

Das kleine Einmaleins der Kunstgeschichte und sein Nutzen für die Interpretation politisch konnotierter Collagen

Julia Schaaake



Abbildung 1: »Untitled (Sunset)« (Richard Prince)

Das Essay stellt die Grundlagen der kunsthistorischen Bildanalyse am Beispiel politisch konnotierter Collagen vor. In Auseinandersetzung mit »Untitled (Sunset)«, einer Fotocollage des US-amerikanischen Künstlers Richard Prince, werden zentrale kunsthistorische Werkzeuge angewandt, um die politischen Bedeutungsebenen der Collage zu interpretieren. Es erfolgen eine Bildbeschreibung und der Einbezug des aktuellen Forschungsstandes sowie die Einordnung des Werkes in seinen historischen Kontext und die Visuelle Kultur der Zeit. In einem Folgeschritt wird der Nutzen der vorgestellten Methode am Beispiel eines Wahlplakats der AfD zur Europawahl 2019 auch im Kontext profaner (also nicht-künstlerischer) Collagen erprobt.

Wenige Bilder erschließen sich auf den ersten Blick. Dies gilt besonders für jene, die ihrem ursprünglichen Kontext entrissen und in eine fremde Umgebung übertragen werden – und infolgedessen verschiedene, gar widersprüchliche Bedeutungsebenen aufweisen. Collagen können als ein Bildtypus begriffen werden, der paradigmatisch für diese Vieldeutigkeit ist. Sie bezeichnen Bilder, die aus verschiedenen, unzusammenhängenden Elementen zu einem neuen Ganzen zusammengefügt werden und begegnen uns in der Kunst und im Alltag gleichermaßen.¹ Um die Wirkweisen von Collagen und ihre politische Zündkraft zu durchdringen, bietet die Kunstgeschichte eine Vielfalt methodischer Ansätze, die auf derselben analytischen Grundlage beruhen.² *Doch wie genau sieht dieses kleine Einmaleins der Kunstgeschichte aus, wie lässt es sich operationalisieren?* Das folgende Essay rekapituliert die Grundlagen der kunsthistorischen Analyse – die formale Bildbeschreibung, die Skizzierung des aktuellen Forschungsstandes zum Sujet sowie die Einordnung in einen historischen Kontext und in die Visuelle Kultur. Dieses Vorgehen wird zunächst am Beispiel einer Fotocollage des US-amerikanischen Künstlers Richard Prince illustriert (Abbildung 1). In Auseinandersetzung mit einem Wahlplakat der Alternative für Deutschland (AfD) zur Europawahl 2019 (Abbildung 2) wird die kunsthistorische Methode anschließend auch im Kontext profaner (nicht-künstlerischer) Collagen erprobt. Es wird sich zeigen, dass sich die politische Bedeutung beider Bilder, trotz ihrer formalen Unterschiede, durch die aus der Kunstgeschichte entlehnte Herangehensweise näher ergründen lässt.

Richard Prince: »Untitled (Sunset)«

Am Anfang kunsthistorischer Analysen steht zumeist die Werkbeschreibung. Alles beginnt mit dem Auge, oder wie es John Berger ausdrückt: »Seeing comes before words.«³ Was sehen wir also, wenn wir uns Richard Princes »Untitled (Sunset)« (Abbildung 1) zuwenden?

In einem Format von 76,2 cm mal 114,3 cm zeichnen sich vor einem gleißend orange-gelben Hintergrund die Silhouetten einer fünfköpfigen Figurengruppe ab.

-
- 1 Erstmalig findet der Begriff der Collage in der Bildenden Kunst Verwendung durch den Begründer des Surrealismus, André Breton. Das Wort Collage bezeichnet ein zweidimensionales Werk, das aus verschiedenen Einzelteilen neu zusammengefügt wird. Vgl. Roland Bühs, *Kunstlexikon* (Selbstverlag, o.A.), S. 6, <https://www.buehs.com/Publicationen/lexikon.pdf> [zuletzt aufgerufen: 29.03.22].
 - 2 Für einen ersten Überblick über die wichtigsten Methoden einer kunsthistorischen Bildanalyse vgl. »Crashkurs: Methoden der Kunstgeschichte« auf der Website <https://kunstgeschichte.info/studium/wissenschaftliches-arbeiten/methoden-der-kunstgeschichte/> [zuletzt aufgerufen: 04.03.22].
 - 3 John Berger, *Ways of Seeing* (New York: Penguin Random House, 1990), S. 7.

