

Abb. 2: Eduardo Kobra: *Couple Kissing in Times Square on V-J Day*, 2012, New York, 25th Street at 10th Avenue, Foto: Scott Beale / Laughing Squid / Flickr

Hole Rößler, Wolfgang Brückle u. Thomas Rahn (Hg.)
Bildtaktiken
Opponierender Bildgebrauch vom Mittelalter bis zur Gegenwart
Imhof Verlag, 2026

Gunnar Schmidt

IKONE, META-IKONE, ANTI-IKONE IM ZEITALTER DER REMEDIALISIERUNG

Foto-Ikone

Wird einem Foto der Titel ‚Ikone' verliehen, so ist damit eine Würdigung verbunden. Ein Foto ragt aus der Menge des Gewohnten und Gewöhnlichen heraus, weil es ästhetisch eindringlicher, semantisch aussagekräftiger und – nicht selten – eine größere moralische Reichweite aufweist. Der Fotograf Adrian Sonderegger merkt in einem *Spiegel*-Interview an: „Das ‚Napalm-Mädchen' von Nick Út ist eine Bildikone des Vietnamkriegs, es war das World Press Photo des Jahres 1972, in unzähligen Büchern und Filmen wurde es gezeigt."[1] Dem ist hinzuzufügen, dass Út für seine Momentaufnahme zudem den Pulitzerpreis erhielt.

Sondereggers knappe Formulierung umfasst wichtige Aspekte der Ikonizität. Gleichzeitig wird fraglos vorausgesetzt, dass es überhaupt historische Momente mit schicksalhafter Eindringlichkeit gibt, die fotografisch erfassbar sind. Auch bleibt unberücksichtigt, von welchen politischen Interessen und ästhetischen Prinzipien sich die Jurys leiten lassen. Aber so wichtig diese Fragen sind, letztlich stellen die künstlerisch-ethische Wertschätzung und politische Parteinahme nur Aspekte im Prozess der Ikonenerzeugung dar. Entscheidend ist der Effekt der weitläufigen Distribution und Rezeption, der von einer Preisvergabe ausgeht. Erst die nachfolgenden Reproduktions-, Umarbeitungs- und Rezeptionsketten erzeugen die Bedeutsamkeits- und Wirkmächtigkeitsaura einer Fotografie. Die mediale Dissemination basiert auf einer selbstreferenziellen Mechanik; ihr liegt der Glaube an das Bild als Geschichtsvehikel zugrunde, der mit jedem Reproduktions- und Rezeptionsakt bestätigt und bestärkt wird. Repräsentation, Manipulation, Legitimation, Zelebration von Zeitgeschehen verdichten sich bis zur Ununterscheidbarkeit.[2]



Abb. 1: Seward Johnson: *Unconditional Surrender*, 2005, 7,6 Meter, Polystyrolschaum, Sarasota, Florida, Foto: Elisa.Rolle / Wikipedia Commons

Wilde Poetik

Der etablierte Begriff ‚Ikone' als Klassifikationskennung für herausragende Fotografien ist in pragmatischer Hinsicht durchaus problematisch. Er insinuiert Überbedeutsamkeit, wo ursprünglich redaktionell gerahmte Nutzungsfunktionen – zum Beispiel Information, Sensationsproduktion – einzelner Fotografien im Pressewesen vorherrschend waren. Mit der Herauslösung aus

dem Kontext können divergierende Interessen, Beeinflussungskräfte und Bildbedürfnisse an die Ikone geheftet werden. Daher führt der Begriff ein nicht ganz sittenreines Leben. Er findet in seriösen medienwissenschaftlichen Untersuchungen ebenso Verwendung, wie er als Buzzword auftritt, um Wichtigkeit zu behaupten, Aufmerksamkeit zu erregen und Prestige zu signalisieren – vornehmlich in den Feldern von Sensationspresse, Werbung oder Kunstbetrieb.[3] Bei Gerhard Paul ist dann auch zu Recht von einem inflationären Gebrauch des Begriffs ‚Ikone' im Sinne von ‚Medienikone' die Rede."[4] 2015 lieferte der Chefredakteur der *Rheinischen Post* mit seinem kurzen Artikel, der die Veröffentlichung eines inzwischen ikonischen Fotos von Nilüfer Demir legitimierte, ein Beispiel für eigeninteressierten Bildeinsatz. Die zu diesem Zeitpunkt weltweit distribuierte Fotografie des ertrunkenen dreijährigen Alan Kurdi, die den Leichnam wie ein Stück verlorenes Strandgut an der türkischen Mittelmeerküste liegend zeigt, erfährt im ersten Satz des Artikels eine Aufwertung: „Es ist das Bild zur größten humanitären Tragödie in Europa seit dem Zweiten Weltkrieg." Mit der Tragödie ist die durch den Bürgerkrieg in Syrien bedingte Flüchtlingskrise gemeint. Dieser Behauptung folgt eine weitere, die besagt, dass das Bild Unerträgliches zeige und es daher eigentlich geboten sei, es dem Publikum nicht zuzumuten. In argumentativer Gegenbewegung schließt der Autor die Erklärung an, mit der Veröffentlichung einen kathartischen Schock auslösen zu wollen: „Aber vielleicht kann dieses Bild Leben retten. Weil es so weh tut." Unschwer zu erkennen ist der Versuch von Michael Bröcker, sich als beeinflussende Moral- und Geschichtsinstanz zu adeln. Er schreibt: „Das Sterben im Mittelmeer muss aufhören."[5] Am gleichen Tag prophezeit der Medienethiker Alexander Filipovic in *Spiegel-Online*: „Vieles spricht dafür, dass das Bild des ertrunkenen Jungen zur Foto-Ikone wird."[6] Filipovics und Bröckers Ikonisierungsbemühungen dienen vor allem dem Medium, für das sie schreiben und sprechen: Wo die Werthaftigkeit der Fotografie gesichert ist, dort kann das Renommee der journalistischen Arbeit keinen Schaden nehmen.

