondere fotojournalistische Werke.⁷⁶ Innerhalb dieser fotojournalistischen Bilder kann grob unterschieden werden zwischen zeitgeschichtlich bedeutenden Fotografien, Schreckens- und Katastrophenbildern des täglichen Nachrichtenflusses und Fotografien von Menschen des öffentlichen Lebens. Aus jedem dieser Bereiche gibt es genügend Fotografien, deren (illustrativer) Effekt mit einer ersten und einzigen Veröffentlichung erschöpft ist. Einige dieser Bilder gewinnen jedoch an kultureller Bedeutung und zirkulieren in den Medien über einen längeren Zeitraum. Nur ein paar wenige dieser Bilder erreichen Ikonen-Status.

2.4.1 Die bedeutendsten Bilder des 20. Jahrhunderts?

Viele Publikationen versuchen sich an einer Zusammenstellung der bedeutendsten Bilder des 20. Jahrhunderts. Ehrgeizige Zusammenstellungen möchten »die wichtigsten Ereignisse des 20. Jahrhunderts«⁷⁷ dokumentieren:

»Die Vorstellung von der Geschichte des 20. Jahrhunderts wäre ohne die prägenden Fotos, die uns alle bewegen, eine vollkommen andere. So sind die Reportagefotografien in ihrer Summe nicht nur eine Aneinanderreihung von »Spitzenereignissen« im Laufe des letzten Jahrhunderts, sondern sie sind gleichzeitig auch die Auslöser mehr oder weniger persönlicher Erinnerungen an wichtige Ereignisse der Vergangenheit, die Teile unserer persönlichen Geschichte veränderten. [...] Die Reportagefotografie wurde zum Synonym für die Darstellung von Zeitgeschichte schlechthin. Wie keine andere Darstellungsmöglichkeit formieren Reportagefotos das Gesicht der Ge-

76 Oder mit diesen verwandte Fotografien, wie beispielsweise in der Presse veröffentlichte Amateurfotografien und Schnappschüsse von Zeitzeug/-innen. Ein Beispiel hierfür sind die von den folternden Special Sergeants der US Army mit ihren Digiatlkameras aufgenommenen Folter-Fotografien aus dem Gefängnis Abu Ghraib im Irak. Vgl. Paul, Gerhard: Der »Kapuzenmann«. Eine globale Ikone des beginnenden 21. Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Göttingen 2008a, S. 706.

77 Grewenig, Meinrad Maria: Augenblicke des Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999, S. 9.

schichte des 20. Jahrhunderts. [...] Die Erinnerung an wichtige herausragende Ereignisse oder Personen erfolgt immer noch anhand von Fotos.«⁷⁸

Doch von wessen Geschichte ist hier die Rede, wenn von *der* Geschichte gesprochen wird? Für wen zeigen diese Bilder wichtige Ereignisse oder Personen? Diese Fragen werden nicht gestellt. Ebenso wenig wird reflektiert, wer diese Bilder zu sehen gibt, wer sie zu sehen bekommt und in welchem Kontext dies stattfindet. Auch die Problematik der nicht fotografierten Ereignisse der Geschichte des 20. Jahrhunderts bleibt außen vor.

Bei dieser Art von Dokumentation werden Bilder auf ihren historischen Inhalt und ihre damit verbundene appellative und emotionale Kraft hin bewertet und hierarchisiert. Gleichzeitig wird die Zuschreibung als bedeutendes Bild mit jeder weiteren Äußerung in diese Richtung fortgeschrieben. So entsteht der Kanon der bedeutendsten Bilder des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts durch eine stetige Wiederholung dieser Zuschreibungen, anfangs durch Fachleute, später dann als Allgemeinplatz. Um diese Kanonisierung durch Wiederholung nachzuvollziehen, lohnt sich ein Blick in die Publikationen, die eine Zusammenstellung bedeutender Bilder unternommen haben.

Zehn Publikationen und eine Internetquelle wurden aufgrund ihrer Titel herangezogen und auf die in ihnen veröffentlichten Fotografien untersucht.⁷⁹ Zwar variiert die Auswahl der Bilder je nach Veröffentlichungsland

78 Grewenig, Meinrad Maria: Das Bild der Geschichte unseres Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999b, S. 11.

79 Folgende Quellen wurden berücksichtigt: 1. Grewenig, Meinrad Maria (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999. 2. Hacking, Juliet (Hg.): Photography. The Whole Story. London 2012. 3. Hariman/Lucaites 2007. 4. Haynes, Gary: Picture This! The Inside Story and Classic Photos of UPI Newspictures. New York 2006. 5. Kemp 2012. 6. Knopp, Guido: 100 Jahre. Die Bilder des Jahrhunderts. München 1999. 7. Koetzle, Hans-Michael: 50 photo icons. Die Geschichte hinter den Bildern. Köln 2011. 8. Panzer, Mary/Caujolle, Christian (Hg.): Things as they are. Photojournalism in context since 1955. World Press Photo 50. London 2006. 9. Paul, Gerhard (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 1. 1900 bis 1949. Göttingen 2009. und Paul, Gerhard (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 2. 1949 bis heute. Göttingen 2008. 10. Rubin, Cyma; Newton, Eric (Hg.): Capture the Moment. The Pulitzer Prize Photographs. New York/London 2001. 11. CNN, Edition International: 25 of the most iconic photographs. 2013 [1.9.2013], URL: <http://edition.cnn.com/2013/09/01/world/gallery/iconic-images/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

und -bedingungen⁸⁰, aber es gibt doch einige Fotografien, die in einer Großzahl der Publikationen vorkommt. Eines ist in allen Quellen zu finden: Nick Uts Vietnamkriegsfotografie des Mädchens Kim Phuc, die nach einem Napalmangriff mit weiteren Kindern aus ihrem Dorf flieht. In jedem Begleittext wird die Bedeutung der Fotografie ähnlich eingeschätzt: als »überzeitliche[...] fotografische[...] Ikone für Krieg und Gewalt bzw. als weltweite[s] Symbol der Antikriegsbewegung«⁸¹, »a symbol of the horror of war in general, and of the war in Vietnam in particular«⁸² und als »allgemeine[s] Symbol von Gewalt und Terror des 20. Jahrhunderts«⁸³.

Die nächst häufigsten Fotografien sind die Katastrophenbilder der brennenden *Hindenburg* (in acht von neun möglichen Publikationen, 89 Prozent) und die Fotografien von Che Guevara, hier sowohl das (oft verfremdete) Porträt von Alberto Korda als auch die offiziellen Fotos von der Präsentation der Leiche durch das bolivianische Militär (in acht von elf Möglichkeiten, 73 Prozent). Ebenfalls häufig veröffentlicht sind die Fotografie der Fahne hissenden amerikanischen Soldaten auf Iwo Jima, aufgenommen von Joe Rosenthal (in sieben von zehn Möglichkeiten, 70 Prozent), der *Falling Soldier* des Kriegsfotografen Robert Capa (in sechs von neun Möglichkeiten, 67 Prozent), die Fotografie der Tötung eines als Vietcong beschuldigten Mannes durch den Kopfschuss eines Generals der südvietnamesischen Armee, aufgenommen von Eddie Adams (in sieben von elf Möglichkeiten, 64 Prozent), sowie die Fotografien von Marilyn Monroe, immer im weißen Kleid mit wehendem Rock (in sieben von elf Möglichkeiten, 64 Prozent), Dorothea Langes *Migrant Mother* (in fünf von neun Möglichkeiten, 56 Prozent) und die Fotografie des sogenannten Tank Man (in sechs von elf Möglichkeiten, 55 Prozent).

80 Es handelt sich um vier Bücher mit deutschem, vier mit amerikanischem und einem mit britischem Hintergrund. Drei Quellen können nicht einwandfrei einer Nationalität zugeordnet werden. In der Publikation zu den Pulitzer-Preisträger/-innen ist der durch die Wettbewerbsbedingungen vorgegebene Fokus auf amerikanische Fotograf/-innen ausschlaggebend: Um überhaupt in die Auswahl für einen Pulitzer-Preis zu gelangen, muss der oder die FotografIn AmerikanerIn oder das Foto in einer amerikanischen Publikation erstveröffentlicht worden sein.

81 Paul, Gerhard: Das Mädchen Kim Phuc. Eine Ikone des Vietnamkriegs. S. 220-227. In: Ders. (Hg.): Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute. Göttingen 2011b, S. 225.

82 Buell, Hall: Moments. The Pulitzer Prize Photographs. A Visual Chronicle of Our Time. New York 1999, S. 102. Zitiert nach: Hariman/Lucaites 2007, S. 173.

83 Gerhard 2011b, S. 225.

Dies sind fraglos ikonische Fotografien. Sie sind wichtiger Bestandteil des kulturellen Gedächtnisses, da sie nicht nur vielen Menschen bekannt sind, sondern auch als Symbol über ihre eigentlichen Motive hinaus fungieren. Dabei erscheint die relative Uneindeutigkeit ihres genuinen Kontexts (genaue Zusammenhänge können nur die wenigsten Betrachter/-innen benennen) geradezu als eine Voraussetzung für ihren Erfolg. Der *Tank Man* konnte mit seiner mutigen Aktion die Massaker an der Protestbewegung in China nicht aufhalten oder beeinflussen. Für die emotionale Kraft des als Symbol für Zivilcourage und moralische Integrität verwendeten Bildes ist dies aber nicht von Bedeutung.⁸⁴

Bereits vor der Veröffentlichung der Fotografien findet eine Selektion nach ästhetischen Aspekten wie Komposition, Figurenkonstellation und ikonographischer Verweise statt. Selbstverständlich sind Fotojournalisten und -journalistinnen auch ästhetisch geschult durch Ausbildung und Studium. Das gilt ebenso für Bildredaktion, Chefredaktion und andere Entscheidungsträger/-innen, die aus der vorgelegten Auswahl eine Fotografie wählen, die dann – meist nach einer weiteren Bildbearbeitung – veröffentlicht wird.⁸⁵

Trotz dieser Selektion findet die Kanonisierung fotojournalistischer Werke erst im Nachgang statt. Die Kanonisierung ist die Grundvoraussetzung für eine Ikonisierung. Während der Begriff des Kanons gerade in der Kunstgeschichte unbedingt mehr meint als die Zusammenfassung einzelner Bilder unter dem Attribut Meisterwerk, stellt sich Kanonisierung im Fotojournalismus durch die häufige Wiederveröffentlichung eines Fotos ein, wie Gerhard Paul in seiner Arbeit über Medienikonen genauer aufschlüsselt:

84 Vgl. Drechsel, Benjamin: Der Tank Man. Wie die Niederlage der chinesischen Protestbewegung von 1989 visuell in einen Sieg umgedeutet wurde. In: Gerhard 2011, S. 234.

85 In Hintergrundgeschichten zu ikonischen Fotografien findet sich dementsprechend recht häufig die Narration von zuständigen Redakteur/-innen, die bei Vorlage des Bildes sofort dessen Signifikanz erkannt und die Veröffentlichung auch gegen die Bedenkenträger/-innen durchgesetzt haben. Vgl. Zum Beispiel: »Nick Ut had a good idea that he had something exceptional, and the bureau chief did not doubt that he had. But there was a big problem. A young girl was shown in full frontal nudity. [...] The photograph was initially rejected by an AP editor for potential publication, but Horst Faas led an effort to persuade the New York office that an exception should be made, providing no close-up of the naked girl was to be shown. [...] Faas quickly intuited that »we have another Pulitzer here« – referring to the Pulitzer prize for journalistic (»Spot News«) photography. [...] Faas had an eye for great images. The prize was indeed awarded to Ut in 1973.« Kemp 2012, S. 204.

»Erst die diachrone, d.h. die zeitlich nachfolgende Nutzung und Re-Inszenierung in Kunst und Kultur (die kulturelle Kanonisierung), die Verbreitung in der Konsum- und Alltagskultur (die ökonomische Kanonisierung), die Etablierung als Gegenstand von politischen Kampagnen (die politische Kanonisierung) sowie vor allem die massenhafte und kontinuierliche Aneignung des Bildes durch die Rezipienten und seine Nutzung im alltäglichen, sozialen, kulturellen und politischen Leben als Gebrauchsgegenstand, Protestsymbol, Anschauungsobjekt in Ausstellungen und Museen entscheiden darüber, ob Bilder überhaupt zu Ikonen werden und wie intensiv sie Zugang zum individuellen wie zum kollektiven Gedächtnis finden.«⁸⁶

Wenn die oben genannten Fotografien in einer Vielzahl von Publikationen zum Thema *Ikonische Bilder* aufgeführt werden, stellt sich die Frage, ob diese Bilder bereits so etwas wie ein globales kulturelles (Bild-)Gedächtnis beziehungsweise Bildrepertoire ausweisen. Nochmals: Im kulturellen Bildrepertoire sammeln sich die bedeutenden Bilder der jeweiligen Gegenwart, die sich aus den schon institutionalisierten Bildern des Kanons und den als wichtig postulierten Bildern der jüngsten Vergangenheit sowie der Jetzt-Zeit zusammensetzen.

Haben die hier als ikonische Fotografien herausgearbeiteten Bilder in jeder Kultur dieselbe Funktion, dieselbe Bedeutung? Könnten diese Bilder eine globale Identitätsstiftung ausdrücken, die über die Grenzen der Nationalstaatlichkeit hinaus reicht? Was für eine Kultur würde so hergestellt? Für wen wäre dieses kulturelle Gedächtnis, in dem diese ikonischen Bilder verankert sind, von Bedeutung, für wen nicht?

Es lohnt sich, auf drei der elf Quellen, die zur Analyse der benutzten ikonischen Fotografien herangezogen wurden, genauer einzugehen. Diese drei Quellen haben sich auf wissenschaftliche Weise mit fotografischen Ikonen beschäftigt und nehmen dabei verschiedene Perspektiven ein, die hier kurz vorgestellt werden sollen.

2.4.2 Die historisierenden Perspektiven

Der Historiker Gerhard Paul und seine Mit-Streiter/-innen versuchen ambitioniert mit ihrem zweibändigen Bildatlas *Das Jahrhundert der Bilder*, »den Bil-

86 Paul 2011a, S. 10.

derkanon des kulturellen Gedächtnisses genauer zu bestimmen«⁸⁷. Dabei orientieren sich die Wissenschaftler/-innen zwar vorrangig am deutschen Bildgedächtnis seit 1900, schaffen es jedoch eindrücklich, die direkte Verwandtschaft der ausgewählten Bilder mit ihren historisch tradierten Vorbildern aufzuzeigen.

Für Paul müssen ikonische Bilder mehr sein als nur eine »symbolische Verallgemeinerung von existenziellen Gefühlen wie Trauer, Angst, Begehren und Hoffnung und über die Veranschaulichung eines konkreten Ereignisses«⁸⁸ hinausweisen. Er spricht von Medienikonen, da die Funktion und Wirksamkeit der Bilder heute stark von den Massenmedien abhängt.⁸⁹ Paul unterteilt diese nach Funktion, Inhalt und Wirkung in Superikonen, Ereignisikonen, politisch-personale Ikonen, Popikonen, Werbeikonen, soziale Ikonen und Fortschritts- und Technikikonen, wobei die Übergänge hier fließend sein können.⁹⁰

Es braucht zudem eine breite Akzeptanz und Aneignung durch die Rezipierenden, um den finalen Schritt von bedeutend zu ikonisch zu vollziehen:

»Erst die massenhafte und kontinuierliche Aneignung der Bilder im alltäglichen sozialen, kulturellen und politischen Leben als Gebrauchsgegenstände, Protestsymbole, Anschauungsobjekte in Ausstellungen, Schulbüchern und Museen entscheidet darüber, wie intensiv Ikonen Zugang zum individuellen wie zum kollektiven Gedächtnis finden.«⁹¹

Der Aspekt der Aneignung ist tatsächlich ein wichtiger. Wie ein Bild benutzt wird, sagt sowohl viel über das Bild aus als auch über die Personen, Gruppen und Gesellschaften, die es benutzen.

Martin Kemp macht bereits mit dem Untertitel *How image becomes icon* seines Buches *Christ to Coke* deutlich, welche Fragen ihn beschäftigen: »Why have iconic images achieved their status? Do they have anything in common?«⁹² Gleich zu Beginn beschreibt Kemp, was er unter ikonischen Bildern versteht:

87 Paul, Gerhard: Der Bilderatlas – ein Streifzug durch unser kulturelles Gedächtnis. In: Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Göttingen 2008b, S. 9.

88 Ebd., S. 29.

89 Vgl. Ebd., S. 29.

90 Vgl. Ebd., S. 29-30.

91 Ebd., S. 34.

92 Kemp 2012, S. 3.

»An iconic image is one that has achieved wholly exceptional levels of widespread recognizability and has come to carry a rich series of varied associations for very large numbers of people across time and cultures, such that it has to a greater or lesser degree transgressed the parameters of its initial making, function, context, and meaning. [...] One striking characteristic of truly iconic images is that they accrue legends to a prodigious degree that is largely independent of how long they have been around.«⁹³

Neben der hohen Wiedererkennbarkeit, dem weiten Interpretations- und Assoziationsspielraum sowie der Beförderung von Mythen- und Legendenbildungen macht Kemp zwei weitere, entscheidende Voraussetzungen für den Ikonenstatus aus. Erstens muss bereits das Abgebildete selbst von Bedeutung sein und zweitens muss das Bild eine Form haben, die die Erinnerung an das Bild vereinfacht: eine Komposition also, die eindringlich ihren Weg ins Gedächtnis findet, leicht zu erinnern und wiederzuerkennen ist.⁹⁴ Bezüglich seiner eigenen Bildauswahl stellt Kemp zudem fest, dass sie alle in der ein oder anderen Weise verehrt werden.⁹⁵ In einer großzügigen Interpretation von Anbetung und Verehrung trifft dies auf jedes ikonische Bild zu. Doch gerade bei den dokumentarischen, fotojournalistischen Werken muss dabei teilweise weit ausgeholt werden, um solch eine Art von Verehrung benennen zu können.

Als weitere wichtige Charakteristik ikonischer Bilder betont Kemp mit Nachdruck die emotionale Kraft der Bilder: »They evoke personal reactions and associations often of a powerful kind, sometimes positive, sometimes negative. Indeed they would not be iconic if they failed to engage us.«⁹⁶ Dies trifft in besonderem Maße auf fotojournalistische, (vermeintlich) dokumentarische Fotografien zu. Kaum jemanden wird Nick Uts Foto von Kim Phuc kalt lassen – selbst wenn den Betrachtenden die Umstände des Fotos völlig unklar wären. Ähnliches gilt für das Foto der Vietcong-Gefangenentötung: Die kurz bevorstehende Erschießung eines Menschen lässt *auf den ersten Blick* keinen Raum für Fragen nach Gerechtigkeit, Schuld, Verbrechen oder Ausnahmesituationen, sondern schockiert die Betrachter/-innen auf direkte, eindringliche Weise.

93 Ebd., S. 3.

94 Vgl. Ebd., S. 340 und Grewenig 1999, S. 12.

95 Kemp 2012, S. 340.

96 Ebd., S. 10.

Es stellt sich aber die Frage nach den kulturellen Bedingungen der Hierarchisierung in stärker berührendes und weniger berührendes Leid: Wer trauert mit wem, um wen oder was? Wessen Geschichte ist mitfühlenswert, wessen nicht? Welche Liebes- und Glücksdarstellungen werden von wem als anrührend empfunden und welche nicht? Wer fühlt mit wem mit? Welche Implikationen, welche Überzeugungen und welche humanistischen Ideale werden mit der Aussage von den allgemeingültigen menschlichen »Basiserfahrungen wie Geburt, Tod, Angst, Hass, Leid und Liebe«⁹⁷ als gegeben vorausgesetzt?

2.4.3 Die politisierende Perspektive

Die Kommunikationswissenschaftler Robert Hariman und John Louis Lucaites stellen in ihrem Werk *No caption needed. Iconic Photographs, Public Culture, and Liberal Democracy* die Frage, inwiefern die neoliberale Verfasstheit der amerikanischen Gesellschaft in ihren fotojournalistischen Bildikonen abzulesen ist und wie diese selbst von den Ikonen gestaltet wird. Wie definieren ikonische Fotografien, was es bedeutet, US-Amerikaner/-in zu sein? Welche Rolle kommt ikonischen Bildern in einer demokratischen Öffentlichkeit zu?⁹⁸ Harimans und Lucaites' Analysen der politischen Funktionen ikonischer Bilder suchen in ihrer überzeugenden Komplexität ihresgleichen, weshalb hier ausführlicher auf diese eingegangen werden soll.

Die Autoren benutzen das Adjektiv ikonisch im umgangssprachlichen Sinne, also als Betonung einer besonderen Bedeutsamkeit eines Bildes:

»Icon: is a familiar term among photojournalists and commentators on the public media. Our use of the term is consistent with theirs. To make that common usage both explicit and more focused, we define photojournalistic icons as those photographic images appearing in print, electronic, or digital media that are widely recognized and remembered, are understood to be representations of historically significant events, activate strong emotional identification or response, and are reproduced across a range of media, genres, or topics.«⁹⁹

97 Leitmeyer, Wolfgang: Die Macht der Bilder – Gedanken zur Reportagefotografie. In: Grewenig 1999, S. 27. Kritik an dieser Art von Essentialisierung wird beispielsweise von Bourdieu geäußert. Vgl. Bourdieu, Pierre: Einleitung. In: Ders.u.a. (Hg.): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Kunst. Hamburg 2006, S. 21.

98 Vgl Hariman/Lucaites 2007, S. 28.

99 Ebd., S. 27.

Die Prämisse der Autoren lautet, dass ikonische Fotografien Teil der »public culture«¹⁰⁰ sind, also der für Demokratien typischen Öffentlichkeit:

»We believe that photojournalism is a public art and that the iconic photograph is a leading artifact of public culture. [...] By ›culture‹, we refer to the manner in which speech, writing, the arts, architecture, entertainment, fashion, and other forms of representation or performance cohere to structure perception, thought, emotion, and conduct. More to the point, a culture is a distinctively coherent set of social practices. [...] Culture can be isolated as a set of symbols, for it always operates through communication, just as it can be tied to a calculus of interests, for it always develops within specific social relations.«¹⁰¹

Dieses Kulturverständnis macht es möglich, von Kultur-Artefakten, Dingen, Techniken und Praxen Rückschlüsse auf die Gesellschaft zu ziehen, die diese Objekte und deren Gebrauchswesen hervorgebracht hat. Damit kommt den ikonischen Bildern eine besondere Stellung zu: In der politischen Argumentation der Autoren nimmt das fotojournalistische Bild eine Zwischenposition in der sozialen Ordnung ein, da es zum einen informiert beziehungsweise dokumentiert und dies zum anderen in einer künstlerisch-ästhetischen Form tut. Diese Zwischenposition macht es möglich, dass ein fotojournalistisches Bild aufgrund seiner ästhetisch eindringlichen Direktheit über seinen historischen Kontext hinausweisen kann. So ist für Hariman und Lucaites ein Merkmal ikonischer Bilder von ganz besonderem Interesse: die Fähigkeit, performative Modelle für gemeinschaftliches, bürgerliches Verhalten bereitzustellen (»capacity to provide performative models for citizenship«¹⁰²). Ikonische Bilder bieten eine Möglichkeit, diese durch Regeln und Werte vermittelte Gemeinschaftlichkeit und ihre kulturelle Ausformung nachzuvollziehen, zu teilen und zu bestärken: »From an intermediate position within the social order, the icon provides a reflexive awareness of social forms and state actions that can lead to individual decisions and collective movements on behalf of democratic ideals.«¹⁰³

In und mit diesen amerikanischen Foto-Ikonen sehen Hariman und Lucaites vor allem neoliberale Werte verhandelt. Dabei agieren die Fotos

100 Ebd., S. 20.

101 Ebd., S. 26.

102 Ebd., S. 12.

103 Ebd., S. 3.

nicht als (dokumentarisches) Spiegelbild, sondern als Unterweisung in neo-liberales, bürgerliches Verhalten, als Rückversicherung der Richtigkeit und Bedeutsamkeit neoliberalen Handelns und der eigenen sozialen Positionierung. Hariman und Lucaites umschreiben damit eine Vorbildfunktion, die bereits ikonischen Heiligendarstellungen eigen war: Im Angesicht einer Ikone konnten sich die Gläubigen der Anwesenheit göttlicher Kraft sicher sein und durch Anbetung, Gebet und Kontemplation der Handlungsanweisung der Frömmigkeit Folge leisten. Hariman und Lucaites zufolge können sich die amerikanischen Bürger/-innen ihrer kulturellen Zugehörigkeit versichern, wenn sie beispielsweise im Angesicht der Fotografie des Flagge Hissens auf Iwo Jima den mutigen Soldaten gedenken, die bereit waren, das gemeinsame Vaterland zu verteidigen.¹⁰⁴ Natürlich unterliegen diese Handlungsanweisungen, ihre Praxis und Performanz einem stetigen, wenn auch langsamen Wandel. Die Autoren beobachten und kritisieren hier die Entwicklung von einer liberalen Demokratie hin zu einem demokratischen Neoliberalismus:

»[...] the icons of U.S. public culture increasingly underwrite liberalism more than they do democracy, and we believe this imbalance threatens progressive social and economic policies and ultimately democracy itself. Because the iconic photo has been distinctively shaped by the tension within liberal-democratic polity, and because it may have been one means for managing that tension, it provides a significant measure of a cultural shift that is occurring throughout U.S. society and may be the leading edge of globalization on U.S. terms.«¹⁰⁵

Gerade diese explizite Kritik macht den Ansatz der Autoren fruchtbar: Sie beschreiben ikonische Fotografien als eine Repräsentationsform neoliberaler Interessen, die in der Herrschaftskonstellation von Sichtbarkeit und Macht in der visuell geprägten Kultur an Einfluss gewinnt und demokratische Errungenschaften unterläuft – ohne dass dies in dezidiert politischen Zusammenhängen stattfände.

Hariman und Lucaites' Analyse ausgewählter fotojournalistischer Ikonen zeigt einige wichtige Funktionen ikonischer Bilder in den sie *verehrenden* Gesellschaften auf. Die subtilen, übergeordneten Aufgaben, die die ikonischen

104 Vgl. Ebd., S. 93ff.

105 Ebd., S. 19.

Bilder erfüllen, bezeichnen die Autoren als »vectors of influence«: »reproducing ideology, communicating social knowledge, shaping collective memory, modeling citizenship, and providing figural resources for communicative action.«¹⁰⁶ Hariman und Lucaites definieren den Begriff Ideologie dabei implizit marxistisch:

»By ideology, we mean a set of beliefs that presents a social order as if it were a natural order, that presents asymmetrical relationships as if they were mutually beneficial, and that makes authority appear self-evident. [...] What is important in this view is to recognize how the dominant codes articulate dominant social relationships and that the distinctive ideological effect is the formation of subjective identity consistent with the social structure.«¹⁰⁷

Des Weiteren benennen Hariman und Lucaites fünf Elemente visueller Rhetorik, die die Anziehungskraft und das Einflusspotenzial ikonischer Bilder ausmacht beziehungsweise begründet. Diese fünf Elemente sind die Eckpunkte ihrer Einzel-Analysen von ausgewählten fotografischen Ikonen:

»Our axioms for interpretative analysis can be set out as a single statement: the iconic photograph is an aesthetically familiar form of civic performance coordinating an array of semiotic transcriptions that project an emotional scenario to manage a basic contradiction or recurrent crisis.«¹⁰⁸

Betrachtet man diese Mittel visueller Rhetorik im Einzelnen, kann zusammengefasst werden, dass ikonische Bilder

- ästhetisch konventionell sind, also keine ästhetischen Grenzen überschreiten, sondern auf bereits gebräuchliche Darstellungsformen und populäre Ikonographien zurückgreifen,
- eine ausdrucksstarke Form bürgerlichen Verhaltens (»civic performance«) darstellen und diese animieren,
- multiple Bedeutungen und semiotische Codes (»semiotic transcriptions«) in sich vereinen zu einer kollektiven Erfahrung, einer kollektiven Möglichkeit der Interpretation von Vergangenheit und Geschichte sowie
- emotionale Szenarien bereitstellen, die starke Gefühlsregungen heraufbeschwören.

106 Ebd., S. 9.

107 Ebd., S. 9.

108 Ebd., S. 29.

Ikonische Fotografien sind deshalb dermaßen emotional aufgeladen, weil sie grundlegende Auseinandersetzungen und wiederkehrende Krisen gesellschaftlichen Lebens erfassen und visuell kanalisieren.

Die Auseinandersetzung mit Konflikten und Krisen durch eine emotional aufgeladene, eindringlich bildliche Darstellung ist der ausschlaggebende Punkt, an welchem sich ein ikonisches Bild von einem lediglich einflussreichen unterscheidet. Die Autoren beziehen sich nicht auf Emotionen als essentielle, universal menschliche Gegebenheiten, sondern auf deren Verankerung in sozialen Konventionen:

»[The iconic images] mime the social process through which emotions are created in the first place. The photograph's focus on bodily expression not only displays emotions but also places the viewer in an affective relationship with the people in the picture. These emotional signs and responses operate reliably and powerfully because they are already presented within the society's conventions of display, [...]. More technically, the image activates available structures of feeling within the audience, keys the emotional dimension of an event, and bonds audience, artistic practice, representational object, and social context affectively.«¹⁰⁹

Diese komplexe Rückbindung von Gefühlen an soziale Prozesse, Bedingungen und Konventionen erlaubt es, die starke emotionale Aufladung ikonischer Bilder als eine ihrer wichtigsten Eigenschaften anzuerkennen, ohne damit ihre spezifisch soziale Rolle zu vernachlässigen. Gefühle finden nicht im luftleeren Raum statt. Gefühlsregungen haben ihre jeweils zeit- und kulturspezifischen Ausformungen. Gefühle, prinzipiell dem Privaten zugeordnet, erfüllen eine gewichtige soziale und gesellschaftliche Funktion. Ikonische Bilder sind dabei Vermittler der spezifischen, kulturellen Ausformung im Hier und Jetzt.

Um sich dem Ikonischen in der visuellen Gegenwartskultur zu nähern, wurde hier eine kurze, zugegebenermaßen unvollständige Kulturgeschichte der bedeutenden Bilder nachvollzogen. Dabei wurde der immer noch virulente Einfluss des jahrhundertalten, teils wechselhaften christlichen Bildverständnisses nachgezeichnet, der Wandel vom religiös bestimmten zum künstlerischen Bild und der fast verlustfreie Transfer der Bedeutungsaufladung von der einen Praxis in die andere am Paradigma der *Mona Lisa* beleuchtet und die Sonderstellung des Visuellen im Zeitalter der Fotografie berücksichtigt.

109 Ebd., S. 35-36.

So ergeben sich verschiedene, historisch und kulturell begründbare Bildpraxen und -verständnisse, die in der Analyse zeitgenössischer Bildkulturen hilfreiche Ansätze zur Kontextualisierung von visuellen Bedeutungszuschreibungen liefern. Diese Ansätze wurden hier explizit in Auseinandersetzung mit ikonischen, das heißt außerordentlich bedeutenden Bildern herausgearbeitet. Dies war notwendig, um die Hauptthese dieser Arbeit, nämlich dass es Bilder gibt, die nicht explizit als ikonisch bezeichnet werden, aber denselben Regeln unterliegen und ähnliche Funktionen erfüllen wie ikonische Bilder, nun argumentativ angehen zu können. Diese bedeutenden Bilder werden hier als nicht-ikonisch bezeichnet.

3 Die Bildpraxis nicht-ikonischer Bilder

3.1 Die Definition nicht-ikonischer Bilder

3.1.1 Was sind nicht-ikonische Bilder?

Nicht-ikonische Bilder bilden zusammen mit den ikonischen Bildern das kulturelle Bildrepertoire. Es handelt sich um zwei Formen bedeutender Bilder. Bedeutend meint, dass diesen Bildern eine herausgehobene Stellung innerhalb der (visuellen) Kultur einer Gesellschaft zukommt. Ikonische und nicht-ikonische Bilder sind im weitesten Sinne identitätsstiftend, ob im politischen oder kulturellen Sinne. Diese bedeutenden Bilder wirken jedoch auf unterschiedliche, wenn auch verwandte Weise, weshalb die Unterscheidung zwischen ikonisch und nicht-ikonisch gezogen wird.

Nicht-ikonische Bilder teilen die gesellschaftliche Relevanz ikonischer Bilder, was sie von privater Fotografie, Stock Photography, Mode- und Werbefotografie unterscheidet. Natürlich rekurrieren diese Bildformen wiederum auf bedeutende Bilder, ihre reine Zweckgebundenheit und historisch-symbolische Unbedeutsamkeit verhindern jedoch meist eine Weiterentwicklung zu einem aktiv bedeutenden Bild. Die Grenzen zwischen nicht-ikonischen und weithin zirkulierenden Bildern ohne tiefgreifende kulturelle Bedeutung sind hier fließend. Die Definition des Begriffs nicht-ikonische Bilder ist der Versuch, die Analyse der verschiedenen Bedeutungsformen von Bildern zu vereinfachen.

Nicht-ikonische und ikonische Bilder werden als sinnbildlich und über sich hinausweisend rezipiert und als eine symbolische Repräsentation komplexerer Zusammenhänge gewertet. Während ikonische Bilder dies in einer starken Ausformulierung tun, erscheinen nicht-ikonische viel schwächer. Ihre Symbolkraft ist sehr subtil und wird oft nicht als Symbol gewertet, sondern als eine eindeutige, klare Aussage im Sinne einer dokumentarischen Abbildung.

Diese versteckte beziehungsweise verdeckte Symbolisierung ist ausschlaggebend für die Kategorisierung nicht-ikonischer Bilder.

Die Motive ikonischer Bilder haben einen hohen Bekanntheitsgrad und Wiedererkennungseffekt. Der Grad der Bekanntheit ist dabei außerordentlich: In manchen Kulturkreisen gibt es Bilder, die so gut wie alle kennen (zum Beispiel alle, die das dortige Bildungssystem durchlaufen haben). Auch wenn nur die wenigsten Menschen ikonische Bilder eindeutig kontextualisieren können (Nennung des Fotografen, Nennung des dargestellten Ereignisses oder Zusammenhangs, Datum der Aufnahme oder auch nur ungefährer Zeitraum etc.)¹, so können die meisten zumindest beschreiben, wofür das Bild steht (beispielsweise für *die Grausamkeit des Krieges* oder *das Wunder des Lebens*). Die Symbolkraft ikonischer Bilder ist stark. Hariman und Lucaites beschreiben diese Kraft als ausschlaggebend für die Ikonisierung eines Bildes: Wenn es ein Bild schafft, eine emotionale Situation (eine Krise, einen Konflikt) ästhetisch kraftvoll abzubilden, kann es die für diese Situation stellvertretende visuelle Repräsentation werden. Nicht-ikonische Bilder kommen dagegen ohne emotionale Herausforderung aus. Sie sind hochgradig konventionell: Sie sind leicht zu verstehen und rufen keinen Widerstand, keine Irritation oder Verunsicherung hervor, da sie sich auf kulturell verbrieft Konventionen stützen.²

Trotzdem nehmen nicht-ikonische Bilder eine herausragende Stellung innerhalb der Kultur ein, in der sie zirkulieren. Während sich ikonische Bilder als identitätsstiftende Kommunikationsmittel herausgestellt haben, sind nicht-ikonische Bilder konventionalisiertes Alltagswissen, das oft genug unhinterfragt als *Common Sense* angesehen wird. Diese visuelle Repräsentation eines als gegeben vorausgesetzten *Common Sense* ist die eigentliche Besonderheit nicht-ikonischer Bilder: Sie sind deshalb in der visuellen Kultur von so großer Bedeutung, weil sie Kommunikation mithilfe einer (vermeintlich) allgemein anerkannten Reduktion vereinfachen. Doch diese Reduktion verursacht Ausschlüsse, Marginalisierungen und Normierungen durch das Ausblenden komplexerer Zusammenhänge. Schon die Reduzierung als solche ist ideologisch motiviert, denn um die Kommunikationsfähigkeit eines Symbols aufrechtzuerhalten, wird immer eine vermeintlich allgemeingültige Variante

1 Vgl. Hariman/Lucaites, S. 6.

2 So können auch Darstellungen von Gewalt trotz des Schockmoments nicht-ikonisch sein, wenn beispielsweise die Konventionen Darstellungen von Gewalt als selbstverständlich erscheinen lassen.

eines Motivs gewählt. Was jedoch als allgemeingültig und als gesellschaftliche Norm angesehen wird, wer dies festschreibt und wer oder was diese Norm repräsentieren darf, wird nicht offengelegt. Indem diese Aspekte nicht-ikonischer Bilder transparent gemacht werden, kann die Bildanalyse als Ideologiekritik fungieren.

3.1.2 Nicht-ikonisch, nicht unikonisch

Aus dem Adjektiv ikonisch ein nicht-ikonisch zu machen, ist mehr als eine bloße grammatikalische Negation. Es wurde hier bewusst nicht die Vorsilbe *un-* gewählt. *Unikonisch* würde bedeuten, dass die so bezeichneten Bilder überhaupt keine ikonische Kraft besäßen beziehungsweise keine noch so geringe Verbindung zu ikonischen Bildern aufwiesen. *Nicht-* als Präfix beinhaltet jedoch den inhärenten Bedeutungszusammenhang: Nicht-ikonische Bilder sind eng verwandt mit ikonischen Bildern, sie sind aber nicht deckungsgleich und unterscheiden sich in wichtigen Eigenschaften. Doch die Verwandtschaft überwiegt.

Diese grammatikalische Wahl lässt sich somit vor allem inhaltlich begründen. Nicht-ikonische Bilder sind ohne ikonische Bilder undenkbar. Das Nachzeichnen der Geschichte der bedeutenden Bilder und ihrer Gebrauchswesen diente der Vorbereitung der Begriffsbestimmung. Wie das Präfix *nicht-* bereits deutlich macht, stehen diese beiden Begriffe an zwei Enden eines Zusammenhangs: Ikonische und nicht-ikonische Bilder bilden zusammen das kulturelle Bildrepertoire. Was sie gemeinsam haben ist ihre kulturelle Bedeutsamkeit innerhalb eines kollektiven Selbstverständnisses einer Gesellschaft. Während ikonische Bilder bereits im kulturellen Bildgedächtnis verankert sind, haben nicht-ikonische Bilder eine direktere, zeitgebundenerere Bedeutungsebene. Nicht-ikonische Bilder können nicht als direkte Bildmotive in das kulturelle Gedächtnis gelangen (dann wären sie ikonische Bilder). Es sind die Motive selbst und ihre symbolische Aufladung, die in einer diffusen Form im kulturellen Bildrepertoire Bedeutung erlangen.

Roland Barthes Mythen-Konzept in Bezug auf als natürlich dargestellte kulturelle Techniken bietet sich an, um die motivische Loslösung von einem einzelnen Bild, einem einzelnen Bildträger hin zu einem nicht-ikonischen Bild zu erklären. Um diese Naturalisierungsprozesse auch auf visuelle Kultur anwenden zu können, wird an dieser Stelle ausführlicher auf Barthes Mythen-Konzept eingegangen.

3.1.3 Nicht-ikonische Bilder als Mythos

Bereits zu Beginn seiner Mythos-Definition in *Mythen des Alltags* verwehrt sich Barthes gegen eine Essentialisierung von Kultur und Geschichte zur *conditio humana*:

»Gibt es unvermeidlich suggestive Objekte, wie es Baudelaire von der Frau sagt? Gewiß nicht: Man kann sich sehr alte Mythen denken, doch ewige gibt es nicht; denn nur die menschliche Geschichte läßt das Reale in den Zustand der Rede übergehen, und sie allein bestimmt über Leben und Tod der mythischen Sprache. Ob weit zurückliegend oder nicht, die Mythologie kann nur eine geschichtliche Grundlage haben, denn der Mythos ist eine von der Geschichte gewählte Rede; aus der »Natur« der Dinge kann er nicht hervorgehen.«³

Nach Barthes ist der Mythos ein Kommunikationssystem, eine Botschaft, die eine starke Form des Bedeutens bezeichnet. Barthes beschreibt den Mythos als eine Metasprache, ein sekundäres semiologisches System, das seine Bedeutungen aus den Zeichen des singulären semiologischen Systems, der Objektsprache, bezieht.⁴

Von Interesse für die Definition der nicht-ikonischen Bilder ist vor allem der Vorgang der Naturalisierung, den Geschichte laut Barthes auf dem Weg zum Mythos durchläuft: Das eigentliche Prinzip des Mythos, seine wesentliche Funktion, ist die Verwandlung von menschengemachter Geschichte in vermeintlich Gottgegebene Natur.⁵ Laut Barthes' Semiologie hat der Mythos die Aufgabe, »eine historische Intention in Natur, etwas Zufälliges als Ewiges zu begründen. [...] Die Dinge verlieren in ihm die Erinnerung daran, daß sie hergestellt worden sind.«⁶ Für Barthes ist dies vor allem deshalb problematisch, weil diese Mythifizierung von Geschichte nur durch die Macht der gegenwärtigen Herrschaftsstrukturen geschehen kann. Namentlich ist dies die bürgerliche Ideologie, die ihre Normen und Wertvorstellungen durch diese Mythifizierung als natürlich und selbstverständlich zur Geltung bringt.

Das Bildmotiv *Mutter und Kind* im Kontext von tagesaktuellen Nachrichten zur deutschen Familienpolitik macht dies deutlich: Das Bild von der deut-

3 Barthes 2013, S. 252.

4 Vgl. Ebd., S. 252ff.

5 Vgl. Ebd., S. 278ff.

6 Ebd., S. 294-295.

schen Kleinfamilie, reduziert auf eine meist blonde Mutter und deren blondes Kind, kann kaum eindeutiger die bürgerliche Ideologie einer christlich-konservativ regierten Bundesrepublik darstellen. Dadurch, dass der Mythos diese Darstellungsweise von Familie aber als nicht besonders und nicht auffällig, sondern als natürlich und selbstverständlich darstellt, erschwert er die Einsicht in die politische Dimension dieser unterkomplexen Darstellung. Deshalb beschreibt Barthes den Mythos nicht nur als Botschaft, sondern als Rede, insbesondere als *entpolitisierte Rede*⁷. Mythifizieren heißt in diesem Kontext etwas zu verharmlosen, etwas unschuldig erscheinen zu lassen. Die immer gleiche Darstellung von Mutter und Kind als Einheit verharmlost die emanzipatorischen Kämpfe von Frauen gegen die Repräsentation als fürsorgliche, aufopfernde Mutter. Die Einbußen, die Frauen in dieser Gesellschaft auf sich nehmen, um Mutter zu werden – sei es finanziell, sei es beruflich, sei es körperlich – werden durch die immer währenden harmlosen Bilder von Mutter und Kind als selbstverständliche Nebensächlichkeiten abgetan. Die Darstellungsformen von Mutterschaft und von Familie sind dementsprechend unterkomplex.

Diese ideologisch motivierte inhaltliche Reduktion ist laut Barthes wesentlicher Bestandteil des Mythos:

»Mit dem Übergang von der Geschichte zur Natur nimmt der Mythos eine Einsparung vor: Er beseitigt die Komplexität der menschlichen Handlungen, verleiht ihnen die Einfachheit der Wesenheiten, unterdrückt jede Dialektik, jeden Rückgang hinter das unmittelbar Sichtbare; er organisiert eine Welt ohne Widersprüche, weil ohne Tiefe, ausgebreitet in der Evidenz; er legt den Grund für eine glückliche Klarheit. Die Dinge tun so, als bedeuteten sie von ganz allein.«⁸

Das erklärt auch, warum diese Mythen so beliebt sind und hartnäckig immer weiter zirkulieren: Sie machen es leichter, *die Welt zu verstehen*. Problematisch wird diese Reduktion allerdings immer dann, wenn andere Lebensrealitäten, unter anderem durch fehlende visuelle Repräsentation, als von der Norm abweichend sanktioniert werden. Was nicht gezeigt wird, kann demnach als *nicht natürlich*, *nicht normal* bezeichnet werden. Da aber gerade in einer heterogenen Gesellschaft viele Lebensrealitäten von diesen mythifizierten Bildern

7 Vgl. Barthes 2013, S. 295.

8 Barthes 2013, S. 296.

nicht abgebildet werden, gilt es, diese ungerechte Repräsentation aufzuzeigen, deren Macht sich nicht nur in der simplen Sichtbarmachung, sondern eben auch in der Hierarchisierung von Lebensrealitäten ausdrückt. Die Natürlichkeit einer Darstellung wie der von Mutter und Kind als Sinnbild für Familie ist deshalb als kulturell konstruiert und als unzulänglich zu entmythifizieren.

Nicht-ikonische Bilder sind im Sinne Barthes mythifizierte Bilder. Die Motive nicht-ikonischer Bilder sind Barthes'sche Mythen: Sie behaupten eine Selbstverständlichkeit, die selbsterklärend und mit *gesundem Menschenverstand* nachvollziehbar ist.⁹ Der Sinn eines nicht-ikonischen Bildes scheint sich sofort zu erschließen, er ist evident. Dass der Sinn dabei meist auf eine ganz einfache Formel herunter gebrochen wird, ist charakteristisch für Barthes' Mythen. Hier muss noch einmal auf die Semiologie zurückgekommen werden. Wie bereits angeführt definiert Barthes seine Mythologie als ein semiologisches System zweiten Grades, das auf der Objektsprache als semiologisches System ersten Grades aufbaut. Dadurch ergibt sich im semiologischen System zweiten Grades eine Mehrfach-Bedeutung:

»Der Signifikant des Mythos erweist sich als doppeldeutig. Er ist zugleich Sinn und Form; einerseits voll, andererseits leer. [...] Im Sinn hat sich bereits eine Bedeutung herausgebildet, die durchaus sich selbst genügen könnte, wenn sich der Mythos nicht ihrer bemächtigte und aus ihr plötzlich eine leere, parasitäre Form machte. Der Sinn *ist bereits* vollständig, er postuliert ein Wissen, eine Vergangenheit, ein Gedächtnis, eine geordnete Reihe von Tatsachen, Ideen, Entscheidungen. Indem er Form wird, verliert der Sinn seinen Zusammenhang, er leert sich, verarmt, die Geschichte verflüchtigt sich, er bleibt nur noch Buchstabe. [...] Der Sinn erhielt ein ganzes Wertesystem: eine Geschichte, eine Geographie, eine Moral, eine Zoologie, eine Literatur. Die Form hat diesen ganzen Reichtum zurückgedrängt: Ihre neue Armut verlangt nach einer Bedeutung, die sie auffüllt.«¹⁰

Und diese Bedeutung ist ideologisch. Sie ist nicht losgelöst vom ursprünglichen Sinn, der immer noch da ist. Doch zusätzlich wird er als neue Form mit

9 Die Kritik an dieser Selbstverständlichkeit ist dementsprechend alles andere als leicht verständlich: Um jemandem zu erklären, was an der blonden Mutter mit dem blonden Kind als Illustration zum Themenkomplex Familienpolitik problematisch ist, braucht es mitunter einen langen Atem.

10 Barthes 2013, S. 262-263.

ideologisch aufgeladener Bedeutung aufgefüllt. Das Foto einer Mutter mit einem Kind ist erstmal ein Foto einer bestimmten Frau mit einem bestimmten Kind. Im Kontext des Mythos reicht diese einfache, direkte Annahme aber nicht aus: Würden die Betrachter/-innen nicht bereits die ideologische Bedeutung mit rezipieren, würde eine einfache Fotografie von dieser einen Frau mit diesem einen Kind für die Betrachter/-innen keinen übergeordneten Sinn ergeben. Doch der Mythos hilft: Die Frau als Mutter und das Kind als leibliches Kind dieser Frau erscheint als die natürlichste Verbindung von Frau und Kind.

Diese beschränkte Bedeutungsebene nicht-ikonischer Bilder wird umso deutlicher, wenn man sie mit ihren ikonischen Äquivalenten vergleicht. Die stärkste ikonische Mutter-Kind-Darstellung ist vielleicht die Ikone schlecht-hin: Maria mit dem Jesuskind. Die verschiedenen Madonnen-Darstellungen sind reich, ihr Sinn ist aufgeladen und von starker Wirkkraft – zumindest im christlichen Kulturkreis (und dort stärker in katholisch geprägten Gebieten als in protestantischen). Im westlichen Kontext ist der Topos Mutter-Kind als christliche Figur von starker Bedeutsamkeit. Die Mutter-Kind-Darstellungen, die zum Beispiel zur Bebilderung von Nachrichten zum Themenkomplex Familienpolitik eingesetzt werden, sind im Gegensatz dazu verarmte Bilder. Der Sinn der Madonnen-Darstellungen scheint immer noch durch: Die Mutter als die Heilige, deren Aufopferung, Leidensfähigkeit und Hingabe dem heiligen Kind angemessen ist, färbt die Erzählung der fürsorglichen Mutter mit romantischer Selbstverständlichkeit. Doch die Mutter-Kind-Darstellung selbst ist reduziert, genau genommen erzählt sie nichts außer von einem vagen Verhältnis zwischen Frau und Kind. In der immer gleichen Darstellungsweise gibt es unzählige Ausschlüsse, Verborgenes und keine Variationen. Und doch ist das nicht-ikonische Bild sofort lesbar. Als Sinn ist das Bild demnach reich, doch als Form arm. Für Barthes eine grundlegende Charakteristik des Mythos: »Der wichtigste Punkt bei alledem ist jedoch, daß die Form den Sinn nicht beseitigt; sie läßt ihn verarmen, drängt ihn zurück, hält ihn sich zur Verfügung.«¹¹ Dementsprechend wirken nicht-ikonische Bilder auf zweierlei Ebenen: Auf den ersten Blick sind sie vermeintlich eindeutig und leicht verständlich, auf den zweiten, reflexiveren Blick können sie je nach kultureller Zugehörigkeit der Rezipierenden die darunter liegenden Muster und Traditionen erkennen lassen: »So paradox es scheinen mag, der Mythos verbirgt nichts. Seine Funktion ist es, zu deformieren, nicht verschwinden zu lassen.« In der

11 Barthes 2013, S. 263.

Analyse nicht-ikonischer Bilder ist es von Interesse, diese Mythos-Qualität der vermeintlich simplen Bilder offenzulegen.

Nicht-ikonische Bilder sind im Barthes'schen Sinne entpolitisierte Reden, deren Botschaften sich als natürliches Wissen präsentieren, indem sie ihre geschichtliche und soziale Gemachtheit negieren. Im Kontext dieses Mythen-Konzepts lässt sich jedoch noch keine klare Linie zwischen ikonischen und nicht-ikonischen Bildern ziehen. Zum einen bezieht sich Barthes auf diverse kulturelle Praktiken, von denen zwar einige visueller Natur sind, die jedoch nicht explizit auf das Visuelle bezogen werden. Zum anderen beschreibt Barthes sowohl ephemere visuelle Kultur-Objekte (etwa in den Kapiteln *Die Römer im Film*, *Tiefenreklame* oder auch *Schockphotos*) als auch ikonische Begebenheiten (beispielsweise in *Das Gesicht der Garbo*, *Die große Familie der Menschheit* oder auch *Ikonographie des Abbé Pierre*¹²). Der Unterschied zwischen nicht-ikonischen und ikonischen Bildern, die jeweils als entpolitisierte Reden kategorisiert werden können, besteht also nicht in der Rezeption des einzelnen Bildes, sondern im Grad des Verbergens ihrer Gemachtheit, ihrer Naturalisierung. Nicht-ikonische Bilder behaupten deutlich stärker, natürliche Repräsentationen zu sein, während ikonische Bilder ihre Bedeutung insbesondere aus ihrer kulturellen Verbindlichkeit und kommunikativen Kraft ziehen.

3.1.4 Die vermeintliche Evidenz nicht-ikonischer Bilder

Kommunikative Kraft besitzen beide Formen bedeutender Bilder, weshalb sich ein Blick aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht auch in Bezug auf die Definition von nicht-ikonischen Bildern lohnt. Wie bereits gezeigt beschreiben die Kommunikationswissenschaftler Hariman und Lucaites ikonische Bilder als Bestandteile der Öffentlichkeit, als Elemente der *public culture*:

»Public Culture is a virtual reality that begins when one awakens to the radio alarm weather report and continues as one reads the morning newspaper, moves through public spaces, scans billboards and TV Screens, talks about public matters, and forms judgments regarding any of the subjects found in those medias. This ongoing listening, reading, viewing, and talking with others constitutes subjects as citizens within the places and practices of ordinary life, while the circulation of discourse and the media sustained

12 Abbé Pierres charakteristisches Aussehen gehört ausschließlich zum französischen kulturellen Bildgedächtnis. In Deutschland scheint er größtenteils unbekannt.

by that circulation constitute norms for discursive performance and institutional accountability that provide the constraint on state power theorized as the ›public sphere.«¹³

Nicht-ikonische Bilder sind eben solche zirkulierenden Bilder, auch sie haben ihren Anteil an der kulturellen Stiftung von Gemeinschaft und Identität. Anders als ikonische Bilder tun sie dies allerdings nicht durch eine Aufforderung zur kommunikativen Auseinandersetzung mit dem Gezeigten.

Neben der anhaltenden Zirkulation und dem hohen Wiedererkennungswert sind es vor allem zwei Aspekte, die die enge Verwandtschaft der beiden Bildgenre deutlich machen: Zum einen stellen beide Bildformen vorbildhaftes Verhalten visuell vor und rufen zur Nachahmung eben jenes Verhaltens auf. Zum anderen ist dieses dargestellte Verhalten ideologisch bestimmt und in gesellschaftliche Herrschaftsstrukturen eingebettet. In beiden Aspekten unterscheiden sich ikonische und nicht-ikonische Bilder jedoch in ihrer jeweiligen Wirkungsweise – vereinfacht ausgedrückt sind ikonische Bilder vor allem aktiv, auffordernd und kommunikativ, während nicht-ikonische Bilder passiv und subtil wirken und keinen Wider- oder Zuspruch hervorrufen.

Hariman und Lucaites bezeichnen ikonische Fotografien als »ideology at work«¹⁴:

»Photojournalism might be the perfect ideological practice: while it seems to present objects as they are in the world, it places those objects within a system of social relationships and constitutes the viewer as a subject within that system. These relationships – including the relationship between media producer and audience – are arbitrary, asymmetrical relations of power, yet they are made to appear natural as they are articulated through the unexceptionable signs of the real world.«¹⁵

Hariman und Lucaites führen ihre Argumentation weiter, indem sie einwenden, dass ikonische Bilder eine zusätzliche Qualität aufweisen, nämlich die des Kunstwerks und dessen vermittelnde Kraft, etwas Banales in etwas visuell Ausdrucksstarkes zu transformieren¹⁶. Ideologie und Idealismus liegen hier

13 Hariman/Lucaites 2007, S. 26-27.

14 Ebd., S. 2.

15 Ebd.

16 Vgl. Ebd., S. 3.

nah beieinander: Wenn ikonische Bilder als eine rückversichernde Darstellung eigener Werte verstanden werden, dann hat dies auch mit einer Idealvorstellung von der Gesellschaft zu tun, die diese Werte aufgestellt hat.

Nicht-ikonische Bilder ziehen ihre Vorbildfunktion aus dem *gesunden Menschenverstand*: Sie behaupten ihre Selbstverständlichkeit damit, dass sie nur natürlich seien, für jeden nachvollziehbar und leicht verständlich. Was mit dem *gesunden Menschenverstand* sofort erfasst werden kann, braucht keinen emotionalen Appell – auch wenn Emotionalität eine große Rolle spielt, jedoch lediglich in streng normierter und nicht herausfordernder Weise. Während also ikonische Bilder in emotionalisierter Form zum Handeln aufrufen, empfehlen sich nicht-ikonische Bilder ganz subtil zur Nachahmung (*à la Das machen doch alle so*). Während ikonische Bilder quasi mit einem Ausrufe- und/oder Fragezeichen versehen sind, fungieren nicht-ikonische Bilder wie ein abschließender Punkt. Sie erscheinen vor allem nüchtern und neutral. Heftige Reaktionen sollen sie aber auch gar nicht hervorrufen – es ist nicht ihre Funktion, Aufmerksamkeit zu generieren, Emotionen zu schüren und eindringlich an die Betrachter/-innen zu appellieren. Nicht-ikonische Bilder appellieren subtil, sie behaupten vor allem zu illustrieren. Dazu gehört das Abrufen konventionalisierter Darstellungs- und Rezeptionsformen, das In-Gang-Setzen eindeutig umrissener Assoziationsräume und das Abrufen und Aktivieren naturalisierten Wissens.

Nicht-ikonische Bilder sind Repräsentationen eben jenes naturalisierten Wissens. Ihre einfach zu verstehenden Motive sind hochgradig symbolisch aufgeladen. Durch ihre subtile Symbolisierung, die kaum als solche entziffert werden soll, handelt es sich dann nicht mehr um naturalisiertes Wissen, sondern eindeutig um Ideologie. Durch die subtile Repräsentation dieser Ideologie erweisen sich nicht-ikonische Bilder als besonders hegemonial und herrschende Strukturen affirmierend. Da dies jedoch immer nur über Ausschlüsse und Hierarchisierungen passiert, ist die jeweilige naturalisierte Ideologie eines nicht-ikonischen Bildes unbedingt offenzulegen – um so viele Ausschlüsse und Hierarchisierungen wie möglich zu vermeiden. Was Hariman und Lucaites für ikonische Fotografien einfordern, gilt deshalb in besonderem Maße auch für nicht-ikonische Bilder:

»All memory is limited, of course, and no medium of representation can avoid exclusion. One must search for each medium's distinctive blind spot

and ask how that is related to its distinctive capacity for insight as well as what the costs might be of relying too much on what is shown.«¹⁷

Nicht-ikonische Bilder trivialisieren komplexe Zusammenhänge und reduzieren Themenfelder auf ein einfaches Narrativ. Sie präsentieren sich als natürlichste Darstellungsform für den jeweiligen Kontext und Sachverhalt, den sie symbolisieren sollen. Sie repräsentieren sogenanntes Allgemeinwissen und lassen sich mit *gesundem Menschenverstand* sofort verstehen. Nicht-ikonische Bilder behaupten eine Selbstverständlichkeit, eine Evidenz des Gezeigten. Was sie vorgeben zu symbolisieren ist inszenierte Ideologie. Sie versuchen ihre kulturelle Gemachtheit und ihre symbolische Aufladung zu verdecken, zugunsten eines kulturellen Wahrheitsanspruchs à la *So ist es (immer gewesen)*. Sie behaupten sich als Mythos im Sinne von Roland Barthes: Nicht-ikonische Bilder sind naturalisierte Geschichte(n) als selbstverständlich gesetzte kulturelle Verständigung – und dabei hochgradig entpolitisiert. Sie fordern die Betrachter/-innen nicht heraus. Sie geben sich nüchtern, als leicht zugängliche, unmissverständliche Illustration einer Allgemeingültigkeit – als Illustration einer vermeintlichen Normalität. Nicht-ikonische Bilder kodifizieren Normalität.

3.2 Nicht-ikonische Bilder – Strategien der Kodifizierung von Normalität

Nicht-ikonische Bilder haben die soziale Funktion, durch die visuelle Kodifizierung von Normalität eine visuelle Eloquenz herzustellen, die eine möglichst einfache und schnelle Kommunikation über ansonsten womöglich überfordernd komplexe Sachverhalte und Ereignisse ermöglicht. Die illustrative Funktion der nicht-ikonischen Bilder ist in der täglichen öffentlichen Kommunikation nicht zu unterschätzen. Doch hier liegt eben auch die Problematik ihres Einsatzes: Indem sich die illustrierende Wirkung einzelner Bilder als praktikabel bewährt hat und diese häufig eingesetzt werden, werden andere Bilder, die prinzipiell den gleichen Sachverhalt darstellen, nicht mehr verwendet. Aus dieser Engführung auf eine einzige zulässige Symbolisierung resultiert eine Verarmung der visuellen Kultur beziehungsweise des kulturellen Bildrepertoires, auf welches eine Gesellschaft oder Gemeinschaft

17 Ebd., S. 289.

zu Kommunikationszwecken zurückgreift. Je ärmer das kulturelle Bildrepertoire, desto eingeschränkter die Kommunikationsmöglichkeiten, deren Gewährung und Sicherung grundlegende Voraussetzungen demokratischen Miteinanders sind: Je beschränkter die Kommunikation, desto gefährdeter die Demokratie.

Genau wie ikonische Bilder sich gegen andere Bilder des gleichen Kontexts durchsetzen und diese zum Verschwinden bringen, setzen sich nicht-ikonische Bilder gegenüber abweichenden Motiven ebenfalls durch. Deshalb gilt auch hier, was Hariman und Lucaites für ikonische Fotografien einfordern:

»As periods become reduced to wars that are reduced to a few images, the cultural narratives (e.g., on the History Channel) become increasingly formulaic. Stated otherwise, the more iconic images function to anchor experience and relay cultural narratives, the more the past will be ritualized. Although civic rituals activate the past in order to animate political ideals in the present, they also limit citizenship to the narrow confines of the medium of cultural memory. This is why images have been important supplements to print media, and also why images themselves need to be supplemented. The more icons are used to define the past, the more other images, oral histories, print documents, sound recordings, and other media are needed to keep the past alive.«¹⁸

Für nicht-ikonische Bilder hieße das: Je mehr Normalität durch unterkomplexe nicht-ikonische Bilder kodifiziert wird – also je mehr Normalität in rigider Form und nach normierten Regeln in einfachen Strukturen gezeigt wird – desto wichtiger werden Darstellungen, die dieser homogenen Vorstellung von Normalität etwas entgegensetzen. Was nicht-ikonische Bilder auf so eindrückliche Weise als selbstverständlich darstellen, sollte um weitere, nicht ganz so selbstverständliche und trotzdem gelebte Repräsentationen ergänzt werden. Es geht also nicht darum, nicht-ikonische Bilder gänzlich zu dekonstruieren, sie etwa so auseinanderzunehmen, dass man sie nicht wieder zusammensetzen kann. Es geht vielmehr darum, ihre blinden Flecken ausfindig zu machen und zu erhellen, indem ihnen weitere Motive hinzugefügt werden. Ihre Kodifizierung von Normalität muss so ausgeweitet werden, dass eine gerechtere Repräsentation gelebter Realitätswelten innerhalb der Gesellschaft, die das jeweilige kulturelle Bildrepertoire hervorbringt, stattfinden kann.

18 Ebd., S. 291.

Die Analyse nicht-ikonischer Bilder und das Aufzeigen ihrer blinden Flecken, also ihrer Ausschlüsse und Hierarchisierungen, stellt dabei den ersten Schritt dar. Ein weiterer Schritt hin zur gerechteren Repräsentation wäre dann die *Normalisierung* abweichender Bilder, das Aufweichen der durch nicht-ikonische Bilder kodifizierten Normalität.

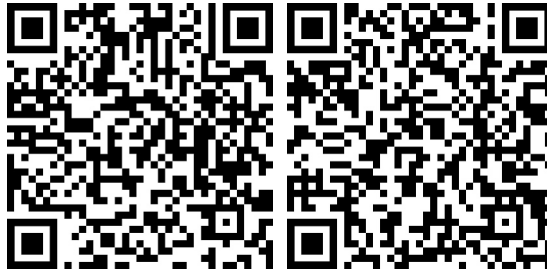
Doch wie genau kodifizieren nicht-ikonische Bilder Normalität? Verschiedene Strategien sind dabei auszumachen, die auf unterschiedliche Weise wirken, teilweise gleichzeitig operieren und nicht immer klar voneinander zu trennen sind.

Drei Strategien sollen hier am Beispiel von Nachrichtenbildern erläutert werden: die Unsichtbarmachung von Unterschieden, die Beschwichtigung und Verharmlosung der zu illustrierenden Information sowie die Vermeidung von Reaktionen und Kritik. Als Beispiele werden dafür jeweils Bilder analysiert, die vom Nachrichtenformat *Tagesschau* zur Illustration von Nachrichten zum Überthema Familienpolitik benutzt wurden. Nicht-ikonische Bilder werden eingesetzt, um bestimmte Sachverhalte, Themenkomplexe oder Nachrichtenwerte zu illustrieren. Dabei illustrieren sie diese jedoch nicht direkt, da es sich meist um sehr komplexe Themen handelt. Beim Themenkomplex *Deutsche Familienpolitik* beispielsweise bieten sich verschiedene Motive an, die jedoch ohne die sprachliche beziehungsweise textliche Zuweisung nicht unbedingt als Illustration von Familienpolitik verstanden würden. Die ausgewählten Bilder sind interpretationsoffen und können für verschiedene Themenkomplexe stehen. Schaut man sich die Archiv-Teaser-Bilder der *Tagesschau* zum Suchbegriff *Deutsche Familienpolitik* genauer an, lässt sich feststellen, dass ausschließlich auf Bilder von Kindern zurückgegriffen wird, wenn es um den Kita-Ausbau geht. Geht es um Vereinbarkeit von Beruf und Familie, wird eher ein Mann mit Kind oder eine Frau am Arbeitsplatz gezeigt. Im Großen und Ganzen überwiegt aber bei der Illustration von Meldungen zur Familienpolitik (überwiegend Meldungen zu finanziellen Hilfen wie Kindergeld, Betreuungsgeld oder Elternteilzeit) die Darstellung von Kindern und Erwachsenen in einem familiären Zusammenhang.¹⁹

19 Die Abfrage fand am 17.10.2014 statt und umfasste den Zeitraum vom 9.6.2008 bis 14.10.2014. Der Suchbegriff lautete »Familienpolitik«, was 24 Treffer hervorbrachte. Die Aufteilung der 24 Teaser-Bilder nach Motiven ergibt folgende Reihenfolge: sieben Bilder, auf denen nur Kinder zu sehen sind, sechs Bilder mit der klassischen Vater-Mutter-Kind-Aufteilung (davon zwei Bilder mit zwei Kindern), fünf Bilder mit abstrakten Motiven, vier Bilder von einer oder mehreren Frauen mit Kindern und jeweils ein Bild mit einem Mann und zwei Kindern sowie eins mit nur einer Frau. Selbstverständ-

3.2.1 Strategie der Sichtbarmachung von Unterschieden

Abb. 3 und 4: QR-Codes 1 und 2, Weiterleitung auf die Website der Tagesschau.