Sie setzt sich aus Schwarz-Weiß-Fotografien zusammen und steht im starken Kontrast zu dem Hintergrund; zudem weist die Gruppe eine immense Körnigkeit auf. Scherenschnitten gleich sind einzig die Figurenumrisse zu erkennen, die Mimik der fotografierten Personen bleibt im Dunklen. Zwei Kinder stehen Rücken an Rücken im unteren Bildzentrum. Ihre Körper sind aufgrund des Bildausschnittes nur bis zu den Schultern zu sehen. Wie der Ausschnitt einer bewegten, lichtdurchfluteten Oberfläche am linken unteren Bildrand verrät, scheinen sie sich im Wasser zu befinden – womöglich das Meer? Flankiert werden sie von zwei Erwachsenen. Das Gesicht der weiblich* gelesenen Figur ist nach unten zu dem ihr am nächsten stehenden Kind gewandt und im Dreiviertelprofil abgebildet. Sie befindet sich am linken Bildrand und hebt ihren linken Arm an den Kopf, als würde sie die Sonne abschirmen wollen, während das Kind an ihrer Seite ihre Pose mit angewinkeltem Arm imitiert. Der Körper der weiblich* gelesenen Person ist auf Höhe der Brust abgeschnitten. Die glühenden Farben des Hintergrundes treten an dieser Stelle besonders deutlich hervor, auf Höhe der Körpermitte der Figur wird ein großer Ball ersichtlich, dessen Konturen mit dem nach unten sich fortsetzenden Körper zu verschwimmen scheinen. Ein männlich* gelesener Erwachsener befindet sich am rechten Bildrand. In seinem rechten Arm trägt er ein noch kleineres Kind, das nach links in Richtung der weiblichen* Figur blickt. Diese verpasst jedoch die Gelegenheit, den Blick des Kindes zu erwidern. Das Kind links von der männlich* gelesenen Figur blickt im Profil zu ihm auf. Sein Blick scheint den des Erwachsenen zu suchen, doch dieser richtet sein Gesicht frontal auf die Kamera.

Wenngleich das beschriebene Blickschema bereits erste Irritationen hervorruft, kann das Bildsujet zunächst als Familienbildnis, womöglich sogar eine Art Schnappschuss aus dem Familienurlaub interpretiert werden. Für diese Deutung könnte mit dem Vertrauen und der Aufmerksamkeit argumentiert werden, die den Erwachsenen vonseiten der Kinder zuteilwird. Ebenso deutet der Umstand, dass die männlich* gelesene Figur eines der Kinder auf dem Arm trägt, darauf hin, dass die Figurengruppe in einer Art Verwandtschaftsverhältnis zueinandersteht. Trotzdem hinterlässt die erste genaue Betrachtung des Werkes bei mir ein Gefühl der Beunruhigung, das – wie sich später zeigen wird – in engem Zusammenhang zum politischen Inhalt des Bildes steht und durch die kaum erkennbaren Gesichter der Figuren visuell bekräftigt wird. Um zu erfahren, welche Bedeutungen sich im Werk verbergen, ist es Zeit, mit der kunsthistorischen Recherche zu beginnen. Diese setzt mithilfe digitaler und analoger Suchportale zunächst beim aktuellen Forschungsstand an.⁴

4 Besonders hilfreich für die kunsthistorische Recherche sind die online einsehbaren Suchportale der Universitäts- und Fachbibliotheken, die auch Online-Datenbanken wie *J-Store* umfassen. Daneben bieten die digitalen Datenbanken von kunsthistorischen Instituten (beispiels-

Was kann der Forschungsstand also über die Herkunft der visuellen Elemente verraten? Unter den Suchbegriffen »Richard Prince« und »Untitled (Sunset)« führt der Bibliothekskatalog der Goethe-Universität Frankfurt am Main zunächst zu Hal Foster, der als einer der wenigen Kunsthistoriker über dieses spezifische Werk geschrieben hat. Von ihm erfährt man, dass die fotografische Werkserie von Richard Prince als »Rephotograph« bezeichnet wird.⁵ Mindestens zehn solcher Bilder fertigte der Künstler 1981 in New York unter dem Titel »Untitled (Sunset)« an, indem er zunächst amerikanische Zeitschriften nach Ferienwerbung durchsuchte. Entdeckte er darin die lebensfrohen Fotografien von Familien, spielenden Kindern oder eng umschlungenen Liebespaaren, appropriierte er diese, indem er sie, von der restlichen Werbeanzeige isoliert, in einem leuchtenden Hintergrund aus roten, gelben und orangenen Farben neu arrangierte, um so ein anderes Bild zu kreieren. Dieses neu arrangierte Bild wurde dann abschließend erneut fotografiert, Prince erschuf eine Fotocollage.⁶

Foster führt die an der Collage entstehende verstörende Rezeptionsästhetik am Beispiel eines anderen »Rephotographs« aus derselben Werkreihe mithilfe der lacanianischen Psychoanalyse auf eine Offenlegung des *Realen* in der Werbung zurück.⁷ Das dort abgebildete eng umschlungene Liebespaar wirke geradezu obszön, wodurch das visuelle Lustprinzip der Werbung schonungslos offengelegt werde.⁸ Seine Interpretation erscheint für unser Beispiel aus der Werkreihe wenig passend – anders als das Liebespaar entspricht unser Motiv zunächst einem verhältnismäßig angepassten Familienbild –, dennoch liefert Foster mit dem Hinweis auf die künstlerische Praxis Princes einen wichtigen Anhaltspunkt für die weitere Recherche bezüglich des historischen Kontextes und der Visuellen Kultur, in die sich die Collagen einordnen lassen.