Taktiken der Bedeutungsübermaßung wie diese verschieben die Fotografie in den vormodernen Kontext der Heiligen- und Kultbildnisse. Das ikonische Pressebild erscheint als säkularisiertes Evolutionsprodukt, das Verehrungs-, Unantastbarkeits- und Magieaspekte aus dem Glaubensraum bezieht. Bildwissenschaftliche Studien bestätigen diesen Tatbestand durch den Hinweis, dass die fotojournalistischen Ikonen oft über kulturelle Resonanzen verfügten, indem sie sich auf frühere ikonische Bilder bezögen. „Häufig weisen sie Spuren berühmter Bilder der Geschichte der Kunst auf, besonders westlicher religiöser Bilder von Schmerz, Verlust, Mitleid, Begehren, Mutterschaft, Kindheit, Opfer, Tod und Freude."[7] Der historischen Betrachtung Annette Vowinckels zufolge speist sich Demirs Foto zweifelsfrei aus dem Fundus christlicher Ikonographie, erinnere „an die Grablegung Christi" und erzeuge somit einen „unterbewusste[n] Wiedererkennungseffekt".[8] Die These der affekthistorischen Engrammierung bleibt nicht nur spekulativ; auch der Hinweis auf die Schema-Ähnlichkeit unterschlägt gewichtige Unterschiede zum Traditionsbestand: den Kontext der zeremoniellen und architektonischen Herrlichkeitsästhetik sowie das dogmatische Glaubensfundament, dem das Kultbild entspringt. Über derartige Rahmungen verfügt die säkulare Ikone nicht. Eine Schlussfolgerung ist allerdings aus der ‚Umbesetzung' zu ziehen: Die Nachahmung etablierter Codes durch das ikonische Bild läuft auf die Überschreitung der indexikalischen Eigenschaft der Fotografie zugunsten einer Lesbarkeit konstanter Bedeutungen hinaus.[9] Damit findet ein Abschleifen des singulären geschichtlichen Gehalts statt oder, wie es Hans Blumenberg im Hinblick auf die Toposforschung formuliert, „die Geschichte schrumpft auf die Simplizität des Immer-Gleichen".[10]

Moderne Ikonen sind äußerst bewegliche Symbolfahrzeuge, die zwischen weit auseinanderliegenden Sphären zu verkehren vermögen und in diesem Prozess ihren Sonderstatus erlangen. Als Teil dieses Prozesses werden diverse Sinnbildungsinteressen auf die Bilder projiziert, das heißt: Die Ikone trägt einen tiefen Bruch zwischen ursprünglicher Funktion – journalistisches, ethisches Interesse – und Wirkung in sich. Alfred Eisenstaedts berühmtes Foto *V-J Day in Times Square* (1945) bezeugt exemplarisch, wie ein zeitgebundenes Bild eine Reise als hunderttausendfach multipliziertes *Life*-Cover beginnt, um nach Jahren als Vintage Print in Kunstgalerien ausgestellt und in Fotobüchern erneut reproduziert zu werden. Das popularisierte Motiv durchläuft daraufhin mehrere mediale Metamorphosen hin zur monumentalen Pop-Skulptur (Abb. 1), zum buntschreienden Wandgemälde (Abb. 2) und zum genderkritischen Graffito (Abb. 3). Auch Graphic Novels adaptieren die Kussszene in form- und sinnverfremdender Absicht, und in einer fotografischen Neuinszenierung nimmt die Szene den ironischen Ausdruck moderner Liebe mit „country feel" an (Abb. 4).[11] Auf solchen Wegen hat das Original seine Botschaft der Erlösung von der Weltkriegskatastrophe verloren.

In dieser verkürzten Bildserie deutet sich ein Konsumptionsprozess an, der offen und virtuell unendlich



Abb. 3: Unbekannter Künstler: Illegales Graffito, 2020, Glasgow, Foto: Daniel Naczk / Wikipedia



Abb. 4: Michaela Shipman: *Modern Day „V.J. Day Kiss"*, 2012, Fotografie. URL http://michaelashipman2.blogspot.com/2012/05/modern-day-vj-day-kiss.html

ist. Konsum wird hier im Sinne Michel de Certeaus verstanden: Ein vorhandenes Produkt, in diesem Fall eine Fotografie, wird nicht nach Maßgabe verfügter Dispositive in den Gebrauch genommen, sondern auf unvorhergesehene Weise für eine andere Produktion verwendet.[12] Es gehört zur theoretischen Tücke des Ikonizitätsparadigmas, dass sich kaum bestimmen lässt, ab wann eine Fotografie als Ikone Geltung beanspruchen darf. Selbst wenn in Einzelfällen die listigen, bemühten, ambitionierten oder naiven Umgangsweisen rekonstruiert werden können, ist die wilde und unüberschaubare Poetik (*poiesis*) aus verschiedenartigen Anlässen, Prozessen und Anliegen entscheidend für die Produktion des säkular-mythischen Objekts.

Die Wahrheit der Ikone

Nicht jedes Bild, das zum Pressefoto des Jahres gewählt wurde und damit die Auszeichnung der künstlerischen, moralischen und kommunikativen Wichtigkeit durch eine Fachinstanz verliehen bekam, steigt zur Ikone auf. Auch wenn nicht angeben werden kann, wer zur Vergabe des Titels ‚Ikone' berechtigt ist, muss angesichts der kollektiven Hervorbringung der Umstand überraschen, dass aus der unendlichen Masse an Fotografien überhaupt einzelne Bilder herausragen und kanonisiert werden können. Anders als die sakralen Ikonen, die aus einer konsistenten Weltanschauung hervorgingen, über ästhetische Codierungen verfügen und einer mächtigen Institution zugehören, sind die Fotografien, die eine versachlichte, manche sagen „objektivierte" Anschauung der Welt darstellen, nicht wirklich prädestiniert für den Aufstieg zu einem die Idee „universeller Wahrheit" untermauernden Bild.[13] Die unübersichtliche Masse an Bildern, der Druck der Wirklichkeitsveränderung, auf den die Fotografie mit ihrem unbarmherzigen Fragmentcharakter reagiert, sowie die Entthronung des professionellen Fotografen durch die bilddemokratische Revolution allgegenwärtiger Foto-Devices und die Schwächung des ehedem bedeutungsvollen Fotojournalismus stellen Verhältnisse zur Ikonenverhinderung her.

Der strukturell angelegte Doppelcharakter der Foto-Ikone als Verehrungsobjekt und warenförmiges Reproduktionswunder, als historisches Hyperzeichen und Toposfundus für allgemein menschliche Affektausprägungen wirkt auf die Rezeption, die nicht länger von klaren Dispositiven dominiert wird. Aufgrund des Konsumierbarkeitsanspruchs müssten die Ikonen nach Walter Benjamins berühmtem Diktum für das Schicksal

des Auraverlusts prädestiniert sein. Dessen ungeachtet ist die Ikone sonderbar alterungsresistent und fähig zum Wertezuwachs.