Von der klassischen Idee der deutschen Kleinfamilie wird also auf der visuellen Ebene nicht abgerückt – außer es geht explizit um eine als solche empfundene Abweichung, beispielsweise um das Adoptionsrecht für homosexuelle Paare. Als Beispiel seien hier zwei Beiträge angeführt, die Nachrichten zu diesem Thema behandeln (s. QR-Codes 1 und 2, die zu den Originalbeiträgen auf der Website der Tagesschau führen). Hier werden jeweils zwei verschiedene Bilder von männlichen homosexuellen Paaren mit einem Kind gezeigt. Diese Darstellung von Familie ist aber anscheinend nicht denkbar als Repräsentation von Familie in anderen Kontexten, beispielsweise für das Thema Betreuungsgeld. Der Einsatz von illustrativen Nachrichten-Bildern folgt dem Gebot der Durchschnittlichkeit und dem Argument des Identifikationsangebots für die Mehrheit der Zuschauer/-innen. Dementsprechend lautet das Argument, dass der Rückgriff auf Bilder der weißen Kleinfamilie der durchschnittlichen deutschen Familie entspräche. Hier wird auf eine idealisierte Vorstellung von der deutschen Familie zurückgegriffen und gleichzeitig mit der realen Lebenssituation innerhalb Deutschlands argumentiert.

lich ist diese Auswertung des Online-Archivs weder repräsentativ noch wissenschaftlich, da nicht bekannt ist, wie das Online-Archiv aufgebaut ist, welche Verschlagwortung vorgenommen wird und wer für diese Bilddatenbank zuständig ist. Eine Diskursanalyse der Verwendung von Bildmaterial zu Meldungen zur deutschen Familienpolitik wäre ein hilfreiches Instrumentarium, welches dieser Arbeit nicht zur Verfügung steht.

Dies ist eine komplexe Verkettung verschiedener Relationen. Die Norm wird konstruiert und durch Wiederholung gesetzt, wobei sie sich jedoch auf Traditionen und eine lange Lebensdauer berufen kann. So entsteht eine relationale Argumentationskette, die dazu führt, dass Darstellungen des vermeintlich Normalen und Durchschnittlichen auf ein paar wenige, kaum voneinander zu unterscheidende Vorstellungen reduziert werden und Abweichungen von diesen Vorstellungen noch deutlicher als Abweichung und Unterscheidung wahrgenommen werden. Darstellungen von Normalität, die nicht den sonst vorherrschenden Darstellungen entsprechen, werden so noch deutlicher als *nicht normal* empfunden, da sie aus der ansonsten einheitlichen Darstellungsform herausstechen.

Dies geht zudem mit einer Hierarchisierung einher: Die anderen Familienformen entsprechen nicht der Norm und gelten deshalb als nicht zeigenswert beziehungsweise nicht repräsentativ. Diese Reduzierung auf eine bestimmte visuelle Repräsentation trägt zu einer wertenden Engführung der Norm bei. Welche Irritationen würde es hervorrufen, wenn eine Meldung der *Tagesschau* zum Betreuungsgeld mit einem der Bilder zur Meldung zum Adoptionsrecht homosexueller Paare illustriert würde? Es ist *nicht selbstverständlich*, eine Familie, die aus zwei Vätern und einem Kind besteht, eine normale Familie repräsentieren zu lassen. Die real existierende Diversität wird so auf der visuellen Ebene unsichtbar gemacht. Auch andere Familienformen (Großfamilien, Alleinerziehende, Mixed Couples, LGBTQI-Eltern, Eltern oder Kinder mit Behinderungen etc.) werden erst gar nicht gezeigt. Sie werden unsichtbar gemacht.

Diese Unsichtbarmachung von Unterschieden und Reduktion auf ein oder zwei akzeptierte Motive innerhalb eines Bedeutungsgeflechts ist deshalb gefährlich, weil es neben der immanenten Hierarchisierung des Repräsentierten über das Nicht-Repräsentierte dazu führt, dass der Gesellschaft nicht genug visuelle Mittel zur Verfügung stehen, eine gerechtere Repräsentation zu gewährleisten.

3.2.2 Strategie der Verharmlosung und Beschwichtigung

Hand in Hand mit dieser Reduzierung der zur Verfügung stehenden Symbolisierungen geht die Strategie der Verharmlosung und Beschwichtigung, mit der nicht-ikonische Bilder ihre Wirkung entfalten. Während zum einen Unterschiede ausgeblendet werden, werden zum anderen fragwürdige, problematische und Kritik hervorrufende Repräsentationen vermieden. Dies ge-

schieht weniger auf der inhaltlichen Ebene als vielmehr auf der Meta-Ebene des Zeigens und Nicht-Zeigens. Die Motive nicht-ikonischer Bilder sind vorrangig harmlos, sie fördern durch den Rückgriff auf konventionelle (Stil-)Mittel ganz bestimmte Assoziationen, auf deren Wirkungsweise Verlass ist. Dies reicht von einem positiven Grundgefühl über Verharmlosung und Beschwichtigung bis zu gewollten negativen Empfindungen wie Ablehnung oder Verärgerung. Die Wirkungsweise nicht-ikonischer Bilder resultiert hochgradig aus dieser Verknüpfung mit konventionellen Assoziationen, die leicht entstehen und kulturell einfach zu lesen sind. So kann durch den Einsatz eines bestimmten nicht-ikonischen Bildes bereits ein emotional aufgeladener Bild- und Bedeutungsraum aufgemacht werden, die der Verknüpfung von Bild und Kontext (beispielsweise die Verknüpfung von Nachricht und illustrativem Bildmaterial) eine ganz bestimmte Lesart vorgibt oder zumindest vorzugeben versucht.

Ein Beispiel für den verharmlosenden Effekt von nicht-ikonischen Bildern ist der illustrative Bildeinsatz zu einer *Tagesschau*-Meldung zum *Gender Pay Gap* in Deutschland und der EU. Die Headline zu dieser Meldung lautet: *Erst erziehen, dann weniger verdienen*. Der auf der Website beigefügte Text-Teaser liest sich folgendermaßen:

»Frauen verdienen in Deutschland laut EU-Kommission im Schnitt 22 Prozent weniger als Männer. Damit erreicht die Bundesrepublik einen europäischen Spitzenplatz in Sachen Ungleichheit. EU-Kommission und Arbeitgeber begründen das vor allem mit der schlechten Vereinbarkeit von Familie und Beruf.«²⁰

Das der Meldung beigefügte Bild zeigt eine junge Frau in Arbeitsschutzkleidung allein an einem sauberen, hell ausgeleuchteten Industrie-Arbeitsplatz. Die Bildunterschrift lautet: *Im Durchschnitt verdienen Frauen in der EU 15 Prozent weniger als Männer*.

Trotz dieser schlechten Nachrichten über die finanzielle Ungleichbehandlung und die damit einhergehende wirtschaftliche Schlechterstellung von Frauen hat sich die verantwortliche Bildredaktion für ein Bild entschieden, das diese Ungerechtigkeit beziehungsweise Ungleichheit nicht aufgreift oder darstellt. Die Frau auf dem Bild guckt weder traurig noch wütend oder entmutigt. Ihr Blick ist neutral. Es ist nicht auszumachen, welche Art von

20 Vgl. Website der Tagesschau, URL: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/loehne6.html> (Letzter Zugriff: 20.10. 2014).

Abb. 5: Bildauswahl zur Tagesschaumeldung *Erst erziehen, dann weniger verdienen* vom 09.06.2008.



©IMAGO/Eckehard Schulz

Arbeit sie ausführt. Eine weitere Besonderheit ist, dass die Frau ganz allein zu sein scheint – es sind keine weiteren Beschäftigten zu sehen.

Im Zusammenhang mit der hier vorgestellten Wirkungsstrategie der Verharmlosung bietet dieses Bild zwei bildimmanente Aspekte, die zur Interpretation einladen: die Vereinzelung und die Abstraktion. Die Sterilität des gewählten Motivs, mit dem Fokus auf eine einzelne Figur, blendet aus, dass es sich inhaltlich um die Illustration der Meldung einer realen Schlechterstellung eines großen Teils der arbeitenden Bevölkerung handelt. Ungleiche Löhne sind ein gesamtgesellschaftliches Problem. Doch es wird lediglich eine einzelne Frau gezeigt – und diese scheint nicht sonderlich besorgt zu sein. Die Darstellung der einzelnen Frau appelliert auch nicht in der Form an die Betrachter/-innen, wie es beispielsweise bei Dorothea Langes *Migrant Mother* der Fall war. So drängt sich visuell die Lesart als Einzelfall auf. Anders als bei *Migrant Mother* bekommt die Frau in ihrer Vereinzelung keine individuelle Geschichte, die das Einzelporträt rechtfertigen würde. Das Motiv verfolgt lediglich illustrative Zwecke. Das Arbeitsumfeld ist sauber, aufgeräumt und hell, die Arbeiterin vollständig und vorbildlich geschützt durch Helm und Schutzbrille. Sie ist konzentriert bei der Arbeit. Mehr ist nicht zu sehen. Doch der

Kontext lautet *Frauen verdienen weniger Geld als ihre männlichen Kollegen*. Das Bild nimmt den Vergleich zwischen den Geschlechtern nicht auf – wir sehen keine männlichen Kollegen. Dass diese Ungleichheit den Großteil der arbeitenden Frauen betrifft und 22 Prozent ein (unbereinigter) Durchschnittswert²¹ ist, wird durch diese Visualisierung einer einzelnen Frau an ihrem Arbeitsplatz verharmlost.²²

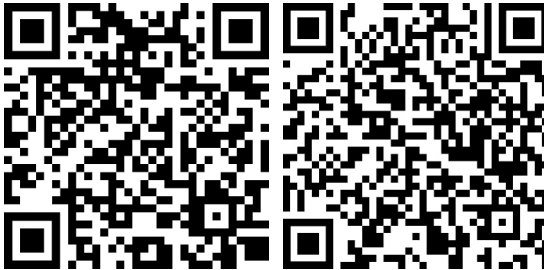
Durch die von den Nachrichtenredaktionen gewählten Bilder werden tendenziell schlechte Nachrichten, negativ besetzte Sachverhalte oder problematische Zusammenhänge auf harmlose Weise illustriert. Auf der visuellen Ebene ist nichts Negatives zu sehen. Selbst wenn sich diese Bilder als neutral ausgeben, verharmlosen sie jedoch den Nachrichtengehalt oder den Bedeutungskontext, in dem das Bild gezeigt wird. Nicht-ikonische Bilder verharmlosen und beschwichtigen, indem sie die Schärfe aus der Text- oder Sprachebene nehmen oder sogar konterkarieren.

-
- 21 Der unbereinigte Gender Pay Gap vergleicht die Lohnlücke zwischen allen Arbeitnehmer/-innen, unabhängig von Position, Branche und Vollzeit-/Teilzeitbeschäftigung. Vgl. zum Zustandekommen der Zahlen die Website <https://www.equalpayday.de>, URL: <https://www.equalpayday.de/statistik/> (Letzter Zugriff: 23.10.2014).
- 22 Die Frau wird zudem in einem industriellen Umfeld gezeigt, der gesellschaftlich immer noch eher als untypisch für Frauen gilt. Dieses Bild würde sich also vielmehr für die Illustration einer Meldung zum geringen Frauenanteil in den Ingenieurs-Berufen oder Ähnlichem eignen. Die Arbeitnehmerinnen aber, für die der *Gender Pay Gap* besonders problematisch ist, sind die Geringverdienerinnen, die Schlecht-Ausgebildeten und die Teilzeit-Angestellten – also Frauen, die bereits strukturell auf Schwierigkeiten stoßen. Es ist nicht nur der geringere Lohn, der Ungleichheit schafft, sondern auch die strukturell bedingte Schlechterstellung sogenannter frauentypischer Berufe wie Krankenschwester oder Verkäuferin. Eine adäquate visuelle Darstellung dieser Ungleichheit fehlt. Selbst im Zusammenhang mit der Insolvenz der Drogeriekette *Schlecker*, deren Belegschaft vor allem aus Frauen bestand und unter dem Begriff *Schlecker-Frauen* subsumiert wurde, werden im Tagesschau-Online-Archiv keine Teaser-Bilder mit eben diesen *Schlecker-Frauen* genutzt. Man zeigt vielmehr abstrakte Motive mit dem Schlecker-Schriftzug oder Laden-Fronten. Dass hier wiederum nicht direkt auf die finanzielle Katastrophe hingewiesen wird, indem man die *Schlecker-Frauen*, die aufgrund ihres geringen Gehalts als Kassiererinnen auch nur ein sehr geringes Arbeitslosengeld erhalten werden, in den Mittelpunkt brächte, ist sowohl ein Zeichen für Verharmlosung als auch für eine Vermeidung von kritischen Reaktionen.

3.2.3 Strategie der Vermeidung von Reaktionen und Kritik

Die Strategien der Unsichtbarmachung von Unterschieden und der Verharmlosung von problematischen Nachrichten, Aussagen oder Kontexten tragen zu der Vermeidung von Kritik an und Reaktionen auf eben jene problematischen Aussagen bei. Nicht-ikonische Bilder sind deshalb besondere Mittel, um im *Bildraum zu regieren*²³. Indem sie behaupten, naturalisiertes Wissen zu repräsentieren (also eine Wahrheit zu zeigen) und die Faktoren ausblenden, die diese Wahrheit hinterfragbar machen, eignen sich nicht-ikonische Bilder hervorragend dazu, bestehendes Herrschaftswissen aufrechtzuerhalten. Indem Aussagen auf der visuellen Ebene bis zur Unkenntlichkeit abstrahiert und verharmlost werden, lassen sich auch bittere Aussagen treffen ohne mit einer besonders heftigen Reaktion rechnen zu müssen.

Abb. 6 und 7: QR-Codes 3 und 4, Weiterleitung auf die Website der Tagesschau.



Untersucht man zwei exemplarische Beiträge der Tagesschau zu politischen Diskussionen zur Familienpolitik fällt auf, wie harmlos die gewählten Teaser-Bilder wirken (s. QR-Codes 3 und 4, die zu den Originalbeiträgen auf der Website der Tagesschau führen). Die Beitragstitel lauten »Sozialverbände äußern Kritik an der Familienpolitik der zukünftigen Koalition« und »SPD und Grüne wollen gesamte Familienpolitik auf den Prüfstand stellen«. Für beide Bilder gilt also, dass sie politisch brisante Kritik illustrieren sollen. Sie zeigen jedoch beide harmlose Szenarien: Eine vierköpfige Familie bei einem

23 Vgl. Holert 2008.

Spaziergang und drei Frauen, die nebeneinander laufend jeweils einen Kinderwagen schieben und sich zu unterhalten scheinen. Gerade letzteres führt zu einem assoziativen Kurzschluss, der die Tragweite der Diskussion konkretisiert: Die drei Mütter diskutieren die Familienpolitik untereinander, als wäre es ausschließlich ein Problem der Betroffenen – und kein gesamtgesellschaftliches. Dieses Motiv, genau wie das der vereinzelt Familie, weckt weder Interesse am Thema noch verdeutlicht es die Tragweite desselben. Die Bilder helfen, jegliche Form der Reaktion zu vermeiden. Dies mag zwar der (vermeintlichen) Neutralität von Nachrichten-Journalismus geschuldet sein, doch eine dem Thema angemessene und trotzdem nicht polemische Visualisierung wäre möglich.

Während ikonische Bilder die soziale Funktion der Identitätsstiftung durch Kommunikation, sozialem Handeln und gesellschaftlichem Verhandeln auf visueller Ebene übernehmen, sind nicht-ikonische Bilder hochgradig aufgeladene Herrschaftsinstrumente. Anders als ikonische Bilder, deren ideologische Aufladung sinnstiftend eingesetzt und zur Diskussion gestellt werden kann, erscheinen nicht-ikonische Bilder als nicht verhandelbar, als eindeutig und selbstverständlich. Sie verheimlichen ihre ideologische Aufladung. Auch wenn der Einsatz nicht-ikonischer Bilder vordergründig mit ihrer leichten Lesbarkeit, ihrer allgemeinen Verständlichkeit und ihrer illustrativen Kraft erklärt werden kann, so ist diese Lesbarkeit kulturell bedingt und von der jeweils vorherrschenden Ideologie²⁴ geformt. Während ikonische Bilder als streitbare Vertreter dieser Ideologie aktiv auftreten, ist die ideologische Bedeutung nicht-ikonischer Bilder verdeckt. In Kombination mit den Bedingungen des Mediums, Bildträgers, Genres oder Formats, in dem sie eingesetzt werden, übernehmen sie verschiedene Aufgaben, die jedoch alle auf ihrer unterschweligen ideologischen Bedeutung aufbauen. Nicht-ikonische Bilder sind sehr stark abhängig von dem Kontext, in dem sie gesetzt werden. Sie sind hochgradig relational. Dabei gibt es durchaus stärkere und schwächere nicht-ikonische Bilder. Das oben beschriebene Bild der arbeitenden Frau mag im Kontext von Nachrichten über den *Gender Pay Gap* als verharmlosende, beschwichtigende Illustration eingesetzt werden – in einem anderen Kontext kann es aber durchaus als adäquate Bebilderung funktionieren. Somit ist dieses Motiv ein schwaches nicht-ikonisches Bild. Die in einem bestimmten Kontext zugesprochene Bedeutung tradiert sich

24 Vgl. die Ideologie-Definition von Hariman/Lucaites 2007, S. 9.

nicht über mehrere wesensgleiche Motive hinweg. Bei anderen nicht-ikonischen Bildern, bei denen die wesensgleichen Motive in einem bestimmten Kontext eingesetzt werden, kann man von starken nicht-ikonischen Bildern sprechen.

3.3 Die Praxis der nicht-ikonischen Bilder

»Wie die Gesellschaften die Verteilung von Macht handhaben, wie sie soziale Hierarchien und geschlechtliche Differenzen konstruieren, manifestiert sich in der visuellen Strukturierung von Architektur ebenso wie in der libidinösen Ökonomie des von Pornografie und Werbung inszenierten Sehens.«²⁵

Nachdem nun der Begriff nicht-ikonische Bilder definiert ist, gilt es, denselben als Analysewerkzeug von Bild- und Bildgenres einzuführen. Ging es also erst um die Frage *Was sind nicht-ikonische Bilder, wie wirken und was bedeuten sie?*, wird jetzt deren Praxis am Beispiel untersucht: *Was machen wir mit nicht-ikonischen Bildern und was machen nicht-ikonische Bilder mit uns?*

Nicht-ikonische Bilder haben starke implizite Bedeutungen, die sich aber unter der Evidenz der visuellen Repräsentation verbergen. Die übergeordnete These lautet, dass nicht-ikonische Bilder Instrumente neoliberaler Gouvernementalität und damit hochgradig ideologisch aufgeladen sind. Anders als ikonische Bilder operieren sie aber nicht appellativ, sondern versuchen, eine unhinterfragbare Selbstverständlichkeit zu etablieren. Nicht-ikonische Bilder behaupten in ihrer jeweiligen Ausformung eine selbstverständliche Repräsentation ihres Inhalts zu sein.

Nicht-ikonische Bilder werden deshalb besonders in kommunikativen Zusammenhängen eingesetzt, in denen weder Zeit noch Raum für ausführlichere Erklärungen und Informationsvermittlung vorhanden ist. Das nicht-ikonische Bild dient dann als schnelle Bereitstellung von Information. Wird ein nicht-ikonisches Bild eingesetzt, sollen damit bestimmte Assoziationen geweckt und Konnotationen abgerufen werden.

Diese Assoziationen sind allerdings sehr eng gefasst, sie lassen meist nur eine klar umrissene Bedeutung zu. Davon abweichende Bedeutungen haben

25 Kravagna, Christian: Vorwort. In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin 1997. S. 7-8.

aufgrund der Schnelle und Einfachheit des Kommunikationsakts keine Chance. Dies führt in vielen Fällen zu einer stark vereinfachten Repräsentation eines komplexen Sachverhalts, die der Komplexität desselben nicht gerecht wird.

Um diese Wirkungsweise nicht-ikonischer Bilder zu verdeutlichen, wird ihre Praxis nun an drei Beispielen untersucht. Bei diesen drei Fallbeispielen handelt es sich – gemäß der Natur nicht-ikonischer Bilder – weniger um einzelne, deutlich umrissene Bilder. Vielmehr werden drei verschiedene Bild-Komplexe betrachtet:

- **Internet-Pornografie und Paparazzi-Bilder:** Beide Bildkomplexe sind Ausdruck einer voyeuristischen Blickkultur. Die damit verbundene Praxis der Bildbetrachtung wird jedoch sozial sanktioniert, weshalb sowohl Pornografie-Konsum als auch das Kaufen und Lesen von Boulevard- und sogenannter Klatschpresse in einer gesellschaftlichen Kommunikations-Grauzone stattfinden. Aus marktwirtschaftlicher Sicht sind jedoch beide Praxen enorm erfolgreich. Zugunsten der Vermarktbarkeit der Bilder des Begehrens werden diese auf den Konsum hin ausgerichtet. Die These lautet, dass Pornografie und Paparazzi-Bilder den voyeuristischen Blick naturalisieren, also als selbstverständlich proklamieren. Diese nicht-ikonischen Bilder unterwerfen die Objekte des Blicks der Logik der Konsumierbarkeit von Lust und Begehren.
- **Selfies:** Als visuelle Selbstinszenierung, die vor allem von jungen Frauen praktiziert wird, ist diese in den sozialen Netzwerken einer beständigen sozialen Kontrolle unterworfen. Um dieser zu genügen, wird das eigene Bild der Logik von sozialen Netzwerken angepasst, was zu einer starken Warenförmigkeit desselben führt. Diese auf den Konsum ausgerichtete Selbstinszenierung führt zu einer starken Normierung und Begrenzung der Möglichkeiten des Selbstaudrucks. Die These lautet, dass Selfies als nicht-ikonische Bilder die Möglichkeiten des Selbst-Audrucks auf ein paar wenige, stark sozial normierte Formen reduzieren.
- **Die Film-Bilder des ostdeutschen Plattenbaus:** Jedes Szenenbild eines Spielfilms hat einen film-immanenten, erzählerischen Zweck. Nicht-ikonische Szenenbilder dienen dazu, auf möglichst unkomplizierte, nicht störende Weise die Narration des Films voranzubringen und konsumierbar zu machen. Dabei benutzen sie eine *Mise en Scène*, die ganz bestimmte Konnotationen bei den Betrachtenden hervorrufen soll. Mit dieser eindeutigen Konnotation wird subtil eine ebenso eindeutige (Hin-

tergrund-)Information geliefert. Die These lautet, dass nicht-ikonische Szenenbilder (außerfilmisch vorstrukturierte) Konnotationen sowohl tradieren als auch formen.

Ein nicht-ikonisches Bild wird eingesetzt, um den Konsum zu vereinfachen. Der Konsum eines Bildes ist dabei vielfältig, weshalb die drei Fallbeispiele verschiedene Formen von Konsumierbarkeit beleuchten. Für Fallbeispiel 1 wäre das die Verbindung von Konsum und Begehren, für Fallbeispiel 2 die Verbindung von Konsum und Selbstinszenierung und für Fallbeispiel 3 die Verbindung von Konsum und Narration.

Alle drei Analysen folgen einem logischen Dreischritt: 1. Zu-Sehen-Geben (Beschreibung und Kontextualisierung des Bildkomplexes), 2. Doing Image (Beispiel-Analysen künstlerischer oder kreativer Auseinandersetzungen mit dem Bildkomplex) und 3. Ideology at work (Auswertung der Analyseergebnisse und Rückkopplung an die übergeordnete These der nicht-ikonischen Bilder als Instrumente neoliberaler Gouvernementalität mit Berücksichtigung der zur Anwendung kommenden Strategien der Kodifizierung von Normalität).

Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Beispielanalysen künstlerischer Auseinandersetzungen mit dem jeweiligen Bildkomplex, da diese die Möglichkeit eröffnen, eine andere, reflexivere Perspektive einzunehmen. Kunstwerke (und Reproduktionen von Kunstwerken) sind besondere Bilder. Sie sind ein visueller Sonderfall, der sich aus ihrem Kunstanspruch ergibt. Dieser Kunstanspruch kann dabei als zusätzliche Wahrnehmungsebene verstanden werden, die von den Betrachtenden einen anderen Blick auf das Bild erfordert. Der Kulturwissenschaftler Tom Holert beschreibt diese Sonderstellung des Kunstwerks in der visuellen Kultur folgendermaßen:

»Anders als Bilder, die vor allem funktionieren (oder nicht), gehören die visuellen Anteile von Kunstwerken einer anderen Ordnung der Sichtbarkeit an. Die ostentative Reflexivität künstlerischer Visualität, ihre den instrumentellen Bilderwelten entgegengebrachte Skepsis oder strategische Affirmation, unterscheidet die Arbeiten der visuellen Kunst von den instrumentellen Bildverhältnissen im Raum zwischen Propaganda und Werbung, Prüfung und Beweis, Kommando und Konsumverführung. Andererseits sind die künstlerischen Bilder an dieser Instrumentalität nicht ganz unbeteiligt. Ihre Alterität und Autonomie, das heißt, ihre reflexive Distanz zu den außerkünstlerischen Bildräumen, ist oft genug eine lediglich behauptete. [...] Kunst veranlasst in jedem Fall dazu, anzuerkennen, dass Bilder gemacht

sind, und zu erkennen, *wie* Bilder gemacht sind. So entsteht eine bestimmte *Weise zu wissen*.«²⁶

Diese bestimmte Weise zu wissen wird in den folgenden Fallstudien exemplarisch herausgearbeitet.

Dem kommunikativen Akt, der sich in nicht-ikonischen Bildern und Bildkomplexen ausdrückt, muss Rechnung getragen werden. Die einfache Konsumierbarkeit nicht-ikonischer Bilder ist nicht per se zu kritisieren, da sie eine schnelle und – je nach Kontext – gesicherte Kommunikation zwischen verschiedenen Parteien ermöglicht. Erst der Repräsentationsanspruch nicht-ikonischer Bilder macht deren Unterwerfung unter die Logik der Konsumierbarkeit problematisch. Denn manche Sachverhalte, Identitäten und Situationen lassen sich nicht in solch vereinfachter Form kommunizieren. In diesem Fall produzieren nicht-ikonische Bilder Ausschlüsse und Fehl-Repräsentationen, die es offenzulegen gilt.

26 Holert 2008, S. 53.

4 Fallstudie 1: Die voyeuristische Lust an Paparazzifotos und Pornografie

4.1 Zu-Sehen-Geben

Es gibt Bilder und Bildgattungen, denen aufgrund ihrer kulturellen Stellung eine Ikonisierung verwehrt bleibt. Sie rufen jedoch große Gefühle und starke Reaktionen hervor, stiften zur Kommunikation an, zirkulieren weithin und sind symbolisch aufgeladen. Der Unterschied zu ikonischen fotojournalistischen oder künstlerischen Bildern besteht in der soziokulturellen *Ächtung* der hier beschriebenen Bilder: Beispiele dafür wären zum einen pornografische Bilder, also die explizite Darstellung von Sexualität und sexuellen Handlungen, und zum anderen Paparazzi-Bilder im Kontext der Celebrity Culture. Die pornografischen Bilder sind unter anderem aufgrund traditioneller Moralvorstellungen und darauf fußender Gesetze kulturell geächtet, die Paparazzi-Bilder sind dies aufgrund ihres profanen Inhalts und der (lustvollen) Grenzüberschreitung in die Privatsphäre der Fotografierten. Während die Beschäftigung mit der sogenannten Celebrity Culture gerne auch als *guilty pleasure*, also als ein etwas peinliches, da sinnloses Vergnügen, beschrieben wird, spielt sich der Konsum von pornografischen Bildern in einer mit größerer Scham besetzten Geheimhaltung ab. Hinter diesen beiden visuellen Vergnügungen (*pleasures*) stecken aber vergleichbar große Industriezweige und Marktinteressen. Beide Bereiche leben von ähnlichen Mechanismen: dem Wecken von Begehren und vor allem dem Verhindern der (nachhaltigen) Erfüllung dieses Begehrens. Beide Bereiche beschäftigen sich vorrangig mit Körpern und Körperlichkeit. Das geweckte Begehren liegt auch darin, einen bestimmten Körper auf eine bestimmte Weise zu sehen.

Der Kulturwissenschaftler Diedrich Diederichsen hebt hervor, dass Popmusik und Pornografie eine zentrale Technik teilen: das Zurverfügungstellen

der Fetischisierbarkeit des Körpers.¹ In der Celebrity Culture ist dies nicht mehr nur Popstars vorbehalten, auch andere Celebrities unterliegen dieser popkulturellen Logik der Fetischisierung des Körpers. Celebrities wie Kim Kardashian und ihre Familie leben zum Großteil von einer als extravagant inszenierten Körperlichkeit, von kuratierten Instagram-Posts über professionellen Fotostrecken in Hochglanz-Modemagazinen bis zu Paparazzi-Bildern während des Einkaufens. Aber es ist nicht allein das Angebot zur Fetischisierung und die Arbeit am Fetisch, die auf das Interesse der Mediennutzer/-innen stößt. Nicht zu unterschätzen ist sicherlich auch die Lust, dem Scheitern dieser Fetischisierung beizuwohnen – anders können unvoreilhaftige Paparazzi-Fotos und einschlägige Kommentare in der Boulevardpresse über eben jene unvoreilhaftigen Fotos kaum gelesen werden. Die Lust am Betrachten solcher Fotos speist sich aus der Divergenz von fetischisiertem und realem Körper. Diese Beobachtung mag auch für einige pornografische Bilder im Netz gelten, nämlich insbesondere die, die als Amateurpornografie bezeichnet werden und sich zwar an den professionell produzierten Filmen der Porno-Industrie orientieren, aber eben nicht von professionellen Pornodarstellerinnen hergestellt werden.

Das Interesse besteht in dieser Instanz womöglich weniger am inszenierten, auf Hochglanz polierten Körper oder aufwendig produzierten Pornofilm als vielmehr am ungeschminkten, unbearbeiteten Körper eines Stars beim Einkaufen oder eines Pärchens vor der Webcam. Der Begriff der Unmittelbarkeit im Gegensatz zur Mittelbarkeit einer sorgfältigen Inszenierung bestimmt die hier zu untersuchende Faszination an Pornografie und Paparazzi-Bildern. Es ist die als Korrektiv zu verstehende Abweichung des realen Körpers von den wortwörtlich unrealistisch inszenierten Körpernormen der Unterhaltungsindustrie, die den voyeuristischen Blick nach einer gewissen *Echtheit* suchen lässt. So problematisch der Begriff der Echtheit im Kontext von Medien und medialer Vermittlung auch ist, so spannend ist dessen unumstrittene Strahlkraft in beiden hier besprochenen Bildkomplexen: Die Echtheit des dargestellten Sexes ist das, was Pornografie von erotischer Kunst unterscheidet.² Paparazzi-Fotos sind nur deshalb interessant, weil sie (meist) nicht inszeniert wurden und deshalb einen *echten* Moment im Leben eines Stars zeigen. Hier finden sich also zwei Bedeutungsebenen des Echtheits-Begriffs: Zum

1 Diederichsen, Dietrich: Kritik des Auges. Texte zur Kunst. Hamburg 2008, S. 258.

2 Vgl. Schäfer, Robert: Zur Strukturlogik der Pornografie. In: Sozialer Sinn: Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung. Heft 1. 2008. Stuttgart 2008.

einen bedeutet echt *nicht als ob*, sondern in Wirklichkeit vollzogen (der Geschlechtsverkehr in der Pornografie), zum anderen bedeutet echt *nicht inszeniert*, sondern der ungespielten Wirklichkeit entnommen (der Schnappschuss des Stars, den dieser nicht vollumfänglich kontrollieren kann).

Der Soziologe Robert Schäfer benennt dementsprechend die »geplante Echtheit«³ als Hauptcharakteristikum der Pornografie und ihrer Logik. Der real vollzogene Sexualakt sei das ausschlaggebende Kriterium, um ein medial vermitteltes Bild von Sexualität zur Pornografie zu machen, ohne dabei das Schauspiel zu verneinen:

»Es lässt sich freilich nicht davon ausgehen, die Akteure empfänden wahrhaftig Lust beim Dreh. Darum geht es auch gar nicht. Nicht die innere Realität der Akteure ist gemeint, wenn behauptet wird, Pornografie sei echt, sondern die äußere. In der Pornografie geht es stets darum, mit irgendeinem Körperteil oder Gegenstand in eine Körperöffnung wirklich einzudringen. Pornografie ist die systematische Verletzung der leiblichen Integrität.«⁴

Schließlich, wenn auch in weit abstrakterem Sinne, ließe sich etwas Ähnliches auch für das Paparazzi-Foto beschreiben: Das begehrteste Paparazzi-Foto ist das, welches den Star in einem möglichst uninszenierten, möglichst profanen, dabei hoffentlich entlarvend unvoreilhaftesten Moment zeigt. Gerade solche Bilder sind gefragt, die den Unterschied zwischen aufwendig inszenierten, bildbearbeiteten Hochglanz-Aufnahmen und den *realen*, unbearbeiteten Körpern aufzeigen. Oft genug werden die Paparazzi-Fotos zudem von den Redaktionen mit herabwürdigenden Kommentaren versehen, die meist dem *Bodyshaming* zuzuordnen sind. Gerade die Körper weiblicher Stars werden einer permanenten, stets beurteilenden Beobachtung unterzogen, die sich an vermeintlichen Speckröllchen, Cellulite, ungewaschenen Haaren oder angeblich missglückten Outfits genüsslich tut. Paparazzi-Fotografie und deren Zirkulation ist in diesem Sinne eine systematische Verletzung nicht nur von Persönlichkeitsrechten, sondern in gewisser Hinsicht auch von leiblicher Integrität.

Selbstverständlich handelt es sich bei beiden Bildkomplexen um eben dies: Komplexe, die hier nur unter ein paar wenigen, gemeinsamen Aspekten zusammengebracht werden. Die Ähnlichkeiten sind bei weitem nicht so groß, wie sie hier anklingen. Der größte Unterschied sind wohl die

3 Ebd., S. 199.

4 Ebd., S. 206.

unterschiedlichen Reaktionen, die das Betrachten der Bilder hervorruft. Paparazzi-Bilder werden von einem kuriosen Interesse an dem einen oder anderen Star genährt. Je nach Bild rufen sie deshalb kaum große Gefühle hervor, dafür aber eher niedere Gefühlsregungen wie Neid (ob des gezeigten Luxus), Schadenfreude (bei unvorteilhaften Bildern) oder Erleichterung (beim Vergleich der eigenen *Unvoreilhaftigkeit* mit dem der Stars). Solange es sich nicht um einen echten Fan des abgelichteten Stars handelt, halten sich diese Gefühlsregungen in Grenzen.

Anders verhält es sich mit pornografischen Bildern: Die Reaktion hierauf soll genuin eine körperliche sein. Die Bilder werden gemacht, um sexuell zu erregen, was oft genug auch funktioniert.⁵ Die Betrachtung von pornografischen Bildern führt in besonderem Maße über das Sehen hinaus:

»The pornographic image can be a particularly dense semantic site, but it is one which functions only in and through a direct visceral appeal to the body. [...] The appeal of the pornographic image is importantly corporeal, and images become effective as porn to the extent that they elicit certain bodily sensations, almost involuntarily.«⁶

Diese Adressierung des Körpers, die (manchmal sogar unfreiwillige) körperliche Reaktion auf pornografische Bilder und überlieferte Werte- und Moralvorstellungen zur Sexualität sind Gründe dafür, dass über Pornografie allgemein viel, aber über die eigene Pornografie-Nutzung wenig gesprochen wird. Pornografie-Konsum und auch das Reden über Pornografie unterscheiden sich jedoch nicht nur zwischen den Geschlechtern, sondern auch zwischen den Generationen. So gilt als allgemein anerkannt, dass vor allem junge Männer Pornos konsumieren.⁷

-
- 5 Es ist schwierig, Studien zu finden, die sich mit dem Pornografie-Konsum im Allgemeinen beschäftigen, ohne dabei störendes oder problematisches Verhalten oder bestimmte Gruppen im Blick zu haben. Am umfassendsten passiert das in dieser Studie, allerdings mit der Begrenzung auf das Jugendalter: Quandt, Thorsten/Vogelsang, Jens: Jugend, Internet und Pornografie. Eine repräsentative Befragungsstudie zu individuellen und sozialen Kontexten der Nutzung sexuell expliziter Inhalte im Jugendalter. In: Rössler, Patrick/Rossmann, Constanze (Hg.): Kumulierte Evidenzen. Wiesbaden 2018.
- 6 Patterson, Zabet: Going On-line. Consuming Pornography in the Digital Era. In: Williams, Linda/Butler, Heather/Cante, Richard (Hg.): Porn Studies. Durham 2004, S. 106.
- 7 So gibt die Webseite Safersurfing, ein Verein zur Aufklärung über die Suchtgefahren im Internet und insbesondere der Internet-Pornografie, an, dass in einer Studie von 2017 nahezu 50 Prozent der befragten Männer angab, mindestens einmal die Woche

Auch das Betrachten von Paparazzi-Bildern wird als stark gegendert eingestuft – man geht von einer vorrangig weiblichen Leserschaft einschlägiger Magazine und Webseiten aus. Klassistische Bewertungen spielen ebenfalls eine Rolle, denn der Konsum von Produkten der *Klatschpresse* wird als Vergnügen der Ungebildeten abgetan.

Es geht weniger um die Bildgattungen als solche als um eine bestimmte Weise des Betrachtens, die hier mit voyeuristisch und sensationslüstern beschrieben wird. Dabei muss von der körperlichen Reaktion abstrahiert werden, um eine eher strukturelle Weise des Betrachtens, die sich sowohl am Pornografischen als auch am Reißerischen von Paparazzi-Bildern aufzeigen lässt, hervorzuheben. Die Rede ist von der Sensationslust und dem damit verbundenen *Sensation Seeking*. Der Begriff des *Sensation Seeking* stammt aus der psychologischen Verhaltensforschung und beschreibt ein physiologisch bedingtes Persönlichkeitsmerkmal, dessen Träger/-innen nach intensiven Eindrücken und Erlebnissen suchen:

»Sensation seeking is a trait defined by the seeking of varied, novel, complex, and intense sensations and experiences, and the willingness to take physical, social, legal, and financial risks for the sake of such experience. [...] The main focus of sensation seeking is not merely the risk per se but the quest for novelty, change, and excitement.«⁸

Sensation Seeking kann dabei verschiedene Ausformungen haben und zeigt sich beispielsweise in der Suche nach Enthemmungs-Erfahrungen durch Drogenkonsum oder im *Thrill Seeking* durch körperlich herausfordernde Situationen wie Fallschirm- oder Bungeespringen. Eine gesellschaftlich weithin akzeptierte Form des *Sensation Seeking* ist die Suche nach neuen Erfahrungen (*Experience Seeking*) wie zum Beispiel durch Reisen.⁹ Geisteswissenschaftlich betrachtet scheint es naheliegend, diesen Begriff auf zeitgenössische Mediennutzung anzuwenden, auch wenn dies dem psychologischen Konzept und den daran anknüpfenden naturwissenschaftlichen Forschungen nicht gerecht wird. Trotzdem ist es gerade das *Experience Seeking* (»seeking novel experiences through travel, music, art, and a spontaneous nonconforming

pornografische Webseiten zu besuchen, während es bei den befragten Frauen nur sieben Prozent waren. Vgl. <https://www.safersurfing.org/zahlen-zu-pornografie/>.

8 Patton, J H: *Sensation Seeking*. In: *Encyclopedia of Human Behavior*. 2012, S. 359.

9 Vgl. Ebd.

lifestyle with similarly inclined persons«¹⁰), welches im Kontext von Medienkonsum interessant ist. Hier wird auf einem recht risikofreien Weg nach intensiven Eindrücken gesucht. Dies ist nicht nur gesellschaftlich akzeptiert, sondern kann sogar als Motor der Medienproduktion beschrieben werden. In diesem Kontext ist jedeR auf der Suche nach (mehr oder weniger) Neuem und Aufregendem, um der Langeweile zu entgehen. »We are all sensation seekers to some degree. However, most of us tend to express our SS tendencies through socially acceptable avenues.«¹¹

Was jedoch mehr und was weniger sozial akzeptiertes Verhalten ist, ist Gegenstand eines permanenten Aushandlungsprozesses. Diese Medien-skandale erhalten dann meist auch medienwirksame Namen: *Pornofication* (im Deutschen auch gerne vereinfacht *Sexualisierung*) und *Tabloidization* (im Deutschen geläufiger als *Boulevardisierung*). Beide Begriffe beschreiben einen ähnlichen Prozess der Veränderung von Seh- und Darstellungsgewohnheiten, die vorher nur auf visuelle Randerscheinungen (Pornografie und Boulevardpresse) angewandt wurden, nun aber (nicht nur) die visuelle Kultur des Mainstreams zu bestimmen scheinen.

Die Medienwissenschaftler/-innen Tonny Krijnen und Sofie van Bauwel definieren *Pornofication* folgendermaßen: »pornofication refers to the use of aesthetic elements of the porn industry for non-porn media products.«¹². Doch wie sehen diese stilbildenden ästhetischen Elemente aus? Wie genau etabliert sich das Porno-Prinzip, das die Journalistin Nadine Lange als »Prinzip der ständigen Reizerneuerung und Reizverstärkung«¹³ beschreibt? Rein formal sind die Prinzipien der Pornografie folgendermaßen zu beschreiben:

»[...] Nahaufnahmen von Körperteilen, die in ihrer Perspektive kaum einen subjektiven Blick der Sexpartner/innen wiedergeben; Ausleuchtungen von Körperzonen, die beim Sex den Akteurinnen und Akteuren nicht ohne weiteres zugänglich sind; sexuelle Stellungen, die weniger der Intensivierung der Lust als der Sichtbarmachung von Geschlechtsteilen und Penetration die-

10 Ebd., S. 361.

11 Ebd., S. 364.

12 Krijnen, Tonny/van Bauwel, Sofie: *Gender and Media. Representing, Producing, Consuming*. London/New York 2015, S. 70.

13 Lange, Nadine: Das Porno-Prinzip. In: *Der Tagesspiegel*. [22.11.2011]. URL: <http://www.tagesspiegel.de/kultur/pop-das-porno-prinzip/5875280.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

nen. Mehr als einem sexuellen Realismus ist der pornografische Blick einer Obsession mit exzessiver Sichtbarmachung geschuldet.«¹⁴

Der Literaturwissenschaftler Peter Rehberg beschreibt Pornografie somit als ein visuelles Spektakel und die Pornografisierung der Gesellschaft als Entwicklung hin zur Fokussierung auf Begehren und dem Wunsch nach visuellem Spektakel.¹⁵

Der Begriff *Tabloidization* beschreibt einen ähnlichen Prozess, nämlich die Angleichung aller Medienformate an den Boulevardjournalismus und dessen Primat des Sensationellen. Bereits 1999 befasste sich der Kulturwissenschaftler Graeme Turner kritisch mit dem Begriff *Tabloidization*:

»By its critics, tabloidization is usually considered to sacrifice information for entertainment, accuracy for sensation, and to employ tactics of representation which entrap and exploit its subjects (the hidden camera, the reconstruction, the surprise talk-show guests). What are considered to be among its constitutive discourses range from the explicitly playful or self-conscious (the staged family conflicts, for instance, [...]) to the self-important gravitas of the journalist exposing an issue of ›public interest‹ (a politician's sex life, for instance). [...] Customarily, tabloidization is framed as a broad-based cultural movement, most visible in certain media forms, which is made possible by the increasing commercialization of modern life and a corresponding decline in ›traditional values‹.«¹⁶

Sowohl die Prinzipien der *Pornofication* als auch die der *Tabloidization* führen Strategien visueller Reizung ins Feld, die an die Konzepte Sensation, Spektakel und Skandal gekoppelt sind. Exzessive Sichtbarmachung und exzessive Sichtbarkeit sind dabei grundlegend – und mittlerweile fest in der Gegenwartskultur verankert. Beide Prozesse beziehungsweise ihre wertenden Beschreibungen verweisen auf eine veränderte Medienrealität, der implizit zugekraut wird, auch die gesellschaftliche, soziokulturelle, nicht-mediale Realität grundlegend zu verändern. Dabei sind *Pornofication* und *Tabloidization* keine positiv besetzten Begriffe, was wiederum mit den Kulturgeschichten

14 Rehberg, Peter: Pornografie und Bildkritik in Texten des 20. Jahrhunderts. In: Benthien, Claudia/Weingart, Brigitte (Hg.): Handbuch Literatur und Visuelle Kultur. Berlin 2014, S. 233.

15 Vgl. Ebd., S. 230 und S. 242.

16 Turner, Graeme: Tabloidization, journalism and the possibility of critique. In: International Journal of Cultural Studies. Volume 2/1. London 1999, S. 60.

der Pornografie und der Boulevardpresse begründet werden kann. Beide Begriffe stehen vielmehr für Medienskandale, also Debatten, die sich in alarmierendem Tonfall mit einem bestimmten Medienverhalten oder Medieninhalt beschäftigen. In solchen Skandalen werden soziale Normen verhandelt: Was Anstoß erregt, ist meist direkt gekoppelt an die Frage nach richtigem und falschem Verhalten und einer Verschiebung der Grenzen des einen zum anderen. Medienskandale sind gleichzeitig eng verknüpft mit *moral panics*, ein amerikanischer Begriff, der sich nur unzulänglich als Welle der Entrüstung ins Deutsche übersetzen lässt. Interessanterweise werden solche Medienskandale, die sich mit vermeintlich ethischen Fragen von Mediennutzung und Medieninhalten auseinandersetzen, vor allem von den Medien selbst geführt (und beruhen beispielsweise nicht auf wissenschaftlichen Erkenntnissen).¹⁷ So kann zum Beispiel in der *Pornofication*-Debatte, also der medialen Behauptung, (Internet-)Pornografie sei allgegenwärtig und gefährde vor allem die Jugend, beobachtet werden, dass

»[...] ein großer Teil des Diskurses über Nacktheit und Sexualität [dazu] tendiert [...], zu einem Diskurs über angenommene Medienwirkungen zu werden, und wird in dieser Kombination zu einem Diskurs über den moralischen Zustand der Gesellschaft. Die angenommenen Wirkungen der beschriebenen Praktiken sind dabei vor allem für die Anderen gefährlich, die diese Gefahr aber nicht erkennen können, was sie ja gerade so gefährdet macht.«¹⁸

Dies ist auch für die *Tabloidization*-Debatte zu beobachten: Es wird angenommen, dass durch den Sensationsjournalismus die *wahrhaft wichtigen* Nachrichten verdrängt und die Mediennutzer/-innen dadurch nicht richtig informiert werden, im schlimmsten Fall also ihrer Pflicht als Demokraten und Demokratinnen nicht gerecht werden können.

Der Wahrheitsgehalt dieser in den Debatten verhandelten Entwicklungen soll hier weder untersucht noch geleugnet werden. Vielmehr ist von Interesse, auf welche Weise diese Entwicklungen behandelt werden, wie hier aus einer privilegierten Position heraus über das Verhalten (vermeintlich) weniger privilegierter Nutzer/-innen moralisch geurteilt wird: Die Jugend sei hochgradig gefährdet durch die permanente Konfrontation mit Pornografie und

17 Vgl. Krijnen/van Bauwel 2015, S. 161

18 König, Oliver: Von geil bis gemütlich. Vergesellschaftete Nacktheit. In: Gernig, Kerstin (Hg.): Nacktheit. Ästhetische Inszenierungen im Kulturvergleich. Köln/Weimar/Wien 2002, S. 39.

durch die Sexualisierung der Medieninhalte nach den Regeln der Pornografie. Der Sensationsjournalismus wiederum gefährde die Demokratie, da er sich nicht mit zeitraubenden Recherchen zu komplexen gesellschaftspolitischen Themen aufhalte, sondern sich mit zweifelhaften Skandalmeldungen dem Hier und Jetzt der Leser/-innen- und Nutzer/-innenzahlen widme. Für beide Prozesse ist eine gegenderte Beurteilung der Gefahrensituation auszumachen: Während die Leserschaft der Boulevard- und Klatschpresse mit ihrem Fokus auf *Stars und Sternchen* vor allem als weiblich angenommen wird, gilt die Aufmerksamkeit der Warnenden vor den Gefahren des Pornografiekonsums jungen Männern.

Die These, die den nun folgenden Analysen künstlerisch-kreativer Praxis vorangestellt wird, lautet, dass Pornografie und Paparazzi-Bilder den voyeuristischen Blick naturalisieren, also als selbstverständlich erscheinen lassen. Diese nicht-ikonischen Bilder unterwerfen die Subjekte und Objekte des Blicks unter die Logiken der exzessiven Sichtbarmachung und der Konsumierbarkeit von Lust und Begehren.

4.2 Doing Image

4.2.1 Pham Thai Ho: Kunst, Porno und Begehren

Vom 23. Juni 2017 bis 28. Juli 2017 zeigte der Künstler Pham Thai Ho in der Berliner Galerie ANNA25 seine Werkreihe *Uferlos*, die aus Skulpturen und Gemälden besteht. Der rote Faden der gezeigten Arbeiten ist eine Mixed-Media-Technik, die verschiedene Readymades so stark miteinander verbindet, dass aus dem gefundenen Material etwas genuin Neues entsteht. Ho kreierte Werke, die das Uneindeutige zum Prinzip erklären. Ausschließlich die Gemälde der Reihe werden hier als Beispiel dafür eingeführt, wie der künstlerische Umgang mit nicht-ikonischen Bildern deren Wirkungsweise besonders verdeutlichen kann.

Ho druckt für seine Gemälde von ihm bearbeitete Bilder aus dem Internet auf eine Fotoleinwand und übermalt diese anschließend schichtenweise mit einer Öl-Misch-Technik. Dabei paart er für jedes Gemälde zwei Bilder aus dem Netz: Auf dem Instagram-Profil des amerikanischen Kunstkritikers Jerry Saltz findet Ho erotische bis schlichtweg pornografische Bilder aus der Kunstgeschichte, unter anderem von Künstlern wie Giotto, Courbet oder Picasso, lädt diese direkt vom Profil herunter und sucht daraufhin auf

Hardcore-Pornografie-Webseiten Stills aus Pornofilmen, die in Komposition und Bildausschnitt dem kunsthistorischen Bild entsprechen. Beide Bilder legt er mithilfe eines Bildbearbeitungsprogramms übereinander und gleicht sie farblich aneinander an. Das fertige Produkt dieser Bildbearbeitung lässt er dann auf eine Fotoleinwand drucken, die er anschließend wiederum mit Acrylfarbe beziehungsweise übermalt.¹⁹

Die schlechte Bildqualität der Bilder aus dem Internet, deren Vergrößerung, die billige Art des Drucks auf Fotoleinwand und das anschließende Übermalen führen zu einer visuellen Uneindeutigkeit, die die eigentlichen Bildinhalte teilweise nur noch erraten lässt. Dies ist deshalb so eindrucksvoll, weil es sich bei den Bildinhalten um pornografische Bilder handelt, deren eigentlicher Sinn und Zweck die »exzessive [...] Sichtbarmachung«²⁰ ist. Durch die von Ho betriebene Verwischung wird diese Sichtbarmachung ad absurdum geführt: Die Betrachter/-innen möchten gerne etwas Genaueres sehen, können aber nur Einzelnes erraten. Das lustvolle Betrachten wird verhindert.

Ausgewählte Bildanalysen

Wolke 7, 2017, Ölmischtechnik auf Fotoleinwand, 100 x 75 cm

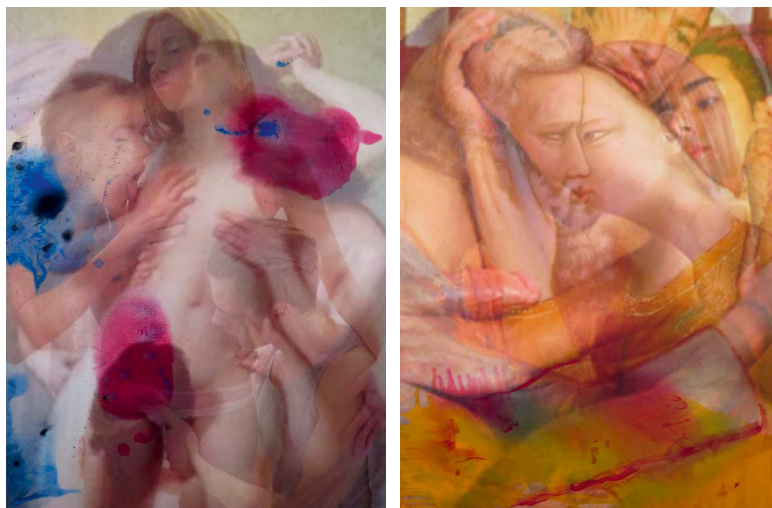
Im Zentrum dieses hochformatigen Gemäldes lässt sich vage das fotografische Bild einer stehenden, nur mit einem Slip bekleideten, normschönen jungen Frau erkennen, die rechts und links von zwei jungen Männern flankiert wird. Der linke Mann leckt ihre Brust, während der rechte Mann ihren Bauch küsst und seine linke Hand zwischen ihren Beinen liegt. Alle drei haben die Augen hingebungsvoll geschlossen. Scheinbar darunter liegend befinden sich weitere nackte Körper, auf denen Hände liegen. Deutlich zu erkennen sind lediglich zwei verschlungene Hände über zwei sich innig küssenden Köpfen sowie ein weiterer Kopf, der zwischen den Beinen der jungen Frau positioniert ist. Über diesem Hinterkopf liegt ein ovaler, scheinbar leicht verwischter magentafarbener Farbkreis. Ein ähnlicher Farbfleck befindet sich auch in der rechten oberen Hälfte des Bildes. Blaue Farbspritzer und -kleckse dominieren den linken Bildrand.

Der fotografische Pornofilm-Still ist recht deutlich zu erkennen. Bei dem darunter liegenden kunsthistorischen Bild handelt es sich um Nicolas F. Octave Tassaerts *La femme damnée* von 1859, eine Darstellung einer nackten Frau

19 Vgl. Pham Thai Ho im persönlichen Interview. 22.03.2018.

20 Rehberg 2014, S. 233.

Abb. 8 (links): Ho, Pham Thai: *Wolke 7*, Ölmischtechnik auf Fotoleinwand, 2017; Abb. 9 (rechts): Ho, Pham Thai: *Wie Pech und Schwefel*. Ölmischtechnik auf Leinwand, 2017.



© Ho, Pham Thai. Galerie Anna25.

im Zentrum, umringt von drei weiteren weiblichen Figuren in der Rückenansicht. Die uns zugewandte Frau küsst leidenschaftlich eine der Figuren, während eine weitere die Brust der Frau küsst und die dritte Figur ihren Kopf zwischen den Beinen der Frau positioniert hat und diese (wahrscheinlich) oral befriedigt. Neben der expliziten Darstellung sexueller Handlungen fällt die außergewöhnliche Komposition auf: Die vier Figuren scheinen in der Luft zu schweben, sie sind vom undefinierten, blaugrünen Hintergrund losgelöst. Es gibt keine Szenerie und keine allegorischen Hinweise. Die schwebenden Figuren erinnern an Engel, aber es weisen keine Requisiten oder Attribute darauf hin. Lediglich eine kunstvoll um den Unterleib der rechten Figur drapierte Stoffbahn, die hinter der Frau in den oberen linken Bildrand führt, ist der ansonsten nackten Gruppe hinzugefügt. Diese Stoffbahn verhüllt das Geschlecht der einen Figur. Trotz der stark sexualisierten Szene sind auch alle anderen Geschlechtsteile bedeckt. Die sittliche Regel, Geschlechtsteile nicht zu zeigen, wurde hier nicht gebrochen – und doch ist eine explizite erotische

Fantasie dargestellt, die zudem durch den Titel *La femme damnée* eine moralische Abwertung erfährt.

Der von Ho gewählte Titel *Wolke 7* referiert also zum einen auf die im kunsthistorischen Bild dargestellte Fantasie und deren sogar romantisch anmutenden Impetus der traumhaften, engelsgleichen Hingabe. Dies spiegelt sich auch im ausgewählten, pornografischen Film-Still wieder. Die zu erkennende Szene wirkt in dieser Mischung ebenfalls romantisch, es handelt sich zumindest nicht um Hardcore-Pornografie. Für beide der hier ineinander verschwimmenden Bilder gilt, dass die Betrachter/-innen lediglich angeregt werden: Der als pornografisch zu beschreibende Akt wird noch nicht vollzogen. *Wolke 7* ist daher ein sinnliches, erotisches Bild – vielleicht das romantischste der gesamten Werkreihe.

Wie Pech und Schwefel, 2017, Ölmischtechnik auf Fotoleinwand, 100 x 75 cm

Das Gemälde *Wie Pech und Schwefel* bringt zwei sehr unterschiedliche Bilder zusammen. Gelb und Gold dominieren dieses hochformatige Bild. In der oberen Bildhälfte sind vier Köpfe zu erkennen, zwei gemalte, die sich innig küssen, und zwei fotografierte, die sich aneinander schmiegen. Die untere Bildhälfte wird von horizontalen Linien durchkreuzt. Die sich berührenden und haltenden Arme und Hände der Küssenden sind zu erkennen – eine intime Geste der Zuwendung. Es ragt aber auch recht deutlich ein großer, erigierter Penis von links in das Bild hinein. Der restliche Bildausschnitt ist stärker verschwommen und lässt eindeutige Beschreibungen kaum zu. Die gelbe Farbe ist nur hauchdünn aufgetragen und legt sich wie ein Schleier auf die zwei darunter liegenden Bildebenen.

Wie Pech und Schwefel kontrastiert sowohl inhaltlich als auch formal den vermeintlichen Unterschied zwischen *hoher Kunst* und pornografischer *Schmuddeleware*, wie ihn der Künstler auf spielerische Art und Weise in Frage stellt: Bei dem kunsthistorischen Bild handelt es sich um eine Detailaufnahme von Giotto's Freskenmalerei in der Scrovegni-Kapelle in Padua. Es zeigt das Treffen des heiligen Joachims und der heiligen Anna an der goldenen Pforte in Jerusalem. Den Apokryphen nach sind dies die Eltern Marias, die wie ihr Sohn unbefleckt empfangen wurde. Beiden Elternteilen sei unabhängig voneinander ein Engel erschienen, der ihnen die Geburt des sehnsüchtig erwarteten Kindes ankündigt. Der hier gemalte Moment ist der, in welchem sich beide nach der Verkündigung der Engel treffen. Es ist eine Darstellung inniger, frommer Liebe zweier Eheleute, die ohne Sünde ein Kind empfan-

gen werden – also eine Darstellung reiner Unschuld.²¹ Das darüberliegende pornografische Bild kann dementsprechend als karikierender Kontrast gelesen werden: Der deutlich zu erkennende erigierte Penis ist alles andere als fromm, selbst wenn man ihn als verkörperten Heiligen Geist interpretieren würde.

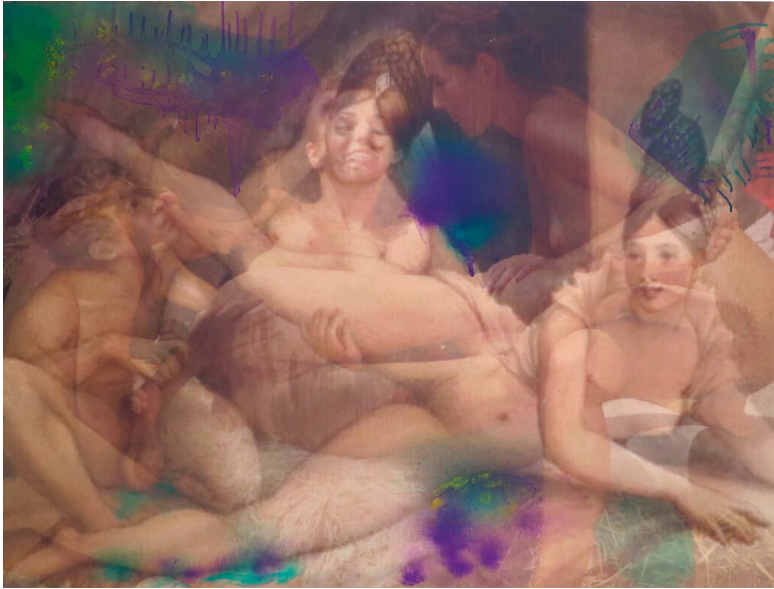
Threesome und doch einsam, 2017, Ölmischtechnik auf Fotoleinwand, 100 x 75 cm
Bei diesem querformatigen Gemälde dominieren an den Rändern die Blau- und Lilatöne, wobei das Zentrum von Rosatönen bestimmt ist. Die Überlagerungen von Film-Still und kunsthistorischem Gemälde ist hier so deckungsgleich, dass die Unterscheidung kaum möglich ist. Eindeutig zu erkennen ist nur ein liegender weiblicher Akt mit weit gespreizten, angewinkelten Beinen. Fünf weitere Figuren sind auszumachen, aber kaum eindeutig zuzuordnen. Nur eine Figur ist männlich, dargestellt in einer demütigen, fast eingeschüchterten Haltung am linken, unteren Bildrand. Die Frauenfiguren lächeln, wirken gelöst und konzentriert in der Aktion. Die helle Farbbigkeit der rosafarbenen Körper macht die Situation fleischlich, aber unbestimmt. Es scheint viel zu passieren: eine Orgie mit vielen Teilnehmenden.

Bei dem kunsthistorischen Gemälde handelt es sich um *Ein Mann und zwei Frauen auf einem Bett*, zugeordnet Theodor von Holst oder Henry Fuseli. Es wird auf etwa 1830 datiert und befindet sich im Besitz des Victoria and Albert Museum in London.²² Überraschend an diesem Gemälde ist – im Vergleich zu anderen bekannten Erotica – die Freizügigkeit des Motivs: Wir blicken auf zwei völlig nackte Figuren und eine dritte, halbnackte Figur, die Hilfestellung leistet. Ihre Geschlechtsteile sind deutlich exponiert. Die Szene ist auf die Betrachter/-innen ausgerichtet. Es finden sich weder geraffte Kleider, enge Kammern oder scheinbar eilig vollzogene Geschlechtsakte (wie in der pornografischen Malerei oft üblich) noch eine (direkte) moralische Ansprache, die als Rechtfertigung für die pornografische Darstellung erhalten könnte (wie beispielsweise die Darstellung als Überrumpelung der Frau durch den Mann, die Frau als Prostituierte oder eine Einordnung der Geschehnisse durch einen erklärenden Titel). Das Bild gibt eine Momentaufnahme einer sexuellen Handlung zwischen drei Personen wieder. Diese Szene wurde ausschließlich

21 Vgl. Jacobus, Laura: Giotto and the Arena Chapel. Turnhout 2008, S. 183f.

22 Vgl. Victoria and Albert Museum, Online-Sammlungsarchiv, URL: <https://collections.vam.ac.uk/item/O166518/a-man-and-two-women-watercolour-drawing-von-holst-theodor/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

Abb. 10: Ho, Pham Thai: *Threesome und doch einsam*. Ölmischtechnik auf Leinwand. 2017.



© Ho, Pham Thai. Galerie Anna25.

für den voyeuristischen Blick der Betrachter/-innen komponiert. Damit folgt *Ein Mann und zwei Frauen auf einem Bett* der Sichtbarkeits-Logik der Pornografie. Dies ist sicherlich auch ein Grund dafür, dass sich das kunsthistorische Bild so gut in das zeitgenössische einfügen lässt – so gut, dass die Betrachter/-innen Schwierigkeiten haben, das eine von dem anderen zu unterscheiden.

Prozesse des Verdeckens und des Zeigens

Der Künstler Ho bedient sich ausschließlich an im Internet gefundenen Materialien, deren bildliche Qualität eher schlecht ist. Die komprimierte Auflösung der Bilder korreliert zudem mit dem Ephemeren ihrer digitalen Seinsweise: In Instagramposts gerahmt, als Thumbnails verkleinert oder als pixelige Stills aus dem Kontext gerissen sind diese Bilder nicht dafür bestimmt, in Vergrö-

ßerung zu überdauern. Es handelt sich um *arme Bilder* (»poor images«), wie sie die Medienkünstlerin Hito Steyerle beschreibt:

»The poor image is a copy in motion. Its quality is bad, its resolution substandard. As it accelerates, it deteriorates. It is a ghost of an image, a preview, a thumbnail, an errant idea, an itinerant image distributed for free, squeezed through slow digital connections, compressed, reproduced, ripped, remixed, as well as copied and pasted into other channels of distribution.

The poor image is a rag or a rip; an AVI or a JPEG, a lumpen proletariat in the class society of appearances, ranked and valued according to its resolution. The poor image has been uploaded, downloaded, shared, reformatted, and reedited. [...] The poor image tends toward abstraction: it is a visual idea in its very becoming.«²³

Selbst die kunsthistorischen Gemälde, die Ho nutzt, sind nicht aufwendig recherchiert, es sind keine hochauflösenden Scans aus dem Kunstkatalog. Ho findet diese Bilder im Instagram-Feed des Kunstkritikers Jerry Saltz, der ein Faible für erotische bis pornografische Kunstwerke pflegt. Dessen Posts können auch als Herausforderung der Zensurinstanzen der Social-Media-Riesen verstanden werden. Saltz testet auf indirekte Art aus, was den Anbietern der als öffentlichen Raum verstandenen, digitalen Netzwerke als Kunst akzeptabel erscheint und was nicht. Der Post, den Ho für seine Arbeit *Threesome und doch einsam* genutzt hat, ist im Instagram-Feed des Kunstkritikers nicht mehr zu finden. Die Arbeit *Ein Mann und zwei Frauen auf einem Bett* von von Holst (zugeordnet) scheint dem Social-Media-Konzern als künstlerisch nicht wertvoll genug, um gegen den Tatbestand der Pornografie zu bestehen.

Nachdem Ho aus den von Saltz geposteten, kunsthistorischen Bildern eine Auswahl getroffen hat, sucht er Einstellungen aus Pornofilmen, die den Motiven der kunsthistorischen Bilder entsprechen. Dieser Schritt des Schaffensprozesses ist zeitaufwendig, wie Ho im persönlichen Interview zu Protokoll gibt:

»Ho: Ich habe direkt nach malbaren Bildern gesucht. Ich hatte vorher schon die Instagrambilder, und dann war das auch so in meinem Kopf verankert, dass ich schon nach den passenden Bildern gesucht habe.

A: Welcher Arbeitsschritt hat am längsten gedauert?