Denn um mehr über den ursprünglichen Kontext der Figuren und ihre ästhetische Wirkweise zu erfahren, ist es unerlässlich, die historischen Umstände zur Entstehungszeit der Bilder – in diesem Fall also die amerikanische Bürgerrechtsbewegung der 1960er und 1970er Jahre, der Vietnamkrieg und der Kalte Krieg – in den Blick zu nehmen. Hilfreich ist es zudem, diesen geschichtlichen Kontext basierend auf den Erkenntnissen der existierenden Forschung zum Künstler und zum Werk näher einzugrenzen. So kann das Recherchefeld durch das Wissen über die künstlerische Praxis Princes weiter spezifiziert werden: Was lässt sich etwa über die amerikanische Werbekultur zu Beginn der 1980er Jahre in Erfahrung bringen?

weise Kubikat) und Fachmagazinen wie etwa dem *Kunstforum* einen geeigneten Einstieg in die Recherche.

5 Vgl. Hal Foster, *The Return of the Real* (Cambridge (MA): MIT Press, 1996), S. 146.

6 Vgl. ebd.

7 Vgl. ebd., S. 132–140.

8 Vgl. ebd.

Mithilfe des bereits erwähnten Bibliotheksportals lässt sich Folgendes feststellen: Während die Kinder und Erwachsenen in »Untitled (Sunset)« durch den fremden Hintergrund zunächst in kein eindeutiges Narrativ eingebunden werden können, repräsentieren sie, ihrer ursprünglichen Funktion entsprechend, viele der für die amerikanische Gesellschaft dieser Zeit prägenden Werte, die ihr Abbild auch in der Werbung fanden. So entwickelte sich Mandy Günther zufolge seit Ende der 1970er Jahre der sogenannte Erlebniskonsum in der amerikanischen Werbung, der das Hier und Jetzt betonte und eine neue Genuss- und Freizeitmentalität etablierte.⁹ Damit sei auch ein Wandel des Wertesystems zugunsten einer stärkeren Betonung von Spaß und Selbstverwirklichung einhergegangen. Die in amerikanischen Magazinen zusehends stärker beworbenen Werte reichten von Freiheit, Gleichheit, Leistung, Erfolg, Aktivität, Arbeit und Materialismus bis Fortschritt, Optimismus, Individualismus, Patriotismus und Humanismus. Auch Selbstverwirklichung und Hedonismus hätten in den letzten Jahrzehnten eine enorme Aufwertung erfahren, mit der eine Betonung des Erlebnischarakters innerhalb diverser Freizeitangebote einhergegangen sei. Dieses Phänomen des Wertewandels sei speziell durch Werbung begünstigt worden, die verstärkt Freizeitmotive in ihren Kampagnen aufgegriffen habe.¹⁰ Trotz der Entkopplung der bei Prince abgebildeten Figuren vom Werbekontext, lassen sich Werte dieser Art – Genuss, Freiheit und Freizeit sowie Vitalität, Spaß, Zukunft und Gemeinschaft – in der Collage wiederfinden. Mit dem im Titel enthaltenen Verweis auf den Sonnenuntergang wird im Einklang mit dem Hintergrund ein Bezugspunkt gegeben, der es ermöglicht, die Figuren assoziativ in ihrem ursprünglich positiv besetzten Freizeitkontext zu verorten und den Strand als möglichen Schauplatz der Szene zu ergänzen.

Die Figurengruppe scheint jedoch von einer seltsamen Distanz und Austauschbarkeit geprägt zu sein, die durch ihre farbliche Einheitlichkeit sowie durch das auffällige Vermeiden von Blickkontakten hervorgerufen wird. Jene Distanz ist umso paradoxer, da ein sehr naher Bildausschnitt gewählt wurde. Vor dem feurigen, gewissermaßen infernalischen Bildhintergrund und im Zusammenspiel mit der Körnigkeit der Fotografien scheinen die Körper eine Art Brutalität bei gleichzeitiger Vitalität auszustrahlen. Auch wirkt die Figur oben links in ihren Proportionen verzerrt – das einstmalige Abbild der Realität wird entfremdet und seinem ursprünglichen Kontext entrissen präsentiert. In der Folge treten die in der Werbung inszenierten Werte zwar potenziert, gewissermaßen in ihrer Essenz, hervor, doch kann die bedrohliche Bildwirkung noch immer nicht umfassend gedeutet werden. Wie also weiter vorgehen?

9 Vgl. Mandy Günther, *Konsumgesellschaft, Freizeitverhalten und Werbung: Ein deutsch-amerikanischer Vergleich* (Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2007), S. 68.