Die Bedingungen der Unwahrscheinlichkeit lassen allerdings auch die Gegenthese zu. Wo Bildrauschen, Forderung nach Aktualitätsbezug, verengende Informationskalküle sowie Oberflächenerregungen ohne Nachhalleffekt herrschen, dort wächst das Bedürfnis nach Sonderformen des Bildkonsums. In ihrer Beharrlichkeit scheint die Ikone den Strömungstendenzen der Moderne zu widerstehen und mutet wie eine konservative Reaktionsform an. Freilich bleibt die Frage, ob die Überlebensfähigkeit aus der Adaptionsfähigkeit an unterschiedliche Konsumptionsformen resultiert oder ob es die überzeugende ästhetische Prägnanz ist, die das Interesse dauerhaft fesselt. Der Gegensatz zwischen Sinn und ästhetischer Oberfläche lässt sich behaupten, weil die moderne Bildkultur nicht mehr an allgemein verbindliche Repräsentationslogiken gebunden ist. Verbindlich hieße: Konventionalisierte Formen sind für bestimmte Weisen des Aussagens und der Beglaubigung zuständig. Zwischen Aussageintention und Dechiffrierung bestünde in diesem Fall kein Bruch. Die Ikone spielt, so die These, nur scheinbar auf diesem Register der Repräsentativität.[14] Dies liegt an der Einfachheit oder – anders gesagt – an der Abwesenheit von Ambivalenz. Die Aufgeladenheit der Ikone ist nicht gleichbedeutend mit Komplexität. Wie bereits angedeutet, entsteht ihre Dignität nicht aus ihrer realitätsvermittelnden Funktion; der Zuwachs an Symbolisierungsmacht überspielt geradezu die Unzuverlässigkeit der modernen Bildwelt mit ihrem Hang zu unübersichtlicher Vielfalt und Widersinnigkeiten. Die quasi-industrielle Bildkultur bedarf dieses mythischen Rests an Konstanz, damit wir nicht den Glauben an das Bild verlieren. Die Vorstellung, dass ein Bild durch ein anderes ersetzbar ist, wird von der Ikone dementiert. Sie demonstriert Endgültigkeit, wo Mangel an Verlässlichkeit herrscht.

Die Krise des fotografischen Bildes fußt schon länger auf dem Misstrauen gegenüber der Annahme, man könne in der Aufzeichnung des Bruchteils einer Sekunde der Wirklichkeit nahekommen. Der Glaube an eine Gestalt, an der sich Wesensmäßiges, Typisches oder sonstiges Sinnhaftes ablesen ließe, gerät unversehens und entgegen proklamierter Funktion zu einer Feier des Ästhetischen. Dem scheint zunächst zu widersprechen, dass es ein Bedürfnis nach einem sicheren Verhältnis zwischen Wirklichkeit und glaubwürdiger Repräsentation gibt. Dieses Bedürfnis wird immer dann offenkundig, wenn an berühmt gewordenen Fotografien Inszenierungen oder Nachbearbeitungen nachgewiesen werden und in der Folge eine Krise der Ikonizität diagnostiziert wird. Man denke an Robert Capas *Falling Soldier*, an Demirs Foto des toten Alan Kurdi oder an Úts *The Terror of War* – all diese Fotos wurden zu Inbildern des Krieges schlechthin aufgewertet – aber auch manipulierender Machenschaften verdächtigt, was Zweifel an der Authentizität des Abgebildeten hervorrief. Die Ikone, so die offenbar allgemein akzeptierte Schlussfolgerung, müsse indexikalische Wahrheitsunmittelbarkeit wiedergeben.[15] Die Foto-Ikonen aus dem Kosmos der Pressebilder folgen stillschweigend dem Ideal, das Henri Cartier-Bresson mit dem Ausdruck „der entscheidende Augenblick" bezeichnete.[16] Für Cartier-Bresson realisiert der fotografische Augenblick ein glückhaftes Zusammentreffen von dichtem Ereignis, gelungener Komposition und thematischer Aussage. Dieses Ethos, unterfüttert von surrealistischem Welterleben, fordert das Eintauchen des Fotografen in das Gewimmel der Begebenheiten, aus dem heraus er eine formharmonische Bildgestalt retten möge.

Auch wenn es eine abgegriffene Phrase ist: Jede Fotografie ist Bearbeitung der Wirklichkeit; jede Übersetzung ins Bild ist unausweichlich mit der Unfassbarkeit einer komplexen Realität konfrontiert. Aber gerade darum gewinnen ästhetische Präsenz und Prägnanz: die Bildlichkeit mehr als die darin eingelagerte Aussage, mehr als ein weitgefasster Sinn – an Bedeutung. Die Ikone als gelungener Ausdruck kann durch den Nachweis der Inszenierung und Nachbearbeitung nicht entmachtet werden. Wenn es gelingt, in einem Augenblick der Fassungslosigkeit eine Gestalt zu finden, die sich an die Stelle des Verstehens setzt, dann entsteht Ikonizität.

Thomas Borberg, der Fotojournalismus an mehreren Universitäten lehrt und Jurymitglied beim World Press Photo Award ist, bietet ein passendes Beispiel für diese ästhetisierende, das heißt Sinnlichkeit adressierende Bildkultur mit seiner 2018 formulierten Ansicht, dass man das Pressefoto des Jahres „in der Magengegend spüren" müsse.[17] Diese Bereitschaft zur Gefühligkeit steht einer Hermeneutik gegenüber, die aus einem Bild Wirklichkeit zu destillieren sucht. Wer die Geschichte des World Press Photo Award Revue passieren lässt, wird feststellen, dass annähernd 100 Prozent der Aufnahmen Pathosbilder sind, abgeleitet aus der Formelwelt des Barock und Hollywoods.[18] Kein ominöser „unterbewusster Wiedererkennungseffekt" wird mit den Fotografien bewirkt, vielmehr unmittelbare Dechiffrierbarkeit der Gefühlswerte gewährleistet. Es überrascht nicht, dass die affektiven Wirkungen von Bildern wiederholt im Kontext der Ikonen thematisiert

werden. Emotionen erscheinen als Legitimationsinstanz dort, wo Verstand und Verstehen versagen. Filipovic behauptet angesichts des toten Kindes am Strand, dass dieses Bild „die Komplexität und Vielfältigkeit einer Krise in einem Moment festhält".[19] – was eine unbegründete These bleibt. Mit keinem Satz wird das Bild analysiert, es werden vornehmlich Gefühlsreaktionen geäußert. Es ist Filipovic zu widersprechen: Das Bild ist von äußerster Simplizität und kann deswegen zum Ob- jekt der Projektion werden. Die Ikone ist in einem Para- dox gefangen: Wie jedes Foto ist sie nicht mehr als ein stillgestellter Augenblick, soll jedoch als Allegorie für etwas Ganzes einstehen, das wiederum so groß ist, dass es sich der Darstellbarkeit und Verstehbarkeit entzieht.[20]

Die Ikone stellt ein Mischphänomen dar, wobei Umgangsweisen grundverändernd in den Status der Fotografie eingreifen, die damit zwischen Moralrepräsentant, popkulturellem Massenphänomen, musealer Reliquie und Kunstwerk, zwischen Erhabenheit und Kitsch zu changieren beginnt. Benjamin nennt die polaren Qualitäten von Kultwert und Ausstellungswert, um den Bruch zwischen der alten Kunst und den neuen, auf Reproduktion basierenden Künsten zu kennzeichnen.[21] Wer sich gegenüber der Ikone kultisch verhält, muss sie kennen, aber nicht unbedingt genau betrachten – sei es in einem Browser oder in einer Museumspräsentation. Der Ausstellungswert ergibt sich aus veränderten Rezeptionsweisen zwischen Zerstreuung, Lesbarkeit, Verfügbarkeit und Befragbarkeit. In der Ikone kommen Kultwert und Ausstellungswert zusammen, verteilen sich in den Zirkulationsbewegungen durch die Medien jedoch ständig neu und produzieren entsprechend unterschiedliche Erlebniswerte.