Ho: Das Suchen. Das Suchen von den Bildern der Hardcore-Pornografie. Weil

23 Steyerle, Hito: *The Wretched of the Screen*. Berlin 2012. S. 32.

lustigerweise die Farbigkeit sehr schlecht war. Es war immer so fleischig. Und es war zu wenig Kontrast. Nur diese Fleischigkeit weg zu kriegen war schon aufwendig. Das andere Problem war, dass die Positionen immer zu ähnlich waren. Dass lustigerweise die Perspektive, mit der man scheinbar auf Pornos schaut, immer dieselbe ist. Die Positionen sind immer dieselben! Und schöne Positionen zu finden war schwierig. Ich hätte auch gedacht, das wäre einfacher, aber nein.«²⁴

Die schlechte Qualität der Bilder aus dem Netz ist beabsichtigt. Ho arbeitet mit diesen *armen Bildern auf arme Weise*: Er nutzt ein Mobiltelefon oder ein Tablet, um mit einem einfachen Bildbearbeitungsprogramm die Bilder zusammenzubringen. Bis zu diesem Punkt könnte Hos Vorgehensweise treffend als digitale *arte povera* bezeichnet werden, doch er belässt es nicht bei der Zusammenführung des Rohmaterials, sondern reichert diese durch technische und künstlerische Bildbearbeitung an. Er gleicht die Bilder in ihrer Farbigkeit einander an, mit einer Tendenz zur Kontrastlosigkeit und Farbentsättigung. So entstehen die Überlappungen, die eine Unterscheidung der einzelnen Bildebenen schwierig machen. Diese Angleichung auf der formalen Ebene führt auch zu einer Aufhebung der wertenden Unterscheidung in der Bedeutungsebene:

»H: [...] Pornografie ist verpönt, aber man geht ins Museum und schaut sich einen Dreierakt an oder einen Rubens, wo eine himmlische Massenorgie stattfindet – das ist dann okay. Das wird als schön empfunden. Und das andere wird nicht als schön empfunden. Was ist dann Schönheit im Sexuellen? Das frage ich mich dann. Ob du es gemalt hast oder ob ein Haufen Menschen abgefilmt wird, wie sie es treiben. Ob sie es im Himmel treiben oder es vielleicht nicht ganz so kunstvoll, ästhetisch aussieht – wo ist da der Unterschied? Da ist gar kein Unterschied! Unsere Gesellschaft überhöht Bildende Kunst, da rennen sie alle hin, zahlen viel Geld für eine Ausstellung mit Akten, obwohl du genauso dieses Sujet im Netz kriegst mit einer leicht anderen Ästhetik. Aber es ist immer noch dasselbe: Sexualisierte nackte Körper.«²⁵

Hos Arbeiten können sowohl im formalen als auch im theoretischen mit der Appropriation Art in Verbindung gebracht werden. Nicht nur nutzt er vorgefundene Bilder, eignet sie sich an und macht sie zu seinen eigenen, er

24 Ho 2018 im persönlichen Interview.

25 Vgl. Ebd.

argumentiert auch damit, dass sich die einen, künstlerischen Bilder kaum von den anderen, nicht-künstlerischen unterscheiden. Ein grundlegendes Theorem der Appropriation Art ist die kritische Auseinandersetzung mit den (kunsthistorischen) Konzepten der Originalität, der Autorschaft und des einzelnen Künstlers als Genie.²⁶ Besonders die sogenannte Pictures Generation bemühte sich ab den 1970er Jahren um die Auflösung dieser stark aufgeladenen Konzepte, indem sie die Appropriation Art visuell auslegten und so mit der Bild(-Lust-)feindlichkeit der Konzeptkunst abrechnete.²⁷ Künstler/-innen wie Richard Prince oder Sherrie Levine bedienten sich armer Bilder, ohne sie weiter zu bearbeiten (oder nur minimal). Die Cowboy-Bilder der Zigarettenwerbung, bei denen Richard Prince lediglich die Schrift entfernt hat, oder die aus Kunstkatalogen direkt abfotografierten Fotos von Kunst-Stars wie Walker Evans und Edward Weston, die Sherrie Levine unter ihrem Namen ausgestellt hat, provozierten vor allem die Frage nach Originalität und Autorschaft.²⁸ Doch mit der Verfügbarkeit und der streunerhaften Herrenlosigkeit der digitalen, armen Bilder des digitalen Zeitalters verändert sich auch die Appropriation Art:

»While the art of the Pictures Generation has mostly been interpreted as a harsh critique of this [new] condition [of image production], the most recent works of today show a young generation of artists who seem to apply new methodologies with a sense of freedom and optimism.«²⁹

In diesem Sinne können auch Hos Werke zu dieser jungen Generation gerechnet werden. Dabei versteht der Künstler seine Arbeit weniger als Kommentar auf den zeitgenössischen Bildgebrauch als vielmehr als Nutzbarmachung dieses Bildgebrauchs für die künstlerische Praxis:

26 Vgl. z.B. Gover, K.E.: *Art and Authority. Moral Rights and Meaning in Contemporary Visual Art*. New York 2018, S. 139.

27 Vgl. z.B. Eklund, Douglas (Hg.): *The Pictures Generation. 1974 – 1984*. Ausstellungskatalog. The Metropolitan Museum of Art, New York, 21. April bis 2. August 2009. New York 2009.

28 Vgl. Rebentisch, Juliane: *Theorien der Gegenwartskunst. Zur Einführung*. Hamburg 2013. S. 150ff. Oder: Solomon-Codeau, Abigail: *Living with Contradictions. Critical Practices in the Age of Supply-Side Aesthetics*. In: Squiers, Carol: *OverExposed. Essays on Contemporary Photography*. New York 1999, S. 251f.

29 Krosnes, Andrea: *Faithless Pictures. Artistic Practice in the Age of the Image*. Oslo 2018, S. 19.

»Ho: Warum ich das alles benutze? Weil es meine Zeit ist, es geht schnell. Ich will natürlich als zeitgenössischer Künstler auch meine Zeit einbringen. Warum soll ich jetzt mittelalterlich malen, wenn ich jetzt hier bin und hier ist einfach: Du hast ein Handy und mit dem Handy kannst Du fast alles machen. Du verschickst das fertige Bild und lässt es irgendwo herstellen. Und schlussendlich male ich ja auch wieder, aber ich brauche den ganzen vorherigen Prozess nicht mehr. Ich lasse schon das Handy skizzieren, ich lasse schon das Handy alles machen, ich lasse es eigentlich im weitesten Sinne das machen, was der Lehrling für den Meister gemacht hat. Ich mache eigentlich nur noch den Meisterstrich. Ich gebe dem eigentlich nur noch das I-Pünktchen. Bessere nur noch das aus, was ich will und dann ist das fertig.

A: Du hast Deine Werkstatt quasi outgesourct.

Ho: Genau. Und mein Handy und die Dienstleister sind meine Lehrlinge. Man hat ja damals auch nicht alles selbst gemalt. Warum sollte ich alles selber malen, wenn ich in einer Zeit lebe, in der ich alles schnell produzieren lassen kann.

A: Man könnte ja nun auch argumentieren, dass du dich als Künstler als Genie inszenierst. Du bist schließlich derjenige, der die Idee hatte.

Ho: Das ist ja das Wichtige. Das ausschlaggebende Ding ist ja eigentlich die Idee, weil, dadurch dass es schon alles gab, du das Rad nicht mehr neu erfinden kannst in der Kunst, kannst du eigentlich nur noch versuchen, so gut zu mischen wie's geht. Cross – alles zusammenzuwerfen aus der Kunstgeschichte, aus Deiner Zeit, an Techniken, Medien, alles, und daraus versuchen was Neues zu schaffen. [...] Ich baue natürlich auf allem auf, ich baue auf die Kunstgeschichte auf, ich baue auf den Fotokünstler, den Pornodarsteller, den Fotoregisseur auf, auf den, der das Video gemacht hat. Ich beziehe mich auf jeden von denen, aber ich nutze sie auch nur als Bauteile, um meine eigene Idee zu bauen.«³⁰

Das Benutzen armer Bilder ist also als künstlerische Strategie vor allem als Kommentar zur gegenwärtigen, digitalen Bildkultur und -praxis zu bewerten. Ho betont mehrmals im Interview, dass er seine Zeitgenossenschaft vor allem in der Art und Weise sieht, wie er Bilder nutzt und produziert, und weniger in der Wahl des Sujets.³¹ Im Gegenteil: Durch die Verknüp-

30 Ho 2018 im persönlichen Interview.

31 »Ho: Für mich war es auch wichtig, dass ich alles auf dem Handy oder dem Tablet gemacht habe, es muss schnell gehen, ich lebe in einer schnelllebigen Zeit. Ich muss jetzt nicht perfekt mit Photoshop umgehen können, ich habe ein ganz billiges Handypro-

fung von historischen Aktmalereien und Erotica mit zeitgenössischer Internet-Pornografie kann eine Traditionslinie der voyeuristischen Schaulust aufgezeigt werden. Es ist nicht das Skandalöse, es ist die Arbeitsweise und die Auseinandersetzung mit den Bedingungen der Bildproduktion, die das Werk zeitgenössisch machen:

»Ho: Ich wollte eigentlich Aktmalerei machen. Das hatte ich bereits für die vorherige Serie gemacht. Ich habe eigentlich nur meine Aktmalerei gesteigert. Jetzt einfach eine Studie von jemandem machen, den schön abzumalen auf eine Leinwand, das ist mir einfach zu langweilig. Oder was weg zu lassen oder ihn perfekt zu malen. Ich wollte meine Zeit widerspiegeln in der Aktmalerei. Und was ich an Akt sehe, ist meistens Pornografie. Es ist eben der neue Akt. [...] Schlussendlich ist es einfach nur Malerei.«³²

Hos Aussagen gleichen denen des Fotografen Thomas Ruff zu seiner Bildserie *Nudes*, für die dieser bereits in den späten 1990ern pornografische Bilder aus dem Internet nutzte. Diese armen Bilder vergrößerte Ruff enorm, wodurch sie eine verschwommene, weichzeichnerische Ästhetik erhielten. Auch Ruff benennt seine Suche nach der adäquaten zeitgenössischen Form der Aktmalerei als Ausgangspunkt für den Gebrauch digitaler, armer Bilder:

»Das Genre der Aktfotografie interessiert mich seit längerem, ich empfind aber die ganze zeitgenössische Aktfotografie, wie sie im Moment von Modedefotografen betrieben wird, die hübsche Modells in irgendeinem schönen Ambiente vermeintlich interessant nackt ablichten, ziemlich langweilig. [...] Um zu sehen, wie diese andere Aktfotografie aussehen könnte, habe ich eine Recherche im Internet angefangen – dem Marktplatz für Waren und Informationen. Und da habe ich dann Merkwürdiges gefunden. Angeblich nutzen circa 85 Prozent der männlichen Surfer die Suchmaschinen, um Fotos von nackten Frauen zu finden. [...] Neben der professionellen Pornofotografie, die ziemlich hart ist, gibt es auch sehr viele Amateure, die sich, ihre Freundin oder Frau zur Schau stellen. Es ist wirklich unglaublich, wie die Anonymität

gramm benutzt, um die Bilder zu bearbeiten. Das musste auch alles schnell gehen – ich habe das auch im Zug gemacht, nebenbei. Das ist halt genau unsere Zeit. Warum sollte ich jetzt groß an zwei Bildschirmen sitzen, wenn ich das alles auch in meiner kleinen Hand erledigen kann.« Ho 2018 im persönlichen Interview.

32 Ho 2018 im persönlichen Interview.

des Netzes den Exhibitionismus unterstützt und den Voyeurismus fördert. Deshalb habe ich beschlossen, mit diesen Fotos zu arbeiten.«³³

Hos Werkreihe *Uferlos* schafft es dabei auf eindrückliche Weise, diesen Voyeurismus ad absurdum zu führen: Die von Ho nur scheinbar nachlässig aufgetragenen Farbschichten sind Teil seiner künstlerischen Strategie des Zeigens und Verbergens, welche die Betrachter/-innen durch die Verhinderung des lustvollen Schauens auf ihren suchenden, voyeuristischen Blick zurückwirft.

Die voyeuristische Blickkultur kann als eine vorherrschende Art und Weise der Bildbetrachtung beschrieben werden, wenn man den Voyeurismus als sexuelle Neigung und psychische Störung abstrahiert. Dann lässt sich der voyeuristische Blick als das lustvolle, aber passiv bleibende Betrachten von Menschen und ihren Handlungen kennzeichnen. Dabei entsteht die Lust am Schauen vorrangig durch die Position des reinen Anschauens möglichst authentischer, wenn auch sensationeller, realer Situationen. Während sich der Voyeurismus als sexuelle Neigung meist aus der Heimlichkeit des Betrachtens und der Unwissenheit der Betrachteten darüber, dass sie betrachtet werden, speist, verhält es sich in der voyeuristischen Blickkultur anders: Hier werden die Strukturen und Logiken des kulturellen Sehens darauf ausgerichtet, die Betrachter/-innen in der Sicherheit zu wiegen, alles gezeigt zu bekommen und alles in Sicherheit konsumieren zu können. Das Skandalöse der Pornografie ist dabei nur eine luststeigernde Behauptung – eine Gefahr geht von den (meisten) Bildern nicht aus.

Die Gemälde der *Uferlos*-Reihe führen den voyeuristischen Blick als anmaßend vor: Mit der bequemen Sicherheit der lustvollen Kunstbetrachtung tritt der oder die BetrachterIn den Kunstwerken gegenüber, nur um den lustvollen Anblick verweigert zu bekommen. Das, was man erwartet und auch auf den ersten Blick zu sehen meint – nämlich pornografische Inhalte – wird einem lediglich als Illusion verdeutlicht. Natürlich gibt der voyeuristische Blick sich

33 Leeb, Susanne: Der PC im Atelier. Interviews mit Albert Oehlen, Monique Prieto, Torsten Slama, Chris Finley und Thomas Ruff. In: Texte zur Kunst. Nr. 36. Köln 1999, S. 73–74. Eine Frage, die sich hier aufdrängt, ist die nach der Ausbeutung der fotografierten Person, die nicht ihr Einverständnis zur Benutzung des Bildes gegeben haben kann, wenn es sich um einen Akt der Aneignung handelt. Wer sind die Frauen, die wir hier zu sehen bekommen? Sind bereits die originalen pornografischen Bilder mit oder ohne ihre Zustimmung entstanden? Haben sie vielleicht einen Nutzen oder gar einen Schaden davon, nun in einem Kunstwerk vorzukommen? Reicht es aus, dass die Veränderungen der Bilder eine eindeutige Identifikation erschweren (wenn nicht verhindern)?

nicht so schnell zufrieden. Der Blick sucht weiter nach dem Skandalösen, nach den Geschlechtsteilen und -akten, die die Titel und die aufblitzenden Details suggerieren. Doch er soll keine Befriedigung finden: Ein ganzheitlicher Blick auf die pornografischen Inhalte wird nicht gewährt. Die voyeuristische Blickkultur mit ihrem Versprechen des Alles-Gezeigt-Bekommens wird als Illusion aufgezeigt: Wer nicht bereit ist, die passive Warte des Voyeurismus zu verlassen und das reine Konsumieren aufzugeben, wird auch nicht in den Genuss der Erfüllung seines Begehrens kommen.

Ein Plädoyer für die Kunst(-betrachtung)

Indem Ho zwei *arme Bilder* aus dem Internet koppelt, digital bearbeitet, auf Leinwand druckt, manuell bearbeitet und anschließend als Kunstwerke ausstellt, macht er sie durch eben diesen künstlerischen Prozess wieder zu *reichen Bildern*. Reich sowohl an neu erlangter symbolischer Aufladung, dem Status als Kunst und an bildlicher Tiefe. Letzteres zeigt sich nur allzu deutlich in den Reproduktionen der Werke: Sie können dem realen Kunstwerk nicht gerecht werden. Die Vielschichtigkeit der Werke der *Uferlos*-Reihe kann nur im Angesicht des realen Kunstwerks erfahren werden (zumindest so lange die technischen Mittel noch nicht fähig sind, originalgetreuer zu reproduzieren). Aus *armen Bildern* hat Ho *reiche Bilder* geschaffen. Werden diese wiederum in *arme* zurückübersetzt, können sie nicht mehr wiedererkannt werden:

»Ho: Ich habe festgestellt, dass es gar nicht so einen Riesenhype um meine Bilder gab im Internet, weil einfach das Format die Tiefe nicht haben kann. Du kannst es nicht so spüren, es ist schon schwierig auf dem Handy oder Tablet anzuschauen. Es ist ja schon schwierig etwas zu erkennen, wenn man davorsteht! Im Netz klicken die Leute schnell weiter, weil sie es nicht erfassen können. Und wenn sie es nicht erfassen können, dann ist es schon wieder gestorben im Netz.«³⁴

Was im Kontext des (Selbst-)Marketings für einen jungen Künstler in Berlin eher katastrophal anmutet, nämlich die Widerständigkeit seiner Bilder im Internet als *arme Bilder* zu zirkulieren, entpuppt sich aber im Kontext von kunstphilosophischen Gegenwartsanalysen als starkes Plädoyer für die Kunstbetrachtung vor dem Original. Die Rezipierenden sollten nicht der Illusion erliegen, Kunst zu sehen, wenn sie eigentlich nur ein armes Abbild eines Kunstwerkes betrachten (und dies gilt auch für Reproduktionen in Kunstbänden,

34 Ho 2018 im persönlichen Interview.

die manchmal vergessen lassen, dass hier keine Kunst, sondern lediglich eine Reproduktion von Kunst gezeigt wird). Diese *armen Bilder* sollten vielmehr als *arme Bilder* erkannt und eingeschätzt werden. Sie könnten als Anreiz dienen, auch einmal wieder *anders zu schauen*, nämlich nicht medial vermittelt, sondern direkt auf das Original.

Die *armen Bilder*, wie sie von Hito Steyerle beschrieben werden, sind definitiv keine Kunstwerke und teilen nicht deren visuellen Sonderstatus, auch wenn sie Kunstwerke reproduzieren. Die *armen Bilder* sind Teil des Alltäglichen – und unterliegen damit einer anderen Wahrnehmungs- und Beurteilungsinanz als originäre Kunstwerke:

»The poor image embodies the afterlife of many former masterpieces of cinema and video art. It has been expelled from the sheltered paradise that cinema seems to have once been. After being kicked out of the protected and often protectionist arena of national culture, discarded from commercial circulation, these works have become travelers in a digital no-man's-land, constantly shifting their resolution and format, speed and media, sometimes even losing names and credits along the way.

Now many of the works are back – as poor images, I admit. One could of course argue that this is not the real thing, but then – please, anybody – show me the real thing.

The poor image is no longer about the real thing – the ordinary original. Instead, it is about its own real conditions of existence: about swarm circulation, digital dispersion, fractured and flexible temporalities. It is about defiance and appropriation just as it is about conformism and exploitation. In short: it is about reality.«³⁵

Damit soll jedoch nicht der behaupteten Dichotomie Kunst versus Realität in die Hände gespielt werden. Kunst ist selbstverständlich Teil der Realität, auch wenn sie »einer anderen Ordnung der Sichtbarkeit«³⁶ angehört, und »Alterität und Autonomie«³⁷ gegenüber anderen Bildlogiken behaupten kann, wie Holert beschreibt. Wenn »die ostentative Reflexivität künstlerischer Visualität«³⁸ die Wirkungsweise nicht-ikonischer Bilder aufdecken kann, dann kann am Beispiel der *Uferlos-Reihe* gezeigt werden, dass auch im Umkehrschluss

35 Steyerle 2012, S. 42.

36 Holert 2008, S. 53.

37 Ebd.

38 Ebd.

die alltäglicheren Bildlogiken auf das künstlerische Bildverständnis Einfluss nehmen. Das *arme Bild* mit seiner instrumentellen Wahrnehmungs- und Beurteilungsinanz wirkt auf die Kunstbetrachtung zurück: Mit den *armen Bildern* im Gepäck lassen sich die reichen Bilder in den Museen, Galerien und (Foto-)Archiven mit einem weniger auf Kunst zugeschnittenen Blick erkunden, beurteilen und im besten Fall in ihrer Eigenlogik wertschätzen.

4.2.2 Tabloid Art History: Pop, Kunst und Begehren

Ein Kollektiv junger Kunsthistorikerinnen bringt seit 2016 erst auf Twitter und seit 2018 auch auf Instagram diese zwei Wahrnehmungs- und Beurteilungsinstanzen von Bildern der Kunst und Bildern der Alltags- beziehungsweise Populärkultur zusammen: Tabloid Art History veröffentlicht Posts, in welchen sie Bilder von Stars mit Bildern der Kunstgeschichte paaren. Die Paarung ist meist von kompositorischen Ähnlichkeiten geprägt, so dass sich die Motive des einen Bildes mit dem des anderen vergleichen lassen. Diese Praxis zeugt von einer elaborierten Auseinandersetzung mit dem kulturellen Bildrepertoire, geben die Kunsthistorikerinnen im Interview doch an, keine Suchtechniken für ihre Kompositionen zu nutzen:

»We don't use any programs for our comparisons, usually it's from memory – we'd either see a pop culture image and be reminded of an artwork or vice versa. We do spend a lot of time scrolling down tumblr and twitter, engaging with pop culture and art history on museums website or art projects such as art uk and google arts projects.«³⁹

Während Tabloid Art History darauf hinweisen, dass sich beide Sphären (Kunstgeschichte und Popkultur) überschneiden, zeigt sich im direkten Vergleich der starke ästhetische Einfluss der kunstgeschichtlichen auf die popkulturellen Bilder. Es sind die Produzenten und Produzentinnen der Fotos, die mehr oder weniger bewusst den kunstgeschichtlichen Bildformen und -sprachen Tribut zollen: Die Paparazzi und Bildredaktionen sind ästhetisch geschult und entscheiden nicht nur nach Nachrichtengehalt, sondern auch nach Sehgewohnheiten und ästhetischen Ansprüchen, welches Paparazzi-Foto am Ende veröffentlicht wird. Bei offiziellen Fotos der Stars ist es ein Zusammenwirken von Star und (Star-)FotografIn, das die ästhetische

39 Mayanne Sorel für Tabloid Art History im persönlichen Email-Interview. 04.03.2019.

Konzeption bestimmt.⁴⁰ Während jedoch auf Seiten der Produktion die Paparazzi vor allem Sehgewohnheiten und ästhetisches Empfinden bedienen wollen (und müssen), so ist auf Seiten der inszenierten Star-Bilder der Wille zu eben jener Inszenierung als Anschluss an die besondere symbolische Ordnung der Kunst vordergründig:

»The joy in tabloid shots is the accidental similarities, but when you see a staged pic of Kim, Beyoncé, Mariah, even early Madonna, you get a sense of how celebrities use art history as a way to curate their own visual identity and legacy.«⁴¹

Folgt man dem Kunsthistoriker Ernst van Alphen, so ist die zeitgenössische Blickkultur im Begriff, sich »von einer durch voyeuristische Positionen definierten Visualität in eine, die von exhibitionistischen Positionen bestimmt wird«⁴² zu transformieren. Diesen Schluss zieht er aus der Beobachtung, dass vor allem durch die sozialen Medien aus den passiven, voyeuristischen Beobachter/-innen immer öfter aktive, exhibitionistische Bilderzeuger/-innen werden:

»Es scheint wichtiger zu sein, diese Bilder zu zeigen, als sie zu sehen. Die von der Webcam verursachte Transformation ist, dass es nun zum ersten Mal mehr Menschen gibt, die betrachtet werden wollen, als solche, die schauen wollen.«⁴³

Ob dies so stimmt ist fraglich – auch weil die Agierenden nicht auf eine der beiden Positionen festgeschrieben sind, sondern zwischen Zeigen und Schauen hin und her wechseln. Doch es gibt eine kulturelle Position, in der sich

40 Zurzeit ist sicherlich ein Trend auszumachen, sich der kunsthistorischen Bildsprache explizit zu bedienen, wie beispielsweise die visuellen Referenzen in Beyoncé's Arbeiten, David La Chapelles Arbeiten mit Kim Kardashian oder Ariana Grandes Live Performance auf den MTV Video Music Awards 2018.

41 Lanigan, Roisin: the genius twitter account turning paparazzi shots into masterpieces. In: i-D Magazine. Online. [21.07.2017]. URL: https://i-d.vice.com/en_uk/article/nenb5k/the-genius-twitter-account-turning-paparazzi-shots-into-masterpieces (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

42 Van Alphen, Ernst: »Poor Images« und der Affekt des Exhibitionismus. In: Höhner, Julia/Schankweiler, Kerstin (Hg.): *Affect me. Social Media Images in Art*. Leipzig 2017, S. 89.

43 Ebd., S. 97.

diese Transformation auf eindeutige Weise in ihrem momentanen Zwischenstadium ablesen lässt: Es ist die Figur der Celebrity, die vor allem davon lebt, dass eine Großzahl von Menschen Gefallen an dem findet, was sie oder er zu zeigen hat. Berücksichtigt man die Transformation von voyeuristischer zu exhibitionistischer Blickkultur, agieren insbesondere visuell omnipräsente Celebrities als Vorbilder für das (Über-)Leben in der Öffentlichkeit.

Celebrity Culture ist untrennbar mit der kapitalistischen Konsumgesellschaft verknüpft.⁴⁴ Neben den offensichtlichen Kaufanreizen, die von Celebrities geschaffen werden (also die Aufforderung, deren Produkte zu kaufen und zu konsumieren), sind es die visuellen Repräsentationen selbst, die zum Konsum einladen. Paparazzi-Bilder werden nicht in teuren Hochglanzmagazinen gedruckt, sondern in äußerst günstigen Heften. Im Internet zirkulieren sie meist kostenlos. Aber selbst wenn sie hochauflösend gedruckt werden, bleiben sie *arme Bilder* im Sinne Steyerles:

»Poor images are thus popular images – images that can be made and seen by the many. They express all the contradictions of the contemporary crowd: its opportunism, narcissism, desire for autonomy and creation, its inability to focus or make up its minds, its constant readiness for transgression and simultaneous submission. Altogether, poor images present a snapshot of the affective condition of the crowd, its neurosis, paranoia, and fear, as well as its craving for intensity, fun, and distraction.«⁴⁵

Das Celebrity-Paparazzi-Foto ist der Prototyp dieser Art von Bildern, es ist auf Schnellebigkeit, Eindeutigkeit und Konsumierbarkeit ausgelegt. Sie zählen auf die kurzweiligen emotionalen Reaktionen, die Stars heraufbeschwören können, ohne jedoch den Betrachtenden etwas Anderes als Aufmerksamkeit abzuverlangen. Eingebettet in die weitreichenden Mechanismen und Logiken der Celebrity Culture und vor allem des *Celebrity Gossip*, also dem Reden und Spekulieren über Celebrities anhand von Fotos und anderen ähnlich aussagegeschwachen Versatzstücken, sind Paparazzi-Fotos sowohl Indizien als auch Werkzeuge neoliberaler Gouvernmentalität. Während also vordergründig die Fotos eine vermeintliche Information über den Star in einer ästhetisch leicht zu konsumierenden Weise anbieten, sind sie hintergründig durchaus als Mittel zu verstehen, (meist weibliche) Subjektivität und ihre möglichen Ausformungen den neoliberalen Anforderungen anzupassen: Bei dem von Konsum-

44 Vgl. z.B. Rojek, Chris: *Celebrity*. London 2001, S. 181ff.

45 Steyerle 2012, S. 41.

mentinnen als harmlos oder spielerisch bezeichneten *guilty pleasure* des *Celebrity Gossip*, dessen Ausgangspunkt fast immer ein Foto oder eine Fotoserie ist, handelt es sich also nicht nur um ein *Star-Gazing*, sondern um ein *Star-Testing*, wie es die Visuelle Kommunikationswissenschaftlerin Julie A. Wilson herausgearbeitet hat: »Celebrity magazines invite readers to engage in processes that I call ›star testing‹ and, in doing so, double as a dispersed and distinctly postfeminist technology of governing women in the context of neoliberalism.«⁴⁶ Da über die jeweiligen Texte zu den Star- und Paparazzi-Fotos deren Verhalten oder Aussehen entweder als skandalös oder als vorbildlich aufgezeigt wird, wird eine Kultur der Wertung, Beurteilung und Bestrafung etabliert, die wiederum auf die mehr oder weniger passiv beteiligte Konsumentin einwirkt:

»More often than not, readers of contemporary celebrity magazines are positioned by these texts to actively test themselves through evaluation of the private lives of celebrities. [...], the evaluative hermeneutic at work in celebrity gossip texts begs a form of attention in which the gaze is bounced back and forth between star images and the self's own attitude toward these representations; star testing requires a constant shifting of levels of evaluation between celebrity and self that enacts a self-administered test of one's subjectivity.«⁴⁷

Die Passivität, mit welcher das Subjekt diesen Anforderungen wehrlos ausgesetzt zu sein scheint, ist sicherlich zu hinterfragen. Auch wenn neoliberale Gouvernmentalität, also die im vorauseilenden Gehorsam vollzogene Selbstregulierung nach den Ansprüchen neoliberaler Wertvorstellungen, durch Internalisierung operiert, so ist die Auffassung von allzu willfähriger Anpassung an diese Anforderungen kritisch zu sehen. Gerade wenn es um Frauen und vermeintlich explizit weibliches Verhalten geht, erscheint dieser Ansatz fast paternalistisch: Wer die Klatschpresse liest, setze sich unbewusst großen Gefahren aus – und muss davor bewahrt werden. Trotzdem ist die Beschreibung von *Celebrity Gossip* und Paparazzi-Fotos als Werkzeuge neoliberaler Gouvernmentalität richtig und wichtig. Paparazzi-Fotos sind nicht-ikonische Bilder, ausgelegt darauf, leicht konsumierbar zu sein und ihre Wirkungsmacht zu verschleiern. Sie sind hochgradig mit Bedeutung aufgeladen,

46 Wilson, Julie A.: *Star Testing. The Emerging Politics of Celebrity Gossip*. In: *The Velvet Light Trap*. Nr. 65. Austin 2010, S. 26.

47 Ebd., S. 32.

arbeiten aber im Schatten ihrer vermeintlichen Harmlosigkeit als nicht ernstzunehmender, kurzweiliger Zeitvertreib.

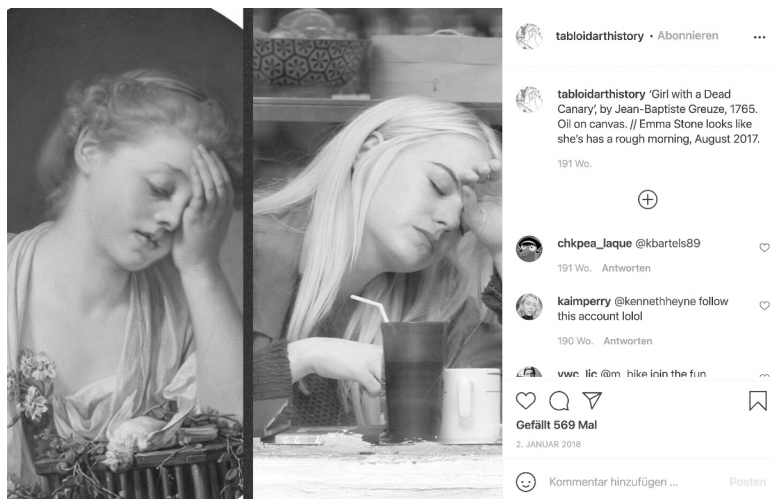
Um diese Bedeutungsaufladung zu verdeutlichen, lohnt ein analytischer Blick auf die Paarungen mit kunsthistorischen Bildern, wie sie Tabloid Art History vornehmen. Durch das Nebeneinanderstellen setzen die Kunsthistorikerinnen einen Bedeutungsrahmen, der die kulturelle Komponente von Sehgewohnheiten und etablierten Pathosformeln, aber auch von Wertungen wie Hochkultur und Popkultur offenlegt.

Ausgewählte Bildanalysen

»»Girl with a Dead Canary«, by Jean-Baptiste Greuze, 1765. Oil on Canvas.//Emma Stone looks like she's has a rough morning, August 2017.«

Die Instagramposts von Tabloid Art History sind in drei Segmente geteilt: Zwei Bilder werden in einem Split Screen zusammengeführt, je nach technischem Device befinden sich daneben, darunter oder darüber Titel und Kommentar-Thread.

Abb. 11: Tabloid Art History, Instagram-Post vom 2. Januar 2018.



© Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont.

Auf der linken Seite des Split Screens ist hier ein Gemälde zu sehen, rechts daneben ein Foto. Das Gemälde zeigt ein Schulterstück-Porträt einer jungen, weißen Frau. Sie hat den Kopf in die linke Hand gelegt, so dass diese ihr linke Auge verdeckt. Das rechte Auge ist fast geschlossen, der Blick ist nach unten gerichtet, wo ein kleiner Vogel auf dem Rücken auf einem Holzkäfig liegt. Dessen Kopf hängt überstreckt nach unten. Das Mädchen hat den linken Arm auf den Käfig gestützt. Dieser ist von einer blau-blättrigen Pflanze umrankt, die mit den rosafarbenen Blumen im Ausschnitt des Mädchens korrespondieren.

Das Foto auf der rechten Seite zeigt eine ebenfalls junge, weiße Frau mit blondierten Haaren, die ihren Kopf an die Außenseite ihrer linken Hand lehnt und die Augen geschlossen hat. Vor ihr stehen ein Becher, eine Tasse und eine Dose mit Strohalm, daneben liegt ein geschlossenes Notizbuch. Im Hintergrund befinden sich eine mit Gemüse gefüllte Schüssel und ein Bambus-Dampfkorb. Die Frau scheint in einem Café im Schaufenster zur Straße hin zu sitzen.

Gestik und Mimik beider Frauenfiguren lassen darauf schließen, dass sie traurig oder erschöpft sind. Immerhin der Titel des Gemäldes *Mädchen mit einem toten Kanarienvogel* gibt eine Erklärung für die Traurigkeit der Gemalten: Sie trauert um ihr verstorbenes Haustier oder allgemein um den Tod eines Lebewesens. Tränen fließen jedoch keine. Ihr Gesichtsausdruck kann auch als Reue oder Nachdenklichkeit gedeutet werden. Warum jedoch ist die Fotografierte traurig? Das Bild selbst gibt keine Hinweise. Die Geste der Fotografierten ist theatralischer als die der Gemalten: Die Handinnenfläche ist nach außen gedreht, die Außenfläche berührt die Stirn. Ihr Kopf ist stark zur Seite geneigt. Diese manierierte Geste hat sich als solche durchgesetzt und ist im Repertoire weiblicher und weiblich konnotierter Ausdrucksformen als stark inszeniertes Zeichen von Trauer, Leid und Erschöpfung kanonisiert. Es ist also weniger ein intuitiver, körperlicher Ausdruck von unmittelbar empfundenem Leid als eine vermittelte, zeichenhafte Geste im Sinne Aby Warburgs Pathosformeln.

Diese Einschätzung der Gestik und Mimik bewahrheitet sich bei der Betrachtung des Kontexts beider Bilder: Kunsthistorisch betrachtet handelt es sich bei *Mädchen mit einem toten Kanarienvogel* von Jean Baptiste Greuze um ein Genrebild mit sexualisierter Bedeutung. Allegorisch wird hier der Verlust der sexuellen Unschuld behandelt. Greuze ist bekannt als Maler solcher Szenen, die von der Kunsthistorikerin Britta Hochkirchen als Darstellungen der verlo-

renen Unschuld bezeichnet werden.⁴⁸ Die Zusammenführung von Käfig und Vogel stehe spätestens seit Hieronymus Bosch für die weibliche Sexualität mit unterschiedlichen Auslegungen: Der geschlossene Käfig stehe für Keuschheit, der offene hingegen für den Verlust der Jungfräulichkeit. Der Vogelkäfig allgemein versinnbildliche Prostitution, der Vogel den männlichen Trieb.⁴⁹ Erst im 18. Jahrhundert sei diese Symbolik durch die Spielart des toten Vogels ergänzt worden, und zwar neben Joshua Reynolds vor allem auch durch das Bildnis von Greuze:

»Zuvor bedeutete der offene Käfig bereits die verlorene Unschuld. Nun aber wird die Emotionalität des Bildes gesteigert, indem das jeweilige Mädchen nicht allein einem entkommenen Vogel nachschaut [...], sondern der Vogel selbst tot ist, und weder Reynolds noch Greuze ein Nachblicken, Nachsinnen zeigen, sondern die Trauer der Mädchen mit gesenkten Köpfen.«⁵⁰

Dementsprechend wäre es tatsächlich Reue, gemischt mit Selbstmitleid und Scham, die dem Mädchen ins Gesicht geschrieben stehen. Mit der auf diese Weise gesteigerten Emotionalität liest sich das Bild auch als stark moralisiert: Es reicht nicht, die verlorene Unschuld anzudeuten, das Mädchen muss dieser nachtrauern. Das Ideal der Keuschheit und den Verlust dergleichen mit dem Tod eines Lebewesens gleichzusetzen, ist als Mahnung an junge Frauen zu verstehen.

Doch was bereut die junge Frau auf dem Foto? Auf den ersten Blick scheint es sich um einen Paparazzi-Schnappschuss von der Schauspielerin Emma Stone zu handeln. Dem Fotografen oder der Fotografin wäre es dann gelungen, die Schauspielerin in einem privaten Moment großer Emotionalität aufzunehmen – etwas, was Stars gerne zu unterbinden versuchen, vor allem, wenn die gezeigten Gefühle eher negativ besetzt sind. Doch eine kurze Internet-Recherche zeigt, dass dies zwar aussieht wie ein Paparazzi-Foto, es sich jedoch um eine Aufnahme während der Dreharbeiten zu der Serie *Maniac* handelt, in der Stone eine Hauptrolle spielt. Das heißt: Sie befindet sich am Set und trägt ein Kostüm. Der Manierismus der Geste ihrer Hand an der Stirn ist also höchstwahrscheinlich auch ein Akt des Schauspielens und somit

48 Vgl. Hochkirchen, Britta: Bildkritik im Zeitalter der Aufklärung. Jean-Baptiste Greuzes Darstellungen der verlorenen Unschuld. Göttingen 2018.

49 Vgl. z.B.: Mühleis, Volkmar: Mädchen mit totem Vogel. Eine interkulturelle Bildbetrachtung. München 2014. S. 31-32.

50 Ebd., S. 32-33.

in mehrfacher Hinsicht kein spontan-körperlicher Ausdruck von Emotionalität. Im Rahmen des Star-Testing-Konzepts ließe sich die Vermarktung dieses Filmset-Bildes als Paparazzi-Foto als Aufforderung zum *Schönen Leiden* verstehen. Emma Stone und ihr manierierter Ausdruck der stillen Erschöpfung entspricht dabei einer harmlosen Weiblichkeit, die weder wütend noch fordernd ist – sie mag leiden, aber sie ist schön und still dabei.

Formal mag die Ähnlichkeit der beiden Bilder frappierend sein, inhaltlich löst sich dies nicht ein. Lediglich die Tendenz und die Lust daran, Darstellungen von Weiblichkeit mit moralischen Wertungen zu befrachten, kann für beide Bilder festgestellt werden: Aus heutiger Sicht ist die Vogelkäfig-Sexualität-Paarung und das Bereuen des Verlusts der Jungfräulichkeit eine sehr fragwürdige Beurteilung weiblicher Sexualität. Die voreilige Bereitschaft, ein Bild vermeintlichen Gefühlsausdrucks wie das hier präsentierte von Emma Stone als Beweis für eine Krise im Leben eines Super-Stars zu lesen, fügt sich hervorragend ein in das Konzept von Celebrity Culture, als vor allem auf Frauen zugeschnittenes Instrument neoliberaler Gouvernmentalität, wie es Julie A. Wilson mit dem Begriff Star-Testing umschreibt.⁵¹ Dementsprechend stünde hier zur Beurteilung, welche emotionalen Ausdrucksformen Frauen in der Öffentlichkeit zugestanden werden.

»Solange exits the Met Ball after attacking Jay Z, 2013//Botticelli's ›The Return of Judith to Bethulia‹ (after beheading Holofernes), 1473.«

Auf der linken Hälfte dieses Split Screens befindet sich ein gedoppeltes Foto, auf welchem vier Personen leicht versetzt hintereinander scheinbar auf die Kamera zukommen. Diese Gliederung und Ausrichtung der Personen verleiht dem Bild eine starke Dynamik. Rechts im Vordergrund nimmt eine schwarze Frau mit kurzen Haaren in einem hellen, orangefarbenen Abendkleid fast die Hälfte des Bildes ein. Direkt hinter dieser befindet sich ein, die Frau deutlich überragender Mann im Anzug, dessen Gesicht aber vom Bildrand abgeschnitten wird. Es folgt in der Bildmitte eine weitere Frau in einem schwarz-transparenten Kleid mit tiefem Ausschnitt. Ein schwarzer Mann in einem weißen Smoking mit schwarzer Fliege folgt den drei Personen. Besonders auffällig sind die Blickachsen der Figuren: Die Frau im Vordergrund hat einen ernsthaften Gesichtsausdruck und blickt nach vorne. Auf sie richtet sich der nachdenkliche Blick der ihr folgenden Frau. Der Mann im Hintergrund schaut keine der beiden Frauen an, sein Blick ist etwas gesenkt. Die Uneindeutigkeit

51 Vgl. Wilson 2010, S. 25 – 38.

seiner Gestik und Mimik lässt ihn in Aufruhr erscheinen. Keine der Figuren schaut direkt in die Kamera.

Abb. 12: *Tabloid Art History*, Instagram-Post vom 7. Mai 2018.



© Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont.

Es handelt sich hier um ein Paparazzi-Foto der Sängerinnen Solange und Beyoncé Knowles sowie des Rappers Jay-Z, wie sie zusammen den *Met Ball* 2014 verlassen. Dieses Bild ist deshalb von Bedeutung, weil sich nur wenige Minuten zuvor der von der Boulevardpresse als Aufzug-Eklat betitelte Streit zwischen Solange Knowles und ihrem Schwager Jay-Z abgespielt hatte. Diese Auseinandersetzung wurde von einer Sicherheitskamera im Fahrstuhl aufgenommen und der Presse zugespielt. Da es sich um eine reine Bildaufnahme ohne Tonspur handelt und die Beteiligten keine weiteren Infos mit der Öffentlichkeit teilen, sind weder Ursache noch Inhalt des Streits bekannt. Nach den Veröffentlichungen ihrer letzten beiden Alben, auf denen sowohl Beyoncé als auch Jay-Z den Ehebruch des Rappers thematisieren, glaubt die Gerüchteküche, Solange habe Jay-Z wegen seiner Untreue im Fahrstuhl attackiert. Mit diesem Hintergrundwissen kann das hier verwendete Paparazzi-Foto als ein Bild von der Flucht von einem Tatort gelesen werden. Dieser Eindruck wird noch dadurch verstärkt, dass alle drei den direkten Blick in die Kamera vermeiden.

Dieses Foto paaren Tabloid Art History mit Sandro Botticellis *Die Rückkehr Judiths nach Bethulia*, seine Bearbeitung des Judith-enthauptet-Holofernes-Motivs. Botticelli wählt einen Moment nach der Enthauptung: Judith und ihre Magd Abra befinden sich auf dem Weg vom Feldlager zurück in die belagerte Stadt. Abra balanciert auf ihrem Kopf ein Tablett mit dem abgeschlagenen Kopf des Holofernes. Judith schreitet voran, den Säbel noch in der einen, einen Olivenzweig in der anderen Hand. Während Abra ihre Herrin von der zurückgesetzten Position aus intensiv zu betrachten scheint, ist Judiths Kopf leicht seitlich nach unten geneigt. Ihr Blick ist nachdenklich und ernst.

Auf formaler Ebene ähneln sich die Zweier-Gruppen der Frauenfiguren. Beide hinteren Figuren (Beyoncé und Abra) betrachten eindringlich die vordere Figur, deren Blick nach vorne gerichtet, nachdenklich und in sich gekehrt ist. Auch die Armhaltungen ähneln sich stark. Alle vier Figuren tragen aufwendige, reichlich Falten werfende Kleider. Beyoncé trägt einen (transparenten) Schleier, Abra ein Kopftuch. Alle vier Figuren sind in Bewegung, die Bilder wirken dynamisch. Das kunsthistorische Bild und das Paparazzi-Foto entsprechen sich in der Komposition auf eindruckliche Weise.

Doch es ist vor allem die inhaltliche Bedeutungsebene, die den Erfolg dieser Paarung ausmacht: Die gottesfürchtige Witwe Judith, die ihr Volk vor dem Tod rettet, indem sie ihre Weiblichkeit einsetzt, um durch eine List den gegnerischen Heeresführer Holofernes zu töten, ist eine starke Verkörperung weiblicher Entschlossenheit und weiblichen Muts. Judith gilt als typologisches Äquivalent Marias, denn auch sie gilt als Überwinderin des Bösen.⁵² Tabloid Art History setzen die Figur der Judith mit der Sängerin Solange Knowles gleich, was im Rahmen des *Aufzug-Eklats* eine einleuchtende Interpretation der Geschehnisse liefert: Solange Knowles kann als die starke Frau gelesen werden, die ihre schwache Schwester vor dem bösen Ehemann zu schützen versucht. Da sich – wie auf den Sicherheitsaufzeichnungen zu sehen – Jay-Z defensiv verhält und seine Schwägerin gewähren lässt, kann Solange als die Siegerin den anderen voranschreitend das Schlachtfeld verlassen. Sie liefert Jay-Zs Kopf zwar nicht auf einem silbernen Tablett der Presse aus, aber der Eklat reichte doch aus, die Boulevardpresse jahrelang darüber spekulieren zu lassen, was in der Familie vorgefallen sein könnte. Beyoncé selbst wird in dieser Paarung der Magd Abra gleichgestellt. Deren Blicke auf die wütenden Frauenfiguren sind sowohl ungläubig als auch bewundernd. Im Kontext des

52 Vgl. Pöschel, Sabine: Handbuch der Ikonographie. Sakrale und profane Themen der bildenden Kunst. Darmstadt 2005, S. 94ff.

Celebrity Gossip und dessen immensen Detailwissen über alle Beteiligten, wird Beyoncé's Verhalten, welches zu Beginn des Skandals noch als seltsam passiv aufgefasst wurde, im Rahmen der Eheprobleme des Paares nun als Einverständnis mit dem aggressiven Verhalten ihrer Schwester gelesen.⁵³

Die von Tabloid Art History vollzogene Gleichung der selbstlosen Beschützerinnen Judith und Solange sowie der passiven, ahnungslosen Abra und Beyoncé scheint deshalb so einleuchtend, weil hier verschiedene kulturelle Erzählmuster aufgegriffen, bestärkt und verstetigt werden. Das Paparazzi-Foto kann jedoch erst nach dem Bekanntwerden der Eheprobleme des Paares in dieser Art und Weise interpretiert werden: Erst jetzt wird Solanges Wut nicht mehr im Rahmen des Stereotyps *Angry Black Woman*⁵⁴ gelesen, sondern als starke Schwesterfigur. Das Konzept des Star-Testings konnte an diesem Beispiel gleich mehrfach durchgeführt werden: So gibt es verschiedene Lesarten zum Verhalten der involvierten Personen, die sich im Laufe der Zeit stark gewandelt haben. Neben dem Wandel der unberechenbaren, überreagierenden kleinen Schwester hin zur gerechten, aufrechten und starken Beschützerin, haben sich die Lesarten beziehungsweise Interpretationen von Beyoncé's und Jay-Z's Verhalten ebenfalls verändert. Während zuerst Solanges aggressives Verhalten kritisiert wurde, das passive Verhalten Beyoncé's als seltsam eingeschätzt und Jay-Z's Passivität als besonnene Reaktion eines Mannes auf die Gewalt einer Frau bewundert wurde, gilt Solange nun als verantwortungsbewusste Schwester, Beyoncé als zu beschützendes Opfer und Jay-Z als verantwortungsloser Ehebrecher. So werden mit der neuen Erzählstruktur der Ehekrise andere Interpretationen zur Bewertung angeboten. Anhand des Superstar-Ehepaars lassen sich so verschiedene gesellschaftlich akzeptierte Narrative zu Ehe- und Beziehungskrisen ver- und aushandeln.

53 So schreibt ein Kommentator unter das Video der Sicherheitskamera auf Youtube: »Solange did what beyonce wanted to do, that's why she's just standing there«. Vgl. Comment Section unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=a0FoVZakDxo> (Letzter Zugriff: 16.01.2019).

54 Vgl. Kerwin, Anne: The »Angry Black Woman« makes real women angry. In: Advertising Age, Vol. 88/18, S. 0064. [25.09.2017] URL: <http://link.galegroup.com/apps/doc/A50701810z/AONE?u=fub&sid=AONE&xid=6ca1108e> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

»Spice Girls on the set of a publicity photoshoot, 1994-2000//Pablo Picasso, ›Les Demoiselles d'Avignon‹, c. 1907«

Auf der linken Seite dieses Posts befindet sich ein Werbefoto der britischen Band Spice Girls. Die fünf Sängerinnen sind frontal nebeneinander angeordnet (wobei die rechte Frau stark angeschnitten ist). Sie sind – bis auf eine – freizügig gekleidet. Alle Frauen schauen direkt in die Kamera. Die Mise en Scène behauptet eine Umkleidekabine, wie sie zum Beispiel in amerikanischen Schulen zu finden wäre. Alle großen Requisiten, Bänke, Spinde und Teppiche sind rosa. Weitere Requisiten wie Pom-Poms und Teile einer American-Football-Ausrüstung liegen auf dem Boden. Ein Spind im Hintergrund steht offen, an der Innenseite der Tür hängen Fotos muskulöser Männer mit freiem Oberkörper. Die beiden Frauenfiguren im linken Vordergrund tragen Cheerleader-Outfits. Die beiden Frauen links und rechts neben diesen beiden tragen nur Unterwäsche, sie ziehen sich an oder aus. Die stark angeschnittene Frau am rechten Bildrand trägt Sportkleidung. Alle fünf zeigen verschiedene Gestik und Mimik, die der Kamera und somit den Betrachternden gelten: von verführerischen Gesten über gespielte Überraschung bis hin zu bösen Blicken. Durch die knalligen Farben, die vielen Requisiten, die unterschiedlichen Positionierungen sowie die vielfältige Gestik und Mimik der Sängerinnen wirkt das Bild expressiv und dynamisch.

Abb. 13: *Tabloid Art History*, Instagram-Post vom 4. Januar 2018.



© Elise Bell, Mayanne Soret, Chloe Esslemont.

Auf der rechten Seite befindet sich eine Abbildung des Gemäldes *Les Femmes d'Alger* von Picasso. Auch hier sind fünf Frauenfiguren zu den Betrachtenden hin ausgerichtet. Sie sind nackt, lediglich ein paar wenige Körperteile sind verhüllt. Auch diese fünf Frauenfiguren posieren in jeweils unterschiedlichen Haltungen. Die Rosa- und Pinktöne, die die nackte Haut der Figuren wiedergeben, dominieren. Im Hintergrund finden sich auch Blau- und tiefe Rottöne. Der Eindruck eines Blickes nach draußen entsteht, doch er bleibt uneindeutig.⁵⁵ Die zwei zentralen, frontal ausgerichteten Figuren haben die Arme hinter dem Kopf verschränkt. Sie präsentieren ihre Körper. Ihre Gesichter sind relativ eindeutig gemalt, während die der anderen drei Figuren stark maskenhaft erscheinen. Eine der Figuren hat den Betrachtenden den Rücken zugewandt, sie sitzt breitbeinig in der Hocke. Ihr Kopf scheint unnatürlich verdreht. Die fünfte Figur auf der linken Seite steht im Profil, was den Eindruck erweckt, sie schau die anderen Figuren an, nicht die Betrachter/-innen. Durch die geometrischen Formen, die teils flächigen Farben und kontrastreichen Abstufungen wirkt auch dieses Bild expressiv und dynamisch.

Les Femmes d'Alger gilt als Wendepunkt in der Kunstgeschichte, formal und inhaltlich:

»Picassos ›Les Femmes d'Alger‹ wurden als Schlüsselwerk des Kubismus gefeiert, als eines der einflussreichsten Werke des 20. Jahrhunderts – die geometrische Auflösung der Gesichter der fünf Frauenfiguren wurde analysiert, die afrikanischen Masken und iberischen Gesichtszüge, die sie tragen, als Einbindung eines außereuropäischen Primitivismus anerkannt etc. Dass es sich bei dem zweieinhalb Meter hohen, also überlebensgroßen, Gemälde aber vor allem darum handelt, dass sich der Betrachter als potenzieller Kunde eines Bordells fühlen muss, dass er von fünf nackten, riesigen Prostituierten aufs Unangenehmste fixiert, ja fast bedroht wird, das wurde erst ziemlich spät ausdrücklich thematisiert. Picassos ›Femmes‹ waren also nicht nur formal radikal, sondern auch inhaltlich. Aug in Aug mit den fünf dominanten Damen wird klar, was die Zukunft der Kunst prägen wird: Erst durch den Betrachter wird ein Kunstwerk vollständig.«⁵⁶

55 Im Original befindet sich mittig im Vordergrund ein Stillleben einer Schale mit Obst. In der hier genutzten Reproduktion wurde das Bild so beschnitten, dass das Stillleben nicht zu sehen ist.

56 Spiegler, Almuth: Lust und Tabu. Über Sex und Kunst. Wien 2013, S. 66.

Der Kontext, in welchen Tabloid Art History die Girlpower-Band der 1990er Jahre hier stellt, ist also der des radikalen Meisterwerks eines revolutionären *Künstler-Genies*. Dieser Kontext eröffnet viele interessante Interpretationen, aber an dieser Stelle sei lediglich ein Aspekt besonders herausgestellt: die außergewöhnliche Positionierung des als männlich gedachten Betrachters und die damit einhergehende hochgradig sexualisierte Repräsentation von Frauen und ihren Körpern.

Beide Bilder sind Darstellungen expressiver Weiblichkeit. Picasso gibt mit *Les Demoiselles d'Avignon* fünf Prostituierte wieder, die durch die Zurschaustellung ihrer Körper für ihre Dienste werben. Doch durch die Malweise verhindert Picasso eine allzu sentimentale Interpretation dieser Werbung. Wir sehen keine idealisierten Körper oder romantisierte Posen. Die Blicke der Prostituierten sind direkt, ihre Körper scheinen unmittelbar (trotz der malerischen Abstraktion).

»Its immediacy, the directness with which the stares of each individual prostitute invite the spectator in, underlines its role in one of the central developments of art in the twentieth century: the empowering of the spectator. We, the work's spectators, are made the centre of attention.«⁵⁷

Die Betrachtenden sind dabei eindeutig männlich konnotiert (nämlich als Besucher des Bordells). Dies lässt sich auch für das Foto der Spice Girls behaupten. Auch diese präsentieren ihre Körper auf hochgradig sexualisierte Weise: Kurze Röcke werden nochmals gerafft, pinke Unterwäsche und solche mit Leopardenmuster werden offensiv präsentiert, lange, nackte Beine werden gespreizt, Lippen geschürzt und ein Lolli hingebungsvoll gelutscht. Die Sexualisierung scheint expressiver als die der *Demoiselles* – im direkten Vergleich wirken letztere gar bieder. Doch die Spice Girls sind keine Prostituierten – und doch verkaufen sie ihre Körper und mit ihren Körpern ihre Produkte. Die Positionierung des Betrachters ist hier im Kontext der (pseudo-)feministischen *Girl Power*, die das Image der Spice Girls prägt und von diesen aggressiv vermarktet wurde, eine überraschende. Sollte man doch meinen, die Zielgruppe seien junge Mädchen und Frauen, die sich mit dem Girl Power- und Freundschaftsprinzip der Band identifizieren können, so zeigt die visuelle (Re-)Präsentation tief im *male gaze* verwurzelte Strategien auf. Die offensive,

57 Green, Christopher: An Introduction to *Les Demoiselles d'Avignon*. In: Ebd. (Hg.): *Picassos Les Demoiselles d'Avignon*. Cambridge 2001, S. 2.

sexualisierte Darstellung jeder Einzelnen spielt mit dem Guckloch-Motiv, also die vermeintliche Beobachtung von etwas, was einem nicht gezeigt werden soll. Die Inszenierung suggeriert, dass die Frauen sich in einer Umkleidekabine umziehen. Gezeigt wird der Moment, in welchem sie sich des Voyeurs bewusst werden. So können auch der böse Blick der linken Frau und die erschrockene beziehungsweise abwehrende Gestik der beiden rechten Frauen verstanden werden. Die beiden mittleren Frauen wiederum flirteten offensiv mit dem Beobachter. Diese Reaktionen können nicht anders als auf einen männlich konnotierten Beobachter ausgerichtet sein. Es werden keine visuellen Strategien genutzt oder entwickelt, um beispielsweise die Zielgruppe der jungen Frauen als Freundinnen anzusprechen. Das einzige Angebot an die weiblichen Zuschauer scheint zu sein, sich mit einer der fünf Frauenfiguren zu identifizieren und sich quasi in einem Repräsentations-*Stunt* wiederum selbst als mögliches Objekt des *male gaze* vorzustellen.⁵⁸ Die von den Spice Girls propagierte Girlpower mag ihre *empowerment*-Momente gehabt haben, in Fragen der Repräsentation blieben sie aber sexistischen Mustern verhaftet.⁵⁹

Ein Plädoyer für das genaue Hinsehen

Doch was passiert mit den Paparazzi- und Celebrity-Bildern, wenn sie mit Werken der Kunstgeschichte gepaart werden, wie es Tabloid Art History praktizieren? In der Berichterstattung über Tabloid Art History sind zwei gegensätzliche Interpretationen auszumachen. Entweder lasse die Paarung die Kunstwerke in neuem Licht erscheinen: »how tabloid photos throw new

58 Die Annahme, dass in der *male-gaze*-Blickkultur der Betrachterin nur die Identifikation mit der objektivierten weiblichen Figur angeboten wird, ist eine der Hauptthesen der feministischen, psychoanalytischen Filmkritik. Diese wird auch kritisch hinterfragt. In diesem Fall scheint diese These allerdings belegbar. Vgl. u.a. Stacey, Jackie: *Feminine Fascinations. A question of identification?* In: Marshall, David (Hg.): *The Celebrity Culture Reader*. New York 2006, S. 252-285.

59 Vgl. z.B. Troka, Donna Jean: *Homegirls, Riot Grrrls and Spice Girls. Representations and Misrepresentations of Feminism in Music*. Columbus 1998. Oder Brabazon, Tara/Evans, Amanda: *I'll never be your woman. The Spice Girls and New Flavours of Feminism*. In: *Social Alternatives*. April 1998. Vol. 17/2, S. 39-42.

light on old masters«⁶⁰ – oder die Paparazzi-Bilder werden zu Kunstwerken: »the genius twitter account turning paparazzi shots into masterpieces«⁶¹. Während die eine Seite argumentiert, dass die alten Meister einen besonders schönen Ausdruck der menschlichen Natur gefunden hätten, der sich auch heute in besonders schönen Paparazzi-Fotos finden lassen kann, argumentiert die andere Seite, dass die Kunstfertigkeit von Paparazzi-Fotos deutlich wird, wenn man sie mit der Kunstfertigkeit alter Meister vergleicht. Die erste Sichtweise schaut naturalisierend auf die Kunstgeschichte:

»This game works because great art is universal. The gestures and expressions that artists such as Botticelli and Schiele saw in the world around them and distilled into sombre monumental images amount to a gallery of human possibility, a museum of moods, experiences and fates. All human life is in their masterpieces. [...] It's no wonder today's tabloid images and selfies occasionally throw up images of the same human truths.«⁶²

Solche naturalisierenden Aussagen sind mit Vorsicht zu genießen, da damit ein geschichts- und kulturvergessener Raum behauptet wird, in welchem Genies ihre Kunst produzieren und Rezipierenden diese betrachten. Der zweite Ansatz, der besagt, dass Paparazzi-Bilder eine (eigene) künstlerische Ästhetik innehaben, ist dann interessant, wenn diese nicht ebenfalls naturalisiert wird, das heißt, wenn der Paparazzi-Fotograf nicht als verkannter Künstler gelesen wird. Professionelle Paparazzi sind ästhetisch geschulte Produzenten und Produzentinnen visueller Objekte. Sie wählen den ästhetischen Sehgewohnheiten entsprechende Fotos aus, um sie an (Bild-)Redaktionen zu verkaufen, die wiederum ihre Auswahl unter diesen Aspekten treffen. Obwohl (oder gerade weil) Paparazzi-Fotos zum schnellen Konsum gemacht sind, können sie eine gewisse Qualität aufweisen, die sich besonders dann erschließt, wenn man die Bilder eingehender betrachtet – oder wenn man wie bei den Posts von Tabloid Art History auf deren ästhetische Gemachtheit hingewiesen wird. Was die Posts also vor allem verdeutlichen, sind diese

60 Jones, Jonathan: Beyoncé meets Botticelli. How tabloid photos throw new light on old masters. In: The Guardian Online. [20. August 2018]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/20/beyonce-botticelli-tabloid-photos-art-history> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

61 Lanigan 2017.

62 Jones 2018.

ästhetischen Sehgewohnheiten und ihr historisches Gewachsen Sein. Aby Warburg hätte seine Freude gehabt.

4.3 Exkurs: Aby Warburgs Pathosformeln

Theoretische wie auch alltägliche Erklärungsansätze für die besondere Bedeutung einiger Bilder oder Bildkomplexe anhand deren gelungener Darstellung einer vermeintlich universal gültigen *conditio humana* wurden bereits für diesen kultur-negierenden Essentialismus kritisiert. Gerade für nicht-ikonische Bilder spielt diese Argumentation vom universal gültigen Allzumenschlichen eine besondere Rolle. Diese kulturell konstruierten Bildmotive haben in ihrem jeweiligen (sozialen und kulturellen) Kontext wichtige Funktionen inne. Es gilt gegen das Argument des Universellen als solches aufzuzeigen, so dass man ihre kulturelle Verankerung nur umso deutlicher erkennen kann. So kann der Ausspruch, etwas sei essentiell für einen Menschen, so verstanden werden, dass etwas essentiell für die Kultur ist, in der dieser Mensch lebt. Kultur ist immer etwas Menschengemachtes, etwas (oft jahrhundertlang) Gewachsenes, mit Vorgängern, Erben, Traditionen, Brüchen und referenziellen Gegenentwürfen. Aby Warburgs Pathosformeln helfen, diese prozesshafte Entwicklung kultureller Übereinstimmungen zu verstehen.

Warburgs Pathosformeln setzen geschichtlich noch vor den christlichen Ikonen an und erhellen somit einen blinden Fleck dieser Arbeit: Die hier beschriebene westliche Kultur⁶³ ist zwar vor allem eine christlich geprägte, aber die vorchristliche Zeit hatte und hat großen Einfluss auf das Selbstverständnis dieses Kulturkreises. Indem Warburg mit dem Begriff der Pathosformeln vor allem den Einfluss antiker Vorbilder in der Darstellung emotionaler Gestik und Mimik in der Kunst der (Früh-)Renaissance beschreibt, macht er die anhaltende und prozesshafte Aneignung von vor Jahrhunderten gesetzter emotionaler Ausdrucksformen deutlich. In diesem Sinne sind Pathosformeln »Urworte leidenschaftlicher Gebärdensprache«⁶⁴, sie sind «Superlative» der Gebärdensprache [...], mit denen die bedeutendsten Künstler der Renaissance

63 Zur Fragwürdigkeit des Begriffs Westliche Kultur vgl. Attia, Iman: Die »westliche Kultur« und ihr Anderes: Zur Dekonstruktion von Orientalismus und antimuslimischem Rassismus. Bielefeld 2009.

64 Gombrich 2012, S. 500.

die tiefsten menschlichen Werte auszudrücken wünschten.«⁶⁵ Nach Warburg haben diese pathetischen Formeln über die Antike hinweg trotz der Christianisierung ihre Gültigkeit behalten beziehungsweise hat sich die christliche Kunst diese angeeignet und in der Frührenaissance wieder verstärkt geltend gemacht.

