

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 Ikons 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 Wetzel, Christoph: Ikonisch, S. 213. In: Ders.: Reclams Sachlexikon der Kunst. Stuttgart 2007, S. 213.

3 Wetzel, 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 eingestufteten 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/Bredekamp, 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 hingeordnet 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/Bredekamp (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, spielte 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 Schwindt, 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 Institutionalisierung

Dem Prozess der Institutionalisierung 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 Sassoon 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 eindrückliche Weise wieder die jeweils zeitspezifischen Vorstellungen und Meinungen als Spiegel der eigenen gesellschaftlichen Auffassungen zum Vorschein. Für die Romantiker/-innen kulminierten 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. Sassoon 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 Ed- die 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 Gebrauchsweisen 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 jahrhundertealten, 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.