Meta-Ikone

Wie gefühlige Effektkultur und Kunst eine prekäre Beziehung eingehen können, belegen zwei Adaptionen der Fotografie des toten Alan Kurdi: Das 20 mal 6 Meter große Wandgemälde (Abb. 5) zweier Street-Art-Künstler will durch schieren Monumentalismus verstärken, was die Fotografie längst zu bewerkstelligen vermochte.[22] Desgleichen zeichnet sich die fotografische Selbstinszenierung des Künstlers Ai Weiwei (Abb. 6) durch flagrante Schlichtheit aus: „Ich bin Aylan Kurdi" ist so falsch wie schamlos und hausiert mit der Gewissheit der eigenen Bedeutsamkeit. Julia Voss verteidigte das Foto Ai Weiweis mit dem Hinweis darauf, dass es sich bei der Aktion nicht um Kunst handele, sondern darum, „die Erinnerung an das andere Bild wachzurufen".[23] Dieses Argument ist befremdlich, denn wenn es stimmt, dass das Reenactment nicht auf die Realtragödie verweist, sondern vielmehr eine Unterstützungsaktion für das Foto darstellt, dann wird ihm Wirkungsverlust unterstellt. Das Gegenteil ist der Fall: Ai WeiWei nutzt die Nachstellung als taktische Maßnahme der symbolischen Kapitalisierung in eigener Sache innerhalb der Aufmerksamkeitsökonomie.[24]

Das Spannungsgefüge zwischen dem Ideal des singulären Bildes und der Bildkultur der Appropriation bildet die Voraussetzung für neuere künstlerische Taktiken der Meta-Ikonisierung. Angesichts des Phänomens ‚Massenbild' wird zuweilen das apokalyptische Wort von der ‚Bilderflut' zur Kennzeichnung einer allgemeinen Bildkrise genutzt. Medienkritische Theorien diagnostizieren Wirklichkeitsentstellungen in Gestalt von Fiktionen, Täuschungen und falschen Vorbildern.[25] Diese Ikono-Pathologien erzeugen angeblich die Konsistenz eines Realitätseindrucks, wo tatsächlich Hyperrealität und Verkennung herrschten.[26]

Versachlichend ist zu konstatieren, dass durch die Besetzung der Lebensräume mit Bildern die ikonografischen Artefakte nicht mehr Sonderbereiche der Erfahrung darstellen, sie vielmehr in Symbiose mit der Realität existieren. Somit ist es wenig verwunderlich, dass sich Bildkünstler im Prozess der gestalterischen Auseinandersetzung dieser zweiten Wirklichkeitsschicht zuwenden. Eine wichtige kunsthistorische Bruchstelle, an der der Wechsel von den Bildern der Wirklichkeit zur Wirklichkeit der Bilder vorgenommen wurde, manifestiert sich in der Pop-Art. Zwar wurden schon vor der Moderne und Postmoderne Bilder zum Sujet von Malerei gemacht, wie überhaupt die Bezugnahme auf frühere Bilder von jeher ein Bestandteil künstlerischer Praxis gewesen ist. Dass man jedoch Bilder von Bildern macht, um sie in Meta-Bilder zu verwandeln, stellt eine historisch neuere Praxis dar.

Ein signifikantes und berühmtes Beispiel aus dem Bereich des Post-Pop ist *Untitled* (*Cowboy)* (1989) von Richard Prince (Abb. 7). Prince entdeckte sein Sujet des Cowboys nicht auf einer Farm oder bei einem Rodeo; er fotografierte lediglich eine Malborough-Werbung. Er gehört der sogenannten Pictures Generation an, deren Anliegen es war, das Mediale selbst zum Gegenstand der Fotokunst zu machen. Die Konzeptfotografie negiert die Fototradition, in der die Kamera als Raumerkundungsinstrument, Mikroskop der Zeit oder als Apparat für Neues Sehen aufgefasst wurde. Als das Bild von Prince 2005 für mehr als 1,2 Millionen Dollar verkauft wurde, war es das teuerste Foto auf dem Kunstmarkt.



Abb. 5: Oguz Sen, Justus Becker: Ohne Titel, 2016, Wandgemälde im Frankfurter Osthafen,
Foto: Frank C. Müller / Wikipedia

Der Markterfolg erklärt sich aus der Tatsache, dass der Künstler eine Werbeikone, die selbst die mythische Figur des Cowboys funktionalisierte, ein zweites Mal erhöht. Das Bild enthält keinen Hinweis darauf, ob es ironisch, kritisch, sinnverstärkend oder sinnauflösend Kommentarfunktion hat – oder einfach nur als Pop-Art rezipiert werden soll, die in den trivialen Ausdrucksformen der Werbewelt eine eigene Schönheit ohne metaphysischen Überbau erkennt. Zweifelsfrei jedoch ist das Foto des Fotos für alle, die mit den Malborough-Werbekampagnen vertraut sind, als Meta-Ikone erkennbar. Das ikonische Urbild bleibt nahezu unberührt, sieht man von der Tilgung des Marken-Logos und des Werbe-Claims ab. Gleichwohl erzwingt der Transfer in den Kunstkontext die Suche nach ästhetischen Differenzen, wiewohl diese nicht mehr auffindbar sind. Dass die Abfotografie von Prince in die Liste der 100 „einflussreichsten Bilder aller Zeiten" aufgenommen wurde, bestärkt ihren Status: *Cowboy* spielt mit der Ikonen-Bedeutsamkeit und betreibt als Metabild gleichzeitig die Selbstikonisierung. [27]

Die parasitäre Aneignung eines ikonischen Urbilds verfolgt in gleicher Weise Joan Fontcuberta mit *Googlegram: Niépce* (2005) (Abb. 8). Die Arbeit reproduziert in sechsfacher Vergrößerung das älteste nachgewiesene Foto, Joseph Nicéphore Niépces *Point de vue du Gras* (1826). Als Vorlage diente ihm nicht das Original, sondern die Kodak-Reproduktion von 1952, die von Helmut Gernsheim und seiner Frau Alison übermalt worden war, um die Konturen und Kontraste zu erhöhen. Wer einmal das Original sah, der weiß, dass das eher unbedeutende Motiv nur unter sehr speziellen Lichtverhältnissen zu erkennen ist. Foncubertas Arbeit setzte den Prozess der Überarbeitung fort, indem er ein von Robert Silvers 1995 entwickeltes Computerprogramm zur Erstellung von Fotomosaiken nutzte.[28] Silvers Anwendung ermöglichte es, aus einer Vielzahl kleiner digitalisierter Fotografien ein vorhandenes Zielfoto in pointillistischer Manier zu reproduzieren. Fontcuberta verwendete Photomosaic®, um aus 10.000 Thumbnail-jpgs, die durch die Google-Suchmaschine gewonnen wurden, das erste Foto neu aufzubauen. Wie Prince greift auch Fontcuberta zum Mittel der Monumentalisierung. Ein kleines, unscheinbares, aber historisch bedeutsames Foto wurde in ein plakatives Bild verwandelt. Der intentionale Gehalt ist schnell zu erschließen: Der aufgerissene Zeithorizont zwischen 1826 und 2005 lässt schlagartig erkennen, wie aus einem einzigen Bild die Kultur des technisch generierten Bildes entstanden ist. In einem Beitrag des Fernsehkanals *Arte* von 2016