Was Warburg am antiken Pathos als emotionale Bildersprache besonders interessiert, ist dessen Fortwirken, Wiederauftreten und *Nachleben* in der Kunst der Renaissance. Dies erläuterte er 1905 in seinem Vortrag *Dürer und die italienische Antike* anhand verschiedener Darstellungen des Motivs *Der Tod des Orpheus*, insofern sich dies in der stark gekürzten, überlieferten Zusammenfassung seines Vortrags nachvollziehen lässt.⁶⁶ Auch sein Vortrag *Die italienische Antike im Zeitalter Rembrandts* von 1926 greift diese Frage nach dem Einfluss heidnischer Ausdrucksformen auf die neuzeitliche Kunst auf:

»Warburg wollte Rembrandts Einstellung zum antiken Erbe vor dem Hintergrund der zeitgenössischen Ideen und Formen sichtbar machen, in denen das siebzehnte Jahrhundert sich gewöhnlich klassische Themen vorstellte. Diese Stereotypen, die die Atmosphäre der Zeit durchdrangen und den Geschmack einer breiteren Öffentlichkeit beherrschten, lassen sich nur aus Quellenmaterial rekonstruieren, das von Kunsthistorikern meistens vernachlässigt wird. Um uns klarzumachen, was der Mann auf der Straße unter einem antiken Thema verstand, müssen wir uns an die Illustratoren antiker Autoren halten, an die Inszenierungen antiker Dramen und ihrer Imitationen und vor allem an die festlichen Aufzüge, die auf antike Götter, Helden und Allegorien nicht mehr verzichten mochten.«⁶⁷

Trotz des paternalistischen Tons des Kunsthistorikers und Warburg-Biographen Ernst H. Gombrich ist die beschriebene Herangehensweise dank der Rückbindung an den Gebrauch und das Alltagsverständnis der Pathosformeln doch von Interesse. Indem sich Warburg nicht nur auf das Fortleben der Pathosformeln von der Antike bis zur Neuzeit beschränkt, sondern dazu auffordert, auch »andere Formen der Symbolik«⁶⁸ wie beispielsweise performative Künste, Feste, Flug- und Propagandaschriften sowie Briefmarken zu betrachten, macht er deutlich, wie kulturell gebunden das

65 Ebd., S. 466.

66 Vgl. Abdruck des Protokolls des Vortrags in Ketelsen/Stolzenburg 2011, S. 50-57.

67 Gombrich 2012, S. 439-440.

68 Ebd., S. 500.

Verständnis von emotionalen Gebärden ist. Dabei spricht Warburg von einer Kulturpsychologie und einem sozialen Gedächtnis, was aus heutiger Sicht gerade im Wissen um das damals beliebte Konzept des Rassen-Gedächtnisses problematisch erscheint.⁶⁹ Nichtsdestotrotz ist die Herangehensweise, die Warburg hier empfiehlt, durchaus hilfreich und kommt der kulturgeschichtlichen Kontextualisierung nahe:

»Die Methode [...] ist in der Grundidee sehr einfach, wir suchen den Geist der Zeiten in seiner stilbildenden Funktion dadurch persönlich zu erfassen, daß wir den gleichen Gegenstand zu verschiedenen Zeiten und in verschiedenen Ländern vergleichend betrachten.«⁷⁰

Für Warburg ist die Stilgeschichte zweitrangig, vielmehr versteht er die Wiederbelebung antiker Pathosformeln als ein kultur-psychologisches Symptom, als ein »Indiz für den Zustand des Kollektivgeistes«⁷¹. Der in bildwissenschaftlichen Kontexten immer wieder angeführte Bildatlas, an dem Warburg bis an sein Lebensende arbeitete, sollte diesen Zustand des Kollektivgeistes in einem größeren Umfang abbilden. Warburg galt der Bildatlas als Versuch,

»[...] auf die Funktion des europäischen Kollektivgedächtnisses als stilbildende Macht hinzuweisen, indem sie die Kultur des heidnischen Altertums als Konstante nimmt. Die Abweichungen der Wiedergabe, im Spiegel der Zeit erschaut, geben die bewußt oder unbewußt auswählende Tendenz des Zeitalters wieder und damit kommt die wunschbildende, idealsetzende Gesamtseele an das Tageslicht, die im Kreislauf von Konkretion und Abstraktion und zurück, Zeugnis für jene Kämpfe ablegt, die der Mensch um die Sophrosyne [Personifizierung der Gelassenheit in der griechischen Mythologie, Anm.d.A.] zu führen hat.«⁷²

Gombrich beschreibt weiter, dass es Warburg mit dem Bildatlas nicht nur um eine Rekapitulation seiner früheren Forschungen ging, sondern insbesondere

69 Vgl. Ebd., S. 459ff. und Corsepius, Katharina: Mnemische Welten. Die kulturwissenschaftliche Bibliothek Aby Warburgs. Kunstgeschichte als Bildwissenschaft und die Auflösung des Kanons. In: Conermann, Stephan (Hg.): Was ist Kulturwissenschaft? Zehn Antworten aus den »Kleinen Fächern«. Bielefeld 2012, S. 93f.

70 Gombrich 2012, S. 510.

71 Ebd., S. 585.

72 Warburg zitiert nach Gombrich 2012, S. 512.

auch darum, »ein grundlegendes Vokabular der Urworte der menschlichen Leidenschaft vorzulegen«. ⁷³

Gerade fotojournalistische Werke gelten oft aufgrund ihres vermeintlich dokumentarischen Charakters als besonders starke Darstellungen menschlicher Leiden und/oder Leidenschaft. In diesem Kontext ist es wichtig, die ästhetische Form der Fotografien an ihre Vorbilder rückzukoppeln, um einer Essentialisierung entgegen zu wirken. Pathosformeln funktionieren als kulturell verständliche Formeln für den pathetischen, also emotionalen Ausdruck. Doch die Pathosformeln, »jene[s] Konstrukt[s], das die elementaren gestischen Ausdruckskonfigurationen menschlicher Existenzbewältigung zu fassen versuchte«⁷⁴, werden hier genau nicht als solche elementaren Urworte verstanden, sondern als frühe, geschichtlich konstante Verbildlichungen.⁷⁵ Auch diese so symbolisierten Verhaltensweisen werden nicht ohne ein noch früheres Vorbild ausgekommen sein. Hier soll also nicht essentialisiert werden, sondern lediglich auf besonders langwährende kulturelle Symbolisierungen verwiesen werden.

Warburgs Bildatlas, von ihm selbst Mnemosyne genannt, zeigt, dass die Pathosformeln bis in die Gegenwart hineinwirken.⁷⁶ Eine grundlegende Annahme dieser Arbeit lautet, dass die als bedeutend bezeichneten Bilder (sowohl ikonische als auch nicht-ikonische) immer auf bereits kulturell etablierte Bildsprachen und visuelle Repräsentationen aufbauen. Sie sind in ihrer Bildsprache konventionell. Sie sind leicht verständlich und in ihrer jeweiligen Symbolisierung kulturell fest verankert. Warburg interessiert sich für das »weittragende stilgeschichtliche, bisher allerdings kaum formulierte, Problem vom Austausch künstlerischer Kultur zwischen Vergangenheit und Gegenwart«⁷⁷, also dafür, wie die jeweilige zeitgenössische Kunst mit diesem Erbe umgeht, es sich aneignet und in die eigene Kultur übersetzt. Das Ineingreifen von Tradition und traditioneller Darstellungsform mit zeitgenössischer und eventuell unkonventioneller Visualität ist in seiner jeweiligen Beschaffenheit zu betrachten.

73 Ebd., S. 542.

74 Hensel, Thomas: Die Medialität der Kunstwissenschaft. Aby Warburg und die Fotografie. In: Schmidt, Eva/Rüttinger, Ines (Hg.): Lieber Aby Warburg, was tun mit Bildern? Vom Umgang mit fotografischem Material. Heidelberg 2012, S. 36.

75 Vgl. zu problematischen Aspekten in der zeitgenössischen Warburg-Rezeption: Schade 2011b.

76 Vgl. Gombrich 2012, S. 535ff.

77 Warburg zitiert nach Ketelsen/Stolzenburg 2011, S. 88.

»Warburgs Antikenprojekt, manifestiert in seinen Schriften wie im Bildkompendium des Mnemosyne-Atlas, lässt sich als ein Organon der Erinnerung und der Vergegenwärtigung zugleich erachten, das dazu beitragen möchte, aus der (Bild-)Geschichte heraus die Gegenwart (der Bilder) sowie die gegenwärtigen Bilder zu begreifen.«⁷⁸

So wird auch verständlich, warum der Begriff Pathosformel ein so dankbarer ist und häufig zwar mit Verweis auf Warburg, aber ohne Berücksichtigung des ursprünglichen Kontexts der Antiken-Rezeption verwendet wird. Der Begriff Pathosformel ermöglicht es, kulturelle Ausdrucksformen und Motive in ihrer Geschichtlichkeit und in ihrer zeitgenössischen Erscheinungsform zusammen zu denken. Indem man eine bestimmte Ausdrucksform als Pathosformel beschreibt, kann man ihre prozesshafte Geschichte, ihre kulturelle Bedeutung, ihre Symbolkraft und ihre Gemachtheit in einen Zusammenhang bringen.

Für die Kulturwissenschaftlerin Elisabeth Bronfen ist es vor allem das Zusammenspiel von Geschichte, Ereignis und Inszenierung, das den Begriff und das Konzept Pathosformel interessant macht. In ihrem Essay *Pathosformeln des Krieges und ihr Nachleben in Hollywood* zeigt sie dies anhand der filmischen Interpretation tatsächlicher Ereignisse:

»Bringt man Warburgs Theorie mit der Arbeit in Hollywoods Traumfabrik zusammen, lässt sich Folgendes sagen: Die Distanz zwischen der affektiven Kraft, die von einem vergangenen Ereignis nachdrängt, und deren nachträglichen Realisierung als Filmszene schafft einen Denkraum, in dem die zeitgenössische Kultur über ihr Verhältnis zur Vergangenheit nachdenken und kritisch reflektieren kann.«⁷⁹

Die Beschreibung der Pathosformel als Denkraum ermöglicht es, das Konzept auch auf nicht-ikonische Bilder anzuwenden. Deren Bildsprache ist besonders konventionell, unauffällig und unaufdringlich. Ihre Motive und impliziten Bedeutungen sind ebenfalls an kulturelle Absprachen und traditionelle Pathosformeln gebunden.

78 Diers, Michael: *Fotografie Film Video. Beiträge zu einer kritischen Theorie des Bildes*. Hamburg 2006, S. 328.

79 Bronfen, Elisabeth: *Pathosformeln des Krieges und ihr Nachleben in Hollywood*. In: Geimer, Peter/Hagner, Michael (Hg.): *Nachleben und Rekonstruktion. Vergangenheit im Bild*. München 2012, S. 235.

Die den Pathosformeln inhärente Erkenntnis, dass es starke Ausdrucksformen gibt, die sich durchsetzen, verständlich und eindringlich sind und seit Jahrhunderten Bestand haben, macht deutlich: Diese emotionalen Ausdrucksformen sind keine essentiellen, allen Menschen eigenen, quasi biologischen Reflexe, sondern eine auf kulturell verbindliche Abmachungen basierende Verständigung – ähnlich einer Sprache. Pathosformeln sind eine (mehr oder weniger) abstrahierte, künstlerische Methode, starke Emotionen auszudrücken. Bestimmte Ausdrucksformen haben sich weiterentwickelt und durchgesetzt, wurden abgewandelt und teilweise, wie Warburg beschreibt, so inflationär genutzt, dass sie ihre emotionale Wirkung verloren haben.⁸⁰

Starke Emotionen mögen als etwas Ur-Menschliches durchgehen – die Art und Weise, wie diese Emotionen ausgedrückt werden, ist jedoch immer kulturell geprägt.

4.4 Ideology at Work

Paparazzi-Fotos und pornografische Bilder dienen hier als Beispiele nicht-ikonischer Bilder, deren Konsum mit Begehren, Lust und auch einem bestimmten Tabu zusammenfällt. In einer Art kulturellen Grauzone mit hohen moralischen Bedenken operieren sie erfolgreich als nicht-ikonische Bilder: Indem die einen unter dem Deckmantel der Harmlosigkeit, die anderen unter dem Deckmantel des Nicht-Alltäglichen, Verbotenen und Heimlichen operieren, wirkt ihre Macht als Werkzeuge neoliberaler Gouvernementalität subtil und unerkannt. Die Wirkungsmacht von Paparazzi- und anderen Celebrity-Fotos als Anforderung an das Subjekt, sich selbst an den dort verhandelten Maßstäben zu messen, wird damit abgetan, dass es sich ja lediglich um einen unterhaltsamen Zeitvertreib handelt, der von den Konsumierenden selbst nicht weiter ernst genommen wird.⁸¹ Die Wirkungsmacht pornografischer Filme, das intime Miteinander einer Logik der größtmöglichen Sichtbarkeit und Sichtbarmachung zu unterwerfen und damit dieser eine Ordnung überzustülpen, die der Körperlichkeit von Sexualität nicht gerecht wird, wird externalisiert als ein Problem, welches nur andere haben. In beiden Fällen ist

80 Dass heutzutage das Adjektiv pathetisch immer auch eine negative, abwertende Färbung hat und eine Bedeutungsverschiebung hin zu künstlich und übertrieben zu beobachten ist, muss an dieser Stelle als Hinweis genügen.

81 Vgl. Wilson 2010, S. 37.

die Strategie der Verharmlosung der an die Subjekte gestellten Anforderungen des Sich-Zu-Sehen-Gebens zu beobachten. Eine weitere, hier operierende Strategie, durch die nicht-ikonische Bilder Normalität kodifizieren, ist die der Unsichtbarmachung von unterschiedlichen Körpern. Verhandelt wird eine Körpernorm, die einem bestimmten Ideal entspricht. Sowohl die Körper der Pornodarsteller/-innen als auch die der Celebrities sind an diesem Ideal ausgerichtet und müssen sich an diesem messen lassen. Abweichungen werden entweder in Nischen als Perversitäten ebenfalls konsumierbar gemacht (Internet-Pornografie) oder als Verhandlungsmasse ausgestellt und bewertet (*Celebrity Gossip*). Die Logik der voyeuristischen Blickkultur, alles zu sehen zu bekommen, wird so als Normalität festgelegt.

Beide Bildkomplexe wurden als *arme Bilder* identifiziert, wie sie Hito Steyerle definiert. Diese *armen Bilder* gleichen den nicht-ikonischen Bildern, nur dass Steyerle in besonderem Maße ihre (Nicht-)Materialität und schlechte Qualität in den Vordergrund stellt. Während nicht-ikonische Bilder durchaus hochglänzend sein können, so stimmt es doch zumindest für die hier genannten Beispiele von Paparazzi-Fotos und Pornofilmen, dass ihre Materialität und Qualität als digitale Bilder ihren Status als nicht-ikonische Bilder mitbestimmen. Ihre ideologische Aufladung und ihre Funktion als Werkzeuge neoliberaler Gouvernementalität wirken vor allem durch die schnelle und billige Verfügbarkeit im Internet. Das nicht-ikonische Bild als armes Bild passt sich dessen Bedingungen hervorragend an:

»On the one hand, it operates against the fetish value of high resolution. On the other hand, this is precisely why it also ends up being perfectly integrated into an information capitalism thriving on compressed attention spans, on impression rather than immersion, on intensity rather than contemplation, on previews rather than screenings.«⁸²

Indem die nicht-ikonischen Bilder einer Logik der Vereinfachung folgen, um besser konsumierbar zu sein, integrieren sie sich nicht nur in den Informations-Kapitalismus, sie sind willfähige Elemente dessen. Sie werden produziert, um in kurze Aufmerksamkeitsspannen zu passen, oberflächlich reizende Eindrücke zu vermitteln und Intensität zu behaupten, die aber nur von kurzer Dauer ist. Dabei folgen sie Mustern, Strukturen und Logiken, die vor ihnen von anderen Bildern und Bildproduzenten und -produzentinnen

82 Heyerle 2012, S. 42.

auf anspruchsvollere Weise erarbeitet wurden. Diese anderen (kunsthistorischen) Bilder dienen dabei als kulturelle Legitimation. Doch zumindest in den hier behandelten Paarungen – die bis zur Unkenntlichkeit getriebene Übereinanderlegung bei Pham Thai Ho, das Auf-Augenhöhe-Stellen bei Tabloid Art History – zeigt sich das künstlerische Bild als widerstandsfähig.

Damit berühren beide Beispiele noch ein weiteres, ideologisch aufgeladenes Thema, nämlich die Hierarchisierung der einen Bildkultur über die andere. Der Machtkampf um die Deutungshoheit über Hochkultur und Massenkultur wird facettenreich geführt.⁸³ Auch heute noch haften der sogenannten Hochkultur etwas Elitäres und der Massenkultur etwas Lächerliches, Nebensächliches an. Die Artefakte des Künstler Ho und der Kunsthistorikerinnen von Tabloid Art History können als eine (nicht unbedingt bewusst von diesen eingesetzte, aber trotzdem mitlaufende) Strategie der visuellen Widerständigkeit solcher wertenden Dichotomien verstanden werden.

Die Visual Studies als Teil der Kulturwissenschaften versuchen auch in der Wahl ihrer Forschungsobjekte diese Dichotomie zu beleuchten und die damit verbundenen Wertungen offenzulegen. Folgt man James Elkins, einem der Begründer der Visual Studies, dann ist diese *High-and-Low-Art*-Debatte ein konstitutives Problem der neuen Forschungsrichtung. Elkins schlägt vor, die verschiedenen Diskurse der *High and Low Art* in ihrer Unterschiedlichkeit und ihren Dissonanzen ernst zu nehmen.⁸⁴

Diese Dissonanzen definieren nicht nur das Forschungsfeld der Visual Studies, sie sind auch das, was die Arbeiten des Künstlers Ho und die Posts von Tabloid Art History ausmachen. Obwohl Ho sich im Interview immer wieder dafür ausspricht, dass die Unterscheidung zwischen Pornofilmen und Aktmalerei lediglich eine (teils sozialhistorisch bestimmte) Behauptung ist, so macht er doch die der Kunst eigenen Ordnung der Sichtbarkeit stark. Hos Reflexionen über die kulturelle Beurteilung und Hierarchisierung der verschiedenen Ordnungen der Sichtbarkeit sind damit genauso ambivalent wie seine Arbeiten selbst. Auch die Kunsthistorikerinnen von Tabloid Art History weisen auf die Dissonanzen und die Gemeinsamkeiten hin:

»A: Your work clearly negotiates the High/Low Art dichotomy – in what way do you think a comparison between the two spheres changes the way the

83 Vgl. z.B. Bru, Sascha u.a. (Hg.): *Regarding the Popular. Modernism, the Avant-Garde and High and Low Culture*. Berlin/Boston 2012.

84 Elkins, James: *Visual Studies. A skeptical Introduction*. New York/London 2003, S. 58–59.

two spheres are perceived?

TAH: To answer fairly briefly, I think comparing the two shows the extent to which they overlap, and how politicised both of these categories are. There's nothing absolutely or naturally low or high about certain art or visual culture, but they are very much constructed as such. [...]

A: Isn't it a little ›snobbish‹ or ›elitist‹ to approach the ›Low‹ from the status of ›High‹ (which an art historian definitely holds)? To talk about celebrities is a lot easier and does not require just as much knowledge than talking about art history...

TAH: [...] the categories of ›Low‹ and ›High‹ art are politicised and need to be understood within a wider socio-cultural reading—›low‹ art usually refers to art that is produced by and/or appeal to public that are either non-male or non-white (or both). Although, I have definitely seen attempts to draw comparisons between so-called ›low‹ and ›high‹ art by institutions and individuals alike in a way that's patronising and elitist, often it comes from a certain disregard for what is considered as ›low‹ art and who is seen as consuming it [...]. Personally, we compare both because we love both equally, and because we don't see any problems with being funny and serious about something, finding art both fulfilling intellectually and entertaining, and because it's a way to help us relate more to the often difficult practice of art history.«⁸⁵

Die Kunsthistorikerinnen von Tabloid Art History nehmen also beide Sphären in ihren eigenen Diskursen ernst. So begegnen sie sich auf Augenhöhe, wodurch die Gemachtheit der einen und die Ästhetik der anderen sichtbar und hinterfragbar werden.

Durch »die ostentative Reflexivität künstlerischer Visualität, ihre den instrumentellen Bilderwelten entgegengebrachte Skepsis oder strategische Affirmation«⁸⁶ führt in beiden hier vorgestellten Strategien zu einer Offenlegung der nicht-ikonischen Anteile der nicht-künstlerischen Bilder. Hos Bilder vermitteln im besten Fall, dass die Hierarchisierung von hoher Kunst im Vergleich zur *Schmuddelware* Pornografie eine instabile ist, die bei der genauen Betrachtung der einzelnen Bilder einzustürzen droht. Die Posts von Tabloid Art History wiederum zeigen auf, wie die Ästhetisierung außerkünstlerischer Bilder und damit das Fortwirken kunsthistorisch gesetzter Rezeptionsformen und -vorlieben auch auf die Kunstgeschichte zurückwirkt. Wenn *hohe* Kunst

85 Sorel für Tabloid Art History 2019 im E-Mail-Interview.

86 Holert 2008, S. 53.

in *niederer* Kunst zitiert wird, dann aus dem Anspruch heraus, an dem Kunstanspruch und der kulturellen Sonderstellung von Kunst teilhaben zu können. Beyoncé oder Kim Kardashian inszenieren sich nicht nur aus ästhetischen Gründen wie prachtvolle Madonnen alter Meister, sondern auch um ihre Etablierung als Künstlerinnen zu untermauern. Doch indem sie sich so inszenieren, setzen sie auch einen Kontext für diese Madonnen-Bildnisse, der sich der reinen kunsthistorischen Betrachtung verwehrt – und so für eine Politisierung beider Blickkulturen sorgt.

5 Fallstudie 2: Das Selfie als Kulturtechnik

5.1 Zu-Sehen-Geben

Fast jedeR hat schon einmal ein Selfie gemacht. Einige haben es danach auch in sozialen Netzwerken veröffentlicht. Selfies sind eine bestimmte Form des Selbstporträts¹. Sie werden mit der Smartphone-Kamera gemacht, indem diese in Armlänge von der sich selbst porträtierenden Person gehalten wird. Selfies haben damit rein technisch einen begrenzten Winkel: Die Entfernung der Linse zur Person ist nie größer als die (teils durch einen Selfiestick verlängerte) Armlänge der Person und immer an den Radius der Armbewegung gebunden. Diese Nähe der Linse zur Person, insbesondere zu deren Gesicht, ist konstituierendes Moment des Selfies. Doch auch Bilder vom Selbst, die von jemand anderem gemacht werden, können unter Umständen als Selfies verstanden werden. Wichtig ist dabei, dass das fotografierte Individuum sich selbst inszeniert, also nicht fotografiert wird, sondern fotografieren lässt. Zum kommunikativen Akt wird das Selfie dann, wenn es in den sozialen Medien veröffentlicht wird.

Selfies sind bedeutende Bilder – bedeutsam für die Selbstinszenierung und Selbstwahrnehmung des sich fotografierenden Subjekts, aber auch als Kommunikationsmittel innerhalb der digitalen Welt. Sie sind leicht verständlich und hochgradig konventionalisiert. Sie werden nicht als symbolischer Akt oder Symbol gelesen, obwohl sie stark symbolisch wirken. Selfies sollen als eindeutige Aussagen verstanden werden: *Das bin ich im Hier und Jetzt*. Die (teils) mühevollen Inszenierung des Settings, die Bearbeitung und die Auswahl des

1 Und dies gilt nicht vice versa, wie es manchmal (z.B. hier: Stavans, Ilan/Maldonado, Adal: I love my selfie. North Carolina 2007, S. 11) behauptet wird: Selbstporträts sind keine Selfies.

besten Bildes aus einer Vielzahl von Aufnahmen wird dabei verschleiert. Selfies behaupten, dokumentarisch zu sein: *Ich sehe immer so aus*. Der porträtierte Augenblick, die Schönheit der Landschaft und der Ausdruck der Porträtierten sollen weder als Zufall noch als harte Arbeit gelesen werden. Im Verbergen der Gemachtheit des Bildes und der Anstrengung der Produktion zeigt sich das nicht-ikonische Potenzial des Selfies.

Dafür, dass das Produzieren und Veröffentlichens eines Selfies eine (emotionale) Herausforderung darstellt und gegebenenfalls mit einem hohen Produktionsaufwand verbunden ist, sind die Endprodukte überraschend eindimensional. Die meisten Selfies ähneln sich bis zur Ununterscheidbarkeit. Der Rahmen, das Setting, das Licht, die Mimik und die Gestik sind auf ein paar wenige Varianten reduziert. Sie zeigen konventionalisierte Konzepte von Schönheit. Anpassungen an diese Normen werden mit Likes, Kommentaren und weiteren Techniken der digitalen Kommunikation in sozialen Netzwerken honoriert. So ist auch der Umgang mit Selfies bereits hochgradig konventionalisiert: Diese Art der digitalen Kommunikation ist sehr reduziert, die zur Verfügung stehenden Kommunikationsmittel verarmt.

In ihrer 2016er Studie *Classifying the narrated #selfie: genre typing human-branding activity* haben die Wirtschaftswissenschaftler Toni Eagar und Stephen Dann anhand von 1000 englischsprachigen Instagram-Posts, die mit dem Hashtag Selfie versehen waren, eine Kategorisierung der verschiedenen Formen von Selfies aufgestellt. Ihr Forschungsinteresse galt dabei dem, was Menschen, die Selfies posten, ihrem Publikum erzählen wollen. Sie untersuchten also nicht nur die formalen, bildimmanenten Strukturen des Selfies, sondern insbesondere auch die Hashtags, die die Selfies begleiteten. Dabei gehen die Autoren davon aus, dass Identitäten durch Erzählungen geformt und gefestigt werden und Selfies ein Baustein dieser Identitätsbildung sind:

»It is asserted that the selfie is a tool that aids individuals in presenting their self as a visual, complex and multifaceted public identity through the conscious editorial processes inherent in shot selection, narrative structure and the decision to share on social media. [...] To understand the function of the selfie, it is necessary [...] to consider the selfie as a method for expressing individual identity. A central aspect of identity is the telling of self to ourselves and others through narratives.«²

2 Eagar, Toni/Dann, Stephen: *Classifying the narrated #selfie: genre typing human-branding activity*. European Journal of Marketing, Vol. 50. 2016, S. 1836-1837.

Die Autoren räumen selbst ein, dass das Selfie nur ein »single beat within an ongoing virtual narration«³ ist. Trotzdem ist dem Selfie in der Konstruktion von Persönlichkeits-Erzählungen eine besondere Bedeutung beizumessen, da das Selfie in seiner (vermeintlichen) Authentizität und Distanzlosigkeit das Subjekt unmittelbar herstellt. Mit diesem Fokus auf den Erzählcharakter eines Selfies haben Eagar und Dann sieben Schlüssel-Genres aus ihren Daten herausarbeiten können, die hier in der Reihenfolge ihrer Häufigkeit genannt werden:

1. Das autobiographische Selfie (*autobiography selfie*) dient als Dokumentation von Ereignissen in Form eines visuellen Tagebucheintrags. Die geteilten Lebensereignisse reichen von außergewöhnlichen Events wie Abschlussfeiern oder Hochzeiten bis zu alltäglichen Momenten wie Einkaufen oder Autofahren. Dabei steht im Vordergrund, andere Menschen über das eigene Leben auf dem Laufenden zu halten, in einer spielerischen, unterhaltsamen Art. Das autobiographische Selfie entspricht damit dem allgemeinen Bild von Nutzen und Zweck eines Selfies:

»Autobiographical selfies become a production of personal entertainment, sharing of the experience of the immediate and message of connectivity through the visual image of »I am here as I am.«⁴

2. Das romantische Selfie (*the romance selfie*) kommuniziert in besonderer Weise die soziale Verortung der Selfie-Machenden: »The romance of the togetherness selfie documents and communicates a social world that the individual inhabits to others who may not inhabit the same social world.«⁵ Dabei werden Situationen im realen Leben, wie ein gemeinsames Essen von Freundinnen, fotografiert und in sozialen Netzwerken geteilt, um das symbolische Kapital, welches reale Freundinnen darstellen, auch für das digitale Selbst brauchbar zu machen.
3. Das humoristische Selfie (*the parody selfie*) ist auf besondere Art auf den dazugehörigen Text angewiesen – ohne die Bildunterschrift und die Hash-tags wären die Bilder als Parodie unverständlich. Das humoristische Selfie kann als Meta-Selfie gelesen werden, da es sich oft mit Social-Media-

3 Ebd., S. 1838.

4 Ebd., S. 1844.

5 Ebd., S. 1848.

Trends beschäftigt und als Kommentar auf das digitale Leben verstanden wird.⁶ Zudem ist Humor eine sichere Währung in sozialen Netzwerken, wo positive Reize durch Aufmerksamkeit belohnt werden.⁷

4. Das Beeinflussungs-Selfie (*the propaganda selfie*) hat den Zweck, Likes und Follower zu generieren. Dies wird in den begleitenden Bildunterschriften und Hashtags auch explizit geäußert:

»The desired response of the selfie-er is to be viewed as desirable through physical attractiveness, and to leverage this into a larger social media audience [...] [by] manipulating the presentation through portraying the physical attractiveness of the selfie-er, utilizing formal features of manipulating expression (e.g. duckface), editorial composition through altering camera angles, lighting and intentionally constructed self-enhancements such as cosmetics and clothing.«⁸

Diese Selfies sind Bilder der offenen Selbst-Inszenierung und werden von den Autoren als unauthentisch und narzisstisch beurteilt. Diese Selbstinszenierung wird von ihnen als Selbstvermarktung abgelehnt, da die Warenförmigkeit dieser Selbstdarstellung als zu offensichtlich wahrgenommen wird.

5. Beim künstlerischen Selfie (*the coffee table book selfie*), das zum Beispiel nur Details wie Gesichts- oder Körperteile in Szene setzt, spielen für die Autoren der Studie das ästhetische Experimentieren, das Benutzen visueller Effekte und technische Bildbearbeitung eine größere Rolle als die Repräsentation des Selbst. Doch das künstlerische Selfie kann auch als Aus-

6 Vgl. Ebd., S. 1844-1845. Was die Autoren nicht benennen, ist die Funktion von Humor in der Ausbildung von Persönlichkeit: Für viele Menschen ist Humor eine wichtige Komponente des Selbstverständnisses, insbesondere für solche, denen andere sozial etablierte Formen von Anerkennungsmöglichkeiten – wie zum Beispiel Normschönheit oder sportliches Talent – nicht zustehen.

7 Zudem kommen hier weitere Aspekte von Humor im Allgemeinen zu tragen, wobei zwei sicherlich für das Internet und die dort stattfindende Kommunikation von besonderer Bedeutung sind: Zum einen zeigt man Überlegenheit, wenn man sich über etwas lustig macht, und zum anderen ist Humor eine bewährte Form des Umgangs mit sozialem Druck und angespannten sozialen, politischen oder ökonomischen Situationen. Vgl. Senft, Theresa M./Baym, Nancy K.: What does the Selfie say? Investigating a Global Phenomenon. In: International Journal of Communication 9. 2015. S. 1599.

8 Eagar/Dann 2016, S. 1845.

druck eines sich selbst als kreativ inszenierenden Selbst gelesen werden: das Selbst als KünstlerIn.

6. Das Selbsthilfe-Selfie (*the self help selfie*) dient zur Dokumentation von (visuell darstellbarer) Selbst-Optimierung wie Gewichtsverlust oder anderen physischen Veränderungen. Hier ist die Dynamik, die sich durch die Veröffentlichung dieser »personal journeys«⁹ entwickeln kann, in Hinblick auf soziale Normen besonders interessant. Vorhaben wie Gewichtsverlust werden durch Aufmerksamkeit, Likes und Kommentare als erstrebenswert vermittelt und sozial belohnt. Dieses Genre zeigt besonders deutlich, wie Selfies als neoliberale Repräsentationsmittel von sozialer Kontrolle geprägt sind:

»Much like plastic surgery, self-help programs and self-branding, selfies represent yet another medium for continually augmenting the self for presentation and evaluation by others and the self. [...] The other side of the coin is the compulsion to evaluate others based on these standards that correlate with continuous »improvement«, as well as invidious comparison of ourselves with others, creating mimetic desire and rivalry that in the case of selfies often takes the form of FOMO (fear of missing out).«¹⁰

7. Auch das Reisetagebuch-Selfie (*the travel diary selfie*) wird als symbolisches Kapital verstanden, das das digitale Selbst an das reale Selbst bindet und diesem Authentizität verleiht: Der »Hier bin ich«-Gestus des Selfies verstärkt sich durch den aussergewöhnlichen Ort, an dem es aufgenommen wurde.

Eine weitere Form des Selfies wurde von Eager und Dann nicht berücksichtigt, trifft aber ebenfalls auf erhöhtes wissenschaftliches Interesse: das Protest-Selfie¹¹. Mit diesem lässt sich ein aktives, politisch interessiertes Selbst darstellen. Über die Selbstinszenierung hinaus kann das Protest-Selfie als politisches Instrument durchaus Aufmerksamkeit schaffen für ein Problem, eine politische Agenda oder Überzeugungen, die nicht nur für das Selbst von Bedeutung sind. Zudem zeugt es selbst in Demokratien von Mut, mit seinem eigenen Gesicht öffentlich für eine

9 Ebd., S. 1848.

10 Kedzior, Richard/Allen, Douglas E.: From Liberation to Control: Understanding the Selfie Experience. In: *European Journal of Marketing*, Vol. 50, 2016. S. 1893-1902.

11 Vgl. z.B. Kuntsman, Adi (Hg.): *Selfie Citizenship*. Cham 2017.

Sache einzustehen – also wortwörtlich Gesicht zu zeigen.

Eine diskutabile Erweiterung des Selfie-Begriffs unternimmt Jesse Weaver Shipley in seinem Foto-Essay *Selfie Love: Public Lives in an Era of Celebrity Pleasure, Violence, and Social Media*. Er argumentiert, dass Selfies nicht nur Selbstporträts sind, die mit der Kamera in der Hand gemacht werden, sondern alle Fotos, die zum Zweck der Selbst-Inszenierung im Netz geteilt werden. Shipley möchte deshalb auch Fotos von Landschaften und von Mahlzeiten als Selfies verstanden wissen:

»Selfies can even be of food or drinks about to be consumed or places being enjoyed as metonymic of the bourgeois self on vacation or at leisure. Taking pictures of food being cooked or about to be eaten is a type of selfie, as the food represents key values of the self – standing in for the protagonist and her or his idealized lifestyle.«¹²

Trotzdem gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen den Leitwerten eines Individuums, die sich auf die materielle Welt beziehen, und denen, die über den Körper ausgedrückt werden: Mit der Veröffentlichung eines Bildes des eigenen Gesichts oder des eigenen Körpers geht das Individuum ein weit größeres Risiko ein als mit dem Posten eines *Foodies*. Der eigene Körper wird zur Begutachtung ausgestellt, was direkte Auswirkungen auf das Körpergefühl des Subjekts hat.

Selfies erfüllen dieselben Funktionen wie Selbstporträts: Repräsentation, Selbstvergewisserung und Erinnerung. Das Besondere an Selfies ist allerdings deren Unmittelbarkeit, die eng mit den technischen Möglichkeiten verknüpft ist: Es mag zwar aufwendig sein, ein Selfie vorzubereiten und erfolgreich umzusetzen, aber die technische Herstellung des Selfies selbst ist kinderleicht und sekundenschnell vollbracht. Die *Mise-en-Scène* des Selfies ist die eigentliche Herausforderung. Das Produzieren eines Selfies ist eine sehr intime Angelegenheit, auch oder gerade wenn das Endprodukt in den sozialen Medien veröffentlicht werden soll. Die Produzierenden haben dabei die Möglichkeit, so lange das eigene Bild zu bearbeiten (ob nun durch Bildbearbeitung und/oder zigfacher Wiederholung der Aufnahme), bis es den eigenen Ansprüchen entspricht. Doch diese sind nicht so sehr eigene, als vielmehr internalisierte Ansprüche an Darstellungen des Selbst in sozialen Medien. Die-

12 Shipley, Jesse Weaver: *Selfie Love: Public Lives in an Era of Celebrity Pleasure, Violence, and Social Media*. In: *American Anthropologist*. Vol. 117, Nr. 2. 2015, S. 407.

se internalisierten Ansprüche sind so eng gefasst, dass nur wenige Formen des Selbstaudrucks diesen entsprechen und – der kapitalistischen Logik von Aufmerksamkeit als Währung folgend – in den sozialen Medien Anerkennung erfahren. Der vermeintlich spielerische Aspekt, der in der Möglichkeit liegt, sich selbst im Selfie zu inszenieren, wird durch die soziale Kontrolle innerhalb der Veröffentlichungs- und Öffentlichkeits-Logik der sozialen Medien ad absurdum geführt: Die Regeln dieses Selbstaudruck-Spiels sind so rigide, dass keine experimentelle Kreativität zugelassen wird.

Das Selfie als Gegenwartsphänomen wird bereits seit einigen Jahren in den Wissenschaften untersucht. Verschiedene, wertende Beschreibungen für das Produzieren von Selfies sind auszumachen: *Selfie-Experience*, *Selfie-Mania-Phenomenon*, *Selfieness*, *Selfie as social epidemic*¹³ oder auch *naive self-portrait*. Dieses Wording ähnelt dem, welches frühe Kulturwissenschaftler/-innen auch in Bezug auf die sogenannten Bilderfluten ausgemacht haben. Der Grundton ist kulturpessimistisch, das Selfie wird als (weitere) Verrohung der Sitten und Jugend angesehen und als Bedrohung empfunden. Die Fülle von Studien, die die Korrelationen von Selfie-Machen und psychischen Erkrankungen wie Essstörungen oder Narzissmus untersuchen, sind zahlreich.¹⁴ Dem gegenüber stehen Vertreter/-innen der Annahme, Selfies seien ein Selbstermächtigungswerkzeug für junge Frauen und andere Gruppen, deren visuelle Repräsentation lange Zeit nicht in ihren eigenen Händen lag. Hier wird das Selfie als eine neue Art der Selbstdarstellung verstanden, als ein (Rück-)Gewinn der Kontrolle über das eigene Bild.¹⁵ Diese Einschätzung ist durchaus kritisch zu sehen. Denn das Selfie einer schönen, jungen, weißen

13 Lim, Weng Marc: Understanding the selfie phenomenon: current insights and future research directions. *European Journal of Marketing*, Vol. 50, 2016, S. 1775.

14 Vgl. zu Essstörungen z.B.: Cohen, Rachel/Newton-John, Toby/Slater, Amy: »Selfie-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. In: *Computers in Human Behavior* 79. 2018. S. 68-74. Interessanterweise finden die Autor/-innen in ihrer Studie Hinweise darauf, dass nicht das Betrachten von Selfies anderer Leute problematisch sein kann, sondern das Produzieren eigener Selfies zu erhöhter Unzufriedenheit mit dem eigenen Körper und daraus resultierend zu Essstörungen führen kann. Vgl. zu Narzissmus z.B.: Halpern, Daniel/Valenzuela, Sebastián/Katz, James E.: »Selfie-ists« or »Narci-selfiers«?: A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. In: *Personality and Individual Differences* 97, 2016. S. 98-101.

15 Vgl. Maddox, Jessica Leigh: Fear and Self-Loathing in America: Finding the Interstices of Othering, Iconoclasm, and the Selfie. In: *The Journal of Popular Culture*, Vol. 51/1, 2018, S. 26-49.

Frau reproduziert das vorherrschende Schönheitsideal und schreibt es damit weiter fort – auch wenn die Produktion des Selfies für die Frau selbst ein Akt der Selbstermächtigung gewesen sein mag: »Thus, the selfie which is empowering on the individual level may be disempowering on the collective, societal level.«¹⁶

Warum erregt das Selfie als sehr junge und deshalb noch nicht endgültig etablierte Kulturtechnik so viel Aufmerksamkeit? Neue (technologiebasierte) Verhaltensweisen müssen gesellschaftlich verhandelt werden – die öffentliche Empörung ist dabei eine bewährte Form der sozialen Kontrolle. Dass das Selfie nicht als harmlose Geste belächelt, sondern in den Medien massiv angegriffen wird, hat also mehrere Gründe. Dem Aspekt der Machtverteilung im öffentlichen Diskurs – von der Frage ausgehend, wer was zu sagen und zu zeigen hat bis zu der Beurteilung, welchen Wert das Gezeigte hat – kommt dabei besonderes Gewicht zu. Es sind somit vor allem Praktiken, die sich (noch nicht) in die tradierten Machtstrukturen und deren Reproduktion eingefügt haben, die skandalisiert werden.

Bleibt noch die Frage, wer überhaupt Selfies macht und warum. Studien untermauern die populäre Behauptung, dass Selfies vor allem von jungen Frauen produziert werden.¹⁷ Das *Warum* wird in etlichen psychologischen Studien untersucht.¹⁸ Deren Erkenntnisinteresse gilt meist der Frage, inwiefern das Veröffentlichen von Selbstporträts ein Zeichen von gesundem Selbstwertgefühl oder überzogener Selbstverliebtheit ist. Das Verhalten der Menschen, die Selfies posten, wird dabei unter pathologischen Aspekten betrachtet. Ohne zu pathologisieren arbeitet die Studie *Insight into the motivation of selfie postings: impression management and self-esteem* von Pounders et al. das Selbstwertgefühl sowohl als Motor als auch als Resultat des Selfie-Postens heraus.¹⁹ Diese Studie untermauert auch die populäre Behauptung, Menschen würden nur Selfies posten, auf denen sie gut und glücklich aussehen. In den Interviews, die die Autorinnen mit 15 Frauen zwischen 19 und 30 Jahren geführt haben, sagten durchweg alle Teilnehmerinnen, dass sie nur Fotos pos-

16 Kedzior/Allen 2016, S. 1896.

17 Vgl. z.B.: Huang, Rui-Ting: What motivates people to continuously post selfies? The moderating role of perceived relative advantage. In: *Computers in Human Behavior* 80, 2018, S. 103-111.

18 Vgl. z.B.: Huang 2018. Und: Pounders, Kathryn/Kowalczyk, Christine M./Stowers, Kirsten: *Insight into the motivation of selfie postings: impression management and self-esteem*. *European Journal of Marketing*, Vol. 50, 2016, S. 1879-1892.

19 Pounders/Kowalczyk/Stowers 2016, S. 1883.

ten, auf denen sie sich schön finden und auf denen sie glücklich aussehen: »I mean I wouldn't have taken a selfie when I was unhappy«²⁰. Und, wie es eine weitere Teilnehmerin beschreibt:

»It's all about only posting happy moments, and when you compile all these happy moments, people look at your Instagram, and they think you're happy all the time. Even if that's not the case, people think you are happy. Who wants people to think you are sad or lonely?«²¹

Diese Reduktion von Zeigbarem auf ein paar wenige Momente, Situationen und Stimmungen ist eine Verarmung der (visuellen) Kommunikation. Für traurigere Momente scheinen keine Ausdrucksformen zur Verfügung zu stehen. Durch die Aussparung (vermeintlich) negativer Aspekte des eigenen Lebens kann das sorgfältig digital inszenierte Selbst jedoch nicht annähernd authentisch sein. Auch wenn Authentizität als Schlagwort immer wieder als oberste Priorität im digitalen Miteinander gewertet wird, scheint es bei genauer Betrachtung nicht um Authentizität, sondern um Plausibilität zu gehen: JedeR weiß, dass es niemanden gibt, der jeden Tag glücklich ist und immer strahlend schön, aber schaut man sich die Ansammlung von Selfies auf einem Instagram-Profil an, so könnte das dort ausgestellte Glück zumindest möglich sein. Das Selfie steht ganz unter dem Diktat des Positiven – und offenbart so seine Verwandtschaft mit der Werbung.

Das Selfie kann deshalb auch als Selbstmarketing-Tool verstanden werden. Durch die Verknüpfung von Selbstinszenierung und Selbstmarketing macht sich das Selbst zur Ware. Wie Studien zeigen posten mehr Frauen als Männer Selfies²². Frauen sind der Objektifizierung schon seit Anbeginn der visuellen Repräsentation ausgesetzt. Doch nur vermeintlich *empowered* ist die durch die Selfie-Praxis erprobte Selbst-Objektifizierung, denn es bleibt eine Inszenierung, die sich der Logik der Konsumierbarkeit unterwirft. Die Prämisse dieser Logik scheint zu sein, dass die Warenförmigkeit des eigenen Selbst unumgänglich ist. Doch warum sich selbst zum Konsum anbieten? Woher kommt der Wunsch, sich zu sehen zu geben und gesehen zu werden?

Es besteht ein (sozialer) Unterschied zwischen Privatpersonen, die Selfies für ihre Bekannten posten, und Stars, deren Selfies Teil ihrer öffentlichen

20 Ebd., S. 1885.

21 Ebd., S. 1886.

22 Vgl. z.B.: Sorokowska, Agnieszka u.a.: Selfies and personality: Who posts self-portrait photographs? In: Personality and Individual Differences 90, 2016, S. 119-123.

Persona sind. Der kulturelle, gesellschaftliche und soziale Kontext, in dem ein Selfie entsteht und zirkuliert, spielt eine große Rolle für die Bedeutung, Wirkungsweise und Funktion des jeweiligen Selfies. Die Selfie-Praxis von Stars beeinflusst aber die Selfie-Praxis der Privatperson und umgekehrt. Um diese Wechselwirkungen besser zu verstehen, lohnt sich ein Blick auf zwei exemplarische Medienskandale, die sich am Selfie entfacht haben: Zum einen die mediale Kritik an der exzessiven Selfie-Praxis des Hollywood-Schauspielers James Franco und dessen Reaktion darauf, und zum anderen den als Selfiegate betitelten Medienskandal um ein angeblich pietätloses Selfie, welches die damalige dänische Ministerpräsidentin Helle Thorning-Schmidt von sich und den damaligen Staatsoberhäuptern Barack Obama und David Cameron auf Nelson Mandelas Trauerfeier gemacht hat. Ein Foto von dem Moment des Selfie-Machens kursierte in den Medien und führte zu der Frage, ob die Kulturtechnik des Selfies dem Anlass würdig war. Medienskandale sind Indikatoren für soziale und kulturelle Umbrüche in der Gesellschaft, in der der Skandal verhandelt wird:

»Perhaps unsurprisingly, moral panics are most likely to occur in times of upheaval, operating to communicate and process anxieties relating to social change [...]. Scandals are thus processes of moral regulation and policing through shame, reminding news audiences of the boundaries of moral transgression.«²³

Die Autorinnen des Aufsatzes *The Selfie of the Year of the Selfie* Kate M. Miltner und Nancy K. Baym argumentieren, dass es sich beim sogenannten Selfiegate um eine Technik-Panik handelt, über die Ängste vor dem technologischen Fortschritt verhandelt werden.²⁴ Miltner und Baym zeigen in ihrer breit angelegten Medienanalyse, wie das Selfie als Form der gesellschaftlichen Partizipation und Repräsentation konstruiert, aber auch hinterfragt wird:

»The Selfiegate coverage dealt with several concerns that extended far beyond the topic of selfies themselves, indicating the moral freight selfie-taking carries at this historical moment. We found that the topical coverage fell into three broad categories: characterizations of selfies, depictions of the

23 Vgl. Miltner, Kate M./Baym, Nancy K.: *The Selfie of the Year of the Selfie*. In: *International Journal of Communication*. 9. 2015. S. 1703.

24 Vgl. Ebd., S. 1704.

three world leaders and their behavior, and representations of social anxieties. There were four subcategories of social anxieties: tensions surrounding technology and normative violations, technology and control, the changing face of global leadership, and shifting journalistic practices and standards. Selfiegate combined a novel and contested technological practice, »untraditional« leaders, and discourse about what constitutes news in a changing media environment.«²⁵

Anhand der drei Regierungsoberhäupter verhandelten die untersuchten Medien, was es heißt, ein moderner Mensch im 21. Jahrhundert zu sein: Wie hat man sich in der Öffentlichkeit zu verhalten? Welches Verhalten wird wem zugestanden? Welche sozialen Herausforderungen – wie beispielsweise Sexismus und Rassismus – sind permanente Faktoren der Auseinandersetzung?²⁶ Das Selfie-Machen dient nur als Ausgangspunkt für diese ethisch-moralische Auseinandersetzung, die Licht auf die Verfasstheit der Öffentlichkeit in diesem spezifischen Zeitraum wirft:

»In many ways, the Selfiegate scandal is a social selfie: a snapshot of the cultures that covered at a particular moment in time. It may not be entirely flattering, fully in focus, or capture the full picture, but it is nonetheless a reflection of those who wrote and consumed the coverage.«²⁷

Der Medienskandal um Mandelas Trauerfeier entbrannte an einem Selfie, welches nicht einmal veröffentlicht wurde. Der US-amerikanische Schauspieler James Franco wiederum wurde medial dafür kritisiert, dass er zu viele Selfies poste. Der 2013 in der New York Times veröffentlichte Text *The Meaning of the Selfie* ist seine Reaktion auf die mediale Kritik: »[...] I've learned that the selfie is one of the most popular ways to post — and garner the most likes from followers.«²⁸ Aufmerksamkeit bedeute Macht, die dank der sozialen Netzwerke nicht nur Personen der Öffentlichkeit, sondern jeder Privatperson zugänglich sei. Für Franco sind seine Star-Selfies ein Instrument, den

25 Ebd., S. 1704-1705.

26 Einige Medien konstruierten einen Flirt zwischen Thorning-Schmidt und Obama, nur um diesen Flirt als völlig unpassend zu kritisieren und die zwei Staatsoberhäupter in ihrem Amt als überfordert zu zeichnen. Vgl. Ebd., S. 1707-1708.

27 Ebd., S. 1711.

28 Vgl. Franco, James: The Meanings of the Selfie. In: The New York Times. [26.12., 2013]. URL: <https://www.nytimes.com/2013/12/29/arts/the-meanings-of-the-selfie.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

eigenen Ruhm zu nutzen, um die Aufmerksamkeit der Fans auf die eigene Person zu lenken und zu halten:

»We speak of the celebrity selfie, which is its own special thing. It has value regardless of the photo's quality, because it is ostensibly an intimate shot of someone whom the public is curious about. It is the prize shot that the paparazzi would kill for, because they would make good money; it is the shot that the magazines and blogs want, because it will get the readers close to the subject. [...] I've found that Instagram works much like the movie business: You're safe if you trade ›one for them‹ with ›one for yourself‹, meaning for every photo of a book, painting or poem, I try to post a selfie with a puppy, a topless selfie or a selfie with Seth Rogen, because these are all things that are generally liked.«²⁹

Die modernen Konzepte Privatheit, Intimität, Öffentlichkeit und Inszenierung verschwimmen hier auf interessante Weise: Franco beschreibt zwar, dass das Star-Selfie das Bedürfnis nach Einblicken in das Privatleben eines Stars befriedigen soll, gleichzeitig enthüllt er aber, wie sehr diese vermeintliche Intimität und Privatheit gefiltert und choreographiert ist. Das Star-Selfie verspricht etwas zu zeigen, was es nicht halten kann. Es postuliert Einblicke, die jedoch so eng geführt sind, dass der oder die BetrachterIn eigentlich nichts zu sehen bekommt. Somit ist selbst das Star-Selfie ein nicht-ikonisches Bild: Es möchte dokumentarisch sein, zeigen, *wie es wirklich ist*. Der Star hat zwar eine gewisse Autorität über sein eigenes Bild (zurück) erlangt – anders als bei Paparazzi-Fotos kann er oder sie selbst entscheiden, wann und wie ein Foto veröffentlicht wird. Aber die Bildgattung selbst untergräbt diese Autorität, indem es sich um konventionelle Darstellungs- und Rezeptionsformen handelt, um das In-Gang-Setzen eindeutig umrissener Assoziationsräume und das Engführen und Reduzieren der zur Verfügung stehenden visuellen Symbolisierungen. Das Star-Selfie zeigt ein Gesicht, das viele kennen und mögen, und behauptet eine Privatheit, deren Gemachtheit verschleiert wird.

Franco beschreibt das Selfie auch als eine einfache und eindeutige Kommunikationsform:

»Of course, the self-portrait is an easy target for charges of self-involvement, but, in a visual culture, the selfie quickly and easily shows, not tells, how you're feeling, where you are, what you're doing.

29 Ebd.

And, as our social lives become more electronic, we become more adept at interpreting social media. A texting conversation might fall short of communicating how you are feeling, but a selfie might make everything clear in an instant. Selfies are tools of communication more than marks of vanity (but yes, they can be a little vain).«³⁰

Dieser Glauben an die einfache, unmissverständliche Kommunikationsmöglichkeit entspricht dem, was unter der Wirkungsweise nicht-ikonischer Bilder als Barthesche Mythen und entpolitisierte Reden zusammengefasst werden kann.

Selbst Star-Selfies – trotz des vielleicht ikonischen Gesichts – gehören zur Gattung der nicht-ikonischen Bilder. Umso mehr gilt dies für Selfies, die nicht von berühmten Persönlichkeiten gemacht werden – »the noncelebrity selfie«³¹, wie Franco sie nennt.

Das Selfie ist eindeutig ein nicht-ikonisches Bild. Als nicht-ikonisches Bild hat es starke, aber rein implizite Bedeutungen. Es ist hochgradig ideologisch, wobei es dies hinter Ansprüchen der Allgemeinverständlichkeit und des gesunden Menschenverstands zu verbergen versucht. Die These lautet deshalb, dass Selfies als nicht-ikonische Bilder die Möglichkeiten des visuellen Selbst-Ausdrucks in den sozialen Netzwerken auf ein paar wenige, stark sozial normierte Formen reduzieren.

Anhand einer künstlerischen Auseinandersetzung mit den Mechanismen der digitalen Selbstinszenierung wird nun gezeigt, wie das Selfie als nicht-ikonisches Bild zur Reduktion von Kommunikationsmöglichkeiten durch eine Engführung von Darstellungsform und Bedeutungsraum beiträgt.

5.2 Doing Image: Amalia Ulmans Performance *Excellences & Perfections*

Am 29. April 2014 veröffentlicht die Künstlerin Amalia Ulman auf Instagram ein Bild, auf dem in großen schwarzen Lettern auf grauem Hintergrund »Part I« steht. Dieser Post wird achtundzwanzigmal geliked. 185 Posts und fünf Monate später, am 29. September 2014, postet Ulman eine graue Fläche, ohne Bildunterschrift. Dieser Post bekommt 142 Likes. Am 14. September

30 Ebd.

31 Ebd.

2014 hatte sie eine Detailaufnahme einer Rose in Schwarz-Weiß mit der Bildunterschrift »The End – Excellences and Perfections« veröffentlicht. 130 Follower gefiel dieser Post. Er gilt als das Ende der fünfmonatigen Performance *Excellences & Perfections*, welche gerne als erstes Instagram-Kunstwerk bezeichnet wird.³² Die Arbeit *Excellences & Perfections* ist in einem Online-Archiv der digitalen Kunstplattform Rhizome zugänglich, sowie unverändert auf Ulmans Instagram-Profil, welches sie weiterhin nutzt. Zudem wurde 2018 ein Buch zu der Performance veröffentlicht.³³

In 186 Instagram-Posts inszeniert sich Ulman als das, was viele als eine typische Instagram-Userin bezeichnen würden. Innerhalb dieser fünf Monate spielt sie drei mögliche Stereotype einer solchen digitalen weiblichen Persönlichkeit durch: Sie inszeniert ihre Entwicklung vom Typus *Naives Mädchen* über den Typus *Hot Babe* zum Typus *Green Beauty*. Dabei erlebt ihr Alter Ego eine Trennung, eine Brust-OP und eine psychische Krise. Ulman schafft es in kurzer Zeit, diese digital akzeptierten Weiblichkeitskonzepte aufzufächern und (wortwörtlich) durchzuspielen. Ihre Arbeit gilt als Auseinandersetzung mit den Stereotypen, derer sich (junge) Frauen in den sozialen Medien bedienen, um eine digitale Persönlichkeit zu erschaffen, die auf Akzeptanz und Anerkennung trifft.

Das Selfie ist ein wichtiger Baustein in der Inszenierung des digitalen Selbst. In sozialen Netzwerken ist es in besonderem Maße möglich, das Selbstbild zu kuratieren, unter anderem durch die Freiheit, über das eigene Bild zu entscheiden, eine Vorauswahl zu treffen und nur die Facetten des eigenen Ichs (visuell) zu veröffentlichen, die dem subjektiven Selbstverständnis entsprechen. Amalia Ulman zeigt mit ihrer Performance, wie beschränkt diese vermeintliche Freiheit ist, und wie eng die Bildräume ausfallen, in denen das Selbst kommuniziert werden kann. Dabei wirft ihre Performance einige Fragen auf, wie die nach der Korrelation von Authentizität und Glaubwürdigkeit, nach dem Subjekt als Ware und dem Konsum von objektifiziertem

32 Vgl. Meier, Anika: Endlich erscheint das Buch zu Amalia Ulmans Instagram-Meisterwerk. In: Monopol Magazin Online. [01.06.2018]. URL: https://www.monopol-magazin.de/blogs/die-schnelle-kammer?blog_view=9331 (Letzter Zugriff: 07.04.2019). Und Sooke, Alastair: Is this the first Instagram masterpiece? In: The Telegraph Online. [18.01.2016]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

33 Ulman, Amalia: *Excellences & Perfections*. München, London, New York 2018.

Selbst, aber auch nach der idealen Weiblichkeit zwischen Natürlichkeit und Maskerade.

Die Künstlerin nutzte Instagram bereits vor der Performance. Zwischen dem letzten Post vor der Performance und dem ersten Post der Performance liegen etwas mehr als fünf Monate. Der Wechsel des Lifestyles und des Veröffentlichungsverhaltens kann durch diese fünfmonatige Pause plausibel gemacht werden.³⁴ Trotzdem finden sich in manchen Kommentaren während der Performance immer wieder Hinweise darauf, dass sie früher ihr Instagram-Profil anders genutzt hat und dass ihr verändertes Profil auf Verwirrung stößt: »First you were like this pretty artist, and your leg was hurt once. You pretended to clean toilets with no clothes on. Then you became lady from a hip hop video with breast implants. Now: simple«³⁵. Auch unklar ist, wer ihre Follower sind: Wie viele kannten sie bereits als Künstlerin und/oder sind mit ihr auch im *richtigen Leben* befreundet? Wussten sie von der Performance und haben dementsprechend reagiert – sind also auch die Follower und deren Reaktionen Teil der Inszenierung? Welche der Kommentare waren direkte Reaktionen auf ihre Posts und welche Kommentare kamen erst später, nach dem Ende der Performance, hinzu? Darüber gibt es leider keine Informationen. Ulman hat, bevor sie die Performance begann, mehrere Personen in Galerien und Institutionen von dieser unterrichtet, um sich abzusichern.³⁶ Zudem ist auch die Anzahl ihrer Follower überschaubar, rechnet man die 100.000 Follower ab, die ihr (und anderen) von dem Künstler Constant Dullaart im Rahmen seiner Intervention *High Retention, Slow Delivery* geschenkt wurden. Die Reaktionen auf ihre Posts variieren meist zwischen 50 und 200 Likes und ein paar wenigen Kommentaren. Die Unklarheiten bezüglich der Menge und der Art der Follower scheinen für die Performance selbst zwar weniger relevant, jedoch führen sie in der (Medien-)Rezeption immer wieder zu Verzerrungen, wie zum Beispiel zu der

34 Ulman erklärt diese Pause in Interviews durch einen Verkehrsunfall, bei dem sie schwer verletzt wurde und lange Zeit im Krankenhaus verbrachte. Dort plante sie ihre Performance. Vgl. z.B. Sooke, Alastair: Is this the first Instagram masterpiece? The Telegraph Online. [18.01.2016]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

35 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome, URL: <http://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014171636/http://instagram.com/p/r9aPsfV0L/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

36 Vgl. Meier 2018.

Aussage, dass die Künstlerin 100.000 Follower getäuscht habe und diese sich von ihr ausgetrickt hätten.³⁷

Das Selbst, welches Ulman in *Excellences & Perfections* inszeniert, ist zwar nicht explizit eine Künstlerin, aber ihr *vorheriges (digitales) Leben* als Künstlerin spielt immer mal wieder eine – wenn auch marginale – Rolle, beispielsweise in Kommentaren von Follower oder in einigen wenigen Posts von Zeichnungen oder Sinnsprüchen, mit denen sie auf ihr Verhältnis zu Kunst im Allgemeinen referiert (zum Beispiel im Post vom 28.07.2014: »I'm not like the rest. i'm special n a lil freak cos i'm creative #art«³⁸).

Vom klassischen Selfie über Outfit- und Fashion-Fotos bis zu *Foodies* und Katzen- und Babybildern setzt Ulman alles ein, was auf Instagram mit Likes belohnt wird. Von 186 Posts ist auf 100 Bildern Ulman selbst zu sehen – wobei es nicht immer eindeutig sie selbst ist, wie beispielsweise bei Detailaufnahmen von Körperteilen oder Outfit-Fotos ohne Kopf. Posts mit reinem Text (meist *inspirierende* Sinnsprüche), Illustrationen (bei denen auch nicht geklärt ist, ob sie von Ulman stammen oder nicht), künstlerisch anmutende Großaufnahmen von Blumen, Vasen und Dekorationsartikeln, machen den zweitgrößten Anteil aus (33 Posts). Ulman produziert so eine Mischung der von Eagar und Dann kategorisierten Genres: autobiographische Selfies (vor einem Date, nach einem Arzttermin, während eines Café-Besuchs), romantische Selfies (die sowohl die Paarbeziehung als auch den Trennungsschmerz thematisieren), Selfhelp-Selfies (die angebliche Brustvergrößerung, das Bauchmuskeltraining) und coffetable-Selfies (Ulmans Körper und einzelne Körperteile reizvoll und oft eindeutig erotisch in Szene gesetzt). Viele Selfies zeigen das Alter Ego Ulmans beim Nichtstun: Sie sitzt auf einer Couch, schaut aus dem Fenster, blickt in die Kamera. Dazu gibt es meist keine sinnstiftenden Bildunterschriften. Diese Posts dienen dazu, eine bestimmte Atmosphäre zu schaffen und durch die den Schönheitsnormen entsprechende Ästhetisierung des eigenen Körpers Follower anzusprechen und für sich einzunehmen. Da aber gerade letzteres für fast alle geposteten Selfies gilt, ist die Unterscheidung zwischen autobiographisch und propagandistisch teilweise sehr schwierig. Auch andere Genres überschneiden sich und/oder werden im Kontext der vorherigen und folgenden Posts mehrschichtig eingebettet in

37 Vgl. Sooke 2016.

38 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/q_io9UFVxU/?modal=true (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

den Verlauf der Postings bekommen die einzelnen Bilder neue, meist tiefere Bedeutungen, die oftmals auch durch die Bildunterschriften und Hashtags evoziert werden. Die Kraft der Narration, das Geschichten-Erzählen als Identitätsbildung und Selbstinszenierung hat trotz der vordergründigen, starken Visualität auch in den sozialen Netzwerken nicht an Bedeutung eingebüßt.

Narration

Ulmans Performance *Excellences & Perfections* ist in drei verschiedene Kapitel unterteilt, die Ulman als Episoden bezeichnet.³⁹ Sie zeigen drei mögliche Identifikationen, die weiblichen Instagram-Userinnen als Selbstaussdruck und -zuschreibung zur Verfügung stehen. Die gewählte Narration verbindet diese drei stereotypen Weiblichkeits-Inszenierungen:

»To begin with, in the finished piece, Ulman plays the part of an artsy, provincial girl who has moved to Los Angeles for the first time. This fictional version of herself breaks up with her boyfriend and becomes a »sugar baby« to make ends meet.

This marks the start of the second episode, which offers a pastiche of the »ghetto aesthetic« popularised by American celebrities such as Kim Kardashian. At this point, Ulman says, her anti-heroine self »starts acting crazy and posting bad photos online«. She »gets a boob job, takes drugs, has a breakdown, and goes to rehab«.

This initiates the denouement of Ulman's social-media satire, as she devotes herself to »recovery«, and uploads pictures inspired by Gwyneth Paltrow's blog Goop: »Kind of girl next door,« Ulman explains. »I liked yoga and juices. That was the end.«⁴⁰

Die erste Phase ist geprägt von hellen Farben, vor allem weiß und rosa. Sie umfasst rund 80 Posts, wenn man das Trennungselfie als Schlusspunkt dieser Phase setzt. Auch hier zeigt Ulman schon viel Haut, meist gekleidet in Spitzen-Lingerie oder sommerlich kurzen Kleidern. Auf diesen Fotos lächelt sie meist, der Kopf ist leicht gesenkt und der Blick zurückhaltend, aber verführerisch – Ingredienzien einer als mädchenhaft, harmlos und romantisch-naiv konnotierten Weiblichkeit. Trotzdem finden sich auch ein paar explizitere Posts: Auf gleich drei Bildern sind entblößte Brustwarzen zu sehen, mindestens zwei Posts zeigen Ulman in sehr aufreizenden Posen und einmal

39 Sooke 2016.

40 Ebd.

veröffentlicht sie ein Selfie an einer Pole-Dance-Stange. Die Ambivalenz der Anforderung an junge Frauen, sexy zu sein, aber nicht zu sexy, verfügbar, aber nicht fordernd, wird hier inszeniert. In dieser Phase finden sich Selbstbeschreibungen als glücklich, lustig, faul und dumm, wobei letztere zwei durch Zwinkersmileys und andere Emojis entschärft werden. Durch die Farbwahl, den Kleidungsstil und die Mise-en-Scène wird das Bild einer unbesorgten, jungen Frau gezeichnet.

Die Inszenierung des zweiten Stereotyps beginnt, nachdem das Alter Ego Ulmans sich von ihrem Freund trennt beziehungsweise dieser sich von ihr (die Erzählung bleibt hier uneindeutig). Das *süße Mädchen* wandelt sich zum *Hot Babe*. Die Farben werden kräftiger und dunkler, es wird viel Gold und Schwarz eingesetzt. Die Kleidung ist nicht mehr mädchenhaft, sondern sportlich und urban. Sie trägt vermehrt Kapuzenpullover, Caps und Leggings. Eine Beziehung zu einem *Sugar Daddy* beziehungsweise die Arbeit als Eskort wird angedeutet (»I feel like i look like 40 in this [dress] but wtvr #gettin #ready #werk #werk hope he finds it cute lol? Maybe?«⁴¹). Eine Brustvergrößerung, die bereits in der ersten Episode mit zwei Posts vorbereitet wurde, wird über sechs Posts hinweg inszeniert. Der Konsum von Drogen wird erst angedeutet und dann verdeutlicht. Der (Nerven-)Zusammenbruch wird durch drastische Bilder und Videos, die Ulmans Alter Ego in erbärmlichem Zustand zeigen, vorbereitet und gekennzeichnet. Die Videos einer total verzweifelten, schluchzenden Ulman erhalten jeweils 42 und 58 Likes. Die Posts, in denen Ulman sich als unglücklich inszeniert, bekommen allgemein die wenigsten Reaktionen.

Sechs Tage nach den Zusammenbruch-Videos postet Ulman ein Bild von einem abstrakten Herz. Sie entschuldigt sich für die vorherigen Posts und dankt ihren Freundinnen und ihrer Familie dafür, sie gerettet zu haben. Es ginge ihr bereits besser. Dieser Post bekommt 122 Likes. Die Episode des verzweifelten, sich auf Abwegen befindenden *Hot Babes* ist damit beendet. Die Episode der geläuterten *Green Beauty*, die ihr Leben nun positiven Gedanken, Wellness und gesunder Ernährung widmet, beginnt. Die Farben sind wieder hell, doch statt Pastelltönen wird die Farbpalette erdiger. Ulman benutzt zur Selbstbeschreibung Worte wie simple und pure. Sie postet Einrichtungsideen, inspirierende Sinnsprüche und Bilder ihres gesunden Essens. Sie hält ein Baby auf dem Arm und zeigt sich beim Meditieren. Sie reist nach Istanbul und

41 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014151344/http://instagram.com/p/piNnV5FV5s/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

veröffentlicht Bilder ihrer Reise. Sie postet Outfit-Bilder, auf denen sie sehr *lady-like* aussieht: schick, elegant und reich. Der Kontrast zum Kleidungsstil der ersten beiden Episoden ist eklatant. Die zwei vorletzten Posts ihrer Performance suggerieren eine neue, glückliche Beziehung: Erst sehen wir eine Schwarz-Weiß-Fotografie eines schlafenden Mannes mit der Bildunterschrift »Smiling in his sleep like an angel... So cute! #cutegasm«⁴², gefolgt von einem ebenfalls schwarz-weißen Spiegel-Selfie von Ulman mit jenem Mann. Die Bildunterschrift lautet »Isn't it nice to be taken care of«⁴³. Die heterosexuelle Paarbeziehung ist das Happy End, welches Ulman für ihr Alter Ego in *Excellences & Perfections* vorgesehen hat.