10 Vgl. ebd.

Einen weiteren Ansatzpunkt bietet die Visuelle Kultur. Vergegenwärtigt man sich den Entstehungsort und lokalen historischen Kontext der Werkreihe im Zusammenspiel mit der Visuellen Kultur ihrer Zeit, so rufen Titel und Hintergrund Assoziationen zu Francis Ford Coppolas Kinoerfolg »Apocalypse Now« hervor. Ein Film, der 1979 erstmals in den amerikanischen Kinos lief und den Schrecken und Wahnsinn des Vietnamkrieges auf verstörende Weise darstellte. Die rote, gelbe, orangene Farbigkeit der Reihe »Untitled (Sunset)« lässt sich mit dem markanten Sonnenuntergang auf dem Filmplakat in Verbindung bringen, wobei der Titel der Werkreihe die Assoziation weiter bekräftigt. Diese popkulturelle Referenz scheint umso naheliegender, wirft man einen Blick auf die Rezeptionsgeschichte des Films: Während die amerikanische Presse zunächst wenig Begeisterung für den Film aufbrachte, waren die Besucher*innenzahlen in urbanen Gegenden, allen voran in New York, von überragendem Ausmaß – also in eben jener Stadt, in der »Untitled (Sunset)« entstanden ist.¹¹ In Anbetracht dieser Assoziation kippt die Bildwirkung und erweitert das Feld der möglichen Bedeutungen durch den Bezug zum Vietnamkrieg hin zu einer wesentlich politischeren Konnotation.

Der Anteil schwarzer Flächen im Bild sowie die körnigen, sich scheinbar auflösenden Körper der Figuren wecken Erinnerungen an von Druckerschwärze verschmierte Pressefotografien. Wie haben lokale Tageszeitungen zum Entstehungszeitpunkt von »Untitled (Sunset)« über die Geschehnisse in Vietnam berichtet? Die Internetrecherche führt in das digital einsehbare Archiv der *New York Times* und tatsächlich wird der Bezug zum Vietnamkrieg mit Blick auf die visuelle Berichterstattung von 1971–1981 noch evidenter: Über ein gesamtes Jahrzehnt hinweg lässt sich in der Zeitung eine wiederkehrende Auseinandersetzung mit dem Vietnamkrieg beobachten. Vertiefende Recherchen führen zu einem wissenschaftlichen Artikel von Stephan Schwingeler und Dorothee Weber, in welchem die drastischen und gewaltvoll aufgeladenen Kriegsfotografien des Vietnamkrieges als verstörende Ikonen beschrieben werden, die von Medien und Antikriegsbewegungen gleichermaßen nachträglich inszeniert und instrumentalisiert wurden.¹² Die Figuren in »Untitled (Sunset)« weisen Ähnlichkeiten mit den Figuren auf Kriegsfotografien aus dem Vietnamkrieg auf – beispielsweise die Fotografie »Hinrichtung in Saigon« des Fotografen Eddie Adams aus dem Jahr 1968 oder die Fotografien von Nick Uts.

11 Zwei Jahre nach der Premiere des Films und damit ebenfalls im Entstehungsjahr der Werkreihe war zudem der Höhepunkt der UA-gesponserten Marketingkampagne, die »Apocalypse Now« zu acht Academy-Award-Nominierungen sowie einem Oscar für »Best Cinematography« und für »Best Sound« verhalf. Vgl. Peter Cowie, *The Apocalypse Now Book* (Boston: Da Capo Press, 2001), S. 124f.

12 Vgl. Stephan Schwingeler und Dorothee Weber, »Das wahre Gesicht des Krieges: Die Hinrichtung in Saigon von Eddie Adams. Das Entstehen einer Ikone vor dem Hintergrund ihrer Publikationsgeschichte in den Printmedien«, In *kritische berichte* 33, Nr. 1 (2005): S. 36.

Betrachtet man die Abbildung von Eddie Adams' Fotografie in einer Tagesausgabe der *New York Times* aus dem Jahr 1968 oder Nick Uts »Accidental Napalm (II)« in einer anderen Tageszeitung, so lassen sich vielfältige Parallelen zu »Untitled (Sunset)« feststellen. Beispiele sind die Verfremdung und Verzerrung der Körper, der starke Schwarz-Weiß-Kontrast, die diffuse Unschärfe der Silhouetten und die daraus resultierende Auflösung der Konturen. Nach diesem vergleichenden Blick wird klar, dass Hintergrund und Figuren in »Untitled (Sunset)« emotional aufgeladen werden und einen bildhaften Kommentar zur explosiven Zerstörungskraft des Vietnamkrieges implizieren – darauf deutet sowohl der popkulturelle Bezug zu »Apocalypse Now« als auch die Referenz zu den Kriegsfotografien, die in den Printmedien zur Entstehungszeit der Werkreihe, ebenso omnipräsent waren, wie die verwendeten Werbefotografien.¹³