Abb. 6: Ai Weiwei: *I am Aylan Kurdi* [auch betitelt als „Ai Weiwei recreates Aylan's drowning"], 2016, Foto: Rohit Chawla / India Today

formuliert Fontcuberta den Anspruch darauf, mit seiner Kunst einer Kultur der Bilderfluten Widerstand entgegenzubringen.[29] Die Bildsturmflut unter Einsatz des ersten Fotos zu inszenieren, mag zunächst überzeugend wirken, allerdings bleiben Zweifel zurück. Befällt uns beim Betrachten von *Googlegram: Niépce* tatsächlich ein Schrecken angesichts der vermeintlichen Unheimlichkeit des modernen Bild-Tsunamis?

Es fällt auf, dass die Kritik, die sich durchgängig positiv zu der Arbeit äußert, nicht auf die sinntragende Funktion der verwendeten Software eingeht. Diese kam seit ihrer Erfindung vor allem in der Werbung und für gefälliges Posterdesign zum Einsatz, wobei der algorithmisch gesteuerten Vernähung der Bilder von Beginn an der Ruch des Effekthascherischen zu eigen war. Da sich ihre ästhetische Überraschungswirkung mittlerweile verbraucht hat, ist sie kaum noch im Einsatz. Die Über-





Abb. 7: Richard Prince: *Untitled (Cowboy)*, 1989, Fotografie, 127 × 190,5 cm. URL: http://www.richardprince.com/photographs/cowboys/#/detail/1/

Abb. 8: Joan Fontcuberta: *Googlegram. Niépce*, 2005, Fotografie, 120 × 160 cm. URL https://artblart.files.wordpress.com/2013/12/niepce-final-web.jpg

nahme des formbildenden Tools aus der Massenbildkultur zu dem Zweck, eben diese zu repräsentieren, schlägt auf das Kunstwerk durch, das nun selbst das Mal der Catchiness trägt. Die Arbeit wird durch die Verwendung des Kultbildes aufgewertet, wobei allerdings der Gehalt in kaum mehr als einem gefälligen kulturkritischen Topos besteht, mit dem sich jeder Betrachter problemlos einverstanden erklären kann.[30]

Mit der „Icons Art" – eine Begriffsprägung von Gerhard Paul – wird ein affirmatives Machtspiel inszeniert.[31] Die Icon-Art-Künstler partizipieren an der Macht der Ikone, beziehen aber in gleichem Maße einen Außenposten der Bedenklichkeit. Diese Arbeiten mögen die Frage provozieren, über welchen Wahrheitsanspruch diese oder jene Variante der Ikonisierung verfügt; in gleichem Maße ist an ihnen aber auch frivoler Bildumgang zu diagnostizieren, in welchem durch geschickte Aneignung mit dem Effekt des Wiederkennens gespielt wird. Dem stehen Bildpraktiken gegenüber, die anti-ikonisch auf Ikonen reagieren, das heißt: Sie bearbeiten Ikonen, um Nimbus und Gebrauchsweisen unter Kritik zu stellen.

Anti-Ikone

Modernisierung in der Kunst wird gemeinhin als Bruch mit Form- oder Materialkonventionen verstanden. Einhergehend mit der Autonomisierung der Kunst vollzieht sich eine Rollenveränderung des Künstlers, der sich weder dem Kanon kunstwürdiger Themen noch akzeptierten Formidealen verpflichtet fühlt. Kunst, die sich als modern versteht, trägt die Last des permanenten Kritikübens. Idealerweise ist jede Neuschöpfung, die diesen Namen verdient, ein Statement gegen das Ungenügen des Vorhergehenden. In Anlehnung an eine begriffshistorische Analyse Michel Foucaults soll Kritik nicht als polizeiliche ästhetische Über-Ich-Instanz verstanden werden, die lediglich die schlechte von der guten Kunst zu unterscheiden weiß. Kritik folgt dem Willen, sich durchsetzenden Selbstverständlichkeiten Widerstand entgegenzusetzen, indem man sie zu begrenzen sucht, sie transformiert oder auflöst. Auf die Ansprüche der Autorität wird mit der Verweigerung von Gefügsamkeit geantwortet.[32] Die Foto-Ikone als charismatische Ausprägung in der Welt der Bilder inkorporiert ein Programm der Repräsentativität und Gültigkeit. Die Taktiken der umprogrammierenden Bildoperationen stehen unweigerlich unter dem Druck, die bisherigen Akzeptanzparameter auf intelligente Weise unterlaufen zu müssen. Wie das Beispiel von *Googlegram:Niépce* belegt, kann dieses Bemühen scheitern, wenn gefällige Zugänglichkeit reproduziert wird.

Dieses harsche Urteil könnte auf die Arbeit von Jojakim Cortis und Adrian Sonderegger übertragen werden, die ebenfalls berühmte Fotografien zum Gegenstand ihrer Operationen wählen. Anders als Foncuberta lassen die beiden Künstler die Arbeit der Remedialisieerung nicht von einer Software erledigen, sondern wählen den Mo- dellbau für ihre umbildende Rekonstruktion. Das foto- grafische Endprodukt dokumentiert die Arbeit am Bild mit dem Effekt einer Aurastörung der Ikone.