In der Rezeption sind alle drei Stereotypen meist negativ besetzt. Für die erste Phase ist beispielsweise von einem »Dummchen«⁴⁴, einem »artsy, provincial girl«⁴⁵, einer »ingenué«⁴⁶ oder gar einem »Häschen«⁴⁷ die Rede. Selbst in der kritischen Rezeption finden sich mehr oder weniger starke Bewertungen der vorgeführten Weiblichkeitskonzepte – sich in Pastelltöne zu kleiden und für Beauty-Produkte zu interessieren, gehört anscheinend nicht zu den Verhaltensweisen, die man einer Künstlerin oder einer *ernstzunehmenden* Frau zuspricht. Diese Erfahrung machte Ulman auch selbst im Laufe der Performance:

»People started hating me, < [...] >Some gallery I was showing with freaked out and was like, >You have to stop doing this, because people don't take you seriously anymore.< Suddenly I was this dumb b---- because I was showing my ass in pictures.«⁴⁸

42 Ebd., URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014220852/http://instagram.com/p/s61OpCFVzo/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

43 Ebd., URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014220853/http://instagram.com/p/s65tHOLV35/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

44 Meier 2018.

45 Sooke 2016.

46 Caplan-Bricker, Nora: The Instagram Hoax that became an Art-World Sensation. In: slate Online. [25.01.2016]. URL: https://www.slate.com/articles/double_x/doublex/2016/01/the_instagram_hoax_that_became_an_art_world_sensation.html (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

47 Meier, Anika: Jeder ist Online ein Lügner. Amalia Ulmans fiktive Biografie. In: Monopol Magazin Online. [29.01.2016]. URL: <https://www.monopol-magazin.de/anika-meier-amalia-ulman> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

48 Sooke 2016.

So findet sich zum Beispiel folgender Kommentar unter einem vermeintlichen Self-Empowerment-Selfie (die Bildunterschrift lautet »ive realised that ive been reducin my worth by being self destructive. No more smoking, bad eatin or bad thoughts [...]«): »I used to take you seriously as an artist until I found out via Instagram that you have the mentality of a 15 year old hood rat.«⁴⁹ Auf die Glaubwürdigkeit, die sich Ulman als Künstlerin aufgebaut hatte, war also wenig Verlass: Sie hatte sie scheinbar leichtsinnig verspielt. Damit wird deutlich, wie eng die anerkannten Verhaltensweisen und Konventionen im Internet für junge Frauen gefasst sind.

Ausgewählte Bildanalysen

Kaja Silvermans Betrachtungsweise von Cindy Shermans *Untitled Film Stills* folgend wird je ein Bild aus jeder Episode mit dem Fokus auf die Mise-en-Scène, das Framing, Licht, Kostüm und Pose untersucht.⁵⁰

Instagram-Post vom 23. April 2014

Bei dem achten und erfolgreichsten Post der Performance (276 Likes) handelt es sich um ein sogenanntes Mirror Selfie: Die Kamera wird auf einen Spiegel gerichtet, sodass eine Ganzkörper-Aufnahme möglich wird. Ulman fotografiert sich frontal stehend, mittig im Bild. Rechts hinter Ulman steht ein Sessel, dahinter hängt ein bodenlanger Vorhang. Links vor Ulman befindet sich ebenfalls ein Stuhl oder Sessel, behangen mit hellen Textilien. Ulman hat sich vor einem schmalen Schrank oder einem schmalen Raumteiler positioniert. Das Interieur weist auf ein Hotelzimmer hin. Durch den Spiegel-Effekt entsteht ein Bild im Bild: Der Rahmen des Spiegels und die Wand, an der er hängt, sind deutlich zu sehen und nehmen etwas mehr als die Hälfte des Bildes ein. Das gesamte Foto entspricht dem Farbkonzept der ersten Episode: helle, weiche Beige-, Grau-, Weiß- und Rosatöne. Das Licht ist indirekt, scheint aber aus der rechten Zimmerecke in das Zimmer hinein zu strahlen. Von hinten fällt ein heller Lichtstreifen auf den Fußboden und Ulmans weiße Kleidung. Sie trägt einen kurzen, ausgestellten weißen Rock mit einer weißen Bordüre sowie ein bauchfreies, aber hoch geschlossenes, ärmelloses weißes Oberteil. Ihre nackten Arme, Beine und ein Stück ihres Bauches

49 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/pxVqkHIV8P/?m_odal=true (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

50 Silverman 1997. S. 52ff.

sind sichtbar. Sie trägt unauffällige, beigefarbene Schuhe mit runder Spitze und Schleife, wahrscheinlich mit einem kleinen Absatz. Sie hat die Beine überkreuzt und ihr linkes Bein leicht nach vorne ausgestreckt. Diese überkreuzten Beine werden konterkariert von der Armhaltung: Während die linke Hand das Telefon etwa in Höhe der linken Schulter hält, um zu fotografieren, ist der rechte Arm in einem Dreieck erhoben – Ulman reibt sich mit der rechten Hand das rechte Auge. Ihr Kopf ist dabei zur Seite geneigt. Dadurch fällt der blonde Pferdeschwanz, der hoch am Hinterkopf gebunden ist, ebenfalls zur linken Seite. Diese Pose wirkt skulptural: Die Körperhaltung, aber auch die helle, alabaster-ähnliche Hautfarbe sowie der Faltenwurf des Rockes vermitteln den Eindruck eines kunstvoll ausbalancierten Standbildes.

Abb. 14: Ulman, Amalia: *Excellences & Perfections*, Instagram-Post vom 23. April 2014.



© Amalia Ulman.

Dieser moderne (Anti-)Kontrapost geht als Allegorie des Guten Morgens durch: Die Bildunterschrift erklärt das *zarte* Augenreiben (die Faust ist leicht geöffnet und scheint das Auge nicht wirklich zu berühren) und das freundli-

che Lächeln mit einem »Good Morning!!«⁵¹. Es erklärt sich, warum dies der erfolgreichste Post der gesamten Performance ist: Ulman schafft es, schön und sexy auszusehen, ohne dabei zu aufreizend oder zu langweilig zu wirken. Ihre skulpturale Erscheinung mag maniert wirken, insbesondere die überkreuzten Beine⁵², aber in ihrer *idealen Schönheit* (hier kommen Attribute wie dünn, weiß und blond zum Tragen) überzeugt sie ihr Publikum.

Instagram-Post vom 27. Juli 2014

Der Post stammt vom 27. Juli, das Alter Ego Ulmans hat sich bereits einer Brust-OP unterzogen, Bauchmuskeltraining wurde vor und für die Kamera absolviert sowie Drogen konsumiert. Das freundliche Lächeln ist einem distanzierten, ernsthaften Blick gewichen. Das *blonde Engelchen* der ersten Episode ist passé. Nach der inszenierten Brust-OP folgt mit diesem Post ein zweites *Make Over*: Ulman färbt sich die Haare braun. Wieder handelt es sich um ein Mirror Selfie, aber hier ist der Spiegel zugleich die Bildfläche und der Spiegelrand rahmt den Bildausschnitt. Ulman steht frontal zum Spiegel, sie ist nur bis zu den Oberschenkeln zu sehen – ein Hüftstück-Porträt. Im Hintergrund links sind eine Toilette und eine hohe Glastüre sichtbar. Rechts hinter Ulman befindet sich eine weiße, leere Wand. Es sind keine Bad-Utensilien oder andere private Dinge zu sehen. Insgesamt überwiegen die hellen Farben: Ulman trägt eine weiße, kurze Hose und einen hellgrauen Kapuzenpullover. Die frisch gefärbten, braunen Haare werden durch die Kleiderwahl farblich hervorgehoben. Das Licht ist indirekt, eine Lichtquelle ist nicht auszumachen, die Schatten sind sehr schwach und diffus. Die kurze Hose hat einen hohen Bund, da Ulman aber den Pullover mit einer Hand nach oben gerafft hält, ist trotzdem nackte Haut zu sehen. Sie hat die Kapuze ihres Pullovers aufgesetzt und lässt die langen Haare seitlich hervorschauen. Sie hält ihr goldglitzerndes Telefon wieder in Schulterhöhe – wodurch sie diesmal allerdings

51 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: [https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/n\)MEiLIV4Z/?modal=true](https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/n)MEiLIV4Z/?modal=true) (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

52 Die überkreuzten Beine waren eine Zeitlang häufig gesehen auf Celebrity-Fotografien von berühmten jungen Frauen. Wie bei fast allen anderen Verhaltensweisen junger Frauen in der Öffentlichkeit riefen auch diese überkreuzten Beine Kritiker/-innen auf den Plan, die nichts weniger als das Ende der Emanzipation durch das unnötig Unbeholfene Überkreuzen heraufbeschworen: Vgl. Raether, Elisabeth: Die neue X-Klasse. In: Zeit Online. [12.01.2012]. URL: <https://www.zeit.de/2012/03/Frau-Gekreuzte-Beine> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

einen großen Teil der Haare verdeckt. Ulman blickt nicht in den Spiegel und somit nicht direkt die Betrachter/-innen an. Sie schaut stattdessen ernst auf das Display ihres Handys, wahrscheinlich um den Bildausschnitt und dessen Inhalt zu kontrollieren.

Abb. 15: Ulman, Amalia: *Excellences & Perfections*, Instagram-Post vom 27. Juli 2014.



© Amalia Ulman.

Der vorgebliche Zweck des Bildes ist es, ihren Followern die neue Haarfarbe zu präsentieren, wie auch die Bildunterschrift besagt: »ok done bak to #natural cuz im sick of ppl thinkin im dumb cos of blond hair... srsly ppl stop hatin !! how u like me now??«⁵³. In diesem Kontext ist es interessant, dass sie sowohl die Kapuze übergezogen hat als auch einen großen Teil der Haare mit ihrem Handy verdeckt. Es kann also nicht nur um ihre neue Haarfarbe gehen. Auch der entblößte Bauch ergibt in diesem Kontext keinen eindeutigen Sinn. Hier wird eine Verletzlichkeit dargestellt, die den Zusammenbruch, der bald darauf folgt, bereits vorbereitet. In diesem Post scheint sich Ulmans Alter Ego zum einen schützen zu wollen (die Kapuze) und zum anderen als verletzlich und wehrlos zu zeigen (der entblößte nackte Bauch). Diese Mischung lässt

53 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/q9Qc1KFV9M/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

sich auch in der Bildunterschrift finden, in welcher das Alter Ego gleichzeitig stark und schwach erscheint: Sie hat keine Lust mehr, als dumm zu gelten, nur weil sie blonde Haare hat – sie gibt also nach und färbt sie sich braun, um (wieder) gemocht zu werden (»ppl stop hatin !!«⁵⁴). Es ist Verteidigung und Klein-Beigeben, Wehrhaftigkeit und Wehrlosigkeit in einem. Durch die Entblößung des Bauches und dem gleichzeitigen Bedecken des Kopfes hat Ulman für diese Ambivalenz einen treffenden visuellen Ausdruck gefunden.

Instagram-Post vom 11. September 2014

Das dritte Bild stammt aus der letzten Episode, aufgenommen am 11. September 2014. Es handelt sich auch hier um ein Spiegel-Selfie. Mit 260 Likes ist es der zweiterfolgreichste Post der Performance. Ulman steht mittig in einer Ganzfigur, hinter ihr eine große Boden-Vase mit Blumen vor einem voluminösen Vorhang. Links hinter ihr steht ein Sessel und neben ihr ein Sideboard, im Vordergrund angeschnitten ein weiterer Sessel. Links im Spiegel ist eine Wand angeschnitten. Der Spiegel und damit das eigentliche Selfie nehmen nur eine geringe Fläche des Bildes ein. Außerhalb des Spiegels befinden sich links und rechts zwei weitere Türen, eine davon ist ein Stück weit geöffnet und führt in ein dunkles Zimmer. Alles deutet auf ein luxuriöses Hotelzimmer hin. Den vorhergehenden Posts kann man entnehmen, dass sich Ulman in Istanbul in einem schicken Hotel aufhält. Die Farben sind hell, aber erdig. Das Tageslicht ist indirekt und die Schatten sind schwach. Ulman nimmt in diesem Interieur nur wenig Platz ein, sie steht relativ weit vom Spiegel entfernt. Sie trägt hohe Absatzschuhe mit breitem Plateau, eine dunkle Skinny-Jeans, ein weites, weißes Shirt und einen großen, ausladenden, dunklen Hut. Ihre Haare trägt sie offen. In der Hand des am Körper herabhängenden rechten Arms hält sie eine dunkelbraune, große Handtasche. In der linken Hand hält sie wieder in Schulterhöhe ihr Handy, welches zum Fotografieren auf den Spiegel gerichtet ist. Sie schaut ernsthaft auf das Display. Der Kopf ist leicht nach vorne geneigt. Ihre Beine sind etwas auseinander gestellt und ein wenig eingedreht. Ihre Haltung wirkt nicht natürlich, sondern angestrengt und manieriert. Die Bildunterschrift lautet »Ready to go!«⁵⁵. Es handelt sich um ein

54 Ebd.

55 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/szNFDJFV7a/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

klassisches Outfit-Foto, welches den Followern die gewählten Kleidungsstücke präsentieren soll. Das Setting des schicken Hotelzimmers unterstreicht die Inszenierung als elegante, weltgewandte Frau.

Abb. 16: *Ulman, Amalia: Excellences & Perfections, Instagram-Post vom 11. September 2014.*



© Amalia Ulman.

Selbstinszenierung und Konvention

Diese kurzen Bildanalysen zeigen bereits, dass Ulman die Konventionen der visuellen Inszenierung auf Instagram beherrscht und bedient hat. Es ist nicht Originalität oder herausragendes Können, welches die Bilder besonders gelingen lässt, sondern vielmehr die Anpassung an bestehende Konventionen der Bildkompositionen auf Instagram und anderen sozialen Medien. Ulman erfindet die Posen, Arrangements und Szenen nicht neu. Sie inszeniert sie gekonnt, aber nicht künstlerisch. Sie passt ihre Charaktere den Konventionen an und übererfüllt diese – eine gelungene digitale Mimikry. Die Bilder sind so gut gemacht, dass diese sich erfolgreich in das jeweilige Genre einreihen und nicht herausstechen. Das unterscheidet Ulman zwar nicht von anderen erfolgreichen Instagram-Userinnen, wirft aber eine interessante Frage nach der visuellen Expertise der Nutzer/-innen von sozialen Netzwerken auf. Nicht nur müssen erfolgreiche Instagram-Userinnen visuell geschickt agieren kön-

nen, auch die Betrachter/-innen müssen bis zu einem gewissen Grad visuell geschult sein: Ob ein Post als gelungen angesehen wird, hängt nicht nur vom Inhalt des Gezeigten ab, sondern auch von dessen Form sowie der Gestaltung der Repräsentation. Instagram und andere Plattformen, die vor allem mit Bildern arbeiten, können als Schulen des Visuellen verstanden werden, deren Nutzer/-innen sich in *Visual Literacy* üben, also der Fähigkeit, Bildern Sinn zu verleihen.

Trotzdem – und dies ist die These dieser Auseinandersetzung mit Selfies – führt die in sozialen Netzwerken geübte *Visual Literacy* nicht unbedingt zu einem breiten visuellen Wortschatz durch Experimente oder einer Auffächerung möglicher Darstellungsformen, sondern vielmehr zu einer hochgradig konventionalisierten Bildsprache. Visuelle Repräsentationen, die diesen Konventionen nicht entsprechen, werden entweder der Aufmerksamkeitsökonomie⁵⁶ der sozialen Medien entzogen (sie bekommen zum Beispiel keine Likes oder verlieren Follower) oder sozial sanktioniert (zum Beispiel durch Cybermobbing).

Inszenierung und Glaubwürdigkeit

Die Narration vom schnellen Wechsel der *Lifestyles* in *Excellences & Perfections* scheint in der Nacherzählung überzogen und unglaubwürdig – doch während der Performance hielt das kuratierte digitale Selbst diese Wechsel aus. Ulman mag zwar für Verwirrung unter einigen ihrer Follower gesorgt haben, verloren hat sie aber wohl keine. Manche mögen ihr Verhalten für übertrieben gehalten haben (»All this shit is so fucking pretentious oh my gah«⁵⁷), aber kaum jemand scheint auf die Idee gekommen zu sein, dass es sich um eine kalkulierte Inszenierung, Satire oder einen ironischen Kommentar handeln könnte. Gerade die kurzen Videos, in denen Ulman in der *Hot-Babe*-Episode auf geradezu groteske Weise eben solch ein Hot Babe in ihren Tanzbewegungen nachahmt, laden zu einer ironischen Lesart ein. Doch es scheint naheliegender, anzunehmen, die junge Frau wolle wirklich so sein und scheitere bei dem Versuch, dieses Wunschbild zu erfüllen. So sehr junge Frauen für ihr vermeintlich narzisstisches Auftreten in sozialen Medien kritisiert werden, so schnell wird dieser angebliche Narzissmus als typisch weiblich verstanden

56 Vgl. Franck, Georg: *Ökonomie der Aufmerksamkeit*, München/Wien 1998.

57 Vgl. Online-Archiv der Performance auf Rhizome. URL: <https://webenact.rhizome.org/excellences-and-perfections/20141014150552/http://instagram.com/p/rcBXSLLIV-R/?modal=true> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

und naturalisiert: Nicht dass frau sich inszeniert, ist kritikwürdig, lediglich das Wie.

Indem sie die Rahmen, Regeln und Konventionen einhält, die sich bei Instagram und anderen Online-Plattformen als erfolgreich durchgesetzt haben, kreierte Ulman für ihr Alter Ego eine Glaubwürdigkeit, die nicht an Authentizität gekoppelt zu sein scheint. Diese Glaubwürdigkeit, die mehr mit Stimmigkeit in der Inszenierung als mit Echtheit zu tun hat, kann als ein Spezifikum in der Einschätzung digitaler Selbstinszenierung ausgemacht werden. Fast jedeR, der oder die Erfahrungen in sozialen Medien gemacht hat, weiß, dass die vermeintliche Spontanität eines Selfies meist wohl kalkuliertes Ergebnis eines aufwendig vorbereiteten Szenarios ist. Es scheint also nicht so wichtig, ob jemand genau so im *real life* aussieht oder handelt, wie viele Versuche es brauchte, dieses eine Selfie zu machen, oder wieviel Sorgfalt und damit Zeitaufwand in das Instagram-Profil gesteckt werden – was zählt, ist das Ergebnis. Das digitale Selbst muss in sich schlüssig sein. Glaubwürdig ist, wer sein digitales Selbst stimmig inszeniert.

Dabei gewinnt vor allem diejenige an Aufmerksamkeit, deren digitales Selbst leicht zu verstehen ist, also: konsumierbar. Obwohl heutzutage Konsum vermehrt als eine herausfordernde Angelegenheit angesehen wird (Was kaufe ich? Wie treffe ich eine Auswahl? Was bewirkt mein Kauf? Richte ich Schaden an? Kann ich es mir leisten?...), wird vor allem durch Werbung immer noch ein Konsumentinnen-Bild gezeichnet, welches auf Spaß, Kurzweiligkeit und Glücksgefühle ausgelegt ist und Konsum als etwas Einfaches darstellt. Sogenannte Influencer/-innen – wie es sie zur Zeit von Ulmans Performance in dieser Art noch gar nicht gab – haben dieses werbegeprägte Konsumverständnis in die sozialen Medien übersetzt. Auch Ulmans Alter Ego präsentiert Beauty-Produkte, fragt ihre Follower nach ihrer Meinung bezüglich Outfit-Wahl oder anderer Fashion-Statements, verlost gesponsorte T-Shirts oder bietet Rabatte per Kooperation mit Brands an, präsentiert Geschenke von Mode-Firmen und identifiziert sich mit Brands wie Starbucks, Chanel und Yves Saint Laurent. Es ist die Mischung aus diesen Konsum-/Produkt-Bildern, den Selfies und den biografisch gefärbten Informationshäppchen, die das digitale Selbst, welches Ulman in den fünf Monaten ihrer Performance aufbaute, glaubwürdig macht. Es ähnelt vielen weiteren digitalen Selbstinszenierungen auf Instagram und anderen Plattformen. In der Menge der ähnlich inszenierten Persönlichkeiten fällt Ulmans Alter Ego kaum auf, könnte lediglich als überzogen und lächerlich gewertet werden, aber nicht als *Fake*.

»Through judicious use of sets, props, and locations, *Excellences & Perfections* evoked a consumerist fantasy lifestyle. Ulman's Instagram account is a parade of carefully arranged flowers and expensive lingerie and highly groomed interiors and perfectly plated brunches. These images are excessive, but also believable—because they're so familiar. For many privileged users, social media is a way of selling one's lifestyle, of building one's brand. And Ulman went to great lengths to replicate the narrative conventions of these privileged feeds, from her use of captions and hashtags (#simple, #cutegasm), to the pace and timing of uploads, to the discerning inclusion of ›authentic‹ intimate or emotional content (a photo of a lover or a moment of despair).«⁵⁸

Ulman verortet ihre Performance *Excellences & Perfections* selbst als Kommentar zu den Stereotypen, die sie bei Instagram-Userinnen ausgemacht und dann nachgespielt habe. Sie möchte zeigen, welche Ideen von Weiblichkeit sich auf Instagram durchgesetzt haben und wie konstruiert diese sind:

»I wanted to prove that femininity is a construction, and not something biological or inherent to any woman. Women understood the performance much faster than men. They were like, ›We get it – and it's very funny.‹ What was the joke? The joke was admitting how much work goes into being a woman and how being a woman is not a natural thing. It's something you learn.«⁵⁹

Damit kann *Excellences & Perfections* in eine Traditionslinie feministischer Künstlerinnen gestellt werden, die seit Jahrzehnten mit der Inszenierung des eigenen Körpers daran arbeiten, Weiblichkeitskonzepte als Konstruktionen aufzuzeigen, wie beispielsweise Claude Cahun, Nikki S. Lee oder Cindy Sherman. Der naheliegende Vergleich mit Cindy Shermans *Untitled Film Stills* ist bereits öfter gezogen worden⁶⁰ und zeigt sich besonders eindrücklich im Vergleich der Arbeitsweisen der beiden Künstlerinnen, insbesondere wie sie weibliche Stereotypen herausarbeiten und sich aneignen. Beide Werk-Komplexe haben – trotz großer Unterschiede – gemeinsam, dass sich die Künstlerinnen mit sorgfältiger Kostümierung, elaborierter Posen und

58 Connor, Michael: First Look: Amalia Ulman – *Excellences & Perfections*. Rhizome Online. [20.10.2014]. URL: <http://rhizome.org/editorial/2014/oct/20/first-look-amalia-ulman-excellences-perfections/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

59 Sooke 2016.

60 Vgl. Ebd. oder Caplan-Bricker 2016.

detailgenauer Mise-en-Scène mit Hingabe an den Stereotypen abarbeiten. Diese Ambivalenz, die sich aus der gleichzeitigen Ablehnung und der freudvollen Aneignung dieser Stereotype ergibt, haben Kritiker/-innen bereits für Shermans *Untitled Film Stills* ausgemacht:

»Gerald Marzorati, for instance, claims that Sherman ›has sought to capture the look and feel of stills from the `50s films, and at the same time has sought to deny it all.« He goes on to say that there is a ›tension in these pictures‹ between the stereotypes they portray, and ›Sherman's own feelings about the stereotype.«

Similarly, Michael Danoff speaks about the pleasure which comes when one no longer passively absorbs the stereotypes, but actively ›gets‹ them, a ›getting‹ which once again implies a distanciation from the women who ostensibly embody them.«⁶¹

Dieses »getting it« gilt nicht nur für die Künstlerin selbst, sondern auch für ihre Betrachterinnen – allerdings im Falle Ulmans erst, nachdem die Performance zu einer solchen erklärt wurde. Der Kunstanspruch ist existenziell für die Verhandelbarkeit der hier beschriebenen Ambivalenz. Die Stereotype müssen als solche erst durch den Filter der Kunst ausgestellt werden. Die kritische Auseinandersetzung setzt erst ein, wenn der Raum dafür geschaffen worden ist. Followern, denen die Stereotyphaftigkeit von Ulmans Instagram-Charakteren negativ aufgefallen war, werden ihr entweder nicht länger gefolgt sein oder diese Stereotyphaftigkeit als Scheitern der digitalen Selbstinszenierung gewertet haben.

Zwei weitere nennenswerte Aspekte teilen Shermans *Untitled Film Stills* und Ulmans *Excellences & Perfections*: die Einheit von Künstlerin und Model und die Instrumentalisierung des Blicks der Betrachter/-innen. Ähnlich wie Sherman arbeitet auch Ulman nicht mit einem Model, sondern inszeniert sich selbst. Während Shermans Arbeiten jedoch als Kunst von Anfang an kontextualisiert waren, konnte Ulmans Performance erst im Rückblick als solche betrachtet werden. Ulmans Selbst-Inszenierung scheint in diesem Sinne subtiler, auch weil sie sich auf drei Charaktere beschränkt. Diese sind zudem durch einen Erzählstrang zu einer Person verknüpft. Die Produktion der Werke beider Künstlerinnen fordert einen hohen Einsatz. Selbst in den banal wirkenden Fotos von Ulman steckt viel Arbeit: »I spent a month researching

61 Silverman, Kaja: How to face the Gaze. In: Burton, Johanna (Hg.): Cindy Sherman. October Files 6. Cambridge/London 2006, S. 166.

the whole thing. There was a beginning, a climax and an end. I dyed my hair. I changed my wardrobe. I was acting; it wasn't me.«⁶² Doch diese Rolle trug ihren Namen und nutzte ihr Instagram-Profil – was die Unterscheidung zwischen realer Person und fiktiver Persona erschwert:

»Her close friends were often confused, unable to demarcate the Ulman of social media as a separate fiction, even when she would try to explain the project away from the keyboard. By repeating a lie for three months, she created a truth that she was unable to dismantle.«⁶³

Die Stereotype, die Ulman aufgegriffen hat, sind so omnipräsent und stark in ihrer Wirkung, dass es nicht abwegig erscheint, dass eine junge Frau diese Stereotype erfüllen will, selbst wenn ihre Peergroup diesen Stereotypen ablehnend gegenübersteht. Auch wenn sich Ulman also digital unauthentisch verhalten hat, so war ihr Verhalten doch glaubwürdig. Statt den Repräsentationsformen zu misstrauen, misstraut man eher der jungen Frau und ihrem Urteilsvermögen. Wieder zeigt sich, wie eng die Räume visueller Repräsentation gesteckt sind: Selbst für eine privilegierte, junge, weiße, aufstrebende Künstlerin sind die akzeptierten Repräsentationsmöglichkeiten begrenzt.

Eine der häufigsten (nicht-wissenschaftlichen) Fragen bezüglich Cindy Shermans Werk ist die nach dem originären Selbst der Künstlerin: Wie viel Sherman steckt in den dargestellten Frauen? Lässt sich hinter der Maskerade Shermans *wahres* Gesicht ausmachen? Diese Frage stellt sich auch bei Ulmans *Excellences & Perfections*. Für beide Künstlerinnen gilt, dass sie die Fragen als bereits ideologisch aufgeladen deutlich werden lassen – weil die Fragen einen Glauben an Authentizität und Essentialität preisgibt, den die Arbeiten der Künstlerinnen ja gerade als fragwürdig aufzeigen möchten.

Die *Untitled Film Stills* waren durch Kostüm und Mise-en-Scène bereits in ihrer Entstehungszeit in einer nostalgisch konnotierten Vergangenheit, dem Kino der 50er und 60er Jahre, angesiedelt. Den Betrachtenden ist schnell klar, dass die *Untitled Film Stills* keinem echten Film entnommen wurden. Das faszinierende Unbehagen, welches die *Untitled Film Stills* hervorrufen, liegt unter anderem an dieser Imitation, die gleichzeitig nah an den Glamour der losen Vorlagen heranreicht und doch deren eigene Künstlichkeit offenlegt. Dies gilt ebenfalls für Ulmans Performance: Man meint, ein *It-Girl* im Entstehen zu beobachten – gleichzeitig wird die Lächerlichkeit eines solchen Un-

62 Sooke 2016.

63 Connor 2014.

terfangens vorgeführt. Dies geschieht zum Großteil durch die Blickführung der Betrachter/-innen, insbesondere durch die Lenkung ihrer voyeuristischen Blicke. Was die Filmtheoretikerin Laura Mulvey für Shermans *Untitled Film Stills* beschreibt, gilt auch für Ulmans *Excellences & Perfections*:

»The lure of voyeurism turns around like a trap, and the viewer ends up aware that Sherman, the artist, has set up a machine for making the gaze materialize uncomfortably in alliance with Sherman, the model. Then the viewer's curiosity may be attracted to the surrounding narrative. But any speculation about a story, about actual events and the character depicted, quickly reaches a dead end.«⁶⁴

Auch die elaborierte Narration der Performance Ulmans wird in dem Moment fragwürdig, in dem ihr Kunst-Charakter offenbar wird: Die Brust-OP hat niemals stattgefunden, aber was ist mit der Reise nach Istanbul? Wer ist der Mann, der ihren Freund spielt? Wer ist die Frau, die ihre Ernährungsberaterin sein soll? Hat sie überhaupt eine Schwester? Ist das Tattoo echt? Die Fragen führen ins Nichts, verunsichern aber nachhaltig den Glaubwürdigkeitsanspruch digitaler Selbstinszenierung. »Jeder ist online ein Lügner«⁶⁵, sagt Ulman – aber handelt es sich nur um harmlose Notlügen oder um existentielle Lebenslügen?

Auch im Kontext von Weiblichkeit als Maskerade, also Weiblichkeit als etwas, das hergestellt werden muss, trifft Ulman einen Nerv der Zeit. Auch wenn jungen Frauen ihre visuelle Repräsentation durch die Demokratisierung der technischen Mittel selbst in die Hände gelegt wurde, so sind die Möglichkeiten dieser visuellen Repräsentation doch sehr begrenzt. Zwar ist es möglich, die Kontrolle über das eigene Bild zu haben, wenn es jedoch in die (digitale) Öffentlichkeit gelangt, muss es starren Konventionen genügen, um sozial nicht sanktioniert zu werden. *Doing Gender* ist keine einfache alltägliche Routine, sondern Aufmerksamkeit und Ressourcen fordernde, ständig neu zu kalibrierende Praxis.

Während sich (westliche) feministische Künstlerinnen in der Vergangenheit mit dem starren Rollenbild der Frau und den vorherrschenden, einengenden Stereotypen auseinandergesetzt haben, sehen sich zeitgenössische, feministische Künstlerinnen mit einem neoliberaleren Verständnis von indivi-

64 Mulvey, Laura: *Cosmetics and Abjection: Cindy Sherman 1977-1987*. In: Burton, Johanna (Hg.): *Cindy Sherman*. October Files 6. Cambridge/London 2006, S. 69.

65 Meier 2016.

dueller Freiheit konfrontiert: Viele Frauen können ihre Repräsentation nun selbst wählen – sollen dieser dann aber bitte perfekt entsprechen. Ulman hat diese Ambivalenz einer neoliberalen Freiheit aufgezeigt, indem sie zugleich die Alltäglichkeit der Stereotype, deren Akzeptanz und deren Absurdität offen legte.

»Frida Kahlo's mask was always her own. Marilyn's was like a trademark. While Cindy Sherman and Madonna shift appearance into fascinating de-bunking of stable identity, Marilyn's masquerade had to be always absolutely identical.«⁶⁶

Es ließe sich ergänzen: *Ulmans masquerade resembles the one of many* – Ulmans Maskerade ähnelt der von vielen.

5.3 Ideology at Work

Junge Frauen posten mehr Selfies in den sozialen Medien als Männer. Sie geben sich zu sehen – in der Hoffnung, gesehen zu werden. Durch die technische Entwicklung und die voranschreitende Demokratisierung des Zugangs zu technischen Mitteln haben die meisten Menschen heutzutage die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, wann, wie und wem sie sich zu sehen geben. Die Anstrengung hinter diesem Akt der Selbstmitteilung und oft auch der Selbstentblößung ist nicht zu unterschätzen, so alltäglich sie für viele auch ist. Motor dieser Selbst-Veröffentlichung ist die zu erwartende Reaktion auf das Zu-Sehen-Geben: Wer wird auf das Selfie reagieren? Wird das Publikum es mögen und vielleicht sogar kommentieren? Wie viele Likes wird es bekommen?

Da eine positive Reaktion auf das geteilte Selfie der Motor der Veröffentlichung ist, wird das Bild so gestaltet, dass es positive Reaktionen hervorrufen soll. Menschen, die ihr Selfie in den sozialen Medien posten, ist sehr wohl bewusst, welche Standards für diesen Akt gelten: welche Schönheitsideale, welche Hashtags, welche Trends, welche Filter, welche Tabus. Er oder sie lernt diese Standards durch den alltäglichen Gebrauch:

»[...] each time they log on to their social media accounts, users are exposed to a plethora of selfies from which they can observe and learn about the

66 Mulvey 2006, S. 81.

›global standards‹ of a good selfie (e.g. appropriate lighting, picking the best angle for the self, striking a pose and looking good without trying too hard).«⁶⁷

Nicht nur der Aufwand, der betrieben wird, um ein gelungenes Selfie zu machen, auch die Symbolisierungen, die gleichzeitig am Werk sind, und die internalisierten Regeln und Konventionen, denen das Selbst in seiner Inszenierung zu entsprechen hofft, machen die Bedeutung dieser noch jungen Kulturtechnik vielschichtig. Selfies als Selbstporträts haben einen besonderen Stellenwert in der Gegenwartskultur: Die kulturhistorische Bedeutung von Porträts als Zeugnisse eines außergewöhnlichen Selbst, dessen Existenz eines Porträts würdig ist, ist immer noch virulent. Die Demokratisierung von technischen Mitteln hat es möglich gemacht, dass (fast) jedeR von sich Zeugnis ablegen kann. Der Mensch macht sein eigenes Porträt – doch die anderen müssen entscheiden, ob das so porträtierte Selbst ein außergewöhnliches ist.

In *Eine Illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Photographie*⁶⁸ betrachtet Pierre Bourdieu das Fotografieren als (neues) Hobby der Arbeiterklasse und beschreibt das besondere Verhältnis von Fotografierendem zu Fotografierten:

»Während theoretisch das Prinzip und die Fortschritte der photographischen Technik dazu tendieren, alles objektiv ›photographierbar‹ zu machen, wählt, jedenfalls innerhalb der theoretischen Unendlichkeit aller Photographien, die ihr technisch möglich sind, jede Gruppe praktisch ein endliches und bestimmtes Sortiment möglicher Gegenstände, Genres und Kompositionen aus. [...] Durch die Vermittlung des Ethos, die Verinnerlichung objektiver und allgemeiner Regelmäßigkeiten, unterwirft die Gruppe diese Praxis der kollektiven Regel, so daß noch die unbedeutendste Photographie neben den expliziten Intentionen ihres Produzenten das System der Schemata des Denkens, der Wahrnehmung und der Vorlieben zum Ausdruck bringt, die einer Gruppe gemeinsam sind.

Anders gesagt, es zeigt sich, daß das Feld dessen, was sich einer bestimmten gesellschaftlichen Klasse als wirkliche Objekte der Photographie darstellt

67 Lim 2016, S. 1779.

68 Im Original: *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. *Moyen* kann mit durchschnittlich, mittelmäßig übersetzt werden, was in unserem Fall passender erscheint als illegitim.

[(...)], durch implizite Modelle definiert wird, die sich über die photographische Praxis und ihre Produkte dingfest machen lassen, da sie objektiv den Sinn bestimmen, den eine Gruppe dem photographischen Akt als der fundamentalen Aufwertung eines wahrgenommenen Objekts zu einem Objekt verleiht, das für würdig befunden wird, es zu photographieren, d.h. es festzuhalten, zu konservieren, zu kommunizieren, vorzuzeigen und zu bewundern.«⁶⁹

Was sagt es also über die Gruppe der jungen Leute aus, die ihre Selfies in den sozialen Medien veröffentlichen, dass sie vor allem sich selbst fotografieren – dass sie sich selbst zum Objekt aufwerten, das würdig ist, fotografiert zu werden?

Es ist das Sich-zu-Sehen-Geben als Sich-zum-Konsum-Anbieten, welches eine Antwort darauf geben kann: Um in den Genuss des Gesehen-Werdens zu kommen, muss sich das Individuum der kapitalistischen Logik unterwerfen und sich selbst zur Ware machen. Stars, insbesondere Schauspieler/-innen, sind Fachleute dieser Art von Selbstvermarktung. Doch auch nicht-berühmte Menschen, die sich in sozialen Medien bewegen, unterwerfen sich dieser Logik bewusst, um am Genuss des Zeigens und Gesehen-Werdens teilzuhaben. Es ist die Öffentlichkeit, die durch die sozialen Netzwerke zum einen geschaffen und zum anderen zugänglich gemacht wird, die die Logik der Konsumierbarkeit heraufbeschwört: *Ich könnte gesehen werden, also mache ich mich bereit, gesehen zu werden.* Die Antizipation, von vielen Menschen gesehen und bewertet zu werden, beeinflusst die Inszenierung des digitalen Selbst stark. Auch die Künstlerin Ulman hat dies in einem Interview zu ihrer Performance thematisiert:

»Now the problem is that everyone is required to be a celebrity,« she said. >(Before) only people in the arts or entertainment industry were required to have to deal with certain things, and now it's required of everyone to learn these skills of (being) a minor celebrity – the way they look, the way they are perceived – which is kind of dangerous.«⁷⁰

69 Bourdieu, Pierre u.a. (Hg.): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Kunst. Hamburg 2006, S. 17-18.

70 Eler, Alicia: Amalia Ulman's Instagram performance exposed the flaws in selfie culture. In: Edition CNN Online. [29.03.2018]. URL: <https://edition.cnn.com/style/article/amalia-ulman-instagram-excellences-perfections/index.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

Die Logik, nach der das digitale Selbst so inszeniert wird, dass es den Anforderungen genügt, die bisher nur an Menschen in der Öffentlichkeit gestellt wurden, ist die der *Celebrity Culture* – das digitale Ich ist ein *Microcelebrity*, wie es Theresa M. Senft beschreibt:

»[T]he practice of microcelebrity (which I define as the commitment to deploying and maintaining one's online identity as if it were a branded good, with the expectation that others do the same) has moved from the Internet's margins to its mainstream.«⁷¹

Um die eigene Online-Identität wie eine Marke zu präsentieren, muss der Blick möglicher Betrachter/-innen antizipiert, bedient und gelenkt werden. Das in den sozialen Medien etablierte Belohnungssystem der *Likes*, *Shares* und Kommentare hat Erfolg in der Aufmerksamkeitsökonomie messbar gemacht. Die Erwartungen an das Individuum sind indes bereits ausgewachsene Anforderungen an das Subjekt und dessen Repräsentation geworden. Der Blick der anderen User/-innen ist eine Kontrollinstanz, die gerade in den visuell geprägten sozialen Medien stark ausgeprägt ist. Die Wirtschaftswissenschaftler Richard Kedzior und Douglas E. Allen sprechen in ihrem Essay *From Liberation to Control: Understanding the Selfie Experience vom control through gaze*, von der Kontrolle durch den Blick, welche sich aus verschiedenen Blickregimen zusammensetzt: der von Michel Foucault analysierte panoptische Blick, der synoptische Blick wie in Thomas Mathiesen auf Foucault aufbauend herausgearbeitet hat sowie der spektakuläre Blick nach Guy Debord. Der panoptische Blick wurde von Foucault an die Praxis der Überwachung gekoppelt und erklärt die Wirkungsweise des allsehenden Machthabers unter der Prämisse *die Wenigen beobachten die Vielen*.⁷² Auf die Praxis der Selfies angewandt, äußert sich diese Praxis der Überwachung vor allem in verinnerlichten Anforderungen daran, wie man sich für ein Selfie zu verhalten hat.⁷³ Zudem werden Verstöße gegen diese Anforderungen diszipliniert. Diese werden jedoch nicht, wie es Foucaults Konzept von Überwachen und Strafen vorsieht, durch

71 Senft, Theresa M.: *Microcelebrity and the Branded Self*. In: Hartley, John/Burgess, Jean/Bruns, Axel (Hg.): *A Companion to New Media Dynamics, Forms, Platforms, Practices*. Oxford 2013, S. 346.

72 Vgl. Foucault, Michel: *Überwachen und Strafen*. In: Foucault, Michel: *Die Hauptwerke*. Frankfurt a.M. 2008. S. 900ff.

73 Vgl. Kedzior/Allen 2016.

ein paar wenige, die qua ihres Status in der hegemonialen Struktur mächtiger sind als die Überwachten, oder durch eine mit Macht ausgestattete Institution, durchgeführt. Andere Überwachte, die sich der etablierten Disziplin ebenfalls unterwerfen, achten darauf, dass die anderen dies auch tun. Dieser Mechanismus entspricht dem, was Mathiesen aufbauend auf Foucaults Panoptikum als Synoptikum beschreibt:

»Increasingly, the few have been able to see the many, but also increasingly, the many have been enabled to see the few – to see the VIPs, the reporters, the stars, almost a new class in the public sphere.

Formulated in bold terms, it is possible to say that not only panopticism, but also *synopticism* characterizes our society, and characterized the transition to modernity. The concept [...] may be used to represent the situation where a large number focuses on something in common which is condensed. In other words, it may stand for the *opposite* of the situation where the few see the many. In a two-way and significant double sense of the word we thus live in a *viewer society*.«⁷⁴

Es scheint, dass mit den sozialen Medien die *viewer society* eine Möglichkeit gefunden hat, nicht nur zu sehen, sondern sich auch zu sehen zu geben – aber eben unter den Bedingungen der Gesellschaft der Schauenden, vorrangig dem Primat des Genusses des Zuschauens. Für Kedzior und Allen kommt hier der dritte Mechanismus zum Einsatz: der spektakuläre Blick. Diesen beschreiben sie als den Wunsch, sich Selbst im eigenen Bild zum Spektakel zu machen. Der Begriff des Spektakels wird hier im Sinne Guy Debords *Die Gesellschaft des Spektakels* als eine Ablenkung von und gleichzeitige Stilisierung der Warenförmigkeit und Konsumorientierung der Gegenwartsgesellschaft benutzt.⁷⁵ Das Selbst als Spektakel bedeutet in diesem Kontext das Selbst als Ware konsumierbar und genießbar zu machen. Das Selfie als Spektakel ist dabei eine Form der Selbst-Inszenierung, die das Selbst verfügbar macht: »[T]he selfie consumption experience and network of exchange can be viewed as a locus of spectacular consumption that is an extension of consumer capitalism.«⁷⁶ Diese drei Mechanismen sind gleichzeitig aktiv: Der internali-

74 Mathiesen, Thomas: *The Viewer Society*. Michel Foucault's ›Panopticon‹ revisited. In: *Theoretical Criminology*. Vol. 1/2. London, Thousand Oaks, New Delhi 1997, S. 219.

75 Vgl. Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakels*. Berlin 2013. (franz. Erstveröffentlichung 1967).

76 Kedzior/Allen 2016, S. 1899.

sierte panoptische Blick wird (mehr oder weniger) unterbewusst angewandt bei der Produktion eines Selfies (*Wie muss man sich verhalten, um den Regeln zu entsprechen?*), der synoptische Blick kommt bei der Veröffentlichung und beim Betrachten eines Selfies zum Einsatz (*Wer sieht wen auf welche Weise?*) und der spektakuläre Blick erklärt die Funktionsweise und den Erfolg des Selfies in der Gegenwart (*Ich zeige mich, damit du mich siehst/Ich mache mich verfügbar, damit Du mich genießen kannst!*).

Doch das Bild vom Selbst wird nicht einfach nur angeschaut und genossen. Die Warenförmigkeit zeigt sich hier in der Art und Weise, wie etwas zum Konsum angeboten wird, weniger im Akt des Konsumierens selbst, da die Bilder nicht wirklich verbraucht werden können. Um konsumierbar zu sein, muss etwas angeboten werden – und dieses Angebot sollte im besten Fall verlockend sein. Wenn man sich entscheidet, durch das Veröffentlichen eines Selfies sich seiner Umwelt anzubieten, wird man die Regeln einhalten, um Erfolg zu haben.

Selfies müssen als Kommunikationsmittel ernst genommen werden, denn Menschen veröffentlichen ihre Bilder, um sich mitzuteilen. Auch Stereotype sind nicht nur negativ zu bewerten: Ein Stereotyp ist ebenfalls ein Kommunikationsmittel, welches auf schnelles Verständnis setzt. In ihrer Stereotypie sind Selfies eindeutig nicht-ikonische Bilder, ausgelegt, um eine einfache Kommunikation zu ermöglichen. Der Kunstwissenschaftler Wolfgang Ullrich attestiert der durch Selfies eingeübten und tradierten Gestik und Mimik eine allgemeine Verständlichkeit, die Selfies als globale Sprache prädestiniert:

»Je öfter man sich in eine Selfie-Pose begibt, um anderen mitzuteilen, was man gerade erlebt, und je alltäglicher man mit zahllosen Selfies seiner Freunde, aber auch vieler Unbekannter konfrontiert ist, desto deutlicher prägen sich bestimmte Gesten, Kopfhaltungen und Grimassen aus. Als hoch mimetische Wesen mit stets aktiven Spiegelneuronen übernehmen Menschen nämlich die stärksten und suggestivsten Ausdrucksformen anderer. Tatsächlich dürfte es in der gegenwärtigen Kultur nichts geben, was genauso wirkungsvoll wie Selfies und die ihnen zugrunde liegenden Emoticons zu einer Modifikation sowie Kodifizierung von Mimik und Gestik beiträgt, sind Menschen doch im Selfie-Modus bewusster und konzentrierter auf ihren

Ausdruck bedacht als in den meisten anderen Situationen ihres sozialen Lebens.«⁷⁷

Ullrich ist davon überzeugt, dass Selfies die ersten Sprechversuche einer globalen Bildsprache sind – und das menschliche, individuelle Gesicht als Zeichen eingesetzt wird.⁷⁸ Bisher teilt ein Selfie als Kommunikationsmittel jedoch nur sehr wenig mit – und dies zudem auf die einfachste Weise. Es scheint wichtiger, absolut sicher zu gehen, dass das Gegenüber den Selbstausdruck versteht, als dass das Individuum einen komplexeren Ausdruck und damit eine komplexere Repräsentation für sich selbst findet. Repräsentieren nach Holert bedeutet, (sich selbst) » [...] ein Bild geben, das ›Identität‹ stiftet. Repräsentation ist damit eine Funktion bei der Herstellung der Unterscheidung zwischen dem Eigenen und dem Anderen.«⁷⁹ Für die meisten Selfie-Poster/-innen liegt der Moment der Identitätsstiftung allerdings darin, zu zeigen, dass man eineR von vielen ist und dazugehört. Es geht weniger darum, einen individuellen Ausdruck zu finden, als vielmehr darum, den anerkannten Ausdruck zu erfüllen. So ist das Individuum zum einen aufgefordert, zu wissen, was die anerkannte Ausdrucksform ist, und zum anderen so an sich zu arbeiten, dass es die Anforderungen auch erfüllt.

Die Qualität nicht-ikonischer Bilder ist, durch Tradierung einer starken, subtilen Symbolisierung, eine Normalität zu kodifizieren, die in ihrer Normativität als selbstverständlich empfunden wird. Die für Selfies am stärksten wirkende Strategie der Kodifizierung von Normalität ist die der Verharmlosung sowohl der Praxis als auch deren Wirkungsweise. Das Machen eines Selfies wird als harmloser Zeitvertreib zugleich kritisiert und verteidigt. Dabei wird aber vor allem die Machtlosigkeit gegenüber der Unterwerfung unter die Warenförmigkeit der Selbstinszenierung verharmlost. Die Selbstinszenierung muss der Logik des Waren- und Ereigniskonsums unterworfen werden – die damit verbundene Anstrengung wird jedoch verharmlost.

Aber warum unterwerfen sich (nicht nur) junge Frauen diesen Anforderungen? Von den vielen möglichen Antworten, ist eine besonders hervorzuheben: Durch die kulturelle Fixierung auf das Visuelle scheint vielen die Ver-

77 Ullrich, Wolfgang: Selfies als Weltsprache. In: Müller-Tamm, Pia; Schäfer, Dorit (Hg.): Ich bin hier! Von Rembrandt zum Selfie. Ausstellungskatalog Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, 31. Oktober 2015 bis 31. Januar 2016. Karlsruhe 2015. S. 35-36.

78 Vgl. Ullrich, Wolfgang: Selfies. Die Rückkehr des öffentlichen Lebens. Berlin 2019. S. 39ff.

79 Holert 2000, S. 23.

weigerung der Teilhabe an der Selfie-Praxis keine reale Alternative zu sein. Sie unterwerfen sich den Anforderungen, weil nicht mehr deutlich zu erkennen ist, dass ein anderes Verhalten möglich wäre. Damit ist ein wirksames Blickregime ausgemacht, das Holert als »normativ wirksame [...] ›Sprache der Sichtbarkeit«⁸⁰ beschreibt.

Die sozialen Medien sind starke Räume und Institutionen der neoliberalen Gouvernementalität. Dabei geht es jedoch weniger um politisches oder gar staatliches Regieren als vielmehr um kulturelles Verhalten, das das politische und staatliche Regieren nicht stören soll. Es geht zum einen darum, sich selbst ordnungsgemäß zur Ware zu machen, also an den Praktiken des Blickregimes teilzuhaben, und zum anderen darum, die Anforderungen so zu internalisieren, dass sie als Teil des Selbst verstanden werden. Nach Holert ist diese neoliberale Rationalität dadurch gekennzeichnet,

»dass die ideologischen Anrufungen nicht als von außen kommende Zurichtungen oder Befehle erfahren werden (denen man sich nur zu unterwerfen braucht, um sich zum Subjekt einer bestimmten Gesellschaftsordnung zu qualifizieren), sondern dass sie internalisiert, in das Selbst der Individuen verlegt werden. [...] Zwischen Technologien des Selbst und Technologien der Herrschaft, zwischen Selbstbestimmung und Fremdbestimmung werden die Grenzen fließend. Das Führen der Lebensführung ist das Paradigma dieser Regierungsform, deren Autorität eben nicht zuletzt im Verzicht auf Autoritätsgesten besteht.«⁸¹

Auf den Kontext der Selfies angewendet bedeutet dies, dass junge Frauen dem jahrhundertealten Prinzip von Weiblichkeit als dem schönen Geschlecht in Verbindung mit den dazugehörigen Objektifizierungen treu bleiben. Es scheint akzeptabel, wenn junge Frauen sich vorrangig mit ihrem Äußeren beschäftigen und es scheint einfach, sie in diesem Tun zu bestärken oder zu kritisieren – sie aber auf jeden Fall zu kontrollieren. Die internalisierten ideologischen Anrufungen bestimmen nicht nur das Selfie-Posten, sondern auch die Reaktionen darauf: »[...] perceptions of selfie practices function as a form of gendered social discipline. Selfies are used to generate knowledge about subjects in ways that sustain power-relations.«⁸²

80 Holert 2009, S. 345.

81 Holert 2008, S. 41.

82 Kedzior/Allen 2016, S. 1897.

Bemerkenswert ist, dass dieses internalisierte Wissen, wie man sich zu verhalten habe, auch bei Individuen, die sich diesem ganz zu unterwerfen scheinen, nicht unwidersprochen bleibt. Viele junge User/-innen haben zwei Profile: ein öffentliches und in diesem Sinne offizielles, auf welchem sie sich so inszenieren, dass sie allen Regeln, Standards, expliziten und impliziten Anforderungen gerecht werden, und ein privates, das nur für ihre Bekannten zugänglich ist. Das erste, öffentliche Profil richtet sich vor allem an zukünftige Arbeitgeber/-innen, Personaler/-innen und andere Menschen, die eine gewisse Macht innehaben.⁸³ Das zweite, private Profil wird umgangssprachlich auch *Finstergram* genannt und von denen, die es nutzen, als authentischer empfunden. Hier veröffentlichen sie Bilder, auf denen sie beispielsweise betrunken oder ungeschminkt sind. Die modernen Konzepte Privatheit und Öffentlichkeit haben also ihren Weg in die sozialen Medien gefunden. Die sozialen, kulturellen und vor allem politischen Implikationen der Trennung beider Sphären werden jedoch ignoriert, da die private Sphäre des *Finstergrams* einer gewissen Geheimhaltung unterliegt. Der Begriff des Blickregimes bekommt in diesem Zusammenhang eine starke, politische Färbung: Unter einem Regime lässt es sich (meist) nur leben, wenn man sich anpasst und dies auch in der Öffentlichkeit zeigt – im Privaten allerdings kann man sich dem Regime widersetzen, sich darüber lustig machen oder sogar *in den Widerstand gehen*. Mit dem privaten Instagram-Account untergraben junge Menschen die Anforderungen, die an sie gestellt werden, indem sie nur öffentlich so tun, als würden sie sie erfüllen. Auf diese Weise ad absurdum geführt, werden sich Personaler/-innen sicher nicht mehr lange für die Instagramprofile ihrer Bewerber/-innen interessieren.

83 In Gesprächen mit unterschiedlichen Studierenden haben mir diese erzählt, dass Personaler/-innen nach dem Instagram-Profil der Bewerber/-innen fragen und dass sie deshalb ein Instagram-Profil haben, welches sie extra für solche Anfragen pflegen. Daran nahmen die Studierenden keinen Anstoß, es schien für sie normal, zwei Profile zu pflegen und so die Unterscheidung von Privat und Öffentlich in den sozialen Medien nachzuvollziehen.

6 Fallstudie 3: Die Filmbilder vom Plattenbau

6.1 Zu-Sehen-Geben

Wie steht es um nicht-ikonische Bilder, wenn diese in Filmbilder übersetzt werden? Warum ein Bildanalyse-Werkzeug an so einem komplexen Medium wie einem Spielfilm testen?

Auch wenn Filme heutzutage bekanntlich aus 24 bis 48 Bildern pro Sekunde bestehen, ergibt eine Loslösung und Analyse einzelner Bilder aus der Bildabfolge nur bedingt Sinn. Deshalb geht es hier auch nicht um Einzelbilder (Film-Stills), sondern um Szenenbilder. Szenenbilder dienen nicht nur als Kulisse, in der die Handlung des Films stattfinden kann. Sie sorgen auch für eine assoziative Verortung der Handlung und der Akteure innerhalb des Filmerlebnisses. Sie wirken deshalb assoziativ, weil oft wenige Sekunden ausreichen müssen, um den Zuschauenden zu vermitteln, in welcher Situation sich die Figuren gerade befinden. Das Szenenbild im nicht-avantgardistischen Spielfilm, der vor allem ein breites Publikum und dessen Sehgewohnheiten bedienen soll, orientiert sich an genau diesen Sehgewohnheiten. Szenenbildner/-innen versuchen einen Bildraum zu schaffen, der schnell und eindeutig verstanden und interpretiert wird – also konsumierbar ist. Solange es sich bei dem Spielfilm nicht um einen Historienfilm und somit um real verortbare und historisch bedeutende Schauplätze handelt, entscheidet sich das Szenenbild-Team eher für nicht-ikonische Settings: für Bildercluster, die nicht-ikonisch wirken.

Nicht-ikonische Bilder haben starke implizite Bedeutungen, bedienen aber eine banale, einfach zu erfassende Bildsprache. Die impliziten, meist sehr viel komplexeren Bedeutungen werden durch die Bildsprache transportiert und dank ihrer vermeintlichen Einfachheit sowie permanenten Wiederholung als selbstverständlich antizipiert. Indem solche nicht-ikonischen Bilder im Kontext eines größeren Erzählkomplexes eines Spielfilms

eingesetzt werden, liefern sie Bedeutungen, die nicht aufwendig neu gesetzt und gegebenenfalls erklärt werden müssen. Das wäre etwa der Fall, wenn genuine, die Sehgewohnheiten herausfordernde Bildkreationen geschaffen würden.

Die These für alle hier vorliegenden Fallbeispiele lautet, dass nicht-ikonische Bilder nur sehr eng umrissene Bedeutungsräume eröffnen, damit sie unkompliziert und widerstandslos konsumiert werden können. Für die nicht-ikonischen Szenenbilder bedeutet dies, sich der Erzählung des Spielfilms unterzuordnen und nur dem einen Zweck zu dienen: Die Erzählung eines zeitlich auf rund 90 Minuten beschränkten, allein auf Unterhaltung abzielenden Spielfilms zu unterstützen. Nicht-ikonische Szenenbilder helfen der Narration des Spielfilms und damit dem Spielfilm selbst, konsumiert zu werden.

Nicht-ikonische Szenenbilder – Konsum und Narration

Filmanalysen tendieren dazu, außergewöhnliche Filme zu analysieren, deren Besonderheiten herauszustrichen und manchmal sogar eine scheinbar in den filmischen Mitteln versteckte Bedeutung aufzuzeigen. So arbeiten die Analysierenden am Ikonenstatus ihres Analysegegenstands mit. Im Kontext dieser Arbeit ist es aber spannender, auf Filme einzugehen, die sich keiner künstlerisch herausfordernden Bildsprache bedienen, aber dennoch gute Einspielergebnisse hatten und teilweise sogar als Kultfilme gehandelt werden. Diese Filme können als visueller Mainstream bezeichnet werden, da ihre Bildsprache leicht verständlich und für die Narration des Films förderlich ist. Die Bildsprache ist dabei das Mittel zum Zweck, die Aufmerksamkeit auf die Geschichte und die Figuren zu lenken. Die Bildsprache eines Mainstream-Films fordert Betrachter/-innen nicht heraus, sondern stimuliert sie.

Diese konventionelle Bildsprache dient der leichten Konsumierbarkeit von Spielfilmen. Konsumierbarkeit ließe sich weniger kritisch formuliert als Verständlichkeit oder Eingängigkeit beschreiben: Wenn sich Filmemacher/-innen einer konventionellen Bildsprache bedienen, wollen sie ihre Geschichten und deren Bedeutungen den Zuschauenden zugänglich machen. Die Bilder ordnen sich dann der Erzählung unter.

Doch wie konsumieren wir Filme? Indem wir sie anschauen. Was bringt uns aber dazu, einen Film von Anfang bis Ende anzuschauen? In den allermeisten Fällen wird es das Interesse an der Erzählung des Films sein. Zuschauer/-innen sind vor allem daran interessiert, was die Filmemacher/-innen sagen wollen, und erst im zweiten Schritt, wie sie es sagen. Je

nachdem unter welcher Prämisse Zuschauer/-innen sich dazu entschlossen haben, einen Film anzuschauen, werden sie sich auf die filmeigene Bildsprache einlassen. Ist Unterhaltung diese Prämisse, wird die Bildsprache höchstwahrscheinlich konventionell ausfallen.

In der Filmwissenschaft gibt es einige Forschungen zur filmischen Erzählweise. Deshalb soll hier kurz auf die Kategorisierung filmischer Narration eingegangen werden, wie sie beispielsweise von dem Filmregisseur Carlos Ruiz CarMona in Auseinandersetzung mit dem Filmwissenschaftler David Bordwell vorgenommen wird:

»Therefore, according to Bordwell's principles of narration, we could organize film narrative into two groups: the canonic »invisible« classical narrative, which is and has always been the most dominant narrative form worldwide, and all or any »other.«¹

Interessant ist hier der Terminus *invisible*, also unsichtbar. Das Unsichtbarmachen der Gemachtheit der Erzählung ist ein wichtiger Aspekt nicht-ikonischer Bilder: Dieses Unsichtbarmachen ist eine Strategie, um Normalität und Konventionalität herzustellen und festzuschreiben. Das Unsichtbarmachen der Gemachtheit der Erzählung führt zu einer Naturalisierung der Erzählung – und damit im Sinne Roland Barthes zu einer Mythifizierung von Erzählung. Wenn wir an erfolgreiche amerikanische Liebesfilme denken, wird diese Gemachtheit und deren In-den-Hintergrund-Rücken deutlich: Kaum ein Genre hat die Idee von romantischer Liebe wohl mehr geformt als Hollywood. Dasselbe gilt für die Idee von weiblicher Schönheit oder von männlichem Heldentum. Hollywood hat dabei besonders erfolgreiche Darstellungsstrategien entwickelt, um die Gemachtheit der spezifischen Erzählungen unsichtbar zu machen:

»The basic trajectory of the classical Hollywood ideal (also taken over by UFA and other national film industries) involves establishing a cause-and-effect logic, a clear subject-object relation, and a cohesive effect of visual and auditive perception aimed at providing the story with an »organic« meaning, however different the shots that are sliced together might be. A »seamless«

1 CarMona, Carlos Ruiz: The Role and Purpose of Film Narration. In: Journal of Science and Technology of the Arts, Volume 9, No. 2 – Special Issue Narrative and Audiovisual Creation 2017, S. 11.

and consecutive style serves to hide ›all marks of artifice‹ [...] and to give the narrative the appearance of a natural observing position.«²

Mit diesen Darstellungsstrategien hat Hollywood eine Bildwelt geschaffen, die global konsumiert werden kann.

Konsum bedeutet verbrauchen und/oder verzehren, aber auch genießen.³ Bilder können im Wortsinne nicht verbraucht oder verzehrt werden, doch der Akt des Sehens kann genussvoll sein. In Bezug auf einen auf Unterhaltung abzielenden Spielfilm kann durchaus von einem genussvollen Konsum gesprochen werden. Der Medienwissenschaftler Lothar Mikos spricht von Unterhaltungsmedien, wenn diese ein Rezeptionserlebnis ermöglichen, »das von den Zuschauern positiv bewertet wird. Im Mittelpunkt dieses Erlebnisses scheint so etwas wie Vergnügen zu stehen.«⁴ Unerlässlich ist für Mikos zudem der Aspekt der Kommunikation, mit dem sich Unterhaltung angeeignet wird:

»Die Frage wäre dann nicht, ob sich jemand unterhalten hat, sondern mit welcher Motivation und unter welchen sozialen Bedingungen jemand aufgrund welchen Angebots der Auffassung ist, welches Erlebnis wem gegenüber als Unterhaltung kommunizieren zu müssen.«⁵

Filme, die sowohl an der Kinokasse als auch in der Berichterstattung erfolgreich sind, sind immer Unterhaltungsfilm im Sinne der hier beschriebenen Lust der Aneignung. Die Aufmerksamkeit, die diese Filme bekommen, sind ein Indiz dafür, dass sie Bedeutungsangebote liefern. Nach dem Medienwissenschaftler John Fiske sind es genau diese Bedeutungsangebote, die darüber entscheiden, ob ein Produkt der Kulturindustrie zu einem erfolgreichen beziehungsweise relevanten Produkt der Populärkultur wird. Fiske definiert Populärkultur als »Schnittstelle von alltäglichem Leben und der Konsumation der Produkte der Kulturindustrie«⁶, die in »Beziehung zu den Strukturen der

2 Schmidt, Johann N.: Narration in Film. In: Hühn, Peter u.a. (Hg.): *the living handbook of narratology*. Hamburg 2009. S. 216.

3 Vgl. Online-Duden-Eintrag zu Konsum. URL: https://www.duden.de/rechtschreibung/Konsum_Konsumierung (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

4 Mikos, Lothar: Unterhaltungsrezeption. Das Fernsehpublikum und die Qualität der Unterhaltung. In: Lantzsch, Katja/Altmeyen, Klaus-Dieter/Will, Andreas (Hg.): *Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung*. Wiesbaden 2010, S. 87.

5 Ebd., S. 88.

6 Fiske, John: *Lesarten des Populären*. Wien 2003, S. 19.

Herrschaft gemacht«⁷ sei. Die Produkte der Kulturindustrie sind für ihn ganz im Sinne Adornos und Horkheimers Agenten der hegemonialen Macht. Für Fiske ist der Mensch diesen Produkten aber nicht willenlos ausgesetzt, sondern steht in Beziehung zu ihnen. Er kann sie ablehnen, ihnen ausweichen oder ihnen im Alltag Relevanz verleihen, sie also aneignen und auch uminterpretieren. Die Produkte der Kulturindustrie sind dabei keine reinen Produkte der Macht. Sie müssen vielmehr Bedeutungen anbieten, die die Konsumierenden auch annehmen möchten:

»[...] populäre Texte können ihre Popularität nur dadurch absichern, daß sie sich zu einladenden Terrains für diesen Kampf [um Bedeutungen, Einfügung d. Verf.] machen; die Leute werden kaum eine Ware wählen, die nur den ökonomischen und ideologischen Interessen der Herrschenden dient.«⁸

Es sind also zwei Aspekte von Konsum, die im Falle von Unterhaltungsfilm eine Rolle spielen: Einerseits das Konsumieren von Filmen als Genuss auf Seiten der Zuschauenden, andererseits der auf die Verwertbarkeit zugeschnittene Film auf Seiten der Produzenten und Produzentinnen.

Damit dies funktionieren kann, müssen sich beide Seiten auf die Regeln und die Strukturen des Konsums einlassen. Wenn ein Mensch einen Film ansehen will, so wird er bereits im Vorfeld wissen, worauf er sich einlässt, unter anderem durch bereits gemachte Seherfahrungen und den *intertextuellen Vorspann*⁹. Wenn sich der Film an ein breites Publikum richtet, wird er sich der Mittel bedienen, die sich bewährt haben (sowohl in Bezug auf das Genre, die Schauspieler/-innen, die Werbemittel etc.). Bevor der eigentliche Akt des Filmkonsums stattfindet, müssen sich Film und Publikum in einer Kommunikationskonstellation finden. Die Entscheidung, einen Film zu sehen oder nicht, hängt demnach an vielen verschiedenen Faktoren, die der Film selbst nur geringfügig beeinflussen kann, jedoch eindeutig zu beeinflussen versucht. Diese Kommunikationskonstellation beschreibt Mikos als Interaktion, die

»[...] insofern reziprok organisiert [ist], als der Text Zuschaueraktivitäten vorstrukturiert, dabei aber auf einen Zuschauer trifft, der seinerseits als vorstrukturiertes Element auf einen Text trifft.