Vergegenwärtigt man sich den historischen Kontext derweil auch im Hinblick auf den Kalten Krieg als kontinuierliche Androhung atomarer Gewalt und völliger Vernichtung, lässt sich die künstlerische Arbeit als Verarbeitung ebendieser latenten Androhung von Zerstörung begreifen, die im Amerika der frühen 1980er Jahre in Rückbesinnung auf den Vietnamkrieg und angesichts der Aktualität des Kalten Krieges in den Printmedien und in der populären visuellen Kultur vorherrschend war. In *Princes Collage* werden die in den verwendeten Werbebildern ursprünglich positiv angelegten Werte zwar potenziert, doch durch die unterschwelligen politischen Implikationen gleichzeitig konterkariert, wodurch eine latent bedrohliche Bildwirkung entsteht. Dass diese auf die Zeitgenoss*innen zum Entstehungszeitpunkt der Werkserie noch weit eindringlicher als heute gewirkt habe, darauf deutet zuletzt eine Aussage des Künstlers selbst hin. So beschreibt Prince die erste Ausstellung von »Untitled (Sunset)« als ein unerwartetes Desaster: »People tell me now that they liked the Sunsets. Well. I know that when I did them, it was a catastrophe. I had to go through another type of rejection.«¹⁴

Die methodische Entschlüsselung dieser Bedeutungsebenen in der analysierten Collage und ihre zeitgeschichtliche und popkulturelle kontextuelle Einordnung können über die Anwendung kunsthistorischer Grundlagenwerkzeuge durchgeführt werden. Wie aber verhält es sich mit Collagen, die zwar Elemente künstlerischen Ursprungs enthalten, jedoch dem politischen Alltag entspringen? Eignen sich die methodischen Grundlagen der Kunstgeschichte auch, um Aufschluss über die Bedeutung von Wahlplakaten zu erhalten?

Das Wahlplakat der AfD Berlin zur Europawahl 2019

Als Untersuchungsgegenstand für diese Fragestellung dient eines der wohl kontroversesten deutschen Wahlplakate der jüngsten Vergangenheit: Das Plakat zur Europawahl 2019 der AfD Berlin (Abbildung 2). Zunächst wird es, den Schritten



Abbildung 2: »Europawahlplakat, AfD Berlin 2019«

der kunsthistorischen Bildanalyse folgend, beschrieben: Schon der erste Blick auf das Wahlplakat verrät, dass die naturalistisch gestaltete Szene, die sich hinter einem türkisen Banner mit dem Logo der Partei auftut, ein klares Feindbild vermitteln soll. Die Darstellung ist eine historische Malerei. Drei männlich* gelesene Figuren stehen im Bildzentrum und begutachten den nackten, *weißen* Körper einer weiblich* gelesenen Person. Der Hintergrund verortet sie in einer Art Markthalle, die von weiteren vermeintlichen Männern* und streunenden Hunden bevölkert ist. Die weibliche* Figur, die als passiv und nicht-handelnd dargestellt wird, ist einzig mit einer Goldkette bekleidet und befindet sich in der Mitte der Figurengruppe. Aufgrund des dargestellten Machtgefälles zwischen den Männern* und ihr kann sie als Sklavin gelesen werden. Zu ihrer Linken stehen zwei männlich* gelesene Figuren im Profil und observieren sie mit ernster Miene. Die Figur direkt neben ihr umfasst ihren Kopf mit der linken Hand, während sie mit der rechten Hand in

13 Vgl. ebd., S. 48f.

14 Marvin Heiferman und Richard Prince, »Richard Prince«, In *BOMB*, Nr. 24 (1988), S. 36.

ihren Mund greift, um scheinbar die Zähne zu prüfen. Die Person auf ihrer rechten Seite beobachtet das Geschehen, in ihren Händen ein weißes Kleidungsstück, das wohl zuvor der nackten Person ausgezogen wurde. Die aufwendige Kleidung der männlich* gelesenen Figuren – Kaftane und Turbane in satten roten, grünen, gelben und weißen Tönen – lässt die Vermutung zu, die Szene sei im arabischen Raum zu lokalisieren. Über den Köpfen der abgebildeten Figuren prangt in großen weißen Lettern der Schriftzug: »Damit aus Europa kein ›Eurabien‹ wird!«.