Beim Betrachten der Werkstattbilder mag der Eindruck der Bastelei und der freudvollen Naivität am Spiel entstehen. Es ist allerdings daran zu erinnern, dass moderne Kunst, wie Theodor W. Adorno mit Recht betont, „das einst versteckte Moment des Gemachten, Hergestellten selbst hervorkehrt".[33] Cortis & Sonderegger nehmen dieses Diktum ernst und zeigen das Machen von Bildern. In ihrem Fall wird das fotografische Dispositiv vom „entscheidenden Augenblick" und vom „So-ist-es-gewesen" unterminiert.[34] Während Niépce seine Kamera durch das Fenster hinaus in die Wirklichkeit schauen ließ, wird dieses fotografische Realitätssinnen bei Cortis & Sonderegger nur noch angedeutet, indem das Studiofenster lediglich anspielend den Hintergrund der Szene bildet (Abb. 9). Durch den Prozess der Miniaturisierung evozieren sie Vorstellungen von Machbarkeit und Realitätsbewältigung, in diesem Fall Bildbewältigung. Wo die Fotografen sich einst mit Ereignissen, dem Zufälligen und Gegebenen konfrontiert sahen, bauen sich die Künstler ihre Welt nach ihren Gesetzen. Claude Lévi-Strauss hat in seiner Studie über das wilde Denken einige Bemerkungen zum Modell und zur Miniaturisierung gemacht, in denen er die Verkleinerung als Machtgewinn über den Gegenstand ausweist, wodurch „die Totalität des Objekts weniger furchterregend" erscheint.[35] In der Art, wie Cortis & Sonderegger sich der übermächtigen Vorbilder bedienen, können sie durch ihr Verfahren des Einblicks in das Kunstlabor das Basteln aufwerten. Die beiden Künstler geben sich als Kopisten aus, ihre eigentliche Identität ist aber die der Arbeiter an der Vergleichgültigung der Foto-Ikonen. Es ist unerheblich, was die Ikone zeigt oder besagen will. Im Spielcharakter liegt das Gegengift zur kulturellen Schwerkraft und Fraglosigkeit des kultischen Über-Objekts. Gegen die Vorstellung vom fotografischen Geniestreich illustrieren die Bilder von Cortis & Sonderegger das „konstruktive Verfahren", welches Adorno zufolge „den Primat vor der subjektiven Imagination impliziert".[36] Kritik im vorhin genannten Sinne betrifft demnach weder die Ästhetik



Abb. 9: Jojakim Cortis & Adrian Sonderegger: *Making of „La cour du domaine du Gras" (by Joseph Nicéphore Niépce, 1826)*, 2013, Fotografie, 120 × 180 cm. URL: https://www.cortissonderegger.ch/la-cour-du-dumaine-du-gras

noch den Ausdruck, das Abgebildete oder die Medialität des ikonographischen Mitspielers. Die Subversion richtet sich gegen den Illusionscharakter der Ikone, gegen den das Konzept der vergnüglichen und respektlosen Aneignung in Stellung gebracht wird. Der Betrachter denkt mehr über das Machen von Bildern nach als über deren Bedeutungen.

Diesen Impuls setzt ebenfalls Thomas Demand, der lebensgroße Modellnachbauten berühmter Fotografien aus Pappe und Papier erstellt, um diese anschließend zu fotografieren. Der Vergleich beider Werkansätze schärft den Blick für die jeweiligen konzeptuellen Eigenheiten. Sichtbar wird dies an den Umarbeitungsversionen des ikonischen Fotos des *Stern* von 1987, das den toten Uwe Barschel in der Genfer Hotelbadewanne zeigt. Demand fokussiert vollständig auf das Bildmotiv, gibt ihm jedoch durch Abstraktion, gestalterische Kühle und



Abb. 10: Thomas Demand: *Badezimmer*, 1997, Fotografie, 160 × 122 cm. URL: https://www.kunstmuseum-bonn.de/de/sammlung/sammlung-online/kunstwerke/badezimmer-1997/



Abb. 11: Jojakim Cortis & Adrian Sonderegger: *Making of „Barschel in Bathtub" (by Sebastian Knauer, 1987)*, 2020, Fotografie, 180 × 120 cm.
URL: https://www.artsy.net/artwork/cortis-and-sonderegger-making-of-barschel-in-bathtub-by-sebastian-knauer-1987

Leerstellenästhetik das Gepräge einer Bühne (Abb. 10). Diese muss von der Imagination der Betrachter, die das Urfoto in Erinnerung tragen, bespielt werden. In diesem Sinne leistet die Arbeit eine Würdigung der ursprünglichen Bildwirkung, der ikonischen Prägekraft. Demands Ästhetizismus unterscheidet sich gravierend von dem der Schweizer Kollegen. Deren Bühne (Abb. 11) fungiert als illusionsstörender Zusatz, der die ganze Aufmerksamkeit auf sich zieht und das Motiv zu einem Ding unter Dingen versachlicht.

Die Signatur des Heutigen in den Arbeiten von Cortis & Sonderegger liegt in dem Optimismus, dass Bilder beherrschbar sind und nicht ausschließlich als exklusives Kunstgeld auf dem Markt oder als trivialer Bildersturm für die Massen auftreten. Diese Bildkunst urteilt nicht und verfällt nicht in ideologische Kulturkritik, sie erweist sich vor allem als selbstreflexiv. Nicht die Ikone in ihrer ästhetischen Eigentlichkeit wird infrage gestellt, sondern der Kultus, der sie umgibt.

Die Arbeit *Afterlife* (2009) von Adam Broomberg und Oliver Chanarin verfolgt demgegenüber einen Ansatz, der im wahrsten Sinne die Ästhetik des Ausgangsbildes ‚auseinandersetzt'. Die mit dem Pulitzer-Preis ausgezeichnete Fotografie *Firing Squad in Iran* (1979) von Jahangir Razmi (Abb. 12) zeigt den Moment der Erschießung von kurdischen Männern durch ein Kommando des Chomeini-Regimes. Broomberg & Chanarin nutzten für ihre Bildserie aus 12 Fotomontagen (Abb. 13) die insgesamt 27 Aufnahmen, die der iranische Fotograf von dem Exekutionsereignis in seinem



Abb. 12: Jahangir Razmi: *Firing Squad in Iran*, 1979, Fotografie. Wikipedia

Archiv bewahrt.[37] Die Montagen zeigen auf den einzelnen Bildern jeweils einen Beteiligten des Realdramas, der in unterschiedlichen Momenten aufgenommen wurde. Die meisten Collagen widmen sich den Opfern; jeweils ein Bild zeigt einen Mörder und die einzige Frau, eine verschleierte Beobachterin mit einem Buch in der Hand, vermutlich der Koran.

Die Künstler reißen die Figuren aus dem Kontext des Geschehens, stellen sie frei, wie es technisch heißt. Platziert in weißgrauer Leere wirken sie wie Weltverlorene. Die Bilder muten wie chronofotografische Aufnahmen an, mit denen Zeit unspezifisch angezeigt wird. Im Gegensatz zu den detailreichen, dramatischen Fotos Razmis sehen wir nun Besinnungs- und Andachtsbilder. Neben das Pressefoto, das historisch Zeugnis gibt, stellen Broomberg & Chanarin Allegorien des Opfers, des Täters und der Beobachterin. Die Enthistorisierung durch die Abstraktion erhöht auf rätselhafte Weise den emotionalen Gehalt. Die Körper werden zu Darstellern von Grundverfassungen wie Hilflosigkeit, Demut, Stolz, Gleichmut, Verlorenheit, Herablassung, moralische Kälte. Verstärkt wird diese Orientierung in der Ausstellungsinszenierung: Anstatt auf Fotopapier wurden die Motive auf Glasscheiben gebracht und vor weißer Wand platziert. Unter dem Einfall des Kunstlichts werfen die Gestalten ihre Schatten auf die Wand und erwirken eine zweite Abstraktion (Abb. 14). Zeigen die Fotografien noch Reste von Lebensnähe, so rufen die Silhouetten Assoziationen zu den Toten der Unterwelt, zu den platonischen Schatten in der Höhle und zu der Silhouettenkunst des 18. Jahrhunderts auf, womit auch auf die Vorgeschichte der Fotografie angespielt wird.