7 Ebd., S. 16.

8 Ebd., S. 18.

9 Vgl. Winter, Rainer: Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. München 1992, S. 39.

Die Vorstrukturierung der Zuschaueraktivitäten ist nur möglich, weil der Text die Bedingungen enthält, die eine Interaktion mit ihm gelingen lassen. Denn er verortet sich einerseits im Universum bereits vorhandener Texte, andererseits weist er grundsätzlich einen Bezug zum Wissen der Zuschauer auf, ohne den er sich gar nicht realisieren ließe.«¹⁰

Die Verwendung des Begriffs Texts verweist auf die semiotische Qualität von Filmen.¹¹ Der Film als kommunikativer Akt ist eine klassische Annahme der Filmanalyse – Film allerdings weniger als Akt der Kommunikation und vielmehr als Akteur derselben zu begreifen, ist der Verdienst kulturwissenschaftlicher Filmanalyse.

Nun lautet die These, dass nicht-ikonische Bilder zwar mit Bedeutung aufgeladen sind, sie aber problematischer Weise nicht als Kommunikationsmittel, sondern als reine Informationslieferanten angesehen werden. Indem nicht-ikonische Bilder eine Eindeutigkeit behaupten, deren Richtigkeit nicht überprüft oder verhandelt werden muss, zeigen sie sich nicht als Kommunikationsangebot. Nicht-ikonische Szenenbilder transportieren Informationen, die den Zuschauenden helfen sollen, der Erzählung des Films zu folgen. Die Informationen sind dabei aber viel komplexer als das einzelne Szenenbild suggeriert. Das Szenenbild ist hochgradig symbolisch aufgeladen, ohne dass diese Symbolik vordergründig wäre.

Der Einsatz nicht-ikonischer Szenenbilder als Mittel, die Erzählung auf unkomplizierte Weise voranzutreiben, ist dabei durchaus plausibel:

»Um eine Filmszene zu verstehen, muss ein Zuschauer zunächst einmal Informationen verarbeiten und sie in einen bedeutungsvollen Kontext bringen. Auf diese Weise erhält die Szene einen Sinn.«¹²

Die einfach zu verstehende symbolische Aufladung nicht-ikonischer Bilder vermittelt ein Alltagswissen, dessen Plausibilität nicht erst überprüft werden muss, sondern von den Zuschauenden sofort verstanden wird. Durch die zeitliche Beschränkung eines Spielfilms ist der Einsatz von nicht-ikonischen Bildern, deren Information sofort eingeordnet werden kann, deshalb oft genug notwendig. Den Zuschauenden kann nicht jede Situation, jede Szene einzeln

10 Mikos 2010, S. 90.

11 Vgl. z.B. Winter 1992, S. 23ff.

12 Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz 2008, S. 25.

(visuell) erklärt werden – sie müssen mit ihrem Vorwissen selbst aktiv werden. Die vermeintlich selbstverständliche Bedeutung nicht-ikonischer Bilder aktiviert dieses Vorwissen ohne größeren Aufwand. Mikos beschreibt diesen Appell an die Zuschauer/-innen durch »stereotype Bilder«¹³ folgendermaßen:

»Die Rolle des Wissens der Zuschauer wird noch deutlicher, wenn es nicht nur um die Bedeutungszuweisung des Erzählten geht, sondern wenn die textuellen Strategien nach der kognitiven Aktivität der Zuschauer verlangen. Hierbei spielen die sogenannten Leerstellen eine wichtige Rolle [...]. In ihnen zeigt sich die Appellstruktur der Texte [...]. Leerstellen bilden gewissermaßen Lücken im Erzählfluss oder in der Repräsentation von Wirklichkeit. Diese Lücken müssen die Zuschauer mit ihrem Wissen füllen. In diesem Sinn sind sie Handlungsanweisungen an die Zuschauer, ihr Wissen zu aktivieren und bedeutungsbildend und sinngenerierend tätig zu werden.«¹⁴

Nicht-ikonische Bilder agieren wie die hier beschriebenen Leerstellen und fordern die Zuschauer/-innen dazu auf, »bedeutungsbildend und sinngenerierend«¹⁵ aktiv zu werden. Ihre Appellstruktur ist dabei jedoch weder fordernd noch direkt. Nicht-ikonische Bilder sind dahingehend stereotyp, als dass ihre Bedeutung und ihr Sinn sofort verstanden werden. Mikos Begriff der Leerstelle ist deshalb etwas irreführend, weil er ein *zu wenig* suggeriert, wo eigentlich ein *zu viel* zu verorten ist. Diese stereotypen Bilder mögen wegen ihrer (visuellen) Eindeutigkeit, Klarheit und Einfachheit unterkomplex wirken, doch sie sind hochgradig mit Bedeutung aufgeladen – es sind nicht-ikonische Bilder par excellence.

Das Problem dieser im Rahmen der bewegten Bilder möglichst schnellen und eindeutigen Wissensvermittlung ist die fehlende Überprüfung des Wissens und der Informationen, die auf diese Weise subtil vermittelt und in der Wiederholung unhinterfragt tradiert werden.

Wie ein Szenenbild nicht-ikonisch wirkt, zeigt sich beispielsweise am Einsatz von Architekturen, Architekturstilen und Design. Die Räume, die Szenenbildner/-innen für einen bestimmten Film schaffen, bestimmen nicht nur die Atmosphäre eines Films, sondern auch die Rezeption der Handlung und Figurenentwicklung als gelungen und authentisch.

13 Ebd., S. 27.

14 Ebd., S. 26.

15 Ebd.

6.2 Doing Image

Filmanalysen: Einsatz des Plattenbaus im Film

Initialzündung für die hier vorgelegte Forschungsarbeit war die Beobachtung, dass der ostdeutsche Plattenbau in den Unterhaltungsmedien scheinbar immer auf die gleiche Weise dargestellt wird. Die anfänglichen Überlegungen zu dieser Beobachtung führten zu einer Unzufriedenheit mit den Begriffen, die der Beschreibung zur Verfügung standen. Dadurch entstand das hier entwickelte Konzept der nicht-ikonischen Bilder als Hilfsmittel zur Auseinandersetzung mit diesen hintergründigen und doch bedeutungsschweren Bildern, wie sie vom Plattenbau in den deutschen Unterhaltungsmedien zirkulieren.

Die aus der Beobachtung abgeleitete These lautet, dass der ostdeutsche Plattenbau in Spiel- und Fernsehfilmen immer im gleichen Kontext gezeigt wird – und dass dieser Kontext immer ein negativ konnotiertes Milieu von Armut, Arbeitslosigkeit und unterem gesellschaftlichen Rand vermittelt. Auf diese Beobachtung fokussierte Filmanalysen dienen nun der Überprüfung dieser Einschätzung. Die untersuchten Filme unterliegen dabei lediglich zwei Kriterien: Sie müssen im deutschsprachigen Raum produziert worden sein und in ihnen muss mindestens in einer Sequenz ein ostdeutscher Plattenbau zu sehen sein. Diese zugegebenermaßen selektive Herangehensweise beansprucht weder Vollständigkeit noch Akkuratess. Dennoch handelt es sich um einen vergleichsweise breiten Analysekorpus von sechs Filmen. Alle wurden mindestens zweimal systematisch angesehen.¹⁶ Da hier Filme als Kommunikationsangebote verstanden werden, gelten den (wirtschaftlich) erfolgreichen Filmen besondere Aufmerksamkeit, da diese als Kommunikationsangebot von einer breiten Masse angenommen wurden. Filme wie *Die Legende von Paul und Paula* und *Goodbye, Lenin!* wurden nicht nur von vielen Menschen gesehen, sie haben auch auf gesellschaftliche Diskurse eingewirkt und diese geprägt, wie beispielsweise auf das Phänomen Ostalgie. Sie werden außerdem als Kultfilme mit zusätzlicher symbolischer Bedeutung aufgeladen.

Die durchgeführten Analysen sind geprägt vom kommunikationswissenschaftlichen Ansatz Lothar Mikos', den dieser in seinem Standardwerk *Film- und Fernsehanalyse* erarbeitet hat. Diese Art von Filmanalyse zielt weniger auf eine film-hermeneutische Interpretation ab, als auf »[...] die Mittel, die ein

16 Vgl. zur Methodik: Korte, Helmut: Einführung in die Systematische Filmanalyse. Berlin 2010.

Film oder eine Fernsehsendung einsetzt, um mit den Zuschauern zu kommunizieren«¹⁷. Die filmischen Mittel sind dabei eine Form der Ansprache. Der Narration kommt in diesem Kommunikationsangebot eine besondere Stellung zu, da man das Geschichtenerzählen als Motor der Filmproduktion und als ein grundlegendes Schema menschlicher Kommunikation allgemein beschreiben kann.

Angewandte Systematik

Der Einsatz des Plattenbaus in Spielfilmen und Fernsehsendungen dient als Beispiel nicht-ikonischer Szenenbilder. Dabei wird versucht, das bereits vorkonstruierte Wissen, welches mit dem Zeigen des Plattenbaus aktiviert wird, darzulegen und zu bewerten. Das geschieht über die Analyse der filmspezifischen Strukturen wie Erzählung, Figurenkonstellation, gestalterische Mittel, aber auch Vermarktung, Rezeption und allgemein durch den außerfilmischen Kontext.

Die folgenden Filme werden vor allem auf ihren spezifischen Einsatz des Plattenbaus hin überprüft. Besonderes Augenmerk gilt der Einbettung dieser Bilder und Sequenzen in die Erzählung des Films sowie die Zeichnung der Charaktere, die unmittelbar im Plattenbau verortet werden. Des Weiteren gilt es, den Symbolgehalt der Architektur im jeweiligen filmischen Kontext so weit wie möglich herauszuarbeiten.

Da die These lautet, dass sich die nicht-ikonischen Szenenbilder der Erzählung unterordnen, damit diese leichter zu konsumieren ist, müssen die Erzählung, ihre Form und die Erzählinstanz genauer betrachtet werden.

Die Auswertungen der Analysen folgen zwecks Übersichtlichkeit und Vergleichbarkeit einem Grundschema, dessen Elemente Mikos (in etwas anderer Form) als grundlegend für die Befragung von filmischen Strukturen ansieht: 1. Kontexte, 2. Inhaltliche und erzählerische Kohärenz und 3. Gestalterische Mittel. Mikos' Erkenntnisse darüber, wie das Filmverstehen und das Film erleben vom Produkt selbst strukturiert und von den Zuschauenden aktiv angeeignet wird, sind Leitideen der vorliegenden Analysen. Da das besondere Erkenntnisinteresse den Bildern vom Plattenbau gilt, wird den genannten drei Komponenten von Mikos eine vierte hinzugefügt: 4. Der Einsatz von Bildern des Plattenbaus. Hier wird zum einen allgemein die Stellung des Plattenbaus in der Handlung des Films betrachtet, aber auch im Detail die Darstellung

17 Mikos 2008, S. 13.

des Plattenbaus. Anhand ausgewählter Sequenzen werden vor allem die gestalterischen Mittel, ihre Funktion und ihre Beziehung zur Narration in den Fokus genommen.

6.2.1 Die Legende von Paul und Paula

DDR 1973, DEFA-Produktion, Regie: Heiner Carow, Drehbuch: Ulrich Plenzdorf, Heiner Carow

Kontexte: Da der Plattenbau als Kernelement des DDR-Wohnungsbaus ideologisch aufgeladen war, ist es besonders interessant, dessen Repräsentation in einem DEFA-Film genauer zu betrachten. Die Plattenbausiedlungen waren nicht nur nüchtern betrachtete Großsiedlungen zur Lösung des Wohnungsmangels, sondern vielmehr in ihrer Funktion als ebendiese Lösung wegweisende Boten der Zukunft: Im real existierenden Sozialismus würde der neue Mensch eines Tages modern und großzügig wohnen – die Plattenbausiedlungen mit ihren modernen Errungenschaften sollten die ruinösen, dem technischen Standard nicht mehr entsprechenden Altbauten ablösen und ein gesünderes, komfortableres Wohnen und Leben im Grünen mit Balkon, Fernwärme, Warmwasser, Aufzug und Gemeinschaftsräumen gewährleisten. Der Plattenbau wurde auf Plakaten, in Zeitschriften und im Staatsfernsehen als die Wohnform der sozialistischen Zukunft gepriesen.¹⁸

Die Legende von Paul und Paula gilt als einer der erfolgreichsten DEFA-Filme mit drei Millionen Kinogänger/-innen im ersten Spieljahr. Nach der Ausreise der beiden Hauptdarsteller Angelica Domröse und Winfried Glatzeder wurde der Film nicht mehr gezeigt, um den Republikflüchtigen keine Bühne zu bieten. Nach der Wiedervereinigung erreichte der Film 1993 dank eines wiederholten Einzugs in die nationalen Kinos bundesweite Aufmerksamkeit. *Die Legende von Paul und Paula* gilt vielen als Kultfilm¹⁹. Der offensichtliche Klas-

18 Vgl. z.B. Liebscher, Robert: Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus. Berlin 2009, S. 75ff.

19 Vgl. z.B. den Wikipedia-Artikel zu Paul und Paula oder Maxwell, Peter: Als Honecker aufs Publikum hörte. In: Spiegel Online. [25.03.2013]. URL: <https://www.spiegel.de/einestages/40-jahre-ddr-kultfilm-die-legende-von-paul-und-paula-a-951084.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019). Oder: o.A. (dpa): Die Legende von Paul und Paula. Merkel schaut ihren Lieblingsfilm. In: Kölner Stadtanzeiger. [13.05.2013]. URL: <https://www.ksta.de/kultur/die-legende-von-paul-und-paula—merkel-schaut-ihren-liebingsfilm-3992886> (Letzter Zugriff: 20.02.2019).

senunterschied zwischen Paul und Paula, die explizite Präsentation von sexueller Lust, die trotzige, lebensfrohe und unkonventionelle Paula sowie die Verortung der Figuren in gegensätzlich inszenierten Architekturstilen – dem Altbau und dem Plattenbau – in Zusammenhang mit ihrer symbolischen Aufladung werden den SED-Zuständigen nicht gefallen haben. *Paul und Paula* sollte zensiert werden, wurde dann aber auf Drängen Honeckers doch für die Kinos zugelassen.²⁰ Die Film- und Theaterschaffenden der DDR fanden immer wieder Bilder und Metaphern, die durchaus kritisches Potenzial verrieten, aber so ambivalent blieben, dass die Filme oder Inszenierungen trotzdem nicht (oder nur teilweise) zensiert wurden.²¹ Aufgrund seiner allgemein als poetisch eingestuften Bildsprache ist *Die Legende von Paul und Paula* ein besonderes Beispiel für die Rezeption damaliger DEFA-Filme.

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: Der Film wird als Legende bezeichnet, womit bereits im Titel deutlich gemacht wird, dass es sich um eine fiktive Geschichte handelt und eben nicht um einen dokumentarischen oder kritischen Realismus, wie ihn die SED bevorzugt hätte²². Der beruflich aufstrebende Paul verliebt sich in die Tochter eines Schausteller-Ehepaares und heiratet sie. Paula lebt zusammen mit ihrer Tochter ebenfalls mit einem Schausteller zusammen. Als Paula nach der schweren Geburt des gemeinsamen Kindes nach Hause kommt, erwischt sie ihren Lebenspartner mit einer anderen Frau. Daraufhin schmeißt sie ihn aus ihrer Wohnung. Auch Paul wird von seiner Frau betrogen, trennt sich aber wegen des gemeinsamen Kindes und der von ihm angestrebten Karriere im Staatsapparat nicht von ihr. Paul und Paula lernen sich abends in einer Diskothek kennen, verbringen die Nacht zusammen und entscheiden am nächsten Tag, nichts zu überstürzen und *alles so lange dauern zu lassen, wie es eben dauert*. Doch Paula hat sich bereits verliebt. Als sie herausfindet, dass Paul verheiratet ist, beschließen sie gemeinsam, dennoch die Affäre weiterzuführen. Als Paula bei einem offiziellen Empfang auftaucht, bei dem Paul mit seiner Frau Ines eine ausländische Delegation

20 Vgl. Maxwill 2013.

21 Vgl. Irmer, Thomas/Schmidt, Matthias: Die Bühnenrepublik. Theater in der DDR. Berlin 2003, S. 156 oder S. 169. Gerade ab den späten 1960ern und frühen 1970ern avancierten die Rezipient/-innen von Theaterinszenierungen und DEFA-Filmen zu Expert/-innen des Zwischen-den-Zeilen-Lesens.

22 Vgl. Schittly, Dagmar: DDR-Alltag im Film. Verbotene und zensierte Spielfilme der DEFA. In: bpb: Aus Politik und Zeitgeschichte. B 17/2002. S. 23 – 29.

begleitet, beendet Paul die Affäre. Paula hat Liebeskummer. Sie schickt ihre zwei Kinder alleine ins Kino, doch auf dem Weg dahin wird ihr Sohn überfahren und stirbt. Paula trauert um ihr Kind und ignoriert Paul, der versucht, Kontakt zu ihr aufzunehmen. Paul lässt nicht locker, geht nicht mehr zur Arbeit und belagert Paulas Wohnung. Nach zwei Wochen wird er von seinen Kollegen gezwungen, die Arbeit wieder aufzunehmen und zu seiner Frau zurückzukehren – doch als er in der gemeinsamen Wohnung auftaucht, muss er feststellen, dass seine Frau ihn immer noch betrügt. Kurzerhand geht Paul zu Paula und zerschlägt unter den Augen ihrer Nachbarn ihre Wohnungstür, um zu ihr zu kommen. Sie versöhnen sich.²³ Als Paula einige Zeit später von Paul ein Kind erwartet, schlägt sie alle Warnungen ihres Frauenarztes in den Wind und entscheidet sich, das Kind auszutragen. Die Geburt überlebt sie nicht. Paul übernimmt die Verantwortung für Paulas Tochter, seinen Sohn und das gemeinsame Kind. Zusammen ziehen sie in eine Wohnung im Plattenbau.

Gestalterische Mittel: Die viel gelobte Poesie des Films speist sich zum einen aus den manchmal traumhaften Sequenzen und zum anderen aus der Mischung aus realistischer und surrealistischer Bildsprache. Diese Mischung nimmt den DEFA-internen Anspruch eines kritischen Realismus ernst und hebt ihn gleichzeitig durch Überhöhung aus:

»Beinahe parallel entwickelte sich bei der DEFA der ›dramatisch-emotionale Stil‹, der dem nüchternen, dokumentaren Realismus Gefühle und Leidenschaft auf der Leinwand entgegensetzte. Diese Filme waren beim Publikum sehr erfolgreich; das bekannteste Werk dieser Richtung, ›Die Legende von Paul und Paula‹ von Regisseur Heiner Carow aus dem Jahr 1972, wurde zu einem der größten Kassenschlager des DDR-Films – trotz kritischer Stimmen, die dem Film zu viel Freizügigkeit vorwarfen. Im Zentrum dieser Filme standen häufig unkonventionelle Hauptfiguren, Ausbruchsversuche aus

23 Diese finale Szene zeugt von einer hohen Dramatik. Während Paul die Wohnungstür mit einer Axt einschlägt und in die Wohnung eindringt, schreit Paula unentwegt »Nein!«. Die Gewalttätigkeit dieser Szene ist befremdlich und aus heutiger Sicht hochgradig problematisch. Vgl. auch Dölling, Irene: »Wir alle lieben Paula, aber uns liegt an Paul« – Wie über die ›Weiblichkeit‹ einer Arbeiterin der ›sozialistische Mensch‹ konstruiert wird. Analyse des Films ›Die Legende von Paul und Paula‹. In: Potsdamer Studien zur Frauen- und Geschlechterforschung, Jg., Nr. 2., 1997, S. 101.

dem Alltag und das Aufbegehren gegen starre Regeln und Kleinbürgerlichkeit. Sie stellten die Frage, ob ein Ausbruch des Einzelnen aus der ›geschlossenen Gesellschaft‹ der DDR möglich sei.²⁴

Die beschriebene Emotionalität wird auf verschiedene Weise vermittelt. Häufige, langanhaltende Großaufnahmen von Gesichtern, die Konzentration auf die jeweilige Figur und ihre durch Blicke angedeuteten Gefühlswelten sind sicherlich die deutlichsten.

Der Regisseur Carow bedient sich einer Vielzahl an filmischen Mitteln. Auffällig ist der Wechsel von schnellem zu langsamem Erzählen. Während durch harte Schnitte teilweise Jahre in der erzählten Zeit übersprungen werden, gibt es einige Sequenzen, die sich im Gegenzug sehr viel Zeit lassen, um Atmosphäre(n) zu schaffen. Beispielsweise wird ein Großteil der Einstellungen in der Disko-Sequenz, an deren Ende Paul und Paula sich endlich näher kommen, darauf verwandt, zwischen Paul und Paula hin und her zu schwenken und ihre Blicke so mit der Kamera nachzuvollziehen. Dieser Wechsel zwischen Zeitraffung und -dehnung führt auf der formalen Ebene zu der als poetisch beschriebenen Erzählweise. Außerdem werden viele Parallelmontagen eingesetzt, so dass die Dynamik zwischen Paul und Paula in ihrer Parallelität etwas Schicksalhaftes und Vorbestimmtes bekommt. Nicht zu unterschätzen ist auch der Einsatz der Musik der Band Die Puhdys, der für den Erfolg des Films beim Publikum maßgeblich war und ein zeitgeistiges Lebensgefühl vermittelte.²⁵

Der Film priorisiert Paulas Perspektive, auch wenn dies vielleicht nicht intendiert war.²⁶ Die gestalterischen Mittel, die so beförderte poetische Unterton und die Zeit, die für ausufernde Traum- und Rauschsequenzen aufgebracht wird, entsprechen eher Paulas Unkonventionalität als Pauls Anpasstheit. Dass Paula am Ende stirbt und Paul mit den Kindern aus dem Altbau in den Plattenbau zieht, scheint ein Eingeständnis an Pauls Haltung des

24 Schittly 2002, S. 28.

25 Zusammen mit der Musik und der Mode, die die Figuren tragen, entsteht so ein Lifestyle, den man als Ost-Berliner-Chic der 1970er einordnen kann. Trotzdem macht der Film auch hier Eingeständnisse an die durch die DEFA transportierten Doktrinen der SED bezüglich bestimmter Darstellungskonventionen, wie beispielsweise für die Figur der Ines, die als Negativbeispiel für kapitalistische Bestrebungen gelten kann und dementsprechend schlecht wegkommt.

26 Vgl. die Aussage Carows über seine Sicht auf die Erzählperspektive: »Wir alle lieben Paula, aber uns liegt an Paul.« Zitiert nach Dölling 1997, S. 82.

Man kann nicht alles haben zu sein und eine *Befriedung* der anarchistischen Lebensfreude Paulas, wie es die Soziologin Irene Dölling in ihrer feministischen Filmanalyse herausgearbeitet hat.²⁷

Die Frage, ob ein Ausbruch des Einzelnen aus der geschlossenen Gesellschaft der DDR möglich sei, wird in *Die Legende von Paul und Paula* mit einem das Happy End verweigerndem *Versuch's doch, Du wirst schon sehen, was Du davon hast* beantwortet.

Szenen des Plattenbaus: Architektur spielt in diesem Film eine wichtige Rolle. Zum einen definiert sie die zwei unterschiedlichen Sphären der beiden Hauptfiguren und zum anderen kann an ihr die damals vorherrschende Partei-Lesart vom Altbau als abzulehnende Vergangenheit im Gegensatz zum Plattenbau als sozialistische Zukunft abgelesen werden:

»Vor dem Hintergrund des sich zum Neubau-Sozialismus hin verändernden Ost-Berlin wird die Geschichte einer ungewöhnlichen Liebe zwischen einer Kaufhallenangestellten und einem Karrieristen im Staatsapparat erzählt. Für die meisten Zuschauer ist Paul ein Vertreter einer abgehobenen DDR-Elite; Paula, eine alleinerziehende Mutter in einer Altbauwohnung, ist eine realistische Figur, die in benachteiligten Verhältnissen lebt und sich dennoch aus guten Gründen gegen das private Glück der kleinen Utopie in Gestalt des Bungalow-bauenden Reifen-Saft entscheidet.«²⁸

Es sind also drei Wohntypen, die hier eindeutig besetzt sind: Die unkonventionelle, lebenslustige Paula lebt in einem heruntergekommenen Altbau. Der angepasste, aufstrebende Paul zieht von der Altbauwohnung in die neugebaute, moderne Plattenbauwohnung. Der ältere, einsame Verehrer von Paula, in Gestalt eines höflichen, fleißigen Arbeiters, der es zu bescheidenen Mitteln gebracht hat, baut am Stadtrand einen Bungalow mit modernster Ausstattung – der Paula (in Übereinstimmung mit der offiziellen anti-bürgerlichen Einstellung der SED) trotzdem nur als kleinbürgerlicher goldener Käfig erscheint.

Bezeichnenderweise liegen sich der Altbau, in dem Paula wohnt, und die neue Plattenbauzeile, in die Paul zieht, gegenüber. Die Gegensätze sind gesetzt. Dabei folgt diese Darstellung des Neubaus oberflächlich der offiziellen Propaganda, indem der Plattenbau mehrmals eindeutig als zukunftsweisend

27 Vgl. Ebd.

28 Irmer/Schmidt 2003, S. 135.

dargestellt wird. Am deutlichsten wird dies in einer Sequenz im ersten Teil des Films, in der der frisch verheiratete Paul seiner Ehefrau Ines und dem gemeinsamen Baby von der Straße aus zum Abschied winkt. Paul und Ines leben noch im Altbau. Paul ist in Uniform und auf dem Weg zur Armee, um seinen Wehrdienst zu leisten. Er winkt und geht dann die von Altbauten gesäumte Straße entlang Richtung Neubau, der am Ende der Straße hoch aufragt. Die Lesart lautet: Paul geht seiner Zukunft entgegen – und diese kann schließlich im Sozialismus nur eine bessere sein.

Während des gesamten Films werden vier Altbau-Sprengungen gezeigt. Der Film beginnt mit solch einer Sprengung und dehnt die Sequenz, in der die Staubwolke gezeigt wird, stark aus (insgesamt 1:35 Minuten). Darauf folgt nur eine kurze Sequenz, in der Paul Mobiliar aus dem Fenster einer Altbauwohnung wirft²⁹, auf die wiederum die Sprengung eines weiteren Altbaus folgt. Die dritte Sprengung schließt an die erste, sexuell vollzogene Versöhnung von Ines und Paul an. Zum letzten Mal begegnet den Zuschauenden dieses Motiv, nachdem eine Stimme aus dem Off erklärt, dass Paula die Geburt ihres dritten Kindes nicht überlebt hat. Eine Interpretation drängt sich auf: Das Alte muss zerstört werden, damit etwas Neues einsetzen und das Schicksal seinen Lauf nehmen kann. Paul beschließt, in eine Plattenbauwohnung zu ziehen – und wohnt damit gegenüber von Paula. Paula beschließt, das Kind zu bekommen – und besiegelt so ihren Tod. Die Altbauten müssen den Plattenbauten weichen. Paulas unangepasste Welt muss der geordneten Welt von Paul und seiner Kollegen Platz machen. Am Ende muss auch Paul, obwohl er sich von diesem Lebensstil abgewandt hat, sein Zuhause räumen und es sich und seinen Kindern im Plattenbau neu aufbauen.

Doch weder der Plattenbau noch der Altbau sind auf nur eine Lesart festgeschrieben. Für den Publizisten Peter Richter ist dies unter anderem ein konstitutiver Moment des gesamten Films und seiner zeitgenössischen Rezeption:

»Der Zuschauer wird im Zweifel gehalten darüber, wie er sein Verständnis und seine Sympathie auf die Protagonisten verteilen soll, denen diese beiden Lebenswelten metaphorisch zugeordnet sind: den bis zur Selbstverleugnung rationalen Funktionär Paul, der sich in seinem Plattenbau ein allerdings recht konventionelles Normglück eingerichtet hat, und die uferlos ro-

29 Erst am Ende des Films wird ersichtlich, dass diese Szene nach Paulas Tod spielen muss und Paul seinen Umzug mit den Kindern in eine Plattenbauwohnung vorbereitet.

mantische, spontane Alleinerziehende Paula, die mit ihren absolutistischen Glücksansprüchen am Ende allerdings genauso dem Untergang geweiht ist, wie die geschichts- und kohlerußgeschwärtzten, von Lebensspuren zernarbten Altbaumauern, in denen sie vergeblich von privater Entfaltung träumt. Der Film wäre nicht so wahrhaftig, wenn nicht auch hier zum Schluß die normativen Notwendigkeiten obsiegen würden, also der Plattenbau.«³⁰

Die Altbauwohnung ist sehr viel öfter Schauplatz des Films als der Plattenbau. Während der Plattenbau meist nur eindrücklich von außen zu sehen ist und die Handlung nur ein paar wenige Male im Inneren der Plattenbauwohnung stattfindet, wird Paulas Altbauwohnung in vielen Facetten dargestellt. Die Zuschauer/-innen sehen nicht nur Paulas Zimmer, sondern auch das Kinderzimmer, die Küche und den Hausflur. Sie lernen sogar Paulas Hausgemeinschaft kennen (allesamt alte Leute), wenn auch lediglich als stumme Zeugen der Liebesgeschichte.³¹

So eindeutig symbolisch aufgeladen wie in *Die Legende von Paul und Paula* wird der Plattenbau im Film nicht noch einmal. Die architektonisch so ausdifferenzierten Lebensentwürfe sind sowohl einfach zu entschlüsseln als auch an der damaligen Propaganda geschult. Wie Richter bereits angedeutet hat, ist diese Erzählung nur während des Films ambivalent. Durch das dramatische Ende nimmt die vorgesehene Ordnung wieder ihren Platz ein: Paul kann mit den drei Kindern als alleinerziehender Vater im Plattenbau wohnen – der Sozialismus hat auch für ihn einen Ort. Wenn auch auf Kosten des alten Lebens, das dafür geopfert werden muss.

Ein weiterer spannender Aspekt ist die gegenderte Zuweisung der Symbolik: Der Altbau wird Paula zugeordnet, dem weiblichen, romantischen Anderen, wie es in diesem Film durchaus problematisch anmutet.³² Das rational Moderne in Form des Plattenbaus ist eindeutig männlich konnotiert. Der Plattenbau in seiner Symbolik ist der aktive Part, sowohl in seinem Repräsentanten Paul als auch in der Metapher des Aufbaus und Entstehens. Im Ge-

30 Richter, Peter: Der Plattenbau als Krisengebiet. Die architektonische und politische Transformation industriell errichteter Wohngebäude aus der DDR am Beispiel der Stadt Leinefelde. Hamburg 2006, S. 53-54.

31 Die ruinösen Altbauten der DDR galten aber auch als Refugium für alternative Lebensstile, Intellektuelle und Regimekritiker/-innen. Dies wird zum Beispiel in Filmen wie *Solo Sunny* (DEFA, 1980) oder *Das Leben der Anderen* (BRD, 2006) rezipiert und interpretiert.

32 Vgl. Dölling 1997, S. 91ff.

gensatz dazu steht der weiblich konnotierte Altbau, der in quasi schwachem, zerbrechlichen Zustand ist, beschützt werden muss und zum Opfer (seiner selbst) wird. Die sexuelle Freiheit wird jedoch im Altbau verortet, ganz in der traditionellen Erzählweise des Verruchten und Dreckigen, aber gleichfalls Rauschhaften und Fantastischen. Der eheliche Sex und der Ehebruch, der im Plattenbau stattfindet, werden ganz anders dargestellt und konnotiert: Pauls Ehefrau Ines ist im Gegensatz zu Paula nicht hingebungsvoll, Paul *nimmt sich, was ihm zusteht*, und beschwört die Ehe anhand materieller Versprechungen. So wird Ines als illoyales, gieriges und korruptes *Weibchen* inszeniert.³³ Für ihre Figur wird im Film kein Verständnis aufgebracht.

Diese genderspezifische Konnotation der Dichotomie Altbau und Plattenbau wird in weiteren Filmen aufgegriffen, doch in *Die Legende von Paul und Paula* nimmt diese ausdrückliche Zuschreibung ihren bildstarken Anfang.

6.2.2 Halbe Treppe

Deutschland 2002, Regie & Drehbuch: Andreas Dresen

Kontexte: Andreas Dresens Tragikomödie *Halbe Treppe* feierte auf der Berlinale 2002 seine Premiere, gewann dort einen silbernen Bären und gilt als wichtiger Baustein in der Karriere des damals noch recht unbekanntenen Regisseurs. Dresen setzt in *Halbe Treppe* vor allem auf improvisiertes Schauspiel und verzichtete auf aufwendige Filmtechnik. Der Stil, den Dresen in *Halbe Treppe* etabliert, kann als dokumentarisch anmutend beschrieben werden, da die Mittel des Realismus den Film und dessen Rezeption bestimmen. Es ist weniger die Geschichte von Ehebruch und Beziehungsalltag als die experimentelle Herangehensweise und die Improvisationskünste der Darsteller/-innen, die den Film interessant machen.

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: *Halbe Treppe* beginnt mit einem Diabend, zu dem das Ehepaar Uwe und Ellen ihre Bekannten Chris und Kathrin in ihre Plattenbauwohnung eingeladen haben. Am nächsten Tag bringt Ellen Chris, der Moderator beim Radio ist, das Handy von Kathrin, welches sie vergessen hatte, im Studio vorbei. Etwas später besucht Chris Ellen in der Parfümerie, in der sie arbeitet. Wieder einige Tage später ruft

33 Dies wiederum entspricht auch der offiziellen Bewertung von Frauen, die nicht dem Ideal der arbeitenden Sozialistin entsprachen. Vgl. Dölling 1997, S. 95.

Ellen bei Chris und Kathrin an, um letztere zu fragen, ob sie mit ihr ins Kino gehen will. Da diese nicht zuhause ist verabreden sich spontan Chris und Ellen. Am Ufer der Oder beginnen die beiden sich im Auto zu küssen. Die Affäre beginnt. Sie treffen sich wieder in einem Stundenhotel in Polen. Eines Tages kommt Kathrin früher von der Arbeit nach Hause und erwischt Ellen und Chris in der Badewanne. Als Ellen danach nach Hause kommt, sagt sie Uwe, dass sie sich verliebt habe. Er beraumt eine Aussprache zwischen allen vier ein, doch Chris und Ellen wollen die Affäre nicht beenden. Sie besichtigen zusammen Wohnungen, während Uwe versucht, Haushalt, Kinder und die Arbeit in seinem Imbiss unter einen Hut zu bekommen und Kathrin Liebeskummer hat. Chris jedoch wird immer unsicherer, was er eigentlich will – mit Ellen zusammen ziehen will er nicht. Er entscheidet sich schließlich, bei Kathrin zu bleiben und seine Ehe zu retten. Von Chris während einer Wohnungsbesichtigung verlassen, leidet auch Ellen an Liebeskummer. Als Uwe ihr in der gemeinsamen Plattenbauwohnung die langersehnte neue Küche präsentiert, verlässt sie ihn endgültig und wagt den Neuanfang alleine mit ihren Kindern.

Gestalterische Mittel: Die filmischen Mittel behaupten einen dokumentarischen Ansatz: Die Ästhetik der Handkamera ist dabei besonders vordergründig. Sie ist oft sehr nah an den Personen dran, sie bewegt sich schnell und fahrig, wodurch die Bilder teilweise stark verwackelt sind. Auf künstliche Lichtquellen wurde verzichtet, ausschließlich realistisches Licht, wie Lampen in Wohnungen und Tageslicht, werden eingesetzt. Auch die Tonspur wirkt dokumentarisch, wie Originalaufnahmen vom jeweiligen Schauplatz.

Doch dieser dokumentarische Ansatz wird lediglich behauptet: Viele und schnelle Schnitte mit Perspektivwechseln konterkarieren die Zeugenschaft einer einzelnen Handkamera. Ähnlich verhält es sich mit dem Mittel des Interviews, welches wiederkehrend eingesetzt wird: Während die Interviewsituationen, in denen die Schauspieler/-innen direkt in die Kamera sprechen und man im Off auch die Fragen des Interviewers hört, am Anfang noch sinnhaft erscheinen (die Protagonisten werden beispielsweise zu ihren Berufen befragt), kippt die Interviewsituation spätestens dann ins Absurde, als Chris direkt nach dem Auffliegen seiner Affäre mit einem Glas Wein am Küchentisch sitzend nach seinen Gefühlen befragt wird.

Auch die Tonspur ist nicht immer realistisch. Die Musik, die einen großen Raum einnimmt, arbeitet sogar gegen diesen Authentizitätsanspruch. In Schlüsselmomenten ist diese in Form der Straßenmusiker, die von der

Band 17 Hippies dargestellt werden, real in der Szene vorhanden. Diese Musik dient als eine Art Verfremdungseffekt, der die Absurdität des Authentizitätsanspruchs und des Pseudo-Dokumentarischen durch das Fantastische ihrer Präsenz deutlich werden lässt.

Die Absurdität mancher Mittel geht zudem zusammen mit einer bestimmten Komik des Unzulänglichen des Realen. Diese Komik des Realistischen ist beispielsweise in der Badewannen-Szene zu beobachten: Während in anderen Filmen nach Kathrins Entdeckung ein Schnitt gesetzt und die Szene beendet würde, müssen die Zuschauer/-innen in *Halbe Treppe* die unangenehme, aber überaus realitätsnahe Situation miterleben, in der Ellen Chris nach dem Verbleib ihrer Kleidung fragen muss, während dieser versucht, mit Schaum im Haar und nur einem Handtuch bekleidet, mit Kathrin zu reden. Im Flur muss die klatschnasse Ellen sich eilig anziehen, um die unangenehme Situation schnellstmöglich verlassen zu können.

Szenen des Plattenbaus: Uwe und Ellen wohnen mit ihren zwei Kindern in einer Plattenbauwohnung, die den Zuschauenden bereits in der ersten Szene als beengt und zu klein vorgestellt wird. Vor allem die Küche spielt eine besondere Rolle: zum einen als Anlass zu wiederholtem Streit zwischen den Eheleuten und zum anderen als Ort der sentimental-emotionalen Situationen. Zweimal stehen sich Uwe und Ellen in der kleinen, engen Küche gegenüber. Beim ersten Mal gesteht Ellen Uwe, dass sie sich verliebt hat. Beim zweiten Mal sagt sie ihm, dass sie nicht zu ihm zurückkommen und stattdessen endgültig ausziehen wird. Die Szenen sind ähnlich aufgebaut, sowohl inhaltlich als auch formal. Sie beginnen jeweils damit, dass Ellen eine Neuerung in der Küche präsentiert wird: Beim ersten Mal ist Uwe dabei, eine Dunstabzugshaube einzubauen. Er hockt auf dem Boden und schaut zu ihr hoch. Anhand ihrer zurückhaltenden Reaktion merkt er, dass etwas nicht stimmt. Sie sagt ihm gerade heraus, wortwörtlich von oben herab, dass sie sich verliebt hat. Uwe ist fassungslos, steht auf, verlässt die Küche und verschwindet auf dem Balkon. In der zweiten Szene betritt Ellen den Raum alleine, in den Uwe eine neue Einbauküche eingebaut hat. Als Uwe dazu tritt, beginnt sie heftig zu weinen. Uwe scheint zu glauben, dass sie sich über die Küche freut und vor Reue weint. Er sagt Sätze wie »Schön, dass Du wieder da bist!« und »Neue Küche, neues Glück!«. Doch dann löst sich Ellen wieder aus seiner Umarmung und sagt ihm, dass er nichts verstanden habe und sie weggehen werde. Die Kamera in diesen Szenen ist sehr nah an den Figuren. Sie schwenkt von Profil zu Profil, je nachdem, wer gerade spricht. In diesen Szenen gibt es keinen

Schnitt. In der Halbtotale ist die Kamera nah am Geschehen, aber nicht so nah wie in manch anderer Szene des Films. Die Zuschauer/-innen wohnen einer intimen Szene in genau der Distanz bei, die einem realen Dabeisein entspräche. Diese Nähe erhöht die Emotionalität.

In einer Schlüsselszene spielt der Plattenbau eine definierende Rolle: Da Ellen gelüftet hat, während der Käfig des Wellensittichs offen stand, ist dieser entfliegen. Nun suchen Ellen und Uwe draußen nach dem Vogel. Ellen ist verzweifelt, Uwe sauer. Sie suchen inmitten des Plattenbauviertels, umgeben von Plattenbauten. Der Vogel ist nicht zu finden. Ellen ist schuld an dieser Situation, sie irrt verzweifelt umher, Uwe steht dabei und will ihr nicht helfen. Der entfliegene Vogel, der Umgang der beiden mit der Situation und miteinander können als Parabel für die übergeordnete Erzählung des Ehebruchs und der Ehekrise gelesen werden – mit dem kleinen Unterschied, dass der Vogel am Ende in die Plattenbauwohnung zurückkehrt. Zudem ist interessant, dass diese Szene sowohl im Trailer für den Film vorkommt als auch für das Filmplakat und die DVD-Hüllen ausgesucht wurde. Doch das hierfür gewählte Motiv ist so nicht im Film zu finden: Vor weißen, hochaufragenden Plattenbauten stehen Ellen und Uwe und schauen in den blauen Himmel. Warum diese Veränderung? Die Plattenbauten im Film sind viel niedriger und weisen rote Balkonstreben und braune Fassaden auf und der Himmel ist fast immer grau, nicht blau. Warum sehen wir nur Uwe und Ellen, wenn der Film von vier Figuren handelt? Da es sich hier um ein Marketing-Produkt handelt, muss davon ausgegangen werden, dass die mit dem Vertrieb befassten Personen das so abgewandelte Motiv als aussagekräftig und repräsentativ für den gesamten Film hielten. Dass sie sich sicher waren, die Erwartungen an einen Film, der in Frankfurt an der Oder spielt, mit vorrangig ostdeutschen Schauspieler/-innen besetzt ist und von einem ostdeutschen Regisseur gemacht wurde, mit diesem Motiv am besten zu wecken, aber auch zu rahmen. Das Plakat ist Teil des *intertextuellen Vorspanns* und gibt so bereits gewisse Informationen preis, so dass die Zuschauer/-innen einschätzen können, was sie zu sehen bekommen werden (und ob sie es überhaupt sehen wollen). Die weißen, uniformen, übergroßen Plattenbauten in ihrer nicht-ikonischen Qualität erzählen Kinogänger/-innen bereits sehr viel – und die Filmkritiker, die *Halbe Treppe* besprochen haben, ergänzen dies auf eindrücklich einseitige Weise. Auch wenn man bedenken muss, dass der Film 2002 in die Kinos kam und *das Ostdeutsche* damals noch stärker als das Fremde inszeniert werden konnte, so ist der von den Filmkritikern an den Tag gelegte Ton gegenüber dem ostdeutschen Setting mehr als entlarvend. So wird zum Beispiel vom »herrlichsten,

schnodderigen Ost-Jargon«³⁴ geschwärmt oder in äußerst aufschlussreicher Weise die hier gezeigte Glaubwürdigkeit der Darstellung von Menschen, die im Plattenbau leben, hinterfragt:

»Halbe Treppe« ist anzumerken, dass er eigentlich nicht ganz von den Menschen handelt, denen er versucht nahe zu sein, sondern von denen, die sie darstellen. Und die, so sehr sie sich auch anstrengen, dem Volk aufs Maul zu schauen, spielen ihre Rollen einfach zu gut, zu sehr, als dass man ihnen die Ellen oder den Chris des Plattenbaus ganz abnehmen könnte. [...] Ich sah also Theaterschauspieler, die Beziehungskrisen improvisieren, deren Bewältigungsstrategien und Lösungsversuche (man sitzt zu viert zusammen und diskutiert das Problem tatsächlich gemeinsam) mir nicht zu der Tristesse grauer Plattenbauten zu passen schienen. Es war mir, als handelten diese Psychodramen eher von denen einer anderen, intellektuelleren Schicht. Sie können ihre Herkunft nicht so ganz verleugnen, zu lebendig, zu beweglich und facettenreich ist das Mienenspiel, eindeutig zu theatralisch geraten sind übrigens die Augenblicke, wenn der Radiomoderator und die Parfümverkäuferin während ihres Jobs an Liebeskummer leiden. Hier sind sie bei weitem nicht mehr die einfachen Menschen, die gerade das weitgehend nicht gelernt haben: ihre Gefühle nach außen zu tragen.«³⁵

Diese unheilvolle Verkettung und Bewertung von sozialer Herkunft, Lebensort und angeblicher emotionaler Verarmung zeugt von der Macht nicht-ikonischer Bilder, die dieses Image maßgeblich geformt haben.

Auch in *Halbe Treppe* findet sich die mit Symbolkraft aufgeladene Dichotomie von Altbau und Plattenbau: Chris und Kathrin wohnen in einem großzügigen Altbau. Ihre Küche ist geräumig, genau wie Badezimmer und Badewanne. Das lustvoll Sexuelle ist im Altbau verortet, nicht nur durch den dort vollzogenen Ehebruch, sondern auch durch den Sex von Chris' Tochter mit ihrem Freund, den Chris und Kathrin in ihrem Schlafzimmer nicht überhören können. Als Chris und Ellen auf Wohnungssuche sind, schauen sie sich ausschließlich Altbauwohnungen an. Am Ende des Films stellt Ellen ihren Kindern eine der leeren Altbauwohnungen als deren gemeinsame

34 Koerner, Swantje-Britt: Ein Film wie Jazz: Andreas Dresens »Halbe Treppe«. In: FAZ Online. [01.10.2002]. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/film-ein-film-wie-jazz-andreas-dresens-halbe-treppe-151045.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

35 Thomas 2003.

neue Wohnung vor. Chris kehrt zu seiner Frau in die gemeinsame Altbauwohnung zurück. Aus Ellens Perspektive lässt sich die Geschichte auch als Auszug aus dem Plattenbau und dem damit assoziierten Status Quo lesen. Wäre es denn vorstellbar, dass Ellen in die Plattenbauwohnung zurückkehrt? Oder dass Chris und Ellen zusammen in eine Plattenbauwohnung ziehen? Diese Varianten erscheinen abwegig, was auch an der tradierten Bedeutungskopplung vom Leben im Plattenbau mit Scheitern und Versagen hängt, wie sie die nicht-ikonischen Bilder der ostdeutschen Plattenbauten transportiert. So ist die unglücklichste Figur in diesem Film Uwe, der am Ende als Verlassener ohne Frau und Kinder alleine in der Plattenbauwohnung zurückbleibt.

6.2.3 Good Bye, Lenin!

Deutschland 2003, Regie: Wolfgang Becker, Drehbuch: Bernd Lichtenberger, Wolfgang Becker

Kontexte: Die Komödie *Good Bye, Lenin!*, 2003 bei der Berlinale uraufgeführt, gehört sicherlich zu den (finanziell) erfolgreichsten filmischen Auseinandersetzungen mit der Nachwendzeit. Auch international war der Film ein Erfolg. Dies wird meist der humorvollen Herangehensweise, die sich an der damals von den Feuilletons ausgerufenen Ostalgie-Welle abarbeitet, zugeschrieben.³⁶

Über *Good Bye, Lenin!* wurde in den German Studies und der Filmwissenschaft bereits einiges geschrieben.³⁷ Besonderes Augenmerk gilt hierbei meistens dem filmischen Versuch der Identitätsentwicklung durch Erinnerungskultur in der Nachwendzeit. In den Kontext gesetzt zu anderen deutschen Filmen dieses Zeitraums, wie Leander Haußmanns *Sonnenallee* und Wolfgang Beckers Vorgänger-Film *Das Leben ist eine Baustelle*, wird *Good Bye, Lenin!* eine besondere Qualität attestiert:

36 Vgl. Allan, Seán: Good Bye, Lenin! Ostalgie und Identität im wiedervereinigten Deutschland. In: GFL Journal, Nr. 01/2006, S. 45-59.

37 Vgl. z.B.: Downing, Crystal: Staging Ideology and Love in Good Bye, Lenin! In: Film & History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies. Vol. 43 (2). 2013. S. 5-16. Oder: Irmscher, Jana: Filmrezeption und Erfahrung. Eine Fallstudie am Beispiel von Good Bye, Lenin. Berlin 2007. Oder: Schmidt, Gary: Motherhood, Melodram, and Masculinity in Wolfgang Becker's Good Bye Lenin! In: West Virginia University Philological Papers. Vol. 52, 2005, S. 123-132.

»Anders jedoch als die Unmengen von Fernsehsendungen zum Leben in der ehemaligen DDR, die in den Monaten nach der Filmpremiere von *Good Bye, Lenin!* über die deutschen Bildschirme rollten, geht es in Beckers Film um ein differenzierteres Verständnis von Ostalgie. Denn obgleich der Film die ultimative ostalgische Fantasie auf die Leinwand bringt, nämlich eine Auf-erstehung der DDR in der Welt nach der Wende, provoziert er den Zuschauer, sich eben gerade mit diesem Phänomen ›Ostalgie‹ kritisch auseinander zu setzen. Dementsprechend verweist *Good Bye, Lenin!* auf die Wichtigkeit von Erinnerungen (sowohl individuellen als auch kollektiven) bei dem Prozess, eine neue gesamtdeutsche Identität zu entwickeln, wobei allerdings durch Hinzuziehung von Humor und Ironie eine Sentimentalisierung der DDR-Vergangenheit vermieden wird.«³⁸

Abgesehen von der zweifelhaften Annahme, dass die Hinzuziehung von Humor und Ironie eine Sentimentalisierung vermeide, ist es tatsächlich von Interesse, dieser von Allan beschriebenen Identitätssuche der Hauptfigur zu folgen: durch die Inszenierung einer Schein-DDR innerhalb des Krankenzimmers seiner Mutter anhand der zu dieser Inszenierung herbeigezogenen Hilfsmittel. Damit wird Erinnerungsarbeit aber vor allem an den physischen Objekten der Warenkultur festgemacht, was durchaus problematisch ist, unter anderem durch die *Unschuld* der Objekte, an denen sich keine kritische Vergangenheitsbewältigung bewerkstelligen lässt.

Good Bye, Lenin! ist eine sogenannte Tragikomödie, kann aber auch als Melodram gewertet werden.³⁹ Dem Genre entsprechend enthält der Film sowohl dramatisch-ernsthafte Momente als auch komische Elemente. Die Fallhöhe für Tragikomödien ist trotz ihrer Beliebtheit hoch, denn es gilt, die Balance zwischen Tragik und Komik so zu halten, dass beide Genres zur Geltung kommen. Die Tragik in *Good Bye, Lenin!* speist sich dann auch nicht aus den Repressionen des SED-Regimes, sondern lediglich aus der familiären Situation der Figuren. Zuschauer/-innen rührt die Krankheit und der Tod der Mutter und die vergeblichen Bemühungen des Sohnes – es geht dezidiert nicht um das durch die Diktatur beschädigte Familienleben.

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: Der Film beginnt mit einem Rückblick. Familienvideos in Super 8-Manier zeigen Szenen aus der Kindheit des Prot-

38 Allan 2006, S. 49.

39 Vgl. Schmidt 2005.

agonisten Alexander. Die Zuschauer/-innen erfahren, dass der Vater in den Westen geflohen ist und seine Mutter nach einer schweren Depression sich ganz dem Sozialismus verschrieben hat. Angekommen in der Filmgegenwart besucht Alex eine Demonstration. Auf dem Weg zur 40-Jahrsfeier der DDR sieht seine Mutter Christiane, wie Alex von der Polizei verprügelt und verhaftet wird. Sie erleidet einen Herzinfarkt und fällt ins Koma. Von der Polizei frei gelassen, fährt Alex ins Krankenhaus, wo er die nächsten acht Monate viel Zeit verbringen wird. In der Zwischenzeit wird aus den Demonstrationen die friedliche Revolution, die zum Ende der DDR führt. Nachdem Christiane aus dem Koma erwacht, macht ihr Arzt Alex und seiner Schwester Ariane klar, dass ihre Mutter keinen zweiten Herzinfarkt überleben wird. Alex entscheidet sich, das Ende der DDR vor seiner Mutter geheim zu halten. Das Zimmer der Mutter wird wieder in den Vorwende-Zustand zurückversetzt. Um die Wünsche der wieder zu Kräften kommenden Mutter zu erfüllen, muss Alex einiges auf sich nehmen, wie etwa die Suche nach Lebensmitteln aus der DDR. Mithilfe seines westdeutschen Kollegen produziert er Nachrichtensendungen im Stil der *Aktuellen Kamera*, um der Mutter die Veränderungen in ihrem Umfeld zu erklären. Diese Erklärungsversuche werden dabei immer abstruser, aber Christiane scheint keine Zweifel zu hegen. Bei einem gemeinsamen Ausflug auf die Datscha ihrer Kindheit erzählt Christiane, dass der Vater nicht in den Westen geflohen ist, um dort mit seiner Geliebten zu leben, sondern sie und die Kinder nachkommen sollten, was sie sich aber aus Angst vor den Konsequenzen eines Ausreiseantrags nicht getraut habe. Alle Briefe des Vaters habe sie daraufhin versteckt. Alex ist schockiert. Am Ende des Tages geht es Christiane akut schlechter, sie wird wieder ins Krankenhaus eingeliefert. Dort deckt Lara, Alex' Freundin und Schwesternschülerin im Krankenhaus, Alex Lüge auf, ohne dass dieser es mitbekommt. Alex besucht unterdessen unangemeldet seinen Vater, der in einer modernen Villa in West-Berlin wohnt. Alex erzählt ihm, dass Christiane im Sterben liegt und ihn noch einmal sehen möchte. Der Vater erfüllt ihr den Wunsch und besucht sie im Krankenhaus. Alex produziert mit seinem Kollegen eine letzte Ausgabe der *Aktuellen Kamera*, in welcher er Honecker zurücktreten und den Kosmonauten Sigmund Jähn zu dessen Nachfolger macht. Seinen Kindheitshelden lässt er die Öffnung der Grenzen für westdeutsche Flüchtlinge bekannt geben. Alex, seine Schwester, seine Freundin und seine Mutter schauen dies zusammen im Krankenhaus an. Drei Tage später stirbt Christiane. Alex schießt ihre Asche mit einer selbstgebastelten Rakete in den Berliner Nachthimmel. Er sagt, die DDR werde für ihn für immer mit seiner Mutter verbunden sein.

Gestalterische Mittel: Der Regisseur Wolfgang Becker und sein Team bedienen sich einer großen Bandbreite filmischer Mittel. Der Filmgenuss speist sich auch am spielerisch anmutenden Einsatz dieser Mittel, wie die häufigen Fast Motions, die zudem mit passender Musik unterlegt sind. Auch der Einsatz von dokumentarischem Nachrichtenmaterial bekommt durch die Umdeutung des Voiceovers etwas Spielerisches. Das Vorwissen der Rezipierenden ist dabei grundlegend, ohne dieses kann der durch die Zitate und Referenzen hergestellte ironisch-humoristische Unterton nicht genossen werden.

Stärkstes gestalterisches Mittel ist dennoch ein erzählerisches Mittel: Der Film nimmt eindeutig die Erzählperspektive von Alex ein. Von Anfang an und regelmäßig wiederkehrend erzählt Alex im Voiceover. Dies hat die Funktion der Kontextualisierung und vor allem des hochgradig subjektiven Kommentars. Dabei ist die Sprache der Figur knapp, aber reich an Wortwitzen und typischen Begriffen aus dem DDR-Alltag. Der Ton ist ironisch bis sarkastisch gefärbt:

»Mutter verschlief den Siegeszug des Kapitalismus. Und die Terminkoordination meiner Besuche im Krankenhaus. Ihr Schlaf ignorierte, wie Helden der Arbeit arbeitslos wurden. Die PGH Fernsehreparatur »Adolf Hennecke« wurde abgewickelt. Ich war der Letzte und ich machte das Licht aus. Dann kam der Aufschwung. Im Ost-West-Team praktizierte ich frühzeitig die Wiedervereinigung. Satellitenschüsseln liessen unsere Landschaften erblühen.«⁴⁰

Lediglich in einigen wenigen Schlüsselszenen wird Alex' Perspektive verlassen: In der Sequenz, in der Christiane heimlich die Wohnung verlässt sowie die Krankenhaus-Szene, in der Christiane erfährt, dass es die DDR nicht mehr gibt. Der gesamte Film ist damit hochgradig subjektiv. Obwohl es in diesem Film um eine Mutter-Sohn-Beziehung geht, steht die Subjektivität des Sohns im Vordergrund, die Mutter selbst bleibt inhaltlich wie formal überaus passiv.⁴¹

Szenen des Plattenbaus: Während die Inszenierung der Warenwelt der Alltagskultur der DDR als Appell an das Vorwissen der Zuschauer/-innen auf Deut-

40 Original-Voiceover. Zitiert aus den Arbeitsmaterialien zu Good Bye, Lenin! des Goethe Instituts, URL: https://www.goethe.de/resources/files/pdf7z/Good_Bye_Lenin.pdf (Letzter Zugriff 24.02.2019).

41 Vgl. Schmidt 2005.

lichkeit setzt, verhält es sich mit der Inszenierung des Plattenbaus in *Good Bye, Lenin!* ein wenig anders. Zum einen bildet die Plattenbauwohnung den Rahmen für die gesamte Vergangenheitsinszenierung, zum anderen umreißt der Plattenbau und das Plattenbauviertel den sozialen Kontext der Familie. Der Plattenbau fungiert als Rahmung: Die hier präsentierte Familie ist eine ostdeutsche.

Doch in *Good Bye, Lenin!* wird keine Arbeiter- oder Arbeitslosen-Familie dargestellt. Die Mutter Lehrerin, der Vater Arzt, scheinen sie bereits früh in einen der repräsentativen Plattenbauten im Bauabschnitt II der Karl-Marx-Allee in Ost-Berlin gezogen zu sein. Direkt nach der Wende verliert Alex zwar seinen Job, bekommt aber sofort einen neuen. Soziale Not besteht nicht. Eine Verlierer-Geschichte⁴² ist hier also nur im ideologischen beziehungsweise psychologischen Sinne auszumachen: Alex glaubt, dass seine Mutter den Untergang und Verlust der DDR nicht verkraften würde, da sie sich nach der Flucht des Vaters *mit dem Sozialismus verheiratet habe* und sich als verdiente Sozialistin ausgezeichnet hat. In dieser Lesart würde die Mutter ihr Selbstverständnis und ihre Selbstlegitimation einbüßen, wenn sie von dem Ende der DDR erführe. Erst im Laufe des Films stellt sich heraus, dass diese Überidentifikation mit dem SED-Staat eine Strategie der Mutter war, ihre Kinder zu schützen. Als sie kurz vor ihrem Tod von der Wiedervereinigung erfährt, hält sie wiederum dieses Wissen vor ihrem Sohn geheim und spielt dessen Spiel mit. Das ist – genau wie die Entscheidung, sich dem Sozialismus zu verschreiben – eine aktive Entscheidung. So ist auch die Interpretation der psychologischen Wende-Verliererin kaum haltbar.

Ein weiterer überraschender Aspekt der Inszenierung des Plattenbaus in *Good Bye, Lenin!* ist dessen vergleichsweise geringe tatsächliche Präsenz. Wenn Alex zusammen mit seinem Kollegen das Zimmer der Mutter wieder DDR-gerecht einrichtet, geschieht dies in Fast Motion. Das Zimmer der Mutter ist der einzige Raum, der häufiger zu sehen ist. Nach dem Film können die Zuschauer/-innen nicht sagen, wie die Wohnung geschnitten ist, obwohl im Trailer sogar der Grundriss gezeigt wird. Der Plattenbau ist hier ein unbestimmter Ort, obwohl es Ortskundigen möglich ist, ihn genau zu identifizie-

42 Anders verhält es sich mit den anderen im Plattenbau angesiedelten Figuren, den Nachbar/-innen der Familie, die schon eher als Wendeverlierer/-innen gezeichnet werden, die sich darüber freuen, die DDR nachspielen zu können. Am deutlichsten wird dies an der Figur des Schuldirektors Klappprath inszeniert, der sich nach dem Ende der DDR gehen lässt und ständig betrunken ist.

ren. Der Plattenbau ist ein Rahmen für die Erzählung: Er kann mit der Mutter und beide mit der DDR gleichgesetzt werden. Alle drei sind dem Untergang geweiht und nur dank Alex' Fürsorge noch einigermaßen existent. Mit dem Tod der Mutter kann Alex auch mit der DDR abschließen, er kann auch diese versöhnlich zu Grabe tragen.

Die Datscha, das Wochenend-Holzhäuschen der Familie, ist eine weitere, symbolisch aufgeladene Architekturform in *Good Bye, Lenin!*: Hier ist die heile Welt der Familie verortet – und hier endet sie auch. Zu Beginn des Films werden Super 8-Filme gezeigt, die der Vater vor seiner Flucht in den Westen von seiner Familie auf der Datscha gemacht hat. Es ist eine Idylle. Doch es ist in diesem, fern der Stadt gelegenen Idyll, dass Christiane sich dazu durchringt, ihre Lebenslüge zu offenbaren und damit die Kindheitserinnerungen – wenn nicht zerstört, so doch eintrübt. So sind die explizit ostdeutsch konnotierten Architekturen, der Plattenbau und die Datscha, beide dem Vergangenen zugeordnet.

Auch in *Good Bye, Lenin!* finden wir die Dichotomie von Plattenbau und Altbau, auch hier ist der Altbau mit Weiblichkeit, Lust und Sexualität konnotiert. Während die Plattenbauwohnung von der kranken, hilflosen Mutter besetzt ist, können Alex und Lara in einer verlassenen Altbauwohnung ihre Beziehung ausleben. Während die Mutter als asexuelles Wesen *mit dem Sozialismus verheiratet* dargestellt wird, ist Lara als lebenslustige junge Frau gezeichnet, die zudem noch als Schwesternschülerin eine sexuell aufgeladene Trope verkörpert. Obwohl die Plattenbauwohnung mit der Mutter assoziiert ist, wird diese nicht als *weiblicher* Ort konnotiert – zum einen, weil die Erzählperspektive die des Sohnes ist und zum anderen, weil die Mutter im Sterben liegt. Das Freudvolle, Lebensbejahende ist mit den Ausflügen in den Altbau verbunden.

Zwei weitere Orte spielen eine Rolle in *Good Bye, Lenin!*: zum einen natürlich das Krankenhaus, in welchem die Mutter acht Monate im Koma liegt und Alex sich in Lara verliebt, und zum anderen die Villa in West-Berlin, in der der Vater mit seiner neuen Familie lebt. Während das Krankenhaus ein typischer Nicht-Ort ist, bekommt die Villa durch die Assoziation mit dem Vater eine besondere Bedeutung. Die großzügige, moderne Villa ist als Gegenteil der kleinen Plattenbauwohnung zu lesen. Darüber hinaus konnotiert die Villa im Zusammenspiel mit der Vaterrolle auch westdeutsche Überlegenheit und kapitalistischen Reichtum. Ist der Plattenbau in *Good Bye, Lenin!* mit der DDR gleichgesetzt, so ist die Villa mit der BRD gleichgesetzt.

Es lohnt ein Blick auf die vielleicht berühmteste Szene des Films, nämlich die, in welcher Christiane heimlich die Wohnung verlässt und ihr auf der Stra-

ße ein Helikopter mit der abmontierten Statue Lenins begegnet. Christiane wird leicht von unten aufgenommen, im Hintergrund die Plattenbauten des Bauabschnitts II der Karl-Marx-Allee. Sie wird von diesen gerahmt, während sie der fliegenden Lenin-Statue hinterher schaut. Bei dieser Sequenz handelt es sich um eine Parallelmontage: Es wird zwischengeschnitten, wie Alex erwacht und losläuft, die Treppe hinunter und zu seiner Mutter. Gleichzeitig steigt Alex' Schwester Ariane die Treppen der U-Bahn-Station mit Einkäufen beladen empor, sieht ihre Mutter auf der Straße stehen, lässt ihre Einkäufe fallen und rennt ebenfalls zu ihr. Alex und Ariane kommen gleichzeitig bei Christiane an und führen sie zurück zur Wohnung. Mittelpunkt der Sequenz ist Christiane. Die Kamera fährt um sie herum. Ihre Einstellungen sind länger als die von Alex und Ariane. Die Parallelmontage erhöht die Eindringlichkeit der Ausnahmesituation. Die in der Untersicht gefilmte Rahmung von Christiane durch die Plattenbauten vermittelt auch formal ihr Gefühl des Verlorenseins.

Good Bye, Lenin! zeigt mithilfe der Gleichsetzung des Plattenbaus und der sterbenden Mutter mit der DDR eine durchaus problematische Vergangenheitsbewältigung, die am Beispiel von Alex eine aktive Aufarbeitung verlangt (Re-Inszenierung, Reenactment und Umschreibung) und diese mit einem klar abschließenden, versöhnlichen Abschied belohnt: Der Tod der Mutter ist keine Tragödie, sondern Notwendigkeit.