Als zweiter Schritt nach der formalen Bildbeschreibung folgt hier erneut das Heranziehen von (wissenschaftlichen) Diskursen zum Bild – ein genaueres Verständnis des Forschungsstands. Wenngleich das Suchportal der Goethe-Universität Frankfurt im Fall des AfD-Wahlplakates keine näheren Informationen preisgibt, führt die Internetrecherche zu einem Artikel des Kunstmagazins *Monopol*, der Aufschluss über die Herkunft des darauf verwendeten Bildmaterials verspricht. Der Artikel verdeutlicht, dass sich die AfD bei ihrem Wahlplakat aus einer altbewährten Trickkiste bedient.¹⁵ Das Bild entstamme eben jener Kunstströmung, die spätestens seit Edward Saids *Orientalism*¹⁶ synonym für eine Kunst stehe, die der europäischen Gesellschaft dazu diene, ein exotifiziertes und kolonialistisch geprägtes Bild des Orients zu etablieren: die Rede ist vom Orientalismus. »Der Sklavenmarkt«, das auf dem Wahlplakat der AfD zitierte Gemälde, stammt vom französischen Künstler Jean-Léon Gérôme, dessen hyperrealistische Ölgemälde sexualisierter und exotifizierter »Orientsszenen« zu den Ikonen besagten Genres zählen.¹⁷ Die Idee hinter der Entscheidung, eben jenes Gemälde für die Wahlkampagne zu verwenden, scheint auf der Hand zu liegen: Die AfD ruft in populistischer Manier rassistische Stereotype auf und »warnt« vor einem vermeintlichen Sittenverfall und gewaltvollen Übergriffen auf Frauen*, die ihrer Ansicht nach über Europa hereinbrechen würden, sollte der Migration nach Deutschland kein Einhalt geboten werden. Über entsprechende Parolen werden dem Bild auf dem Plakat Bedeutungen zugeschrieben, die in der Folge mit Blick auf die ursprüngliche Rezeption des Gemäldes überprüft werden müssen. Dazu soll der historische Kontext über einen Abriss der sehr umfangreichen kunsthistorischen Forschung zum »Sklavenmarkt« näher ausgeführt werden.

15 Vgl. Saskia Trebing, »Kunst als Wahlwerbung: Warum die AfD ihr eigenes Plakat nicht verstanden hat«, in *Monopol*, 25.04.2019, <https://www.monopol-magazin.de/warum-die-afd-ihr-eigenes-plakat-nicht-verstanden-hat> [zuletzt aufgerufen: 04.03.22].

16 Der Literaturtheoretiker Edward Said veröffentlichte 1978 unter dem Titel *Orientalism* eine Kritik an der gravierenden Orientfeindlichkeit und -exotifizierung, die in den »westlichen« Wissenschaften und Kulturgütern – insbesondere der Literatur – propagiert werde. Vgl. Edward Said, *Orientalismus* (Frankfurt a. M.: Ullstein, 1981).

17 Vgl. Trebing, »Kunst als Wahlwerbung«.

Von dieser erfahren wir, dass »Der Sklavenmarkt« 1866 von Gérôme gemalt und noch im selben Jahr an den Kunsthändler Adolphe Goupil verkauft wurde.¹⁸ Erstmals ausgestellt wurde es ein Jahr später im Salon, wobei das Werk schon zum Zeitpunkt seiner Entstehung politisch instrumentalisiert und als Beweis für die vorgebliche Lasterhaftigkeit arabischer Gesellschaften angeführt wurde.¹⁹ Der hyperrealistische Stil des Bildes suggeriert heute wie damals eine scheinbare Objektivität, die es ermöglichte, die männliche* Macht über den nackten, sexualisierten und exotisierten Körper der Frau* in den Salons des 19. Jahrhunderts unhinterfragt auszustellen. Denn anstatt das Werk aufgrund der expliziten Darstellungen abzulehnen, wurde es Linda Nochlin zufolge in diesen kunstaffinen Gesellschaften als quasi ethnographisches Zeugnis legitimiert.²⁰

Der von der kunstgeschichtlichen Forschung näher ausgeführte historische Kontext offenbart zudem, dass die Rezeption und Bedeutung von Gérômes »Sklavenmarkt« im Laufe der Zeit einen eklatanten Wandel erfuhr. Wie Nochlin in »The Imaginary Orient« 1983 verdeutlichte, vermag das Gemälde in Wahrheit weit mehr über den gewaltvollen und rassistischen Imperialismus Europas auszusagen als über den vermeintlichen Sittenverfall des Orients.²¹ So verfolgte die französische Regierung unter Napoleon III. im Entstehungsjahr des Gemäldes das Ziel, die ottomanische Regierung in Konstantinopel zu reformieren und zu modernisieren. Die Kunstströmung des Orientalismus habe die damit verknüpfte Erzählung über einen vermeintlichen historischen Stillstand, mangelnden Fortschritt und moralischen Verfall des Orients aufgegriffen und so die imperialistischen Bestrebungen des Staats legitimiert.²² Ein Beispiel für diese ideologische Unterfütterung von Kunst sei auch die Architektur, die in orientalistischen Gemälden stets an die Antike angelehnt sei und ihr Zustand als ungepflegt und häufig baufällig dargestellt werde. Bei diesem gängigen Topos handele es sich um eine *architecture moralisée*.²³ Es werde eine rückwärtsgewandte, verfallene Architektur inszeniert, welche die sie belebende Gesellschaft faul und fortschrittsfeindlich erscheinen ließe. Die tatsächlich zur damaligen Zeit vorherrschenden infrastrukturellen Gegebenheiten suche man in den Gemälden vergeblich.²⁴ Blicken wir mit diesem Hintergrundwissen auf den »Sklavenmarkt«, drängt sich eine gewandelte Lesart auf: Die Architektur – eine von Spitzbögen gestützte, schmutzige Halle, deren Dachziegel nur noch in Teilen erhalten sind – erscheint mehr als ideologisches Werkzeug denn als

18 Vgl. Sarah Lees, *Nineteenth-Century European Paintings at the Sterling and Francine Clark Art Institute* (New Haven: Yale University Press, 2013), S. 359.