Der Serien-Titel erscheint beim ersten Lesen als Fehlkennung, denn nicht Leben, sondern der Tod ist das Thema von Vor- und Nachbildern. Nun sind Broomberg & Chanarin reflektierte Konzeptkünstler, denen man unterstellen kann, dass sie mit dem Titel einen Hinweis auf die Bildintention geben wollen. *Afterlife* kann sich auf die Erinnerungsfunktion der Fotografie beziehen; die Toten werden nochmals in ihren letzten Lebensmomenten als Denkmäler der Trauer auf- und ausgestellt. Daneben sind die Künstler selbst Nachlebende des Ereignisses von 1979. Nicht das historische Todesdrama, sondern das Foto wird mit dreißigjähriger Verzögerung in ein Weiterleben durch künstlerische Bearbeitung überführt. Dieses Tradierungsanliegen von *Afterlife* deutet auf eine wichtige Kulturtheorie hin: ‚Nachleben' ist bekanntlich der zentrale Begriff in der psychohistorischen Konzeption des Kunsthistorikers Aby Warburg. ‚Nachleben' bedeutet bei ihm, dass Bilder mit Ausdrucksbewegungen „Engramme leidenschaftlicher Erfahrungen" darstellen, die in dynamischen Prozessen der Übernahmen und Umarbeitungen erhalten bleiben.[38] Der Werktitel *Afterlife* darf vor allem deshalb als Warburg-Referenz aufgefasst werden, weil



Abb.13: Adam Broomberg & Oliver Chanarin: *Afterlife*, 2009, Fotomontage, 50,8 × 40,7 cm.
URL: https://www.broombergchanarin.com/kodak-1-1-1-1-1-1/



Abb. 14: Adam Broomberg & Oliver Chanarin: *Afterlife*, 2009, Fotomontage, 50,8 × 40,7 cm, Ausstellungsansicht, 6. Biennale für aktuelle Fotografie, Mannheim, ZEPHYR – Raum für Fotografie, 2020, Foto: Gunnar Schmidt





Abb. 15, 16: David Claerbout: *KING (after Alfred Wertheimer's 1956 picture of a young man named Elvis Presley)*, 2015, Video-Einzelkader. URL: https://www.artsy.net/artwork/david-claerbout-king-after-alfred-wertheimers-1956-picture-of-a-young-man-named-elvis-presley-11

die Bildmotive den zweiten Zentralbegriff bei Warburg, die ‚Pathosformel', illustrieren. Warburg bezeichnet mit diesem Begriff den fixierten Leibausdruck des Erleidens als symbolgewordene Fügung. Was bei Warburg Forschungsprogramm war, wird bei Broomberg & Chanarin zum kunstpoietischen Programm. Das Moment des Pathetischen und des Formelhaften, das so viele prämierte Pressebilder durchwirkt und das unser ‚Bauchgefühl' ansprechen soll, wird in *Afterlife* zur intellektuellen Reflexion gebracht. Broomberg & Chanarin sezieren den Fotokörper, um Ausdruckswerte zu ermitteln, die weder nur den Affekt noch das journalistische Informationsinteresse betreffen. Die Arbeit versucht, das Unmögliche zu realisieren – das Medium selbst durch die operativen Eingriffe unter Betrachtung zu stellen und nicht den Inhalt.

Die künstlerische Stoßrichtung, ein Bild aus der Sphäre des Dokumentarischen durch das Verfahren des Medienwechsels zu vertreiben, verfolgt auch David Claerbout in seinem zehnminütigen tonlosen Video *King* (2015–2016).[39] *King* fasziniert nicht in erster Linie durch den attraktiven Bildgegenstand, die Rock-and-Roll-Ikone Elvis Presley. Die fotorealistische 3D-Animation einer Fotografie Alfred Wertheimers, die den jungen Sänger in einer privaten Situation des Jahres 1956 zeigt, verkehrt den Indexikalismus der Fotografie in eine filmische, fast märchenhafte Fiktion. Die Bannkraft des Videos beruht auf der intimitätsstörenden Distanzlosigkeit der virtuellen Kamera, die langsam den leblosen Raum durchquert und sich dem skulpturalen Körper Presleys nähert, ihn umkreist und aus der Zweidimensionalität heraustreten lässt (Abb. 15 und 16). Es scheint, als untersuche die Kamera den Körper – und verwandle ihn dabei in eine makellose antike Marmorstatue.[40]

Die weiße Frauengestalt in der Bildmitte der Originalfotografie wurde eliminiert, um Platz für die Kamerafahrt zu schaffen. Die Ablösung der bewegungslosen Zweidimensionalität durch die animierte Dreidimensionalität thematisiert verschiedene Logiken des Blicks – des verehrenden, des analysierenden, des künstlerischen, des erotischen, des privaten und des mortifizierenden Blicks. Die Pop-Ikone Elvis, unzählige Male fotografiert und gefilmt, wird in ihrer Fetischhaftigkeit ausgestellt und im selben Zuge durch digitale Hyperkünstlichkeit abgekühlt. Dem stehen die Figuren im Foto/Video gegenüber, von denen keine dem King einen Blick schenkt. Der Gegensatz von blickhaftem Desinteresse auf Inhaltsebene und Überinteresse auf medialer Ebene darf als blicklogischer Hinweis interpretiert werden. Durch den laufenden Abgleich mit der Fotowahrnehmung wird der Rezipient dazu verleitet, die Aufmerksamkeit auf die Beobachtung der Beobachtung zu lenken und sie vom Abgebildeten abzuziehen. Wertheimers Foto zeigt ein Stück Welt, Claerbouts Video zeigt (auf) sich, zeigt das Zeigen. Claerbouts Arbeit liefert ein weiteres Beispiel für den Paradigmenwechsel von der Wirklichkeit zum Bild: Konnte Benjamin 1936 von „der intensivsten Durchdringung der Wirklichkeit mit der Apparatur" der Filmkamera als Modernitätssignum sprechen, so dringt heute die virtuelle Kamera in das Bild ein und verlässt die Wirklichkeit.[41]

Ähnliches gilt für *Controversy* von Max Pinckers und Sam Weerdmeester, ein großformatiges Bild, das mit Scan-Technologie aus 46 Einzelaufnahmen hergestellt wurde (Abb. 17). Das Tableau eines Stücks Landschaft wirkt auf den ersten Blick wenig aussagekräftig, weist keine ästhetische Auffälligkeit auf. Das Konzeptbild wurde an jenem Ort aufgenommen, an dem Frank Capas legendäres Foto *Falling Soldier* im Jahre 1936 entstanden war. Den Ort ein zweites Mal aufzusuchen, um ihn bildlich zu erfassen, mutet wie eine historische Spurensuche an. Anlass war jedoch die Analyse des Land-