6.2.4 Die Friseurin

Deutschland 2010, Regie: Doris Dörrie, Drehbuch: Laila Stieler

Kontexte: Auch *Die Friseurin* von Doris Dörrie aus dem Jahr 2010 ist eine Komödie mit vereinzelt tragischen Momenten. Außerhalb des Wettbewerbs bei der Berlinale gestartet kann der Film zwar nicht auf eine ähnliche Erfolgsgeschichte wie *Good Bye, Lenin!* blicken, er war jedoch trotzdem nicht zuletzt aufgrund der renommierten Regisseurin ein Kinoerfolg. Es ist der erste Film, bei dem Dörrie nicht ihren eigenen Stoff, sondern ein Drehbuch von Laila Stieler verfilmt hat. Laila Stieler ist unter anderem durch ihre Zusammenarbeit mit Andreas Dresen bekannt. Ihr Dialogstil gilt als besonders authentisch.⁴³

43 Die Tatsache, dass Stieler häufig mit Dresen zusammenarbeitet, lässt den Filmkritiker Tobias Kniebe in seiner Film-Kolumne die »Verschwörungstheorie« aufstellen, dass *Die Friseurin* nicht von Dörrie, sondern von Dresen stamme und Dresen hier eine »brillan-

Diese Authentizität hat in *Die Friseurin* einen besonderen Stellenwert: In der Presse finden sich Stimmen, die die Milieu-Darstellung loben⁴⁴, aber auch solche, die die Figuren als absurd überzeichnet bewerten.⁴⁵

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: *Die Friseurin* erzählt die Geschichte von Kathi König, die nach der Trennung von ihrem Mann als Alleinerziehende mit ihrer pubertierenden Tochter in eine Plattenbauwohnung in Marzahn zieht. Hier versucht sie zuerst erfolglos, eine Anstellung als Friseurin zu bekommen, fasst dann aber den Plan, ihren eigenen Frisiersalon aufzumachen. Um das dafür nötige Geld aufzutreiben, arbeitet sie schwarz als mobile Friseurin im Altersheim und hilft einem Menschenmuggler, illegale vietnamesische Einwanderer und Einwanderinnen nach Berlin zu bringen. Durch einen Zwischenfall muss sie die von ihr geschmuggelten Vietnamesen und Vietnamesinnen bei sich in der Plattenbauwohnung unterbringen. Tien, der Übersetzer der Gruppe, und Kathi König haben ein kurzes Verhältnis, welches beendet wird, weil Tien in Vietnam verheiratet ist. Sie bekommt das Geld für den Salon zusammen und renoviert ihn aufwendig. Doch aufgrund von nicht beachteten gesetzlichen Vorgaben darf sie ihn nicht eröffnen. Zudem wird bei

te Satire« auf die Münchner Schule, zu der Dörrie gezählt wird, gedreht hätte. Erst dann wäre dies für ihn ein gelungener Film. In seiner Kritik steckt erschreckend offene Ablehnung gegenüber der Darstellung beziehungsweise (Re-)Präsentation von dicken Frauen, Ostdeutschen und Regisseurinnen. Vgl. Kniebe, Tobias: Gute-Laune-Terror. In: Süddeutsche Zeitung. [17. Mai 2010]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/berlin-ale-kolumne-gute-laune-terror-1.52090> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

44 Vgl. Hippen, Wilfried: Die Dicke von Marzahn. In: Die Tageszeitung. [18.02.2010]. URL: <https://www.taz.de/!481601/> (Letzter Zugriff: 26.02.2019).

45 Für positive Einschätzungen vgl. Ebd. und Zöllner, Abini: Waschen, schneiden, leben: »Die Friseurin« erzählt eine Geschichte der Selbstbehauptung. In: Berliner Zeitung. [18.02.2010]. URL: <https://www.berliner-zeitung.de/waschen--schneiden--leben---die-friseurin--erzaehlt-eine-geschichte-der-selbstbehauptung-kopf-hoch-15175524> (Letzter Zugriff: 07.04.2019). Für negative Einschätzungen vgl. Kniebe 2010. Doch selbst in wohlwollenden Kritiken ist die Art und Weise, wie die Figur Kathi König beschrieben und beurteilt wird, entlarvend: »Kathi König ist ein Mensch, den der Kinobeschauer auf den ersten Blick nicht respektieren mag. Denn sie fällt auf der Straße zu sehr mit ihrer Fülle, ihren Klamotten, ihrer bunten Haarpracht auf. Und sie eckt mit ihrer frechen Klappe an. Man möchte mit den Augen rollen oder kichern.« Mayer, Andrea Simone: Die Friseurin boxt sich durch. In: n-tv.de, dpa. [18.02.2010] URL: <https://www.n-tv.de/leute/Die-Friseuse-boxt-sich-durch-article735801.html> (Letzter Zugriff: 07.04.19).

ihr multiple Sklerose diagnostiziert. Am Ende des Films arbeitet Kathi König recht vergnügt als Angestellte in einem Frisiersalon im vietnamesischen Einkaufs- und Kulturzentrum.

Gestalterische Mittel: Als besonders hervorzuhebendes Stilmittel ist der *Fatsuit* zu nennen, den die Schauspielerin Gabriela Maria Schmeide als Kathi König trägt. Mit diesem Anzug wird ihr Körper als sehr übergewichtig inszeniert. Für Szenen, in denen Kathi König unbedeutend zu sehen ist, wurde ein Körperdouble eingesetzt. Des Weiteren spricht die Figur einen starken Berliner Dialekt, der als derbe, geradeheraus, ehrlich und humorvoll gilt. Diese Adjektive beschreiben die Figur der Kathi König gleichfalls treffend.

In *Die Friseurin* sind zwei Kameraeinstellungen maßgeblich für die Atmosphäre des Films: zum einen die häufigen Closeups und Detailaufnahmen und zum anderen die oft ausgedehnten Kamerafahrten über Marzahn und an Plattenbaufassaden entlang. Die häufigen Close Ups führen die Betrachter/-innen sehr nah an die Figur heran – so nah, dass es als unangenehm wahrgenommen werden kann. So zeigt der Film mehrmals lange Nah-, Groß- und Detailaufnahmen von Kathis voluminösem Körper, beispielsweise wie sie beschwerlich aus ihrem Bett aufsteht oder sich entkleidet. Die Kamerafahrten über den (nackten) Körper ähneln dann auch denen der ausgedehnten Flügel über die Marzahner Plattenbauten. Sie haben die Funktion, etwas zu zeigen, was vielen als kaum erlebbar gilt: Die *Fettberge* zu erklimmen oder das Plattenbauviertel zu durchdringen – und dabei beides als schön zu empfinden. Selbstredend ist dies eine problematische Rahmung, nicht zuletzt, weil der übergewichtige Körper und das Plattenbauviertel als ein unbekanntes Anderes inszeniert werden.

Was die Inszenierung des Körpers der Figur angeht, ließe sich zudem die gleiche Frage stellen, wie sie sich für die Inszenierung des Plattenbaus aufdrängt: Wenn etwas visuell so viel Platz in einem visuellen Werk einnimmt, muss es dann nicht als definierender Aspekt der Geschichte verstanden werden? Wenn also die Körperfülle von Kathi König bis ins kleinste Detail ausgeleuchtet wird, dann kann davon ausgegangen werden, dass diese Körperfülle ein Charakteristikum der Figur ist und mit ihrem Scheitern verbunden: Scheitert Kathi König, weil sie dick ist?

Diese Rahmungen (die Körperfülle der Figur und die Verortung im Plattenbauviertel) werden gesetzt, um die Absurdität der Geschichte und den damit verbundenen Humor zu erhöhen. Die implizite Frage lautet: Wie kann eine dicke Frau in Marzahn glauben, sie hätte das Zeug zur Unternehmerin?

Die Unwägbarkeiten, die Kathi König auf ihrem Weg zum eigenen Salon in Kauf nehmen muss, sind – dank der Rahmung der Ausgangssituation als völlig absurd – keine tragisch-dramatischen Schicksalsschläge, sondern Anlass zur Komik. So entsteht eine (ambivalente) Lust daran, sie scheitern zu sehen – und diese Lust wird bedient. So können die Zuschauer/-innen am Ende des Films beruhigt sein, denn ihre lebensweltlichen Überzeugungen wurden nicht in Frage gestellt: Die dicke Frau aus Marzahn hat natürlich nicht das Zeug zur Unternehmerin, aber dank ihres Naturells ist sie trotzdem glücklich.

Szenen des Plattenbaus: In einem Interview im Bonusmaterial der DVD sagt die Regisseurin Dörrie zwar, dass die Geschichte nicht am Plattenbau hänge, doch ist das Plattenbauviertel Marzahn ein bestimmendes Element in *Die Friseurin*. Das Ins-Bild-Setzen Marzahns nimmt im Film einen so prominenten Platz ein, dass sich die Frage nach der Verkettung des Lebens im Plattenbau mit der Erzählung des Scheiterns der Hauptfigur aufdrängt.

Diese Frage stellt sich unter anderem deshalb, weil auch hier auf eine eindeutige Assoziation von Figuren mit Architekturen zurück gegriffen wird: Während Kathi nach der Trennung von ihrem Noch-Ehemann zurück nach Marzahn geht, wo sie aufgewachsen ist, und mit ihrer jugendlichen Tochter in eine Plattenbauwohnung zieht, wohnt ihr Ex-Partner weiterhin – und, wie sich herausstellen wird, nun zusammen mit seiner neuen Partnerin und deren Kind – im ehemals gemeinsamen Einfamilienhaus außerhalb der Stadt. Diese Kleinbürgeridylle wird vor allem von der Tochter vermisst, die zwar ihrer Mutter die Schuld für ihre Situation gibt, doch vom Vater selbst keinen Platz mehr im Einfamilienhaus eingeräumt bekommt. Das gute Leben der vormals glücklichen Kleinfamilie (der Betrug des Ehemanns wird als plötzlich und völlig unerwartet beschrieben) wird damit eindeutig verortet: im privaten Eigenheim im Grünen außerhalb der Stadt. In der Szene nach Kathis Krankenhausaufenthalt, als sie zurück nach Hause kommt und von ihrer Tochter bekocht wird, erzählt sie von ihrer traurigen Kindheit in Marzahn als Tochter einer Alkoholikerin. Hier fragt sie sich selbst, warum genau sie nach Marzahn zurückgekehrt ist. Eine Antwort kann sie darauf nicht geben. Das Leben im Plattenbauviertel kann so nur als Gegenpol zum guten Leben gelesen werden: Glücklicherweise war Kathi eigentlich nur im Eigenheim, nicht vorher und auch nicht danach.

Eine positive Konnotation der Plattenbauwohnung wäre aber möglich: Für die Vietnamesen und Vietnamesinnen, die Kathi König aus Polen nach Berlin schmuggelt, ist ihre Plattenbauwohnung ein echter Zufluchtsort. Auch

wenn die Verhältnisse beenzt sind (sie schlafen auf dem Boden), so stellt sich trotz der Sprachbarrieren ein heimeliges Miteinander ein (sie kochen und schauen zusammen Fernsehen). Auch für Kathi König muss die Plattenbauwohnung als Neuanfang, als Chance und als Rückzugsort verstanden und eigentlich positiv bewertet werden. Doch die gesamte Erzählung von der Selbstbehauptung trotz wiederholtem Scheitern macht diese Nuance der Plattenbau-Darstellung nur verhalten sichtbar.

Damit ist *Die Friseurin* vielleicht das eindringlichste Beispiel für die Verketzung der Bilder vom Plattenbau mit denen der Erzählung vom Scheitern.

6.2.5 Polizeiruf 110 Rostock »Und raus bist Du«

Deutschland 2011 (Erstausstrahlung 22.05.2011), Regie: Christian von Castelberg, Drehbuch: Wolfgang Stauch

Kontexte: Die Folge *Und raus bist Du* der *Polizeiruf-110*-Serie ist der vierte Fall des in Rostock angesiedelten Ermittler-Duos Kathrin König und Sascha Bukow. Der Rostocker *Polizeiruf 110* gilt als einer der beliebtesten in der *Tatort-/Polizeiruf-110*-Reihe. Dies wird vor allem der Hauptdarstellerin Anneke Kim Sarnau und dem Hauptdarsteller Charly Hübner sowie der emotional ambivalenten Beziehung ihrer Figuren zugerechnet. Die *Tatort*-Reihe ist eine erfolgreiche, allsonntägliche Fernseh-Praxis in Deutschland und damit kollektiv- und identitätsstiftend.

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: Wiederholt fährt die LKA-Beamtin König an einem Autowrack vorbei, eines Tages lässt sie es abschleppen. Auf dem Schrottplatz stellt sich heraus, dass im Kofferraum des Wracks eine männliche Leiche liegt. König nimmt zusammen mit dem Kommissar Bukow die Ermittlungen auf. Der Tote lebte in einer Plattenbauwohnung, in der die Ermittler/-innen eine alte, kranke Frau finden. Nach deren Abtransport durch die Rettungssanitäter finden sie unter ihrer Matratze den Entwurf für einen Erpresserbrief. Die alte Frau stirbt auf dem Weg in den Krankenwagen vor dem Plattenbau. Dies wird von einer jüngeren Frau beobachtet, die sich, nachdem die Polizei die Wohnung verlassen hat, Zutritt verschafft und Spuren ihrer Verbindung zu dem toten Ehepaar verschwinden lässt. Notdürftig hat sie sich eine leerstehende Wohnung im Plattenbau eingerichtet. Da die Frau dringend Geld braucht, um die Adoption ihrer Tochter durch deren Pflegeeltern zu verhindern, übernimmt sie die Erpressung, die der Tote be-

gonnen hat. Die Polizei erfährt von Schrotthändler Gehring, dass der Tote im Besitz eines Notizbuches war, mit welchem er viel Geld erpressen wollte. Die Frau, die Bukow als seine Mitschülerin Nathalie Schierke wiedererkennt, gerät in Verdacht. Während sie Schierke verhören, verschwindet ihre Tochter aus dem Haus der Pflegeeltern. Schierke findet in der leerstehenden Plattenbauwohnung einen Erpresserbrief, der von ihr 50 000 Euro für die Freilassung ihrer Tochter verlangt. Währenddessen melden die Pflegeeltern der Polizei, dass das Mädchen verschwunden ist. Die Ermittelnden nehmen das alte Schrottsucher- und Trinker-Ehepaar Schütte fest, da sie glauben, diese hätten das Mädchen entführt, um Geld für ihren Traum vom Alterswohnsitz in Thailand zu erpressen. Der Ehemann gesteht daraufhin den Mord an dem alten Mann, weist die Entführung aber von sich. Zusammen mit dem Schrotthändler versucht Schierke von dem Besitzer des Notizbuches, einem Mülldeponie-Besitzer, der illegale Geschäfte macht, 100 000 Euro zu erpressen. Sie wollen das Geld untereinander aufteilen. Der Mülldeponie-Besitzer bringt aber seinen Handlanger mit, welcher auf den Schrotthändler, der die Übergabe machen will, schießt. Bukow, der diese Szene beobachtet, schießt wiederum auf den Handlanger. Die Frau, die vom Schrotthändler im Keller eingeschlossen wurde, wird befreit. Die Tochter befand sich währenddessen freiwillig im Wohnwagen des Schrotthändlers, der lediglich eine Entführung behauptet hatte, um mit Schierke die Erpressung durchzuführen und die Hälfte des Geldes für seine Hilfe zu fordern. Am Ende sind Mutter und Tochter vereint, der Schrotthändler und der Handlanger überleben ihre Schussverletzungen.

Das Überthema dieser *Polizeiruf 110*-Folge ist Müll: Die Polizei ermittelt im Milieu der sogenannten Müllsucher/-innen, auf dem Schrottplatz und der Mülldeponie. Der Skandal, der zu der Erpressung führt, ist groß angelegter illegaler Handel mit Sondermüll. Der Grill, den die Kommissare zum Feierabend anwerfen, ist Müll und die Obdachlose Schierke sucht nach Essen im Container. Es wäre naheliegend, auch die Figuren als *menschlichen Müll* zu inszenieren. Da jedoch alle Figuren facettenreich gezeichnet und ihre jeweiligen Motive auch in ihrer Absurdität nachvollziehbar gemacht werden, verhindern die Filmemacher diese Lesart.

Gestalterische Mittel: Die Folgen des Rostocker *Polizeiruf 110* bestechen durch einen *realistischen* Grundton, der vordergründig an der Schauspielweise der beiden Hauptdarsteller/-innen festgemacht werden kann. Eine Komponente dieser Spielweise, die als authentisch bezeichnet wird, ist die weniger am Text als an der mündlichen Rede ausgerichtete Sprechweise (am Theater auch als

gerade Töne bezeichnet). Daneben wird der Hauptdarsteller Charly Hübner als sogenannter Charakterdarsteller aufgrund seines Aussehens als authentischer Typ gewertet.⁴⁶ Dies verhält sich selbstredend anders bei den Darstellerinnen, die ihre Figuren auf andere Weise authentisch darstellen (müssen). Die Verwahrlosung der Figur Nathalie Schierke wird beispielsweise nicht nur durch verschlissene Kleidung angezeigt, sondern vor allem auch durch das ungeschminkte Gesicht der Schauspielerin Ursina Lardi.⁴⁷

Abseits der Präsenz der Darsteller/-innen sind es vor allem die filmischen Mittel, die die Aura der Authentizität herstellen – und das auf sehr subtile Weise. Die Kameraführung und der Ton suggerieren ein Mittendrin, welches es den Zuschauenden ermöglicht, im fiktiven Stoff eine Art dokumentarischen Bildraum zu erleben. Die Kamera nutzt verschiedene Techniken, um diesen zu etablieren:

- Sie ist immer in Bewegung, ohne jedoch die verwackelten Bilder einer Handkamera zu produzieren;
- sie schwenkt pausenlos von einer Figur zur anderen, wodurch manchmal das Gesicht einer Figur im Vordergrund im Close Up erscheint oder manche Figuren angeschnitten werden;
- Schwenks und Schärfewechsel ersetzen zudem häufig den Schnitt (aber nicht so häufig, dass es den Zuschauer/-innen als Stilmittel auffallen muss);
- Halbtotale und Nahaufnahmen im Profil lassen bei Gesprächssituationen den Eindruck entstehen, direkt neben den Figuren zu stehen;
- Parallel- oder Verfolgungsfahrten suggerieren ein Mitlaufen mit den Figuren.

46 In der perfiden Logik dieses an Schauspielern getesteten *Lookism* wird ein als hässlich eingestuftes Schauspielers oft zum Typen deklariert und seine Präsenz als realistische menschliche Darstellung gewertet – im Gegensatz zum Ideal der ansonsten *unrealistisch* schönen Männer, die den Bildschirm bevölkern. Vgl. z.B. Buß, Christian: »Polizeiruf« über Müllsammler. Kampf der Kaputten. In: Spiegel Online [20.05.2011]. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/tv/polizeiruf-ueber-muellersammler-ka-mpf-der-kaputten-a-762845.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019). Buß schreibt dort im Teaser: »Wer ist hier der Penner? [...] Bulle Buckow sieht abgewrackter aus als jeder Obdachlose.«

47 Lardis Gesicht ist wirklich ungeschminkt, was in der Fernsehproduktion völlig unüblich ist. Durch diesen Trick wirkt Lardis sehr schöne Gesicht hart und verlebt.

Trotz dieser »bewegungsbetonten Kameraaktivitäten«⁴⁸ kommt kein Gefühl der Unruhe auf, sondern das einer dynamischen Teilhabe.

Der Ton unterstützt dieses Gefühl. Die Tonspur ist eine realistische, das heißt, wir hören auch Hintergrundgeräusche wie Vogelgezwitscher oder ein vorbeifahrendes Fahrrad. Wenn Schierke hinter Büschen versteckt beobachtet, wie die Polizei den Plattenbau verlässt, dann hören wir deren Stimmen gedämpft aus der Entfernung, so wie die Frau sie hören könnte. Doch auch hier wird das Stilmittel dosiert eingesetzt. So vermittelt sich durch Kameraführung und Ton eine Grundstimmung, die für eine gewisse Authentizität steht, ohne dabei eine dokumentarische Abbildhaftigkeit zu behaupten oder durch Übertreibung auf ihre Gemachtheit aufmerksam zu machen.

Szenen des Plattenbaus: Der Plattenbau spielt eine prominente Rolle in diesem *Polizeiruf 110*. Direkt in den ersten Szenen ist ein altes, leerstehendes Verwaltungsgebäude in Plattenbauweise im Hintergrund zu sehen – im Vordergrund steht das Autowrack, in dessen Kofferraum man die Leiche finden wird. In Fast Motion sehen wir, wie das Auto immer mehr verkommt. Der Plattenbau im Hintergrund bleibt unverändert in schlechtem Zustand. Dieser Ort indiziert bereits das Thema der Verwahrlosung und des Mülls und verortet die Szenen durch den Plattenbau im Osten Deutschlands.

Das Zuhause des Müllsammlers und seiner Frau befindet sich in einem Plattenbau Typ Rostock. Dessen Besonderheit liegt in dem Versuch, sowohl regionale Bautraditionen, insbesondere die Backsteingotik, zu zitieren, als auch auf eine Individualität der Bauten durch Kunst am Bau zu setzen. Dadurch wirken die Rostocker Plattenbauten weniger eintönig als andere Exemplare. Die Wohnung selbst wird als klein, beengt und unter anderem mit DDR-Insignien vollgestopft präsentiert. Obwohl die DDR in dieser Folge des *Polizeiruf 110* mit keinem Wort erwähnt wird, sind diese Requisiten prominente Marker in der Mise-en-Scène der Plattenbau-Szenen. Die Wendeverlierer/-innen müssen nicht benannt werden, die nicht-ikonischen Szenenbilder übernehmen diese Arbeit.

Die Kamera zeigt die Plattenbauten von außen immer in der Untersicht – sicherlich, um das gesamte Hochhaus in einem Bildausschnitt abbilden zu können. Doch das traditionell mit der Untersicht vermittelte Gefühl von Macht und Stärke des Repräsentierten entwickelt sich hier nicht an der

48 Korte 2010, S. 50

menschlichen Gestalt, sondern an der Architektur: Der Mensch im Plattenbauviertel ist im Vergleich zu den Bauten selbst klein, unbedeutend und machtlos. Der überwältigende Plattenbau drückt die menschliche Gestalt (im Bildausschnitt) nieder. Dies zeigt sich beispielsweise auch in der Szene, in der Schierke Lebensmittel aus den Müllcontainern hinter dem Supermarkt holt. Sie wird dabei von den Ermittlenden (und den Zuschauer/-innen) beobachtet. Die dieser Beobachtung entsprechende Kameraeinstellung ist eine Totale, wodurch die Frau im Mittelpunkt von Plattenbauten gerahmt wird.

Gegenpol zum Plattenbau ist in *Und raus bist Du* die moderne Villa, die Schierke als Architektin selbst entworfen und bewohnt hat und in der jetzt ihre Tochter mit ihren Pflegeeltern lebt. Bei dieser Villa handelt es sich um den Typus Stadtvilla im Bauhaus-Stil, der einen hohen Lebensstandard indiziert. Die mit diesem Typus verbundene Erzählung ist ähnlich wie die des Plattenbaus sehr eindimensional: Die Menschen, die in solchen Villen wohnen, werden den Zuschauenden meist als unglücklich gezeigt. Im Fall dieses Polizeirufs werden die Pflegeeltern und vor allem die Pflegemutter als unverblümt unsympathisch gezeichnet. Die Sympathie der Zuschauer/-innen ist spätestens nach der Einführung der Pflegemutter ganz bei der Figur der Nathalie Schierke, selbst dann noch als diese manipulativ auf ihre Tochter einwirkt und sie in Schwierigkeiten bringt.

Eine weitere wichtige Architektur ist das kleine Haus, welches das Mörder-Ehepaar Schütte bewohnt. Dessen Bauauffälligkeit und Schimmelbefall gibt den Anstoß zu den Umständen, die zum Mord führen. Das kleine Haus steht sowohl für die Kleingeistigkeit seiner Besitzer als auch für die geplatzten Träume dieser Kleinbürger, die sich genau genommen aufgrund ihres finanziellen Absturzes nicht mal mehr zum Kleinbürgertum zählen können.

In dieser Hierarchie der gezeigten Architekturen ist der Plattenbau der letzte Hafen der Abgestiegenen. Ein sicherer Hafen ist er jedoch nicht.

6.2.6 Wir sind jung. Wir sind stark.

Deutschland 2014, Regie: Burhan Qurbani, Drehbuch: Burhan Qurbani, Martin Behnke

Kontexte: Der Spielfilm *Wir sind jung. Wir sind stark.* nimmt sich der ausländerefeindlichen Pogrome von Rostock-Lichtenhagen im August 1992 an, indem er anhand von 24 Stunden und drei Erzählsträngen die Ereignisse der dritten Nacht der Ausschreitungen nachzeichnet. Dies geschieht jedoch nicht in

dokumentarischer Weise, sondern in einer ästhetisch überhöhten, atmosphärisch dichten Konzentration auf einige wenige, exemplarische Figuren.

Wir sind jung. Wir sind stark. erhielt nicht zuletzt wegen seines Themas viel Aufmerksamkeit und verschiedene Preise. Die Presse zog vor allem Parallelen zu der damals aufstrebenden Pegida-Bewegung und dem Aufstieg der Neuen Rechten.⁴⁹

Im Rahmen der Analyse des Plattenbaus als Szenenbild ist der Film deshalb interessant, weil er die realen Ereignisse rund um das sogenannte Sonnenblumenhaus inszeniert. Diese haben maßgeblich zum schlechten Image der ostdeutschen Plattenbauviertel beigetragen. Das Sonnenblumenhaus ist vermutlich deutschlandweit der bekannteste Plattenbau – die ikonische Variante einer ansonsten als uniform rezipierten Architektur. Es ist unweigerlich mit den fremdenfeindlichen, rechtsradikalen Ausschreitungen verbunden und deshalb hochgradig negativ besetzt. Dabei gelten die Rostocker Plattenbauten mit ihren großflächigen Wandreliefs an den Giebelwänden der 12-stöckigen Zeilen als besonders gelungene Exemplare des DDR-Wohnungsbaus. Doch die Pogrome um das Sonnenblumenhaus haben diese positive Rezeption (zum Teil) vereitelt. Die Bilder vom Sonnenblumenhaus beziehungsweise von dessen Giebelfassade mit dem Sonnenblumenrelief sind ikonische Bilder – und nicht eines der vielen von den eigentlichen Anschlägen, die von der anwesenden Presse hervorragend dokumentiert wurden. Das harmlose Foto aus der Ferne vom Sonnenblumenhaus bei Tage vor blauem Himmel ist damit eine interessante Variante des ikonischen Bildes, da es offensichtlich nur symbolisch repräsentiert und nur geringfügig *faktisch*. In *Wir sind jung. Wir sind stark.* steht das Sonnenblumenhaus im Mittelpunkt einer Fiktion – um gleichzeitig die realen Vorkommnisse zu markieren und zu symbolisieren.

Inhaltliche und erzählerische Kohärenz: Der Film beginnt am Morgen nach der zweiten Nacht der Ausschreitungen vor dem Sonnenblumenhaus und folgt der Clique um den Neo-Nazi Sandro und den Freunden Stefan und Robbie durch den Tag. Stefans Vater Martin, Lokalpolitiker, versucht, der Situation her zu werden, doch seine Vorgesetzten und die Polizei arbeiten gegen seine

49 Vgl. Bieger, Uta/Bretschneider, Jürgen: Filmernst – Unterrichtsmaterial. *Wir sind jung. Wir sind stark.* München 2015. URL: https://www.jungundstark.de/images/Wir_sind_jung_Wir_sind_stark_DS.pdf (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

Ansagen. Die Sinti und Roma, an deren Anwesenheit sich die Ausschreitungen entbrannt haben, werden evakuiert. Es befinden sich noch rund 100 Vietnamesen und Vietnamesinnen im Sonnenblumenhaus. Lien, eine der Vietnamesinnen, will sich nicht einschüchtern lassen und geht trotzdem in die Wäscherei arbeiten. Am Nachmittag fährt die Clique an die Ostsee. Sandro weist auf brutale Art den hyperaktiven, psychopathisch anmutenden Robbie in die Schranken. Stefan bandelt mit Jennie an, von der Robbie meint, sie wäre seine Freundin. Die Spannungen innerhalb der Gruppe wachsen. Vor dem Sonnenblumenhaus versammeln sich die ersten Schaulustigen, Neo-Nazis, die Presse und die Polizei. Die Clique trifft dazu. Martin versucht derweil, die Situation zuhause auszusitzen. Da er nicht weiß, wo Stefan ist, fährt er schließlich selbst zum Sonnenblumenhaus. Dort zieht unerwartet die Polizei ab. Die Vietnamesen und Vietnamesinnen und ein Fernsehteam haben sich im Plattenbau verschanzt. Vor dem Haus beginnt der Exzess: Stefan und Robbie werfen die ersten, selbstgebauten Molotowcocktails und steigen zusammen mit ihrem Kumpel Goldhahn in das Haus ein. Sie verwüsten die Wohnung von Lien und ihrer Familie, die sich unterdessen auf das Dach des Plattenbaus geflüchtet haben. Über einen anderen Ausgang können sie entkommen und werden von der Polizei evakuiert. Stefan und Robbie setzen die Wohnung in Brand. Der Film endet am nächsten Morgen: Die Vietnamesen und Vietnamesinnen sind in einer Sporthalle untergebracht. Als Lien vor die Tür in die Sonne tritt, hebt ein Junge einen Stein auf und ist im Begriff, diesen auf Lien zu schmeißen, als der Film im Black endet.

Die Erzählperspektiven sind auf drei Personen verteilt und durch Parallelmontagen aneinander orientiert. Der Haupterzählstrang liegt eindeutig bei Stefan und seiner Clique, also bei den Akteuren der Handlung. Die Perspektiven der Vietnamesin Lien und die Perspektive des Lokalpolitikers Martin, der auch Stefans Vater ist, nehmen weit weniger Erzählzeit ein und reagieren vor allem auf die Ereignisse. Sowohl Lien als auch Martin werden durch die unter anderem von Stefan und seiner Clique verursachten Ereignisse zur Handlung und zum Überdenken ihrer Einstellungen gezwungen. Das Ende des Films ist auch deshalb so schmerzhaft, weil Lien die beiden Kinder anlächelt, bevor der Junge den Stein aufhebt und zum Wurf ansetzt – der letzte Funke Hoffnung, den Lien hatte, in Rostock Fuß fassen zu können, wird damit konterkariert.

Die Entscheidung, die Geschichte als Chronik eines Tages zu erzählen, führt zu einer intensiven, aber auch langsamen Erzählzeit: Vom Morgen bis zum Abend erfahren wir viel über die Figurenkonstellationen und die Dynamiken zwischen den eingeführten Personen. Gleichzeitig baut sich aber auch

Spannung auf, da aufgrund des Vorwissens die Zuschauer/-innen bereits wissen, was am Abend passieren wird.

Gestalterische Mittel: *Wir sind jung. Wir sind stark.* hat für sein schwieriges Thema eine komplexe Bildsprache entwickelt. Die Kamera – oder wie es im Abspann heißt: die Bildgestaltung von Yoshi Heimrath und die Entscheidung, den Film in Schwarz-Weiß beginnen zu lassen und später in Farbe zu wechseln, definieren die gesamte Atmosphäre des Films.

Die Bildgestaltung ist geprägt von langen Einstellungen, häufigen Nah- und Großaufnahmen und begleitenden Kamerafahrten. Das Schwarz-Weiß des ersten Teils des Films ist kontrastreich mit einer starken Tiefenschärfe – die Bilder sind *gestochen scharf*. Die Fahrten sind langsam und genau. Der gesamte Bildaufbau wirkt konstruiert und dadurch eindeutig. Diese formale Strenge passt zu dem Versuchsaufbau, die Situation des 24. August 1992 vor dem Sonnenblumenhaus in Rostock-Lichtenhagen am Beispiel lediglich einer Handvoll Figuren zu zeigen. Der Aufbau des Films als Chronik unterstützt dies: Durch die wiederholte Einblendung der Uhrzeit auf schwarzem Grund (wie eine Kapiteleinteilung) und der stringenten erzählten Zeit wird Spannung, aber auch eine Art Zeugenschaft aufgebaut. Die Es-liegt-etwas-Bedrohliches-in-der-Luft-Atmosphäre wird zudem von vielen, kompliziert choreographierten Kamerafahrten und -flügen über, an und durch die Plattenbauten hindurch verstärkt. Besonders zu nennen ist hier die Szene, in welcher die Clique am frühen Abend am Ort des Geschehens ankommt. Dies wird anhand einer dreiminütigen Plansequenz umgesetzt. Sie beginnt mit einer leicht nach vorne versetzten Parallelfahrt, dann erhebt sich die Kamera in die Höhe, um dann mit einer leicht nach hinten versetzten Parallelfahrt zu den Figuren in der Menschenmenge zurückzukehren. Die Schauspieler/-innen laufen in einer ausgeklügelten Choreographie durch die Menschenmassen vor dem Sonnenblumenhaus, die Kamera erkundet mit ihnen die Lage und findet am Ende zu ihnen zurück. Nach dieser Kamerafahrt wird der Schwarz-Weiß-Teil des Films beendet: Im typischen Fernsehformat und einer an Röhrenfernsehen erinnernden Farbigkeit sehen wir die Jugendlichen aus der Sicht der Kamera des Fernsighteam, welches sie interviewt. Nach dem Interview wechselt das Format in eine dritte Variante und in die Farbigkeit. Jetzt beginnt der Exzess. Eine eindeutige Interpretation dieser Wechsel verweigert sich. Eine naheliegende Lesart wäre, dass der historische, quasi abgeschlossene Stoff an dieser Stelle verlassen und der Exzess in seiner Farbigkeit ins Hier und Jetzt geholt wird: Der mit Schwarz-Weiß assoziierte

Kunstanspruch kann von hier an vernachlässigt werden, denn nun geht es in den *hässlichen, ungeschönten* Exzess.

Szenen des Plattenbaus: Das Sonnenblumenhaus wird seinem ikonischen Status gemäß inszeniert. Es ist Mittelpunkt der gezeigten Plattenbauten, die uns durch Kamerafahrten und -flüge gezeigt werden. Auch hier ist die Begegnung der Figuren mit dem Plattenbau meist in einer leichten Untersicht gestaltet.

Beim gezeigten Plattenbau handelt es sich nicht um das originale Sonnenblumenhaus, welches in Rostock modernisiert wurde und voll vermietet ist. Gedreht wurde in Halle-Neustadt in einem zum Abriss freigegebenen Haus. Der Plattenbaum im Film ist in einem erbärmlichen Zustand, der Putz der Fassaden und Balkone bröckelt. Wie dünn die Wände und klein die Zimmer sind, wird in mehreren Szenen deutlich: Wenn Stefan und Robbie in der Wohnung ihres Freundes Philipp nach dessen Selbstmord seine Sachen durchsuchen, wenn Lien durch die Gemeinschaftsräume der Vietnamesen und Vietnamesinnen streift und wenn Stefan, Robbie und Goldhahn Liens Wohnung verwüsten und in Brand setzen.

Der Film bietet allgemein wenige Erklärungen, er versucht nicht, das Verhalten der Jugendlichen zu erläutern oder als zwingend darzustellen. Keine der Figuren (außer vielleicht Lien) handelt sympathisch oder zumindest nachvollziehbar im Sinne einer Identifikationsfigur. Zu Beginn scheint Stefan diese Identifikationsfigur werden zu können, doch sein Zögern und seine Zurückhaltung werden sich im Laufe des Films nicht als kritische Haltung oder Distanz zur Gruppe herausstellen. Wenn er schließlich seine Zurückhaltung aufgibt, trifft er katastrophale, *unsympathische* Entscheidungen. Insgesamt sind die Figuren so gezeichnet, dass sie zwar interessant sind, aber eine gewisse Distanz gewahrt bleibt: Man möchte mit keinem aus der Clique zu tun haben. Wenigstens ein Erklärungsangebot machen die Filmschaffenden: Der Selbstmord des Gruppenmitglieds Philipp zu Beginn des Films und die Unfähigkeit der Jugendlichen damit umzugehen, führt dazu, dass der Neo-Nazi Sandro in der Lage ist, den Tod Philipps zu instrumentalisieren und auf Rache zu pochen. Damit ist die Szene, in der sich Robbie und Stefan in Philipps Plattenbauwohnung nach dessen Freitod umsehen, als Schlüsselszene angelegt. Robbie findet in Philipps Zimmer dessen Abschiedsbrief und zeigt seine Hilflosigkeit gegenüber den dort geäußerten Emotionen durch lächerlich machen derselben. Stefan steht unterdessen auf dem Balkon, von welchem Philipp sprang, lehnt sich weit über die Brüstung und balanciert seinen Körper. Sein Schweigen und seine Nachdenklichkeit sind nicht zu deuten –

er zeigt ebenfalls keine Trauer. Die Plattenbauwohnung, in der Philipp mit seinem Vater wohnte, konnte diesem keinen Rückzugsort bieten, sie wurde vielmehr zum finalen Schreckensort. Die Unfähigkeit der Jugendlichen, ihre Trauer um den Verlust ihres Freundes auszudrücken, steht sinnbildlich für die frühe Nachwendezeit und die Unfähigkeit (einiger) ehemaliger DDR-Bürger/-innen, die Trauer über den Verlust der DDR zuzulassen.

6.3 Ideology at Work

Die leitende These der Filmanalysen lautete, dass nicht-ikonische Szenenbilder sich der Erzählung des Films unterordnen, damit diese leichter zu konsumieren ist. Nicht-ikonische Szenenbilder sind solche, die in stereotypen Bildern das Vorwissen der Rezipierenden auf möglichst direkte und unkomplizierte Weise aktivieren. Ikonische Szenenbilder rufen dieses Wissen in komplexerer Form ab: Entweder durch bereits bestehende ikonische Symbolkraft des Abgebildeten oder durch die außergewöhnliche filmische Gestaltung des Szenenbildes. Auch bei nicht-ikonischen Szenenbildern ist es schwierig, zwischen Informationsgehalt des Repräsentierten und Symbolgehalt der Gestaltung der Repräsentation zu trennen. Am Einsatz des Plattenbaus als Szenenbild lässt sich dies verdeutlichen: Wenn in *Wir sind jung. Wir sind stark.* das ikonische Sonnenblumenhaus als Szenenbild eingesetzt wird, so wird das Wissen der Rezipierenden über die historische Bedeutung des Hauses abgerufen und gleichzeitig durch die filmische Gestaltung ergänzt und/oder restrukturiert. Wenn die Fassade eines Plattenbaus als nicht-ikonisches Szenenbild eine Filmsequenz einleitet, wie beispielsweise im Rostocker *Polizeiruf 110*, wird zum einen das Allgemeinwissen der Rezipierenden über ostdeutsche Plattenbauviertel aktiviert und zum anderen durch das gestalterische Mittel der starken Untersicht ein Gefühl der Kleinheit und Machtlosigkeit vermittelt, welches subtil bereits atmosphärisch die Einführung der Figuren vorbereitet.

Die These der Analysen der nicht-ikonischen Szenenbilder des Plattenbaus lautete, dass die ostdeutschen Plattenbauten immer auf die gleiche, negativ konnotierte Art und Weise inszeniert werden. Sie kann bestätigt werden. Vier Darstellungsstrategien haben sich als dominant herausgestellt:

1. Der ostdeutsche Plattenbau als Sinnbild für die DDR: In den zwei wohl berühmtesten Filmen, die hier analysiert wurden, ist diese Darstellungsstrategie besonders vordergründig. In *Good Bye, Lenin!* wird die Mutter als vorbildliche

DDR-Bürgerin mit der Plattenbauwohnung assoziiert. Die Plattenbauwohnung wird als letzte Bastion der DDR-Realität inszeniert – sowohl inhaltlich als auch formal. Durch die Gleichsetzung der sterbenden Mutter und der mit ihr assoziierten Plattenbauwohnung mit der DDR wird deutlich, dass alle drei dem Untergang geweiht sind. Das Erscheinungsdatum des Films und die Film-Zeit bestätigen, dass alle drei bereits der Vergangenheit angehören. *Die Legende von Paul und Paula* geht schon aus historischen Gründen anders mit der Gleichsetzung des Plattenbaus mit der DDR um. Der Plattenbau wird hier sowohl als zukunftsweisend als auch als normierend und einengend inszeniert. Um die Zukunft zu gestalten, muss die Vergangenheit abgerissen werden. Doch die mit dem Plattenbau assoziierte Zukunft ist in *Die Legende von Paul und Paula* nicht positiv besetzt, wie es der Altbau und damit die Vergangenheit ist. Im Plattenbau findet Paul kein Glück, so sehr er sich auch an die Normen zu halten versucht. Dass er am Ende doch in eine Plattenbauwohnung zieht, kann zum einen als Zugeständnis an die offizielle Propaganda der SED und ihres Wohnungsbauprogramms gelesen werden und zum anderen als pessimistische Zukunftsprognose der Filmemacher.

In beiden Filmen steht der Plattenbau als Sinnbild für die DDR. Während dieses Sinnbild in *Paul und Paula* mehrere Interpretationsebenen zulässt, ist es in *Good Bye, Lenin!* als klar umrissener Raum inszeniert, in welchem die Alltags- und Warenkultur der DDR diese überdeutlich repräsentiert.

Subtiler verhält es sich in *Wir sind jung. Wir sind stark.*: Hier wird der Plattenbau als Ort des Schreckens auch mit der DDR assoziiert. Jedoch bezieht sich die Assoziation auf den Verlust der DDR und die Unfähigkeit einer ostdeutschen Nachwende-Gesellschaft, die Trauer über diese Veränderungen auszudrücken und zu kanalisieren. Der Plattenbau wird sowohl als Ort des Schreckens als auch als (unsicheres) Zuhause für Philipp, Robbie und die Vietnamesen und Vietnamesinnen gezeichnet. In dieser Gegenüberstellung zeigt sich auch die Ambivalenz der Gefühle und die Hilflosigkeit der Jugendlichen.

Eine weitere, deutliche Gleichsetzung der Plattenbauten mit der DDR findet sich in dem DEFA-Film *Die Architekten* (DDR 1990), der aufgrund seiner Entstehungszeit in den Nachwende-Wirren kaum Publikum fand. In *Die Architekten* wird der Kampf eines Architekten-Kollektivs um das künstlerisch-ästhetische Potenzial eines von ihnen zu entwerfenden Plattenbauviertels als vergebliche Auseinandersetzung mit dem realsozialistischen System gezeigt. Das normierte Bauen und die vorfabrizierten Plattenbauten stehen dabei übermächtig und unveränderlich für die Parteifunktionäre der SED.

2. Das Leben in der Platte als Einengung und Zumutung: Diese Darstellungsstrategie ist in fast allen Filmen zu finden: Die Plattenbauwohnung ist klein, eng und vollgestellt. In *Die Legende von Paul und Paula* hält es Paul in der Enge der Wohnung nicht lange aus. Während seine Frau und deren Familie im Wohnzimmer Fernsehen gucken, flüchtet er in die Diskothek, in der er Paula kennenlernt. In *Good Bye, Lenin!* möblieren Alex und seine Schwester die Wohnung sofort nach dem Mauerfall neu, nur um dann aufwendig das Zimmer der Mutter wieder in den Vorwende-Zustand zurückzusetzen. Die gesamte Erzählung der Figur Ellen in *Halbe Treppe* kann als Geschichte des Ausbrechens aus der Enge der Plattenbauwohnung interpretiert werden. Der Rostocker Polizeiruf 110 *Und raus bist Du!* weist mit zwei Plattenbauwohnungen ein etwas diverseres Szenenbild auf: Zuerst wird die Wohnung des Toten eingeführt, die eng, chaotisch und mit DDR-Insignien vollgestellt ist. Doch im gleichen Plattenbau wird uns auch eine leerstehende, von einer Obdachlosen besetzte Wohnung gezeigt. Diese erscheint durch die fehlenden Möbel weniger eng, ist aber durch die Konnotation mit der Obdachlosen ebenfalls nicht einladend gestaltet. In *Wir sind jung. Wir sind stark.* zeigt sich das gesamte Plattenbau-Viertel als unwirtlicher Ort, insbesondere für die arbeitslosen Jugendlichen. Die Enge der Plattenbauwohnungen treibt sie nach draußen – wo sie aber auch nicht willkommen sind. Der Film weist damit Parallelen zu dem DEFA-Jugendfilm *Insel der Schwäne* (DDR, 1983) auf: Auch hier ist das Plattenbauviertel kein Ort für Kinder, selbst wenn diese im Akt des Ungehorsams versuchen, ihn sich anzueignen. Vielmehr ist das hier inszenierte, im Bau befindliche Marzahn ein Ort der Auseinandersetzung und der Gewalt. Der jugendliche Protagonist muss sich gegen ältere Widersacher und das Unverständnis der Erwachsenen behaupten.

Weitere Beispiele lassen sich anführen: In *Hallesche Kometen* (BRD, 2005) ist die Plattenbauwohnung, in der der Protagonist mit seinem Vater wohnt, eine Art Höhle, vollgestopft mit Erinnerungsstücken. Während die Wohnung für den Vater einen Zufluchtsort darstellt, ist sie für den Sohn und dessen jugendlichen Freiheitssinn eine Zumutung. In *Jena Paradies* (BRD, 2005) besucht die alleinerziehende Protagonistin ihre Eltern im Plattenbau, nur um sofort wieder der geistigen und räumlichen Enge zu entfliehen. Auch als die verzweifelte Hauptfigur Hannah in *Die Unberührbare* (BRD, 2000) im Berlin der ersten Tage nach dem Mauerfall strandet, wird sie von ihrem ehemaligen Verlag für eine Nacht in einer Plattenbauwohnung untergebracht. Doch dort hält sie es nicht lange aus. Sie begibt sich lieber in die Obdachlosigkeit als in einer Plattenbauwohnung zu schlafen.

3. Der Plattenbau als Ort der Verlierer/-innen und Versager/-innen: Die Darstellungsstrategie der Enge ist verknüpft mit der der Platte als Ort der Verlierer/-innen. Diese Verknüpfung vom Leben im Plattenbau mit Geschichten des Versagens und Ungenügens ist stark: In *Halbe Treppe* bleibt Uwe am Ende allein zurück in der Plattenbauwohnung, verlassen von seiner Frau. Die anderen Figuren können für sich eine Art Happy End behaupten, doch Uwe nicht – er hat es nicht geschafft, seine Ehe zu retten und seine Frau zurückzugewinnen. *Die Friseurin* wiederum beginnt damit, dass die von ihrem Mann verlassene Frau in eine Plattenbauwohnung zieht. Von dort aus soll ihr allerdings nicht viel gelingen, ihre Pläne sind allesamt zum Scheitern verurteilt. Keine der hier behandelten Film Erzählungen verknüpft das Scheitern so sehr mit dem Leben im Plattenbauviertel wie diese Tragikomödie. Wenn die Polizei im Rostocker *Polizeiruf 110* im Müllsammler/-innen-Milieu ermittelt, dann geschieht dies zuallererst im Plattenbauviertel. Zwischen den hoch aufragenden Plattenbauten werden Menschen gezeigt, die im Müll nach Essen und anderweitig Verwertbarem suchen. Auch der Film *Wir sind jung. Wir sind stark.* stellt diese Verknüpfung her – über den historischen Gehalt der Geschichte und etwaigen Erklärungsversuchen der fremdenfeindlichen Ausschreitungen hinaus. Der an den Beginn des Films gesetzte Selbstmord eines der Gruppenmitglieder wird nicht gezeigt, sondern über den Besuch der beiden jugendlichen Protagonisten in der Plattenbauwohnung des Toten verhandelt. Während der eine die Wohnung durchwühlt, steht der andere auf dem maroden Balkon und sinnt dem Freitod des Freundes nach.

Weitere Beispiele sind auch hier *Hallesche Kometen* und *Die Unberührbare*. In ersterem wird der Vater als Wendeverlierer in Jogginghosen und Unterhemd gezeichnet. Dieser sieht sich wegen des bereits einige Jahre in der Vergangenheit liegenden Todes seiner Frau nicht in der Lage, einen Job anzunehmen. In *Die Unberührbare* ist der Plattenbau sinnbildlich für die Situation der Protagonistin: Sie ist ganz unten angekommen, ohne Job und ohne Geld – auch wenn sie es nicht wahrhaben will.

4. Die Plattenbauwohnung als letzter Zufluchtsort: Von der Darstellungsstrategie vom Plattenbau als Ort der Verlierer/-innen kaum zu trennen ist die Strategie der Plattenbauwohnung als Zufluchtsort. Ohne das für sie präparierte Zimmer wäre Alex in *Good Bye, Lenin!* nicht in der Lage, seine Mutter aus dem Krankenhaus nach Hause zu holen. Auch Uwe bleibt in *Halbe Treppe* am Ende nicht ganz allein in der Plattenbauwohnung, der entflozene Wellensittich kehrt überraschenderweise zurück. Der Umzug nach Marzahn bedeutet für

Kathi König in *Die Friseurin* einen Neuanfang, es ist ihre eigene kleine Wohnung, in der sie sich einrichten kann. Und auch die von ihr aufgenommenen Vietnamesen und Vietnamesinnen finden hier erst einmal eine Zufluchtsstätte. Dies gilt auch für die Vietnamesen und Vietnamesinnen in *Wir sind jung. Wir sind stark.*, die im Plattenbau ein temporäres Zuhause zugeteilt bekommen. Doch hier ist der Zufluchtsort kein sicherer Hafen – im Gegenteil, wie sich herausstellen soll. Im Rostocker Polizeiruf 110 *Und raus bist Du!* dient der Plattenbau als Zuhause für die Ärmsten, selbst eine Obdachlose findet dort Unterschlupf. Aber auch hier ist es kein sicherer Ort. Viel mehr als ein Dach über dem Kopf hat der Plattenbau den Figuren nicht zu bieten. In *Hallesche Kometen* wird diese Darstellungsweise noch einmal gewendet: Der Vater hat sich in der Plattenbauwohnung ein Art Mausoleum für seine Frau geschaffen, aus dem er gar nicht mehr heraus möchte.

Die Darstellungsstrategie des Zufluchtsorts könnte durchaus als positive Konnotation funktionieren, würde sie nicht so stark von der Darstellungsstrategie des Scheiterns und Versagens der im Plattenbau verorteten Figuren überschattet.

Weitere Schlüsse lassen sich durch den Vergleich von Szenenbildern des Plattenbaus mit denen anderer Architekturformen ziehen: In allen hier besprochenen Filmen wird dem Plattenbau mindestens eine andere Architekturform gegenübergestellt. Am häufigsten wird die Altbauwohnung als Gegensatz inszeniert: Überaus deutlich geschieht dies in *Die Legende von Paul und Paula*, aber auch in *Insel der Schwäne*, *Halbe Treppe*, *Good Bye, Lenin!* und *Jena Paradies*. Der Altbau ist dabei jedes Mal mit einer weiblich konnotierten (Lebens-)Lust und Sexualität verknüpft: Paulas und Pauls Liebe findet ihren Ort in Paulas heruntergekommener Altbauwohnung. Die ebenfalls Alleinerziehende Jeanette in *Jena Paradies* ist in ihrem verzweifelt an das Glück eine Paula-Variante, die ebenfalls in einem herrschaftlichen, aber heruntergekommenen Altbau wohnt. Die beiden Jungen Alex (*Good Bye, Lenin!*) und Stefan (*Insel der Schwäne*) sehen sich jeweils in von ihren Bewohnern verlassenen Altbauwohnungen im Prenzlauer Berg aufgefordert, den von ihnen begehrten Mädchen näher zu kommen. Während für Alex die verlassene Altbauwohnung ein Ort der sexuellen Freiheit wird, ist Stefan (bedeutend jünger) mit der Einladung seiner Klassenkameradin völlig überfordert und sucht das Weite. In *Halbe Treppe* wird die Altbauwohnung von Chris und Kathrin zum Ort des Ehebruchs und nach dessen Auffliegen zum Sehnsuchtsort für Chris und Ellen.

Eine weitere Architekturform wird dem Plattenbau (und der Altbauwohnung) entgegengesetzt: die Villa beziehungsweise das Eigenheim. In *Good Bye, Lenin!* wohnt der Vater, der zu DDR-Zeiten in die BRD geflüchtet war, in West-Berlin in einer großen, modernen Villa. In *Und raus bist Du!* wohnt die Tochter der Obdachlosen mit ihren Pflegeeltern nicht in irgendeiner, sondern in der von der Mutter selbst entworfenen Villa. Durch die Gegenüberstellung von Plattenbau und Villa werden die zugeschriebenen Bedeutungen von Versagen und Erfolg sowie Reich und Arm noch verschärft. Zwar wohnte Kathi König in *Die Friseurin* mit ihrem Mann und ihrer Tochter nicht in einer Villa, aber immerhin in einem Haus am Stadtrand. Nach der Trennung blieb ihr Mann mit seiner neuen Frau und deren Kindern darin wohnen. Da dieses Idyll unwiederbringlich verloren ist, muss sich Kathi König in der Plattenbauwohnung einrichten. Auch hier funktioniert der Kontrast Plattenbau versus Eigenheim als Verschärfung der Zuschreibungen von Unglück und Glück.

Das Eigenheim als Motiv findet sich noch in mehreren Varianten: In *Die Legende von Paul und Paula* ist es der gutmütige, aber langweilige Reifen-Saft, der Paula seinen modern eingerichteten Bungalow zeigt, um sie zu einer Hochzeit zu überreden. In *Wir sind jung. Wir sind stark.* wird der Bungalow, in dem der Lokalpolitiker Martin mit seinem, in die fremdenfeindlichen Ausschreitungen verwickelten Sohn Stefan wohnt, als Gegenpol zum Plattenbauviertel und als (vermeintlicher) Ruhepol und Rückzugsort etabliert – allerdings gilt dies nur für Martin, sein Sohn ist nur noch selten zu Hause. Die Unwirtlichkeit des Plattenbauviertels zieht ihn mehr an als das behütete Elternhaus. Für den im Plattenbau groß gewordenen Ben aus *Hallesche Kometen* ist es andersherum: Er findet Ruhe im Eigenheim der Eltern seiner Freundin. Als diese ihm jedoch Geld anbietet, damit er mit ihr reisen kann, verlässt er in seiner Eitelkeit verletzt das Haus, um in die verwahrloste Plattenbauwohnung seines Vaters zurückzukehren. So verlockend das Eigenheim auch zu sein scheint, es wird immer auch als spießiger, verlogener Ort inszeniert.

Die Darstellungsstrategien des Plattenbaus im szenenbildnerischen Einsatz sind also durchaus nuanciert. Im Allgemeinen sind die Informationen, die das nicht-ikonische Szenenbild vom Plattenbau liefert, jedoch durchgängig negativ besetzt und durch Wiederholungen tradiert. Selbst subtil positive Konnotationen können sich nur schwer gegen die negativen durchsetzen – wie beispielsweise die Erzählung der Plattenbauwohnung als Zufluchtsort.

Doch was ist problematisch an diesen Informationen? Zuallererst erzählen sie etwas über einen real existierenden Ort: den Plattenbau. Dieser real existierende Ort bietet Millionen von Menschen ein Zuhause. Die Repräsentation

tion des Plattenbaus als Ort der Verlierer/-innen kann bei diesen Zahlen nicht realistisch sein, das heißt, vielen Bewohnern und Bewohnerinnen einer Plattenbauwohnung wird mit der repräsentativen Verknüpfung von Plattenbau und Scheitern Unrecht getan, wenn nicht sogar geschadet. Permanent zu wiederholen, das Leben in einer Plattenbauwohnung sei beschwerlich und traurig, hat Auswirkungen auf die Lebenswelt nicht nur der Bewohner/-innen. Die Qualität nicht-ikonischer Bilder, Normalität zu kodifizieren, zeigt sich hier vor allem in der Tradierung des repräsentierten Inhalts (und weniger in der Form und Ästhetik des Szenenbildes). Dabei sind alle drei hier vorgestellten Strategien wirksam: Nicht-ikonische Szenenbilder machen unterschiedliche Erzählmöglichkeiten durch Vereinheitlichung des Gezeigten abwegig oder sogar unsichtbar. Durch diese Vereinheitlichung wird zudem Kritik vermieden, denn die filmische Erzählung soll nicht gestört werden. Auf der Rezeptionsebene ist die Strategie der Beschwichtigung am Werk: *Bei Spiel- und Fernsehfilmen handele es sich nur um Unterhaltung – eine ernsthaftere, kritischere Auseinandersetzung lohne nicht*. So kodifizieren nicht-ikonische Bilder auf verschiedene Weise Normalität.

Nicht-ikonische Bilder aktivieren nicht nur Wissen, sie formen es auch: »Auf der Inhalts- und Repräsentationsebene werden Filme und Fernsehsendungen« zum Anlass für die Manifestation lebensweltlichen Wissens.«⁵⁰ Um dieses lebensweltliche Wissen nicht zu eindimensional zu gestalten, bedarf es Erzählungen, die mit einem differenzierteren Informationsgehalt arbeiten. Wie bereits gezeigt, sollte in bestimmten Kontexten nicht konträr gegen das Vorwissen der Rezipierenden erzählt werden, weil diese sich sonst dem Kommunikationsangebot verweigern (zum Beispiel durch Unverständnis). Trotzdem ist es möglich, allzu eindimensionale Bedeutungsräume zu öffnen, ohne das Vorwissen der Rezipierenden zu ignorieren oder als falsch zu deklarieren. Für den Plattenbau beispielsweise böte es sich an, diesen weniger mit der Frage *Ist ein glückliches Leben im Plattenbau möglich?* zu verknüpfen, als vielmehr ein glückliches Leben im Plattenbau darzustellen: Eine Plattenbauwohnung als Wohnort einer Figur zu zeigen, die nicht als VerliererIn angelegt ist.

Außerdem ist diese negative Darstellung des Lebens im Plattenbau eng verbunden mit einer größeren Erzählung vom Leben in Ostdeutschland. Damit trägt die Konnotation des Plattenbaus mit sozialem Versagen zu einem anhaltenden Diskurs über den Zustand des wiedervereinigten Deutschlands bei.

50 Mikos 2008, S. 108.

»Film- und Fernsichtexte sind über den Inhalt und die Repräsentation mit gesellschaftlichen Diskursen verbunden. In der Analyse dieser Aspekte kann herausgearbeitet werden, wie sich Filme und Fernsehsendungen im sozialen und diskursiven Feld einer Gesellschaft verorten. Das trifft sowohl auf fiktionale Texte zu, die eine mögliche Welt entwerfen, als auch auf non-fiktionale Texte, die Ereignisse der sozialen Realität in medial bearbeiteter Form darstellen. Generell können Film- und Fernsichtexte »als Elemente der Repräsentationsordnung der Gesellschaft« angesehen werden [...]. Sie korrespondieren mit gesellschaftlichen Strukturen, darin liegt ihre ideologische Komponente [...]. Dadurch werden die Texte selbst zu einem Feld der sozialen Auseinandersetzung.«⁵¹

Umso wichtiger ist es, die Bedeutungsräume selbst der unscheinbarsten Einheit der Repräsentation, nämlich den nicht-ikonischen Bildern, zu öffnen und so auch im subtilen Detail eine gerechtere Repräsentation möglich zu machen.

51 Mikos 2008, S. 107.

7 Resümee

7.1 Nicht-ikonische Bildkomplexe

Drei Bildkomplexe (Pornografie und Paparazzi-Bilder, Selfies sowie Szenenbilder vom ostdeutschen Plattenbau) wurden in ihrer nicht-ikonischen Qualität beschrieben, an künstlerischen beziehungsweise kreativen Auseinandersetzungen gemessen und auf ihre Wirkungsweise als Instrumente neoliberaler Gouvernementalität hin befragt. Damit wurde die Praxis nicht-ikonischer Bilder am Beispiel untersucht: *Was machen wir mit nicht-ikonischen Bildern und was machen nicht-ikonische Bilder mit uns?*

Diese Frage kann nun beantwortet werden: Wir benutzen nicht-ikonische Bilder, um schnell und unkompliziert zu kommunizieren und komplexe Sachverhalte, Situationen und Identitäten einfach auszudrücken. Die (wiederholte) Nutzung dieser nicht-ikonischen Bilder führt jedoch zu einer Normierung visuellen Ausdrucks. Die Kodifizierung von Normalität ist eine grundlegende Wirkungsweise nicht-ikonischer Bilder, die durch verschiedene Strategien bewerkstelligt wird. Drei eng miteinander verknüpfte Strategien wurden hier explizit ausgemacht und anhand der Fallbeispiele verdeutlicht. Je nach Kontext legen nicht-ikonische Bilder Normalität fest, indem soziale und kulturelle Normen wiederholt und davon Abweichendes vermieden, verharmlost oder gar unsichtbar gemacht wird. Für die an pornografischen Filmen und Paparazzi-Bildern herausgearbeitete voyeuristische Blickkultur zeigt sich die Kodifizierung von Normalität durch die Verharmlosung der an die Subjekte gestellten Anforderungen des Sich-zu-Zeigen-Gebens. Zudem werden Abweichungen von den geforderten Körpernormen und -praktiken bewertet, in Nischen abgeschoben oder gar unsichtbar gemacht. Auch die Kulturtechnik des Selfies kodifiziert Normalität durch die prozesshaft festgelegten Normen der Darstellung des Selbst. Dabei wird die Machtlosigkeit des Subjekts gegenüber der Anforderung, den eigenen Selbstaussdruck der Logik der Waren- und

Ereignisförmigkeit zu unterwerfen, verharmlost. Nicht-ikonische Szenenbilder, die als Informationsvermittler in der filmischen Erzählung von eklatanter Bedeutung sind, kodifizieren Normalität durch Vereinheitlichung des Gezeigten. So werden Unterschiede in den Repräsentationsmöglichkeiten unsichtbar gemacht, um etwaige Störungen der filmischen Erzählung zu vermeiden.

Diese Bedeutungsräume, die nicht-ikonische Repräsentationen aufmachen, sind also um des Kommunikationswillens stark reduziert. Nicht-ikonische Bilder beschränken die visuelle Ausdrucksfähigkeit und sorgen so für eine Verarmung der visuellen Sprache.

Nicht-ikonische Bilder behaupten in ihrer jeweiligen Ausformung eine selbstverständliche Repräsentation ihres Inhalts zu sein: Pornografische Filme suggerieren eine sinnliche Darstellung menschlicher Sexualität, dabei folgen sie vielmehr einer, der sinnlichen Erfahrung entgegengesetzten Logik der exzessiven Sichtbarmachung des sexuellen Akts (und der Penetration des Körpers). Paparazzi-Bilder behaupten, unmittelbar authentische Abbildungen von Stars in privaten Momenten zu sein. Dabei unterliegen sie zum einen strengen, ästhetischen Regeln und liefern zum anderen Anlass zur Verhandlung von angemessenem und unangemessenem Verhalten in der Öffentlichkeit. Selfies gelten als spielerische Selbstporträts, dabei sind sie ständiger sozialer Kontrolle und formaler und inhaltlicher Normierung ausgesetzt. Szenenbilder vom ostdeutschen Plattenbau indizieren nicht irgendeine zufällige Wohnung, sie sollen ein eindeutig konnotiertes, ostdeutsches Unterschichten-Milieu repräsentieren.

Diese Bedeutungsräume sind eng gefasst und lassen meist nur eine klar umrissene Bedeutung oder eine eindeutige Assoziation zu. Davon abweichende Bedeutungen haben aufgrund der Schnelle und Einfachheit des Kommunikationsakts keine Chance. Die Lust, sexuelle Akte zu sehen, wird auf die Sichtbarmachung der Penetration reduziert. Das Zeigen von Sex kann aber so nicht mit der Sinnlichkeit von Sexualität mithalten. Da die einer reinen Sichtbarmachung verschriebene Pornografie die dargestellten Sexualpraktiken ebenfalls der Sichtbarkeits-Logik unterwirft, vermittelt sich den Betrachtenden ein sehr eindimensionales Bild von Sex. Das Selfie als spielerisches Selbstporträt ist – sobald es in den sozialen Medien geteilt wird – einer starken sozialen Beurteilung ausgesetzt. Selfies, die den normierten Regeln der Repräsentation von (junger) Weiblichkeit nicht entsprechen, werden (im besten Fall) nicht beachtet. Szenenbilder, deren *Mise en Scène* nicht einfach zu entschlüsseln und damit zu verstehen ist, werden die über die Figuren geführte Narration des Spielfilms stören oder verwirren. Die Narration eines

Spielfilms ist darauf angewiesen, dass sich alle gestalterischen Mittel in ihren Dienst stellen, damit sie leicht zu konsumieren ist. Szenenbildner/-innen werden deshalb versuchen, ein möglichst eindeutiges, leicht verständliches Bild zu schaffen. Eine so stark vereinfachte Repräsentation eines komplexen Sachverhalts wird diesem jedoch nicht gerecht.

Die allen Fallbeispielen übergeordnete These lautete, dass nicht-ikonische Bilder Instrumente neoliberaler Gouvernementalität und damit hochgradig ideologisch aufgeladen sind. Die These des ersten Fallbeispiels lautete, dass Pornografie und Paparazzi-Bilder den voyeuristischen Blick naturalisieren. Diese nicht-ikonischen Bilder unterwerfen die Objekte des Blicks der Logik der Konsumierbarkeit von Lust und Begehren. Die im Rahmen der neoliberalen Gouvernementalität an das Subjekt gestellte Anforderung lautet, die eigene Körperlichkeit der voyeuristischen Blickkultur anzupassen. Das bedeutet zum einen, exhibitionistisch zu handeln, sich also freigiebig zu Sehen-zu-Geben, und zum anderen aber auch dafür zu sorgen, dass der so gezeigte Körper den gesellschaftlichen Anforderungen entspricht. Sowohl anhand von Pornografie als auch an den öffentlich präsentierten Körpern von Stars wird der idealisierte Körper beständig verhandelt – wobei diese Verhandlungen nur minimal abweichende Ergebnisse zu vorherigen Verhandlungen zeitigen, die Anforderungen also konform bleiben.

Die These des zweiten Fallbeispiels lautete, dass Selfies als nicht-ikonische Bilder die Möglichkeiten der digitalen Selbst-Repräsentation auf ein paar wenige, stark sozial normierte Formen reduzieren. Hier zeigt sich die neoliberale Gouvernementalität als internalisierte Selbstregulierung nach den Prinzipien neoliberaler Wertvorstellungen am deutlichsten. Wie Holert beschreibt, operiert diese Gouvernementalität als Aufforderung zum subjektiven »Führen der Lebensführung«: »Das Führen der Lebensführung ist das Paradigma dieser Regierungsform, deren Autorität eben nicht zuletzt im Verzicht auf Autoritätsgesten besteht.«¹ Sich als junge Frau an den kollektiven Praktiken der Peergroup zu beteiligen, gilt als Voraussetzung für soziale Zugehörigkeit und Anerkennung. Es steht frau zwar frei, ein Selfie zu machen und zu teilen, aber wenn sie sich dazu entscheidet, gilt es, die Regeln einzuhalten. Diese äußern sich in starren Normen bezüglich Schönheitsidealen, Aussehen, Gestik, Mimik und formalen Kompositionen. Dank der auf sozialer Anerkennung aufbauenden Aufmerksamkeitslogik der sozialen Netzwerke, wird die Erfüllung

1 Holert 2008, S. 41.

dieser Normen als neoliberale Selbstoptimierung sozial belohnt. Die Internalisierung des Geforderten schützt so nicht nur vor sozialer Ausgrenzung, sondern verstärkt sich noch durch die Kopplung an das Belohnungssystem der Aufmerksamkeitsökonomie.