19 Vgl. Linda Nochlin, »The Imaginary Orient«, In *Art in America* (Mai 1983), S. 125.

20 Vgl. ebd.

21 Vgl. ebd.

22 Vgl. ebd., S. 123.

23 Vgl. ebd.

24 Vgl. ebd.

realistisches Abbild. Eine weitere Bedeutungsverschiebung wird ersichtlich, wenn wir uns der Glaubhaftigkeit des Bildsujets selbst zuwenden. Denn wenngleich der Künstler in den Jahren 1856 und 1862 zwei Reisen nach Ägypten und daran angrenzende Länder machte, ist es dem aktuellen Forschungsstand zufolge wenig glaubhaft, dass er die Szene wirklich so vorgefunden hat.²⁵ Tatsächlich existieren noch immer keine verlässlichen Dokumente, welche die Existenz der im Orientalismus so häufig dargestellten Sklavenmärkte bestätigen.²⁶ Als gesichert gilt hingegen, dass Gérôme mit seinen Gemälden Kompositionen entwarf, für die er Fragmente aus verschiedenen Quellen (beispielsweise Erzählungen, auf den eigenen Reisen entstandene Skizzen oder Studiomodelle) frei miteinander verwob. So wird es als wahrscheinlich angesehen, dass Gérard de Nervals Bericht aus dem Jahr 1851 in seiner teils fiktiven »Voyage en Orient« als geistige Vorlage für den »Sklavenmarkt« fungiert habe. Zudem verweist der heutige Ausstellungsort des »Sklavenmarkts« – das *Clark Art Institute* in Massachusetts – auf Edward Strahan, der schon 1881 eine signifikante Ähnlichkeit zwischen der nackten Person aus dem »Sklavenmarkt« und jener Frau* erkannt habe, die in Gérômes »Kleopatra und Caesar« – ebenfalls aus dem Jahr 1866 – die Rolle der Königin einnahm.²⁷ Von einem hohen Wahrheitsgehalt kann in dem Gemälde folglich keine Rede sein. Der Künstler agierte nicht, wie der malerische Naturalismus suggeriert, als ein »objektiver« Dokumentarist, sondern entpuppt sich aus heutiger Sicht zunehmend als ideologisch vereinnahmter Bedeutungsproduzent.

So kreisen Gérômes Bilder um zwei ideologische Kernaussagen: die erste deklariert eine vorgebliche Überlegenheit ›moderner‹, ›westlicher‹ Gesellschaften über rassifizierte, exotisierte Gesellschaften und normalisiert darauf beruhende rassistische Strukturen. Die zweite postuliert die Macht des Mannes* über den weiblichen* Körper.²⁸ Beide Ideologien verschränken sich im »Sklavenmarkt«. Denn durch den Fokus auf eine imaginierte arabische Gesellschaft und die auffällige Abwesenheit der weißen Kolonialist*innen im Bild finde, so Nochlin, ein ›Othering‹ statt, das darauf abziele, ›westliche‹ Betrachter*innen zu moralisierenden Voyeur*innen zu stilisieren. Einerseits werde vorgegeben, das präsentierte Gesellschaftsbild ideologisch abzulehnen,²⁹ andererseits ermögliche Gérômes Perspektive auf den »Sklavenmarkt« dem weißen, männlichen* Betrachter, sich mit der Machtposition der abgebildeten Männer* zu identifizieren und die Frau* ebenfalls genau zu observieren und zu objektifizieren.³⁰ Der moralisch ›erhabene‹ Voyeurismus ebenso wie

25 Vgl. Lees, *Nineteenth-Century European Paintings*, S. 359.

26 Vgl. ebd.

27 Vgl. ebd.

28 Vgl. Nochlin, »The Imaginary Orient«, S. 125.

29 Vgl. ebd.

30 Vgl. ebd.

die Objektifizierung der Frau* sind wiederkehrende Motive in Gérômes Malerei. Davon zeugt auch das Gemälde »Sklavenmarkt in Rom« (1884), für das er dasselbe Sujet wählte. Wie Trebing im eingangs erwähnten Monopol-Artikel bereits hervorhebt, weist diese Darstellung jedoch einen signifikanten – höchst ironischen – Unterschied zum »Sklavenmarkt« von 1866 auf: Bei den Käufern* der nackten, *weißen Frau** handelt es sich ausnahmslos um *weiße, europäisch gelesene Männer**.³¹ Der ideologische Impetus bleibt jedoch erhalten, denn die historisierende Darstellung ermöglicht den Betrachtenden auch hier eine Form der moralischen Distanzierung, während die Macht über den weiblichen* Körper voyeuristisch ausgelebt wird.

