

Inhalt

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

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

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