Die These des dritten Fallbeispiels lautet, dass nicht-ikonische Szenenbilder (außerfilmisch vorstrukturierte) Konnotationen sowohl tradieren als auch formen. Durch den Einsatz dieser Szenenbilder als Informationslieferanten wird das Alltagswissen der Betrachter/-innen abgerufen und gleichzeitig bestätigt. So formen die nicht-ikonischen Szenenbilder subtil das Wissen der Betrachter/-innen, indem sie es bestätigen, wiederholen und tradieren. Im stärksten Fall entsteht so ein unhinterfragtes Stereotyp, das sich durch die visuelle Festschreibung als selbstverständlich behauptet. Wenn der ostdeutsche Plattenbau also immer wieder auf die gleiche Art und Weise eingesetzt wird, wird diese zur selbstverständlichen Repräsentation. Da der Plattenbau im Spielfilm sowohl häufig mit der DDR-Vergangenheit und -Bewältigung gleichgesetzt als auch als Ort der Verlierer/-innen und Absteiger/-innen inszeniert wird, schreibt sich diese Kopplung soweit fort, als dass der Plattenbau als nicht-ikonisches Szenenbild diese symbolisiert. Dass diese Repräsentation vom Plattenbau als Ort der Verlierer/-innen keine faire ist, muss dabei erst gegen die Macht der Bilder behauptet werden. Doch es besteht Hoffnung, denn auch im Neoliberalismus gibt es widerständiges Verhalten, welches die internalisierten Anforderungen an das Selbst vielleicht nicht völlig ablehnt, aber doch wenigstens unterwandert.

Im ersten Fallbeispiel wurde deutlich, dass die voyeuristische Blickkultur in direktem Zusammenhang mit der exhibitionistischen Blickkultur einen starken Einfluss auf die Wahrnehmung und Inszenierung von Körpern und Körperlichkeit hat. Die Anforderungen, einer pornografisch-exhibitionistischen Logik genüge zu leisten, ist aufgrund der Idealisierung der zu zeigenden Körper eine herausfordernde. Hoffnung besteht aber nicht zuletzt in den außeralltäglichen Bildlogiken, insbesondere innerhalb der Kunst. Der besonderen Eigenlogik künstlerischer Visualität ist es möglich, die Mechanismen anderer Logiken aufzuzeigen. So zeigt sich beispielsweise in der künstlerischen Strategie des Verbergens in der Kunst von Pham Thai Ho eine Verhinderung der voyeuristischen Schaulust. Durch den suchenden Blick und die Verweigerung, diesem eine einfache Befriedigung zu ermöglichen, wird der Anspruch, der sich hinter der voyeuristischen Blickkultur verbirgt, offengelegt. Das Versprechen dieser Blickkultur, alles gezeigt zu bekommen, wird als Illusion aufgedeckt. Wer nicht bereit ist, die Passivität des Voyurismus hinter

sich zu lassen und den reinen Konsum aufzugeben, wird auch nicht in den Genuss der Erfüllung seines oder ihres Begehrens kommen.

Auch die Praxis der Selfies zeigt sich durchlässig: Nicht nur die Möglichkeit marginalisierter Gruppen, sich mithilfe der Selfie-Kultur eine eigene, selbstermächtigende Repräsentation zu geben, sondern auch die weniger angepassten Spielarten des Selfies zeigen dessen Widerständigkeit. Außerdem sind die Subjekte der neoliberalen Gouvernamentalität nicht nur passive Empfänger indirekter Anforderungen, sondern ebenfalls fähig, die internalisierten Ansprüche auch als solche zu erkennen. Das Beispiel des privaten Instagramprofils, auf dem User/-innen weniger normierte Versionen ihrer selbst nur mit ihren engsten Bekannten teilen, und im Gegensatz dazu das offizielle Profil, welches für etwaige Personaler/-innen und zukünftige Arbeitgeber/-innen so gestaltet wird, dass es alle Anforderungen an ideales Verhalten junger Menschen erfüllt, zeigt, dass diese bereits verstanden haben, was von ihnen erwartet wird. Durch diese Trennung von privatem und öffentlichem Profil ist ein Rückzug des Nicht-Normierten ins Private zu verzeichnen. Gleichzeitig verliert das Öffentliche und Normierte an Glaubwürdigkeit: Sobald allen Beteiligten klar wird, wie wenig aussagekräftig das Öffentliche ist, wird sich auch diese Praxis wieder ändern.

Wenig hoffnungsvoll ist jedoch der Blick auf die Spielfilme der Unterhaltungsindustrie. Hier scheint die Prämisse der Verwertbarkeit eines (Film-)Stoffes für die Filmschaffenden so sehr im Vordergrund zu stehen, dass abweichende Erzählungen und abweichende Repräsentationen kaum eine Chance haben – außer diese werden direkt vom Publikum angefragt. Als Symbolverwender/-innen tragen Szenenbildner/-innen eine große Verantwortung, die aber kaum Beachtung findet. Deren Arbeit an den symbolischen Räumen des Films gehört unbedingt ins Rampenlicht.

7.2 Was sind nicht-ikonische Bilder?

Ausgangspunkt dieser Arbeit war die Annahme, dass nicht-ikonische Bilder ikonischen Bildern sehr ähneln, sich aber in ihrer kommunikativen Appellstruktur stark von diesen unterscheiden: Ikonische Bilder verhandeln Normalität, nicht-ikonische Bilder legen Normalität fest. Die These lautete, dass nicht-ikonische Bilder starke implizite Bedeutungen haben, die ideologisch wirken. Indem sie ihre kulturelle Gemachtheit verschleiern und als Repräsentation eines Common Sense eine Selbstverständlichkeit behaupten, ist ihre

ideologische Funktion nur schwer ersichtlich. Zwei Fragen leiteten die Rahmung des Begriffs nicht-ikonische Bilder als Analysewerkzeug visueller Kommunikationsmittel: Was sind nicht-ikonische Bilder und was machen wir als Gesellschaft mit ihnen und sie mit uns?

Nicht-ikonische Bilder sind kulturell bedeutende Bilder. Zusammen mit den ikonischen Bildern bilden sie das kulturelle Bildrepertoire einer Gesellschaft. Sie teilen sich die Art und Weise der Zirkulation und Distribution. Ihr Status als bedeutende Bilder ist abhängig von Perpetuierung, unter anderem durch permanente Wiederholung, Institutionalisierung und Kanonisierung. Die Prämisse, dass Bilder etwas bedeuten, symbolisieren und über sich hinaus weisen können, steht in engem Verhältnis mit der frühchristlichen, religiösen Praxis der Ikonenmalerei und dem damit verbundenen Bildkult. Auch wenn das Religiöse in den gesellschaftlichen Hintergrund getreten ist, wirken bestimmte Riten, Praktiken und Glaubenssätze bis in die Gegenwart fort.² Sowohl die Ikonophobie als auch die Ikonophilie, die sich in Beschreibungen der gegenwärtigen visuellen Kulturen ausfindig machen lassen (zum einen die Sprache von den Bilderfluten, zum anderen die Überhöhung der digitalen Bilder als globale Sprache), sind Erben dieser vornehmlich christlichen Bildtraditionen.

7.3 Was machen nicht-ikonische Bilder mit uns und was machen wir mit ihnen?

Doch wie repräsentieren nicht-ikonische Bilder diese gesellschaftlichen Allgemeinplätze? Durch die ständige Wiederholung und Institutionalisierung ein und derselben visuellen Darstellungsform wird diese bestimmte Repräsentation als Normalität festgelegt. Gleichzeitig wird diese Festlegung als nicht verhandelbar dargestellt und geschützt. Nicht-ikonische Bilder haben die Funktion, eine visuelle Eloquenz herzustellen – also eine einfache und dennoch überzeugende visuelle Kommunikation zu ermöglichen. Um die Kommunikation nicht zu stören, bedarf es Bilder, deren Bedeutung für die meisten Betrachter/-innen verständlich ist. So versuchen nicht-ikonische Bilder, möglichst Normalität abzubilden – im soziologischen Sinne der Verfestigung so-

2 Vgl. Schaffer, Jule: *Unscharfe Spuren? Konzepte des Heiligen und Sakralen in fotografischen Bildern am Beispiel von Andres Serrano, David Nebreda und Pierre Gonnord*. Bielefeld 2019.

zialer Normen als das Selbstverständliche einer Gesellschaft. Die Strategien, mit denen bestimmte visuelle Repräsentationen als normal deklariert und geschützt werden, wurden hier als Strategien der Kodifizierung von Normalität bezeichnet. Darunter fällt die Unsichtbarmachung von Unterschieden oder Abweichungen von der Norm, die Verharmlosung bestimmter Normen sowie die Vermeidung von Reaktionen und Kritik an der gewählten Repräsentation im Allgemeinen. Alle drei Strategien sind miteinander verknüpft und arbeiten gemeinsam an der Naturalisierung der durch nicht-ikonische Bilder repräsentierten Normen.

Nicht-ikonische Bilder sind genauso stark symbolisch aufgeladen wie ihre ikonischen Verwandten. Anders als diese zeigen sie sich aber als selbstverständlich – als naturalisiertes Wissen. Während anhand ikonischer Bilder gesellschaftliche und kulturelle Selbstverständigung verhandelt wird, repräsentieren nicht-ikonische Bilder visuell einen gesellschaftlichen Common Sense, der unhinterfragt bleibt. Die kulturelle Gemachtheit dieser Repräsentationen muss erst als solche aufgezeigt werden, um überprüft und gegebenenfalls überarbeitet werden zu können.

Die Selbstverständlichkeit nicht-ikonischer Bilder macht sie zu einem einfachen Kommunikationsmittel. Über das, was nicht-ikonische Bilder jeweils auf eindrückliche Weise repräsentieren, lässt sich in kürzester Zeit und mit einfachsten Mitteln ein bestimmter Assoziations- und Bedeutungsraum öffnen. Dies ist nicht per se kritikwürdig, da Kommunikation eine Grundlage funktionsfähiger Demokratie ist. Doch gerade deshalb ist die Beschaffenheit der Kommunikationsmittel von großer Wichtigkeit – sie müssen so gestaltet sein, dass sie eine demokratische, faire Vermittlung zwischen den Individuen gewährleisten können. Es ist nicht das nicht-ikonische Bild an sich, welches es zu vermeiden gilt. Vielmehr müssen diese Bilder anders gestaltet und behutsamer eingesetzt werden. Indem die Wirkungsweise und symbolische Kraft nicht-ikonischer Bilder als solche gesehen und verstanden werden, kann der Schritt hin zum gerechteren, da mehr Möglichkeiten offerierenden Repräsentieren gemacht werden.

Um die Wirkungsweisen nicht-ikonischer Bilder zu verdeutlichen, wurden drei Bildkomplexe näher beleuchtet: die voyeuristischen Bilder der Pornografie und der Paparazzi-Fotografie, die noch junge Kulturtechnik des Selfies sowie Szenenbilder in Spielfilmen. Neben der nicht-ikonischen Qualität, etwas als selbstverständlich, also als Norm zu repräsentieren, wurde auch auf die Verknüpfung von Zu-Sehen-Geben und Konsum geschaut. Die hier angeführten Bildkomplexe dienen der Veranschaulichung der These, dass nicht-

ikonische Bilder in ihrer Funktion als Kommunikationsmittel nur sehr eng umrissene Bedeutungsräume eröffnen, sodass der Konsum des jeweiligen Bildkomplexes (oder seiner Produkte) möglichst effizient vonstatten gehen kann. Die Konsumierbarkeit des Dargestellten und seiner Produkte ist eine grundlegende Voraussetzung für die Bildfähigkeit in Zeiten des digitalen Kapitalismus und seiner neoliberalen Verfasstheit, die von jedem Individuum verlangt, im Wettbewerb zu bestehen. Diese Anforderungen an das Individuum, sich in einer als Markt verstandenen Gesellschaft zu behaupten, werden jedoch nicht nur von staatlicher Seite ausformuliert, sondern agieren vor allem als Internalisierungen sozialer und kultureller Normen.

Diese Internalisierung neoliberaler Anforderungen an das Subjekt, welche dieses regierbar macht ohne dabei Herrschaftsgesten deutlich aussprechen zu müssen, wird durch die Praxis nicht-ikonischer Bilder begünstigt. Nicht-ikonische Bilder sind Mittel der neoliberalen Gouvernamentalität. Durch die beständige Wiederholung dieser eng geführten Bedeutungsräume wissen die Individuen, was von ihnen sozial und kulturell gefordert wird. Die Selbstverständlichkeit der Repräsentation nicht-ikonischer Bilder macht es schwierig, diese neoliberalen Anforderungen als solche zu erkennen. Die Logiken und Strukturen der neoliberalen Gouvernamentalität nicht-ikonischer Bilder zeigen sich in den hier ausgeführten Fallbeispielen auf unterschiedliche Weise: Die Sichtbarkeitslogik von Pornografie und Paparazzi-Fotos (beziehungsweise der dahinterstehenden Praxis des Star-Testings³) unterwirft die Inszenierung des eigenen Körpers als sozialen Akteur den Anforderungen an eine möglichst umfassende Sichtbarkeit desselben. Damit werden Körpernormen einem einzigen Wahrnehmungssinn unterworfen: dem des Sehens. Die neoliberale Gouvernamentalität drückt sich in der Anforderung an das Subjekt aus, den eigenen Körper sichtbar zu machen und dafür zu sorgen, dass dieser auch *ansehnlich* ist. An Paparazzi-Fotos von Stars und dem daran gekoppelten *Celebrity Gossip* wird ausgehandelt, was *ansehnlich* ist und was nicht. Damit werden diese Anforderungen an den Körper des Subjekts feinjustiert.

Auch beim Selfie als Kulturtechnik äußern sich die neoliberalen Anforderungen an das (meist weibliche und junge) Subjekt in Anforderungen an die Selbstinszenierung. Das Bedürfnis, sich in den sozialen Medien und ihrer Aufmerksamkeitslogik zu Sehen zu geben, kann als Sich-zum-Konsum-Anbieten verstanden werden. Hat sich das Individuum einmal dazu entschieden, sich seiner Umwelt auf diese Weise zu Sehen zu geben, wird es auch

3 Vgl. Wilson 2010.

dafür sorgen, damit Erfolg zu haben: indem es die Regeln einhält. So geht es beim Selbstaussdruck durch Selfies weniger darum, einen individuellen Ausdruck zu finden als vielmehr die anerkannte Ausdrucksform mit den eigenen Mitteln zu erfüllen. Diese Anforderungen sind dem Individuum mehr oder weniger bewusst, sie sind internalisiert. Die Erfüllung derselben wird durch die Betrachter/-innen mit temporärer Aufmerksamkeit belohnt, was dazu führt, dass sich das Individuum weiterhin mit den Anforderungen auseinandersetzt, um diesen zu entsprechen. Im Kontext des Selfies geht es dabei vor allem um bestimmtes körperliches Aussehen, aber auch um erwünschtes (der Geschlechterrolle entsprechendes) Verhalten.

Anders verhält es sich mit den nicht-ikonischen Szenenbildern im Spielfilm, deren vornehmlicher Zweck die schnelle Informationsvermittlung für das ungestörte Voranschreiten der filmischen Narration ist. Das Blickregime äußert sich hier in viel subtilerer Weise, da es nicht so sehr um ein Regieren (im Sinne von Durchsetzen von Anforderungen) geht, als vielmehr um eine Tradierung bereits etablierter, *durchregierter* Wissensformen. Indem nicht-ikonische Szenenbilder eingesetzt werden, um möglichst eindeutig konnotiertes Vorwissen der Zuschauer/-innen abzurufen, tradieren sie dieses Vorwissen durch Wiederholung der Konnotation weiter fort. Hier ist es also nicht die Praxis der Bilder, sondern deren Inhalt, der als neoliberale Gouvernementalität funktioniert. Es ist die Art der Information, die durch ein nicht-ikonisches Szenenbild als naturalisiertes Wissen propagiert wird, die problematisch sein kann.

7.4 Was konnte nicht beachtet werden?

Diese Arbeit schlägt einen Begriff vor, der das Sprechen über Bilder, denen gesellschaftlich Bedeutung beigemessen wird, vereinfacht. Medienspezifische Fragen wurden dabei bewusst ausgeschlossen, da die Frage nach dem Trägermedium eines Bildes zwar die jeweilige Praxis des Bildes beeinflusst, aber diese nicht bestimmen muss. Für die Definition nicht-ikonischer Bilder spielt der Bildträger erst einmal keine große Rolle. Trotzdem wäre es wichtig, die Verknüpfung der Bedeutungszuschreibung und des Mediums auch zu betrachten. Beispielsweise sind die hier untersuchten Selfies nur im Kontext ihrer Veröffentlichung in den sozialen Medien zu verstehen – sie haben andere Bedeutungen, wenn sie lediglich als Erinnerungsstücke aufgenommen, ausgedruckt und an die heimische Pinnwand gehängt werden. Auch Porno-

grafie hat sich im Laufe des Wechsels des bevorzugten Mediums (von VHS-Videocassetten zu Internetvideos) geändert.

Technische Hintergründe in der Entwicklung der Bildproduktion und deren Einflüsse auf die visuelle Kultur sowie die daraus resultierenden Fragen an die Ontologie der digitalen Bilder lagen nicht im Fokus dieser Arbeit. Sie sind aber auch für den Begriff der nicht-ikonischen Bilder von Bedeutung. Dies wurde beispielsweise von der Medienwissenschaftlerin Katja Gunkel in *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. bewerkstelligt. Mit Blick auf die durch Smartphones ermöglichte Bildproduktion in bildbasierten sozialen Netzwerken spricht sie von der Logik digitaler Bildlichkeit, die »durch Medienkonvergenz sowie künstlerische Strategien des *mash-up* und Remix gekennzeichnet«⁴ sind:

»Die zunehmende Priorisierung der Bildproduktion bei der Konzeptionierung und Vermarktung von Smartphones und die kontinuierliche Optimierung der verbauten Komponenten lieferte in den letzten Jahren die nötigen Voraussetzungen für eine neue Kultur des mobilen Bildermachens, die mit nahezu unbegrenzten Möglichkeiten ikonischer (Selbst-)Inszenierung einhergeht und medienspezifische Bildästhetiken wie -praxen hervorbringt.«⁵

Die mobile Bildproduktion und -distribution forme also nicht nur die Medienpraxis um, sondern auch die so produzierten Bilder. Vor allem die Möglichkeiten der einfachen Bildbearbeitung führten zu einem veränderten Umgang mit dem Bild und dem Verständnis von diesem. Gunkel untersucht dabei insbesondere die »Anwendung jener softwareseitig bereitgestellten visuellen Effekte«⁶, mit denen die User/-innen ihre Bilder direkt in Apps wie Instagram bearbeiten können. Ein Filter, der ein digitales Foto aussehen lässt wie ein Polaroid oder eine analoge Schwarz-Weiß-Fotografie, bezieht sich dabei auf Traditionen und Vorbilder bildlicher Darstellung. Die häufige Nutzung dieses Filters zeugt von der nicht-ikonischen Kraft dieser so gestalteten Bilder: Sie behaupten rein ästhetische Auswahlkriterien zu sein, transportieren aber gleichzeitig kulturell tradierte Bedeutungen. Es lässt sich also auch mit Blick auf spezifische Medialitäten und ihre technischen Voraussetzungen, Entwicklungen und Prozesse eine nicht-ikonische Qualität von Bildern aufzeigen. In

4 Gunkel, Katja: *Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt*. Bielefeld 2018, S. 35.

5 Ebd., S. 20.

6 Ebd., S. 338.

weiterführenden Studien würde ein analytischer Blick auf die Zusammenhänge von nicht-ikonischer Bildqualität und spezifischem Medium sicherlich Interessantes zutage fördern.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in der Rede von und über Bilder muss angeführt werden, denn auch in dieser Arbeit lässt manche Formulierung einen falschen Rückschluss auf die Wirkungsweise von (nicht-ikonischen) Bildern zu: Es muss beständig der Versuchung widerstanden werden, die Bilder in der Beschreibung zu essentialisieren oder ihnen eine subjektähnliche Position zu zusprechen. Wenn hier formuliert wird, nicht-ikonische Bilder verschleiern ihre Gemachtheit, darf nicht davon ausgegangen werden, dass sie das aktiv tun. Die in dieser Arbeit nicht explizit gestellte Frage lautet deshalb *Wer agiert?* Denn Bilder sind keine Akteure, sie sind Mittel der Aktion. Es geht in der Beschreibung der Praxis der Bilder weder um eine subjektähnliche Position des einzelnen Bildes noch um die Intentionen einzelner Bildverwender/-innen und/oder -schaffenden, wie beispielsweise Regisseure und Regisseurinnen, Bildende Künstler/-innen oder Privatpersonen. Deren Intentionen können selbstverständlich Aufschluss geben über die Möglichkeiten des Einsatzes nicht-ikonischer Bilder, was ihnen zugetraut wird und wie sie explizit verstanden werden. Doch die Intention einer Bild-Aktion sagt generell wenig über deren Wirkung und Rezeption aus. Dies gilt insbesondere für nicht-ikonische Bilder, da deren Symbolkraft von Bildverwendenden und -produzierenden meist nicht gesehen und damit auch nicht problematisiert wird. Dies zeigt sich beispielsweise für die Szenenbilder vom ostdeutschen Plattenbau: Die Symbolisierungen, die mit dem ostdeutschen Plattenbau verknüpft sind, wurden wiederholt eingesetzt, aber nicht problematisiert oder verschoben. Warum wohnt die Obdachlose in einer leerstehenden Plattenbauwohnung? Warum wohnt der Arbeitslose im Plattenbau? Warum zieht die Alleinerziehende ins Plattenbauviertel? Die Frage nach einer anderen Repräsentationsform verdeutlicht die Schwierigkeit, die Symbolisierungen aufzuweichen: Warum zieht die Obdachlose nicht in ein temporär leerstehendes Town House? Warum kann der Arbeitslose nicht in einer Altbauwohnung wohnen? Warum zieht die Alleinerziehende nicht in eine Sozialwohnung im Neubau?

Bleibt noch die Frage nach der Sinnhaftigkeit von Repräsentationskritik. Indem die ideologische Funktion nicht-ikonischer Bilder herausgearbeitet wird, können blinde Flecken und Leerstellen der (visuellen) Kultur aufgezeigt werden. Dadurch wird es möglich, diese Leerstellen im Sinne einer gerechteren, da heterogeneren Repräsentation zu füllen. Doch ist eine sol-

che *gerechtere* Repräsentation überhaupt erstrebenswert? Eine Repräsentationskritik ist notwendig, die nicht nur die Ausformungen von Repräsentation ins Visier nimmt, sondern auch den Sinn und Zweck eines auf Repräsentation und Sichtbarkeit ausgelegten Gesellschaftssystems kritisch hinterfragt.

Die Kunstwissenschaftlerin Johanna Schaffer hat in ihrer Arbeit *Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung* Sichtbarkeit als Kategorie im politischen Feld untersucht. Sie kritisiert die Gleichsetzung von Sichtbarkeit mit Macht und macht deutlich, dass dieser Zusammenhang nicht besteht:

»Ausgangspunkt ist somit die Problematisierung der Vorstellung eines kausalen Zusammenhangs zwischen Sichtbarkeit und politischer Macht, wie sie vor allem in oppositionellen politischen Debatten kursiert. Dort wird oft davon ausgegangen, dass mehr Sichtbarkeit auch mehr politische Präsenz, mehr Durchsetzungsvermögen und mehr Zugang zu den Strukturen der Privilegienvergabe bedeutet. Übersehen werden hier jedoch die komplexen Prozesse auf dem Feld der Visualität, für die höchst relevant ist, *wer zu sehen gibt, in welchem Kontext* – und vor allem: *wie*, d.h. in welcher Form und Struktur zu sehen gegeben wird.«⁷

Sichtbarkeit wird in diesem Kontext oft mit positiver gesellschaftlicher Anerkennung und diese mit Macht gleichgesetzt, die es zu erlangen gilt. Dies ist durchaus problematisch, da soziale, kulturelle und vor allem politische Macht zwar mit der Kategorie von Sichtbarkeit verbunden ist, aber nicht durch diese hergestellt wird. Sichtbarkeit ist ein Mittel der Machtausübung, wie in dieser Arbeit stets betont wurde – sie ist kein Mittel der Machtproduktion.

Schaffer argumentiert weiter, dass nicht nur die Gleichsetzung von Sichtbarkeit und Anerkennung sowie die Forderung nach mehr Sichtbarkeit problematisch sind, sondern auch, dass diese Formen von Repräsentation dem Status Quo des Repräsentierens entsprechen und sich diesem unterordnen. Dabei müssten vielmehr die Repräsentationsformen als solche hinterfragt werden. Dabei geht es auch darum, die Repräsentationsformen nicht nur für die eigene Sichtbarkeit nutzbar zu machen, sondern für alle (marginalisierten) Subjekte:

7 Schaffer, Johanna: *Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung*. Bielefeld 2008, S. 12.

»Anders gesagt geht es bei macht- und herrschaftskritischen Kämpfen um Anerkennung nicht allein um die Anerkennung als etwas Bestimmtes (einer bestimmten Identität), sondern um eine Arbeit am gesamten Feld der Normen, die bestimmen, was jemanden anerkenntbar macht und was nicht.«⁸

Die Definition nicht-ikonischer Bilder und ihrer Wirkungsweise erfasst auch die Normen, die diese Bilder produzieren und als nützlich erscheinen lassen. Die Forderung, die blinden Flecken in nicht-ikonischen Repräsentationen aufzuzeigen, um eine gerechtere Repräsentation zu ermöglichen, soll jedoch nicht als Arbeit an der Naturalisierung von visueller Repräsentation verstanden werden. Sichtbarkeit ist nur eine Kategorie von vielen innerhalb des hegemonialen Bedeutungsfelds. Sichtbarkeit allein kann nicht für Gerechtigkeit sorgen – im Gegenteil: Es kann durchaus auch ein Zuviel an Sichtbarkeit geben, vor allem bei stark stereotypisierten und negativ besetzten Repräsentationen.⁹ Trotzdem ist Repräsentation und Sichtbarkeit in einer visuell geprägten Kultur wichtig und nicht vernachlässigbar. Anhand von Repräsentation und Sichtbarkeit lassen sich nämlich durchaus auch andere Machtstrukturen ablesen – und über den Umweg der Repräsentationskritik offenlegen.

Deshalb lag der Fokus dieser Arbeit auch weniger auf Repräsentation als auf den mit Repräsentation verbundenen Logiken. Das Individuum mag sich selbst durch ein Selfie repräsentiert wissen, die Form der Repräsentation – also das Selfie selbst – unterliegt jedoch einer Form von Kontrolle, die die Darstellung als ideologisch kennzeichnet, unabhängig davon, wie das Individuum diese benutzt. Nicht-ikonische Bilder können deshalb nicht als einzelne, subjektive Praxis kritisiert werden (JedeR darf und soll ein Selfie von sich machen – das Selfie selbst ist nicht das Problem). Es sind die über die nicht-ikonischen Bilder vermittelten hegemonialen (Bedeutungs-)Strukturen, die die Praxis problematisch machen. Die Begriffe, die hier zur Beschreibung dieser ideologischen Verstrickungen dienen, sind die der neoliberalen Gouvernamentalität und des Blickregimes.

8 Ebd., S. 20.

9 Ebd., S. 53.

7.5 Was bleibt zu tun?

Der Begriff nicht-ikonische Bilder wurde in dieser Arbeit an drei verschiedenen Bildkomplexen in seiner Wirkungsweise vorgestellt. Dabei wurden pornografische Filme im Internet, Paparazzi-Fotos von Celebrities, Selfies in den sozialen Netzwerken und Szenenbilder in Spielfilmen als nicht-ikonische Bilder ausgewiesen. Weitere Bildkomplexe bieten sich zur Analyse an.

Eine Anwendung des Begriffs auf Bühnenbilder des Gegenwartstheaters unter Berücksichtigung bestimmter formaler Gemeinsamkeiten wäre sicherlich fruchtbar. So wäre eine weiterführende Untersuchung der Bilder vom ostdeutschen Plattenbau im Bühnenbild interessant: Werden auch hier Bilder vom Plattenbau mit den Geschichten von Versager/-innen und Verlierer/-innen verknüpft? Wie wird die Architektur des Plattenbaus künstlerisch im Bühnenbild inszeniert? Welche Assoziationen und Konnotationen werden bemüht, um das Bühnenbild als Plattenbau zu rahmen? Und wie ändert sich die Rezeption des Publikums, wenn es im Kontext des Theaters auf eine explizit künstlerische Interpretation des vorstrukturierten Wissens über den Plattenbau trifft? Gerade für die Theaterpraxis ist die Frage nach dem Zu-Sehen-Geben eklatant, da vor allem im Regietheater von einer direkten inszenatorischen Aussagekraft des Gezeigten ausgegangen wird (*Was will uns der Regisseur sagen?*). Der Begriff der Symbolverwender/-innen ist dabei hilfreich, weil er artikuliert, dass etwas bewusst als Symbol verwendet wird. Ähnlich wie für die Szenenbilder beim Film ist festzuhalten, dass keine Einstellung und kein Bühnenbild zufällig oder unbedacht gewählt wird. Die Entscheidungen, etwas auf eine bestimmte Art in Szene zu setzen, mögen vielleicht unterbewusst getroffen werden, aber nicht zufällig.

Ein weiteres, völlig anders geartetes Feld für den Einsatz des Begriffs nicht-ikonische Bilder als Analysewerkzeug sind die pädagogischen Ansätze, die unter *Visual Literacy* zusammengefasst werden. Im Deutschen hat sich dafür der Begriff der Bildkompetenz durchgesetzt:

»Übertragen auf Bildkompetenz bedeutet *Visual Literacy* dann zunächst die Fähigkeit, Bilder zu interpretieren (zu ›lesen‹) und Bilder zu gestalten (zu ›schreiben‹). Schreiben können heißt, der eigenen Meinung Relevanz verschaffen, Bilder gestalten können bedeutet, den eigenen bildlichen Vorstellungen Relevanz zu geben. Mit den beiden, hier noch hinzugefügten Fähigkeiten zum kritischen Urteil und zur (Bild-)Kommunikation kommen zwei weitere Komponenten hinzu, die für einen emanzipatorisch und an Parti-

zipation orientierten Bildungsbegriff ebenso wichtig sind, ebenso wie die Fähigkeit, alle Tätigkeiten schließlich auch zu reflektieren.«¹⁰

Die Analyse nicht-ikonischer Bilder wäre in diesem Zusammenhang etwas für Fortgeschrittene, also Menschen, deren Bildkompetenz bereits grundlegend ausgebildet ist. Die Analyse nicht-ikonischer Bilder befördert die kritische Reflexion über die Gemachtheit und Instrumentalisierung von Bildern. Insbesondere im Kontext der pädagogischen Bestrebungen, Menschen zu befähigen, Fake News zu erkennen, spielt dies eine entscheidende Rolle. Die hier vorgestellten Qualitäten nicht-ikonischer Bilder lassen sich auch auf Bilder beziehen, die als Evidenz für bestimmte Verschwörungstheorien, Falschmeldungen und Behauptungen herhalten müssen. Ein geschulter Blick auf Bilder und ihre Eigenlogiken hilft, Bilder jeglicher Art – von Kunst über Unterhaltung zu Nachrichten – einzuschätzen und ihren Gehalt zu reflektieren. Eine Bildkompetenz, deren pädagogische Vermittlung in den europäischen Kunstunterrichts-Lehrplänen als Ziel festgeschrieben ist¹¹, vermittelt sich auf vielfältige Weise – die Einführung des Begriffs der nicht-ikonischen Bilder ermöglicht eine artikuliertere, herrschaftskritische Sicht auf alltägliche Bildpraxen und deren Rückwirkungen ins Private.

Die vorliegende Arbeit bietet einen Bildbegriff an, der die Reflektion über die vielbeschworenen Bilderfluten durch Explikation klären und vereinfachen soll. Die Konzentration liegt dabei auf den bedeutenden Bildern einer Gesellschaft – im Gegensatz zu der privaten, individuellen Bildpraxis, die selbstverständlich von der gesellschaftlichen beeinflusst wird und diese wiederum beeinflusst. Das kulturelle Bildrepertoire, welches aus ikonischen und nicht-ikonischen Bildern besteht, kann als *Schaumkrone* besagter Bilderfluten beschrieben werden. Es wäre wünschenswert, wenn die nicht-ikonischen Bilder in ihrer kommunikativen Kraft als für Demokratien systemrelevante Elemente visueller Kultur ernstgenommen und in ihrer jeweiligen Ausformung Beachtung finden würden.

10 Wagner, Ernst: Bildkompetenz – Visual Literacy. Kunstpädagogische Theorie- und Lehrplanentwicklungen im deutschen und europäischen Diskurs. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE. 2018. URL: <https://www.kubi-online.de/artikel/bildkompetenz-visual-literacy-kunstpaedagogische-theorie-lehrplanentwicklungen-deutschen> (Letzter Zugriff: 04.04.2019).

11 Vgl. Ebd.

Literaturangaben

- Allan, Seán: Good Bye, Lenin! Ostalgie und Identität im wiedervereinigten Deutschland. In: GFL Journal, Nr. 01/2006, S. 45-59.
- Assmann, Aleida: Der lange Schatten der Vergangenheit. Erinnerungskultur und Geschichtspolitik. München 2006.
- Dies.: Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses. München 2010. (Erstveröffentlichung 1999).
- Attia, Iman: Die »westliche Kultur« und ihr Anderes: Zur Dekonstruktion von Orientalismus und antimuslimischem Rassismus. Bielefeld 2009.
- Barthes, Roland: Mythen des Alltags. Berlin 2013. (franz. Erstveröff. 1957).
- Baumberger, Christoph: Gebaute Zeichen. Symboltheorie der Architektur. Heusenstamm 2010.
- Belting, Hans: Bild und Kult. Eine Geschichte des Bildes vor dem Zeitalter der Kunst. München 1990.
- Ders./Kruse, Christiane: Die Erfindung des Gemäldes. Das erste Jahrhundert der niederländischen Malerei. München 1994.
- Ders.: Zu einer Ikonologie der Kulturen. Die Perspektive als Bildfrage. In: Boehm, Gottfried/Bredenkamp, Horst (Hg.): Ikonologie der Gegenwart. München 2009. S. 9-20.
- Ders. (Hg.): Bilderfragen. Die Bildwissenschaft im Aufruhr. München 2007.
- Bieger, Uta/Bretschneider, Jürgen: Filmernst – Unterrichtsmaterial. Wir sind jung. Wir sind stark. München 2015. URL: https://www.jungundstark.de/images/Wir_sind_jung_Wir_sind_stark_DS.pdf (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Boehm, Gottfried: Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens. Berlin 2007.
- Ders. (Hg.): Was ist ein Bild? München 1994.
- Ders./Bredenkamp, Horst (Hg.): Ikonologie der Gegenwart. München 2009.

- Bourdieu, Pierre: Einleitung. In: Ders.u.a. (Hg.): Eine illegitime Kunst. Die sozialen Gebrauchsweisen der Kunst. Hamburg 2006. S. 11-21.
- Brabazon, Tara/Evans, Amanda: I'll never be your woman. The Spice Girls and New Flavours of Feminism. In: Social Alternatives. April 1998. Vol. 17/2. S. 39-42.
- Bronfen, Elisabeth: Pathosformeln des Krieges und ihr Nachleben in Hollywood. In: Geimer, Peter/Hagner, Michael (Hg.): Nachleben und Rekonstruktion. Vergangenheit im Bild. München 2012. S. 231-249.
- Bru, Sascha u.a. (Hg.): Regarding the Popular. Modernism, the Avant-Garde and High and Low Culture. Berlin/Boston 2012.
- Buell, Hall: Moments. The Pulitzer Prize Photographs. A Visual Chronicle of Our Time. New York 1999.
- Buß, Christian: »Polizeiruf« über Müllsammler. Kampf der Kaputten. In: Spiegel Online [20.05.2011]. URL: <https://www.spiegel.de/kultur/tv/polizeiruf-ueber-muellsammler-kampf-der-kaputten-a-762845.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Caplan-Bricker, Nora: The Instagram Hoax that became an Art-World Sensation. In: slate Online. [25.01.2016]. URL: https://www.slate.com/articles/double_x/doublex/2016/01/the_instagram_hoax_that_became_an_art_world_sensation.html (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- CarMoná, Carlos Ruiz: The Role and Purpose of Film Narration. In: Journal of Science and Technology of the Arts, Volume 9, No. 2 – Special Issue Narrative and Audiovisual Creation 2017. S. 7-16.
- CNN, Edition International: 25 of the most iconic photographs. 2013 [1.9.2013], URL: <http://edition.cnn.com/2013/09/01/world/gallery/iconic-images/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Cohen, Rachel/Newton-John, Toby/Slater, Amy: »Selfie«-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. In: Computers in Human Behavior 79. 2018. S. 68-74.
- Connor, Michael: First Look: Amalia Ulman – Excellences & Perfections. Rhizome Online. [20.10.2014]. URL: <http://rhizome.org/editorial/2014/oct/20/first-look-amalia-ulmanexcellences-perfections/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Corsepius, Katharina: Mnemische Welten. Die kulturwissenschaftliche Bibliothek Aby Warburgs. Kunstgeschichte als Bildwissenschaft und die Auflösung des Kanons. In: Conermann, Stephan (Hg.): Was ist Kulturwissenschaft? Zehn Antworten aus den »Kleinen Fächern«. Bielefeld 2012. S. 83-115.

- Davis, Margrete L.: *Mona Lisa in Camelot*. Philadelphia 2008.
- Debord, Guy: *Die Gesellschaft des Spektakels*. Berlin 2013. (franz. Erstveröffentlichung 1967).
- Diederichsen, Dietrich: *Kritik des Auges. Texte zur Kunst*. Hamburg 2008.
- Diers, Michael: *Fotografie Film Video. Beiträge zu einer kritischen Theorie des Bildes*. Hamburg 2006.
- Dölling, Irene: ›Wir alle lieben Paula, aber uns liegt an Paul‹ – Wie über die ›Weiblichkeit‹ einer Arbeiterin der »sozialistische Mensch« konstruiert wird. Analyse des Films ›Die Legende von Paul und Paula‹. In: *Potsdamer Studien zur Frauen- und Geschlechterforschung*, Nr. 2., Jg. 1997. S. 73-109.
- Downing, Crystal: *Staging Ideology and Love in Good Bye, Lenin!* In: *Film & History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies*. Vol. 43 (2). 2013. S. 5-16.
- Drechsel, Benjamin: *Der Tank Man. Wie die Niederlage der chinesischen Protestbewegung von 1989 visuell in einen Sieg umgedeutet wurde*. In: Paul, Gerhard (Hg.): *Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute*. Göttingen 2011. S. 228-235.
- Eagar, Toni/Dann, Stephen: *Classifying the narrated #selfie: genre typing human-branding activity*. *European Journal of Marketing*, Vol. 50. 2016. S. 1835-1857.
- Eklund, Douglas (Hg.): *The Pictures Generation. 1974 – 1984. Ausstellungskatalog*. The Metropolitan Museum of Art, New York, 21. April bis 2. August 2009. New York 2009.
- Eler, Alicia: *Amalia Ulman's Instagram performance exposed the flaws in selfie culture*. In: *Edition CNN Online*. [29.03.2018]. URL: <https://edition.cnn.com/style/article/amalia-ulman-instagram-excellences-perfections/index.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Elkins, James: *Visual Studies. A skeptical Introduction*. New York/London 2003.
- Ders./Naef, Maja: *What is an image?* State College 2011.
- Engelbert, Arthur: *Global Images. Eine Studie zur Praxis der Bilder*. Bielefeld 2011.
- Fiske, John: *Lesarten des Populären*. Wien 2003.
- Foucault, Michel: *Geschichte der Gouvernementalität*. Bd. 1. Sicherheit, Territorium, Bevölkerung. Bd. 2. Die Geburt der Biopolitik. Vorlesung am Collège de France 1978-1979. Hg. von Sennelart, Michel. Frankfurt a.M. 2006.

- Ders.: Überwachen und Strafen. In: Foucault, Michel: Die Hauptwerke. Frankfurt a.M. 2008. S. 701-1019. (franz. Erstveröffentlichung 1975).
- Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit, München/Wien 1998.
- Franco, James: The Meanings of the Selfie. In: The New York Times. [26.12., 2013]. URL: <https://www.nytimes.com/2013/12/29/arts/the-meanings-of-the-selfie.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Gombrich, Ernst H.: Aby Warburg. Eine intellektuelle Biographie. Hamburg 2012 [engl. Erstveröffentlichung 1970].
- Görg, Manfred: Das Bild Gottes im Alten Testament. In: Leuschner, Eckhard/Hesslinger, Mark R. (Hg.): Das Bild Gottes in Judentum, Christentum und Islam. Petersberg 2009. S. 15-28.
- Gover, K.E.: Art and Authority. Moral Rights and Meaning in Contemporary Visual Art. New York 2018.
- Green, Christopher: An Introduction to *Les Demoiselles d'Avignon*. In: Ders. (Hg.): Picasso's *Les Demoiselles d'Avignon*. Cambridge 2001.
- Grewenig, Meinrad Maria: Augenblicke des Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999a. S. 9.
- Ders.: Das Bild der Geschichte unseres Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999b, S. 11 – 13.
- Ders. (Hg.): Augenblicke des Jahrhunderts. Meisterwerke der Reportagefotografie von Associated Press. Speyer 1999.
- Gudehus, Christian/Eichenberg, Ariane/Welzer, Harald (Hg.): Gedächtnis und Erinnerung. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart 2010.
- Gunkel, Katja: Der Instagram-Effekt. Wie ikonische Kommunikation in den Social Media unsere visuelle Kultur prägt. Bielefeld 2018.
- Hacking, Juliet (Hg.): Photography. The Whole Story. London 2012.
- Halpern, Daniel/Valenzuela, Sebastián/Katz, James E.: »Selfie-ists« oder »Narcissifiers«?: A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. In: Personality and Individual Differences 97, 2016. S. 98-101.
- Hariman, Robert/Lucaites, John Louis: No Caption needed. Iconic Photographs, Public Culture, And Liberal Democracy. Chicago 2007.
- Hawel, Peter: Ikone. In: Ders.: Lexikon zur Kunst und Geschichte abendländischer Kultur. München 2005. S. 323-324.
- Haynes, Gary: Picture This! The Inside Story and Classic Photos of UPI Newspictures. New York 2006.

- Hensel, Thomas: Die Medialität der Kunstwissenschaft. Aby Warburg und die Fotografie. In: Schmidt, Eva/Rüttinger, Ines (Hg.): Lieber Aby Warburg, was tun mit Bildern? Vom Umgang mit fotografischem Material. Heidelberg 2012. S. 36-54.
- Hippen, Wilfried: Die Dicke von Marzahn. In: Die Tageszeitung. [18.02.2010]. URL: <https://www.taz.de!/481601/> (Letzter Zugriff: 26.02.2019).
- Hochkirchen, Britta: Bildkritik im Zeitalter der Aufklärung. Jean-Baptiste Greuzes Darstellungen der verlorenen Unschuld. Göttingen 2018.
- Holert, Tom: Regieren im Bildraum. Berlin 2008.
- Ders.: Bildfähigkeiten. Visuelle Kultur, Repräsentationskritik und Politik der Sichtbarkeit. In: Ders. (Hg.): Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit. Köln 2000. S. 14-33.
- Ders.: Regimewechsel. Visual Studies, Politik, Kritik. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des visualistic turn. Frankfurt a.M. 2009. S. 328-353.
- Huang, Rui-Ting: What motivates people to continuously post selfies? The moderating role of perceived relative advantage. In: Computers in Human Behavior 80, 2018. S. 103-111.
- Irmer, Thomas/Schmidt, Matthias: Die Bühnenrepublik. Theater in der DDR. Berlin 2003.
- Irmscher, Jana: Filmrezeption und Erfahrung. Eine Fallstudie am Beispiel von Good Bye, Lenin. Berlin 2007.
- Jacobus, Laura: Giotto and the Arena Chapel. Turnhout 2008.
- Jones, Jonathan: Beyoncé meets Botticelli. How tabloid photos throw new light on old masters. In: The Guardian Online. [20. August 2018]. URL: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/20/beyonce-botticelli-tabloid-photos-art-history> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Kahl, Alice: Erlebnis Plattenbau. Eine Langzeitstudie. Opladen 2003.
- Kedzior, Richard/Allen, Douglas E.: From Liberation to Control: Understanding the Selfie Experience. In: European Journal of Marketing, Vol. 50, 2016. S. 1893-1902.
- Kemp, Martin: Christ to Coke. How Image becomes Icon. New York 2012.
- Ders.: Leonardo. New York 2004.
- Kerwin, Anne: The ›Angry Black Woman‹ makes real women angry. In: Advertising Age, Vol. 88/18, S. 0064. [25.09.2017] URL: <http://link.galegroup.com/apps/doc/A507018102/AONE?u=fub&sid=AONE&xid=6ca1108e> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

- Ketelsen, Thomas/Stolzenburg, Andreas (Hg.): Die entfesselte Antike. Aby Warburg und die Geburt der Pathosformel in Hamburg. Ausstellungskatalog Hamburger Kunsthalle, 27. März bis 26. Juni 2011, Hamburg 2011.
- Kniebe, Tobias: Gute-Laune-Terror. In: *Süddeutsche Zeitung*. [17. Mai 2010]. URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/berlinale-kolumne-gute-laune-terror-1.52090> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Knopp, Guido: 100 Jahre. Die Bilder des Jahrhunderts. München 1999.
- Koerner, Swantje-Britt: Ein Film wie Jazz: Andreas Dresens »Halbe Treppe«. In: *FAZ Online*. [01.10.2002]. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/film-ein-film-wie-jazz-andreas-dresens-halbe-treppe-151045.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Koetzle, Hans-Michael: 50 photo icons. Die Geschichte hinter den Bildern. Köln 2011.
- König, Oliver: Von geil bis gemütlich. Vergesellschaftete Nacktheit. In: Gerbig, Kerstin (Hg.): *Nacktheit. Ästhetische Inszenierungen im Kulturvergleich*. Köln/Weimar/Wien 2002. S. 31-45.
- Korte, Helmut: Einführung in die Systematische Filmanalyse. Berlin 2010.
- Kravagna, Christian: Vorwort. In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin 1997. S. 7-13.
- Ders. (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin 1997.
- Krijnen, Tonny/van Bauwel, Sofie: *Gender and Media. Representing, Producing, Consuming*. London/New York 2015.
- Kroksnes, Andrea: *Faithless Pictures. Artistic Practice in the Age of the Image*. Oslo 2018.
- Kuntsman, Adi (Hg.): *Selfie Citizenship*. Cham 2017.
- Lange, Nadine: Das Porno-Prinzip. In: *Der Tagesspiegel*. [22.11.2011]. URL: <https://www.tagesspiegel.de/kultur/pop-das-porno-prinzip/5875280.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Lanigan, Roisin: the genius twitter account turning paparazzi shots into masterpieces. In: *i-D Magazine*. Online. [21.07.2017]. URL: https://i-d.vic.com/en_uk/article/nenb5k/the-genius-twitter-account-turning-paparazzi-shots-into-masterpieces (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Leeb, Susanne: Der PC im Atelier. Interviews mit Albert Oehlen, Monique Prieto, Torsten Slama, Chris Finley und Thomas Ruff. In: *Texte zur Kunst*. Nr. 36. Köln 1999. S. 71-75.
- Lehmann, Karl: Das Bild zwischen Glauben und Sehen. In: Boehm, Gottfried/Bredenkamp, Horst (Hg.): *Ikonologie der Gegenwart*. München 2009. S. 83-93.

- Leitmeyer, Wolfgang: Die Macht der Bilder – Gedanken zur Reportagefotografie. In: Grewenig, Meinrad Maria: *Augenblicke des Jahrhunderts*. Speyer 1999. S. 25-27.
- Leuschner, Eckhard/Hesslinger, Mark R. (Hg.): *Das Bild Gottes in Judentum, Christentum und Islam*. Petersberg 2009.
- Levy, Daniel: Das kulturelle Gedächtnis. In: Gudehus, Christian/Eichenberg, Ariane/Welzer, Harald (Hg.): *Gedächtnis und Erinnerung. Ein interdisziplinäres Handbuch*. Stuttgart 2010. S. 93-101.
- Liebscher, Robert: *Wohnen für alle. Eine Kulturgeschichte des Plattenbaus*. Berlin 2009.
- Lim, Weng Marc: Understanding the selfie phenomenon: current insights and future research directions. *European Journal of Marketing*, Vol. 50, 2016. S. 1773-1788.
- Locher, Hubert: The Idea of the Canon and Canon Formation in Art History. In: Rampley, Matthew u.a. (Hg.): *Art History and Visual Studies in Europe. Transnational Discourses and National Frameworks*. Leiden/Boston 2012. S. 29-40.
- Lüddemann, Stefan: *Blockbuster. Besichtigung eines Ausstellungsformats*. Ostfildern 2011.
- Maddox, Jessica Leigh: Fear and Self-Loathing in America: Finding the Interstices of Othering, Iconoclasm, and the Selfie. In: *The Journal of Popular Culture*, Vol. 51/1, 2018. S. 26-49.
- Mathiesen, Thomas: The viewer society. Michel Foucault's ›Panopticon‹ revisited. In: *Theoretical Criminology*. Vol. 1/2. London, Thousand Oaks, New Delhi 1997. S. 215-234.
- Maxwill, Peter: Als Honecker aufs Publikum hörte. In: *Spiegel Online*. [25.03.2013]. URL: <https://www.spiegel.de/einestages/40-jahre-ddr-kultfilm-die-legende-von-paul-und-paula-a-951084.html> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Mayer, Andrea Simone: Die Friseurin boxt sich durch. In: *n-tv.de*, dpa. [18.02.2010] URL: <https://www.n-tv.de/leute/Die-Friseuse-boxt-sich-durch-article735801.html> (Letzter Zugriff: 07.04.19).
- Meier, Anika: Endlich erscheint das Buch zu Amalia Ulmans Instagram-Meisterwerk. In: *Monopol Magazin Online*. [01.06.2018]. URL: https://www.monopol-magazin.de/blogs/die-schnelle-kammer?blog_view=9331 (Letzter Zugriff: 07.04.2019).

- Dies.: Jeder ist Online ein Lügner. Amalia Ulmans fiktive Biografie. In: Monopol Magazin Online. [29.01.2016]. URL: <https://www.monopol-magazin.de/anika-meier-amalia-ulman> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz 2008.
- Ders.: Unterhaltungsrezeption. Das Fernsehpublikum und die Qualität der Unterhaltung. In: Lantzsch, Katja/Altmeppen, Klaus-Dieter/Will, Andreas (Hg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden 2010. S. 81-97.
- Miltner, Kate M./Baym, Nancy K.: The Selfie of the Year of the Selfie. In: International Journal of Communication. 9. 2015. S. 1701-1715.
- Mitchell, W. J. T.: What do pictures want? The Lives and Loves of Images. Chicago 2005.
- Moller, Sabine: Das kollektive Gedächtnis. In: Gudehus, Christian/Eichenberg, Ariane/Welzer, Harald (Hg.): Gedächtnis und Erinnerung. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart 2010. S. 85-92.
- Mühleis, Volkmar: Mädchen mit totem Vogel. Eine interkulturelle Bildbetrachtung. München 2014.
- Mulvey, Laura: Cosmetics and Abjection: Cindy Sherman 1977-87. In: Burton, Johanna (Hg.): Cindy Sherman. October Files 6. Cambridge/London 2006. S. 65-82.
- o.A. (dpa): Die Legende von Paul und Paula. Merkel schaut ihren Lieblingsfilm. In: Kölner Stadtanzeiger. [13.05.2013]. URL: <https://www.ksta.de/kultur/-die-legende-von-paul-und-paula—merkel-schaut-ihren-liebblingsfilm-3992886> (Letzter Zugriff: 20.02.2019).
- Panzer, Mary/Caujolle, Christian (Hg.): Things as they are. Photojournalism in context since 1955. World Press Photo 50. London 2006.
- Pape, Helmut (Hg.): Charles S. Peirce. Phänomen und Logik der Zeichen. Frankfurt a.M. 1993.
- Patterson, Zabet: Going On-line. Consuming Pornography in the Digital Era. In: Williams, Linda/Butler, Heather/Cante, Richard (Hg.): Porn Studies. Durham 2004. S. 104-132.
- Patton, J H: Sensation Seeking. In: Encyclopedia of Human Behavior. 2012. S. 359-365.
- Paul, Gerhard: Bilder, die Geschichte schrieben. Medienikonen des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts. Einleitung. In: Ders. (Hg.): Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute. Göttingen 2011a. S. 7-16.

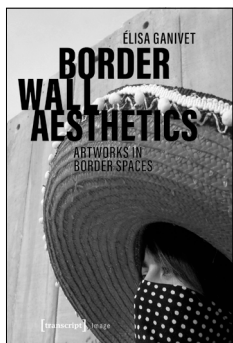
- Ders.: Das Mädchen Kim Phuc. Eine Ikone des Vietnamkriegs. In: Ders. (Hg.): Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute. Göttingen 2011b. S. 220-227.
- Ders.: Der »Kapuzenmann«. Eine globale Ikone des beginnenden 21. Jahrhunderts. In: Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 2. 1949 bis heute. Göttingen 2008a. S. 702-709.
- Ders.: Der Bilderatlas – ein Streifzug durch unser kulturelles Gedächtnis. In: Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 2. 1949 bis heute. Göttingen 2008b. S. 9-13.
- Ders. (Hg.): Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute. Göttingen 2011.
- Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 1. 1900 bis 1949. Göttingen 2009.
- Ders. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder. Bd. 2. 1949 bis heute. Göttingen 2008.
- Pöschel, Sabine: Handbuch der Ikonographie. Sakrale und profane Themen der bildenden Kunst. Darmstadt 2005.
- Pounders, Kathryn/Kowalczyk, Christine M./Stowers, Kirsten: Insight into the motivation of selfie postings: impression management and self-esteem. *European Journal of Marketing*, Vol. 50. 2016. S. 1879-1892.
- Quandt, Thorsten/Vogelsang, Jens: Jugend, Internet und Pornografie. Eine repräsentative Befragungsstudie zu individuellen und sozialen Kontexten der Nutzung sexuell expliziter Inhalte im Jugendalter. In: Rössler, Patrick/Rossmann, Constanze (Hg.): Kumulierte Evidenzen. Wiesbaden 2018.
- Raether, Elisabeth: Die neue X-Klasse. In: *Zeit Online*. [12.01.2012]. URL: <https://www.zeit.de/2012/03/Frau-Gekreuzte-Beine> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Rebentisch, Juliane: Theorien der Gegenwartskunst. Zur Einführung. Hamburg 2013.
- Rehberg, Peter: Pornografie und Bildkritik in Texten des 20. Jahrhunderts. In: Benthien, Claudia/Weingart, Brigitte (Hg.): *Handbuch Literatur und Visuelle Kultur*. Berlin 2014. S. 229-246.
- Richter, Peter: Der Plattenbau als Krisengebiet. Die architektonische und politische Transformation industriell errichteter Wohngebäude aus der DDR am Beispiel der Stadt Leinefelde. Hamburg 2006.
- Roeck, Bernd: Städtische Gesellschaft und Kunst zwischen Reformation und Dreißigjährigem Krieg. Aspekte der Vorgeschichte des Künstlertums. In: Thamer, Hans-Ulrich (Hg.): *Bürgertum und Kunst in der Neuzeit*. Köln/Weimar/Wien 2002. S. 1-26.
- Rojek, Chris: *Celebrity*. London 2001.

- Rubin, Cyma/Newton, Eric (Hg.): *Capture the Moment. The Pulitzer Prize Photographs*. New York/London 2001.
- Sassoon, Donald: *Mona Lisa. The history of the most famous painting*. London 2001.
- Schade, Sigrid: *Zwischen Einfühlung und Analyse. Zur Tradierung von Affektgestaltung und einigen Motiven in der aktuellen Warburg-Rezeption*. In: Bartl, Angelika/Hoernes, Josch/Mühr, Patricia/Wienand, Kea (Hg.): *Sehen – Macht – Wissen. ReSaVoiR. Bilder im Spannungsfeld von Kultur, Politik und Erinnerung*. Bielefeld 2011b. S. 143-155.
- Schade, Sigrid/Wenk, Silke: *Studien zur visuellen Kultur. Einführung in ein transdisziplinäres Forschungsfeld*. Bielefeld 2011.
- Schäfer, Robert: *Zur Strukturlogik der Pornografie*. In: *Sozialer Sinn: Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung*. Heft 1. 2008. Stuttgart 2008. S. 197-218.
- Schaffer, Johanna: *Ambivalenzen der Sichtbarkeit. Über die visuellen Strukturen der Anerkennung*. Bielefeld 2008.
- Schaffer, Jule: *Unschärfe Spuren? Konzepte des Heiligen und Sakralen in fotografischen Bildern am Beispiel von Andres Serrano, David Nebreda und Pierre Gonnord*. Bielefeld 2019.
- Schirmacher, Christine: *Schlaglichter zum Karikaturenstreit und Bilderverbot in islamischen Gesellschaften*. In: Leuschner, Eckhard/Hesslinger, Mark R. (Hg.): *Das Bild Gottes in Judentum, Christentum und Islam*. Petersberg 2009. S. 273-286.
- Schittly, Dagmar: *DDR-Alltag im Film. Verbotene und zensierte Spielfilme der DEFA*. In: *bpb: Aus Politik und Zeitgeschichte*. B 17/2002. S. 23 – 29.
- Schmidt, Gary: *Motherhood, Melodram, and Masculinity in Wolfgang Becker's Good Bye Lenin!* In: *West Virginia University Philological Papers*. Vol. 52, 2005. S. 123-132.
- Schmidt, Johann N.: *Narration in Film*. In: Hühn, Peter u.a. (Hg.): *the living handbook of narratology*. Hamburg 2009. S. 212 – 228.
- Schwindt, Christian: *Theologie, christliche*. In: Sachs-Hombach, Klaus (Hg.): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt a.M. 2005. S. 196-212.
- Senft, Theresa M.: *Microcelebrity and the Branded Self*. In: Hartley, John/Burgess, Jean/Bruns, Axel (Hg.): *A Companion to New Media Dynamics, Forms, Platforms, Practices*. Oxford 2013. S. 346-354.

- Dies./Baym, Nancy K.: What does the Selfie say? Investigating a Global Phenomenon. In: *International Journal of Communication* 9. 2015. S. 1588-1606.
- Shipley, Jesse Weaver: Selfie Love: Public Lives in an Era of Celebrity Pleasure, Violence, and Social Media. In: *American Anthropologist*. Vol. 117, Nr. 2. 2015. S. 403-413.
- Silverman, Kaja: Dem Blickregime begegnen. In: Kravagna, Christian (Hg.): *Privileg Blick. Kritik der visuellen Kultur*. Berlin 1997. S. 41-64.
- Dies.: How to face the Gaze. In: Burton, Johanna (Hg.): *Cindy Sherman*. October Files 6. Cambridge/London 2006. S. 143-170.
- Solomon-Godeau, Abigail: Living with Contradictions. *Critical Practices in the Age of Supply-Side Aesthetics*. In: Squiers, Carol: *OverExposed. Essays on Contemporary Photography*. New York 1999. S. 247-268.
- Sontag, Susan: *Über Fotografie*. Frankfurt a.M. 2011. (amerik. Erstveröffentlichung 1977).
- Sooke, Alastair: Is this the first Instagram masterpiece? In: *The Telegraph Online*. [18.01.2016]. URL: <https://www.telegraph.co.uk/photography/what-to-see/is-this-the-first-instagram-masterpiece/> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Sorokowska, Agnieszka u.a.: Selfies and personality: Who posts self-portrait photographs? In: *Personality and Individual Differences* 90, 2016. S. 119-123.
- Spiegler, Almuth: *Lust und Tabu. Über Sex und Kunst*. Wien 2013.
- Stacey, Jackie: *Feminine Fascinations. A question of identification?* In: Marshall, David (Hg.): *The Celebrity Culture Reader*. New York 2006. S. 252-285.
- Stavans, Ilan/Maldonado, Adal: *I love my selfie*. North Carolina 2007.
- Steyerle, Hito: *The Wretched of the Screen*. Berlin 2012.
- Thamer, Hans-Ulrich: *Der Bürger als Sammler in der frühen Neuzeit*. In: Ders. (Hg.): *Bürgertum und Kunst in der Neuzeit*. Köln/Weimar/Wien 2002. S. 99-113.
- Ders. (Hg.): *Bürgertum und Kunst in der Neuzeit*. Köln/Weimar/Wien 2002.
- Troka, Donna Jean: *Homegirls, Riot Grrrls and Spice Girls. Representations and Misrepresentations of Feminism in Music*. Columbus 1998.
- Turner, Graeme: *Tabloidization, journalism and the possibility of critique*. In: *International Journal of Cultural Studies*. Volume 2/1. London 1999. S. 59-76.
- Ullrich, Wolfgang: *Selfies. Die Rückkehr des öffentlichen Lebens*. Berlin 2019.

- Ders.: Selfies als Weltsprache. In: Müller-Tamm, Pia/Schäfer, Dorit (Hg.): Ich bin hier! Von Rembrandt zum Selfie. Ausstellungskatalog Staatliche Kunsthalle Karlsruhe, 31. Oktober 2015 bis 31. Januar 2016. Karlsruhe 2015. S. 32-41.
- Ulman, Amalia: Excellences & Perfections. München, London, New York 2018.
- Van Alphen, Ernst: »Poor Images« und der Affekt des Exhibitionismus. In: Höhner, Julia/Schankweiler, Kerstin (Hg.): Affect me. Social Media Images in Art. Leipzig 2017. S. 79-103.
- Wagner, Ernst: Bildkompetenz – Visual Literacy. Kunstpädagogische Theorie- und Lehrplanentwicklungen im deutschen und europäischen Diskurs. In: KULTURELLE BILDUNG ONLINE. 2018. URL: <https://www.kubi-online.de/artikel/bildkompetenz-visual-literacy-kunstpaedagogische-theorie-lehrplanentwicklungen-deutschen> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Welzel, Barbara: Gemalte Bildergalerien – Dokumente des Bildgebrauchs. In: Gethmann-Siefert, Annemarie/Collenberg-Plotnikov, Bernadette/Weisser-Lohmann, Elisabeth (Hg.): Kunst als Kulturgut. Bd.II. Kunst und Staat. München 2011. S. 51-59.
- Wetzel, Christoph: Ikone. In: Ders.: Reclams Sachlexikon der Kunst. Stuttgart 2007. S. 212-213.
- Ders.: Ikonisch. S. 213. In: Ders.: Reclams Sachlexikon der Kunst. Stuttgart 2007. S. 213.
- Wils, Jean-Pierre: Das Bild Gottes in der Moderne. Eine fundamental-ästhetische Studie. In: Leuschner, Eckhard/Hesslinger, Mark R. (Hg.): Das Bild Gottes in Judentum, Christentum und Islam. Petersberg 2009. S. 236-258.
- Wilson, Julia A.: Star Testing. The Emerging Politics of Celebrity Gossip. In: The Velvet Light Trap. Nr. 65. Austin 2010. S. 25-38.
- Winter, Rainer: Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. München 1992
- Zibawi, Mahmoud: Die Ikone. Bedeutung und Geschichte. Solothurn/Düsseldorf 1994.
- Zöllner, Abini: Waschen, schneiden, leben: »Die Friseurin« erzählt eine Geschichte der Selbstbehauptung. In: Berliner Zeitung. [18.02.2010]. URL: <https://www.berliner-zeitung.de/waschen-schneiden-leben--die-friseurin-erzaehlt-eine-geschichte-der-selbstbehauptung-kopf-hoch-15175524> (Letzter Zugriff: 07.04.2019).
- Zöllner, Frank: Leonardos Mona Lisa. Vom Porträt zur Ikone der freien Welt. Berlin 2006.

Kunst- und Bildwissenschaft



Elisa Ganivet

Border Wall Aesthetics
Artworks in Border Spaces

2019, 250 p., hardcover, ill.

79,99 € (DE), 978-3-8376-4777-8

E-Book:

PDF: 79,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4777-2



Ivana Pilic, Anne Wiederhold-Daryanavard (Hg.)

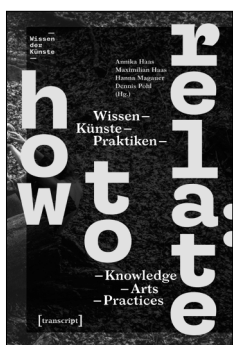
Kunstpraxis in der Migrationsgesellschaft
Transkulturelle Handlungsstrategien
der Brunnenpassage Wien

März 2021, 244 S., kart.

29,00 € (DE), 978-3-8376-5546-9

E-Book:

PDF: 25,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5546-3



Annika Haas, Maximilian Haas,
Hanna Magauer, Dennis Pohl (Hg.)

How to Relate

Wissen, Künste, Praktiken / Knowledge, Arts, Practices

September 2021, 290 S., kart.,

Dispensionsbindung, 67 Farbabbildungen, 5 SW-Abbildungen

35,00 € (DE), 978-3-8376-5765-4

E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation

PDF: ISBN 978-3-8394-5765-8

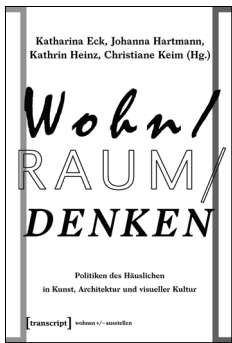
**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Kunst- und Bildwissenschaft



Heike Kanter, Michael Brandmayr, Nadja Köffler (Hg.)
Bilder, soziale Medien und das Politische
Transdisziplinäre Perspektiven
auf visuelle Diskursprozesse

Juli 2021, 304 S., kart.,
Dispersionsbindung, 52 SW-Abbildungen, 1 Farbabbildung
30,00 € (DE), 978-3-8376-5040-2
E-Book:
PDF: 29,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5040-6



Katharina Eck, Johanna Hartmann,
Kathrin Heinz, Christiane Keim (Hg.)
Wohn/Raum/Denken
Politiken des Häuslichen in Kunst, Architektur
und visueller Kultur

April 2021, 376 S., kart.,
Dispersionsbindung, 90 SW-Abbildungen
35,00 € (DE), 978-3-8376-4517-0
E-Book:
PDF: 34,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4517-4



Thomas Gartmann, Christian Pauli (Hg.)
Arts in Context – Kunst, Forschung, Gesellschaft

2020, 232 S., kart.
39,00 € (DE), 978-3-8376-5322-9
E-Book: kostenlos erhältlich als Open-Access-Publikation
PDF: ISBN 978-3-8394-5322-3

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**