Imaginierte Bildsujets wie Gérômes »Sklavenmarkt« dienten neben der ideologischen Propaganda demnach vor allem der Selbstbefriedigung: Sie schmeichelten dem imperialistischen Ego und stillten das voyeuristische Begehren des »westlichen« Patriarchats. Diese Bedeutungsebene des Gemäldes wird auf dem Europawahlplakat der AfD von 2019 zitiert, sie lässt sich aber über die Anwendung der Analysewerkzeuge des kleinen Einmaleins der Kunstgeschichte kontextualisieren und so kann auch die kommunikative Intention der Partei dekonstruiert werden. Denn mit dem Wissen um seinen (kunst-)historischen Kontext muss das Gemälde als ein grafisches Zeugnis der kolonialistischen Geschichte Europas interpretiert werden und steht, kommentiert mit rassistischen Wahlslogans der AfD, symbolisch für einen fortdauernden ideologischen *Orientalismus* im Sinne Edward Saids.³²

Die Methode des kleinen Einmaleins der Kunstgeschichte erlaubt die Entschlüsselung beziehungsweise Lesbarkeit mehrschichtiger Bedeutungsebenen in künstlerischen sowie profanen Collagen. Wie schon die Interpretation von Richard Princes »Untitled (Sunset)« unter Bezugnahme auf das kulturelle und politische Zeitgeschehen verdichtet werden konnte, bewegt sich auch die Analyse des Motivs des »Sklavenmarkts« in der Anwendung des kleinen Einmaleins der Kunstgeschichte von einer ersten Lesart des Gemäldes als effektives ideologisches Propagandamaterial fort. Mit dem entsprechenden Hintergrundwissen avanciert es zum Mahnmal, das eindringlich vor historischen sowie zeitgenössischen rassistischen und sexistischen Ideologien warnt. Von woher diese drohen? Nicht aus dem Nahen und Mittleren Osten, sondern aus dem rechts-konservativen Herzen Europas.

31 Vgl. Trebing, »Kunst als Wahlwerbung«.

32 Vgl. Said, *Orientalismus*.

Literatur

- Berger, John. *Ways of Seeing*. New York: Penguin Random House, 1990.
- Bühs, Roland. *Kunstlexikon*. Selbstverlag, o. A. <https://www.buehs.com/Publikationen/lexikon.pdf> [zuletzt aufgerufen: 04.03.2022].
- Cowie, Peter. *The Apocalypse Now Book*. Boston: Da Capo Press, 2001.
- Foster, Hal. *The Return of the Real*. Cambridge (MA): MIT Press, 1996.
- Günther, Mandy. *Konsumgesellschaft, Freizeitverhalten und Werbung: Ein deutsch-amerikanischer Vergleich*. Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2007.
- Heiferman, Marvin und Richard Prince. »Richard Prince.« *BOMB*, Nr. 24 (1988): S. 34-39.
- Kunstgeschichte.info. »Crashkurs: Methoden der Kunstgeschichte.« <https://kunstgeschichte.info/studium/wissenschaftliches-arbeiten/methoden-der-kunstgeschichte/> [zuletzt aufgerufen: 04.03.2022].
- Lees, Sarah (Hg. v.). *Nineteenth-Century European Paintings at the Sterling and Francine Clark Art Institute*. New Haven: Yale University Press, 2013.
- Nochlin, Linda. »The Imaginary Orient.« *Art in America*, Mai 1983, S. 119-191.
- Said, Edward. *Orientalismus*. Frankfurt a. M.: Ullstein, 1981, 3. Auflage.
- Schwingeler, Stephan und Dorothee Weber. »Das wahre Gesicht des Krieges: Die Hinrichtung in Saigon von Eddie Adams. Das Entstehen einer Ikone vor dem Hintergrund ihrer Publikationsgeschichte in den Printmedien.« *kritische berichte* 33, Nr. 1 (2005): S. 36-50.
- Trebing, Saskia. »Kunst als Wahlwerbung: Warum die AfD ihr eigenes Plakat nicht verstanden hat.« *Monopol*, 25.04.2019. <https://www.monopol-magazin.de/warum-die-afd-ihr-eigenes-plakat-nicht-verstanden-hat> [zuletzt aufgerufen: 04.03.2022].

Abbildungsverzeichnis

- Abbildung 1: »»Untitled (Sunset)« (Richard Prince).« Richard Prince, 1981, ektacolor print, 76.2 x 114.3 cm. https://www.artnet.com/artists/richard-prince/untitled-sunset-SZrYHFJRo_vccebsKWKk5Q2 [zuletzt aufgerufen: 04.03.2022].
- Abbildung 2: »Europawahlplakat, AfD Berlin 2019.« AfD Berlin. <https://www.bild.de/politik/inland/politik-inland/afd-berlin-kritik-wegen-sklavenmarkt-plakat-e-zur-europa-wahl-61687954.bild.html> [zuletzt aufgerufen: 04.03.2022].