Abb. 17: Max Pinckers, Sam Weerdmeester: *Controversy*, 2017, 180 x 243,1 cm, Fotografie.
Max Pinckers, Sam Weedmeester: *Controversy*, Brüssel 2015, Umschlag.

schaftsbilds eines Forschers, die den schon lange bestehenden Verdacht bestätigen konnte, dass die berühmte Fotografie nicht an der Front entstand, sondern das Ergebnis einer Inszenierung ist.[42] Obwohl Pinckers und Weerdmaster das Großbild mit avanciertester Aufnahmetechnologie und erheblichem Postproduktionsaufwand herstellten, geht es ihnen nicht um Bestätigung, Widerlegung oder Illustration des Forschungsergebnisses. Ihr Anliegen ist ‚Kritik' des fotografisch-detektivischen Ermittlungsparadigmas. Was aus der Distanz wie eine Fototapete oder wie eine Diorama-Simulation erscheint, wird mit dem Hinweis auf die produktionsästhetischen Bedingungen umgewertet. Mit dem Wissen, dass die Künstler das Bild nicht mit einer Hundertstelsekunden-Verschlusszeit erzeugten, wird der Blickende dicht an es herantreten, um sehend in die Feinstruktur einzudringen und die Differenz zum fotografischen Bild zu erfassen. Auf diese Weise wird das pure Bildergebnis in seiner sinnlichen Erscheinung erkundet. Niemand wird dabei danach trachten, die ursprüngliche Position des Fotografen von 1936 zu finden, nach Spuren von damals zu suchen, oder beabsichtigen, die Abwesenheit des Soldaten zu erspüren. Was ins Auge fällt, sind Bildstörungen, die durch feinste Bewegungen von Pflanzen während des Aufnahmevorgangs entstanden sind und einen Zug zum Malerischen aufweisen. Das Technische wird ästhetisch.

Die Werke von Claerbout, Broomberg & Chanarin und Pinckers/Weerdmeester revitalisieren eine Haltung zum Bild, die im 19. Jahrhundert gängig war, als man noch mit Lupe oder stereoskopischem Betrachtungsapparat Fotografien sondierte und sich Zeit für die eindringliche Seherkundung nahm. Heute werden Betrachter nicht mehr als Erlebende einer medialen Ersatz-Welt adressiert, sondern als Ästhetizisten der Medien. In dieser Blickdisposition spielt die Ikone die Rolle des Attraktors. Sie ist der Motor für einen dialektischen Prozess der Aufhebung. Stellen wir uns vor, dass anstatt der Ikonen gewöhnliche und unbedeutende Vorbilder mit den gleichen Mitteln bearbeitet worden wären. Sie würden wohl weniger Interesse wecken. Was das Künstlerische der Projekte ausmacht, ist nicht die

Dekonstruktion der jeweiligen singulären ikonischen Vorlage mit dem Ziel, einen verborgenen Sinn freizulegen oder sie zu entlarven. Auch folgen sie nicht dem spielerischen Eigensinn der Motiv-Appropriateure, die trotz des veranschlagten anti-autoritären Zugriffs Ikonenwürdigung betreiben. Die konzeptuell verfahrenden Künstler verfolgen eine Taktik der Entwertung des Motivbestands, der Ausstellungsrituale und Rezeptionsweisen. Diese Medienkritik nutzt Medien, um ein anderes Verhältnis von Bild und Bildkonsum einzufordern.

Anmerkungen

1 Carola Padtberg: Alles Fake! Verfremdete Ikonen der Fotografie, in: *Der Spiegel* vom 20. März 2019. URL: https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/ausstellung-zu-foto-ikonen-von-cortis-sonderegger-in-berlin-alles-fake-a-1258417.html.

2 Eine kritische Reflexion zur Wirkung der Foto-Ikone bietet David D. Perlmutter: Photojournalism and Foreign Affairs, in: *Orbis* 49.1 (2005), S. 109–122.

3 Siehe beispielhaft Anna Mohl, Riccarda Stiritz: Vom Bild zur Medienikone. Bedingung der Entstehung von Medienikonen am Beispiel des Bildes ‚Der Mann mit den blutenden Augen', in: *Image. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft* 16.1 (2020), S. 33–49; Edgar Wolfrum, Cord Arendes: Die Macht der Bilder, in: *Ruperta Carola. Forschungsmagazin der Universität Heidelberg* 2 (2006), S. 8–13; Katharina Lobinger: V*isuelle Kommunikationsforschung. Medienbilder als Herausforderung für die Kommunikations- und Medienwissenschaft*, Wiesbaden 2012, S. 115–124; Gerhard Paul: „Mushroom Clouds". Entstehung, Struktur und Funktion einer Medienikone des 21. Jahrhunderts im interkulturellen Vergleich, in: *Visual History. Ein Studienbuch*, hrsg. von dems., Göttingen 2006, S. 243–264.

4 Gerhard Paul: Bilder, die Geschichte schrieben. Medienikonen des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts. Einleitung, in: *Bilder, die Geschichte schrieben. 1900 bis heute*, hrsg. von dems., Göttingen 2011, S. 7–16, hier S. 8.

5 Michael Bröcker: Das Bild der Krise, in: *Rheinische Post* vom 4. Sept. 2015. URL: https://rp-online.de/politik/das-bild-der-krise_aid-22036409.

6 Peter Maxwill: Bild des toten Alan Kurdi. „Solche Bilder brennen sich in die Netzhaut ein" [Gespräch mit Alexander Filipovic], in: *Spiegel-online* vom 3. Sept. 2015, URL: https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/medienethiker-alexander-filipovic-foto-ist-kaum-auszuhalten-a-1051262.html.

7 David Campany: Reconsidering Icons, in: *The Lives and Loves of Images*, hrsg. von dems., Ausst.-Kat., Mannheim 2020, S. 14–15, hier: S. 14.

8 Leon Scherfig: Warum das Foto von Aylan eine solche Wirkung entfaltet hat, in: *Der Westen* vom 2. Sept. 2016. URL: https://www.derwesten.de/politik/warum-das-foto-von-aylan-eine-solche-wirkung-entfaltet-hat-id12157936.html.

9 Die ‚Umbesetzung' spielt innerhalb der Säkularisierungstheorie Hans Blumenbergs eine wichtige Rolle. Er schreibt: „Der Begriff der ‚Umbesetzung' bezeichnet implikativ das Minimum an Identität, das noch in der bewegtesten Bewegung der Geschichte muß aufgefunden oder zumindest vorausgesetzt und gesucht werden können." Hans Blumenberg: *Legitimität der Neuzeit* [1984–1985], Frankfurt a. M. 2017, S. 541. In seiner Auseinandersetzung mit Blumenberg übernimmt Carl Schmitt den Begriff. Siehe Carl Schmitt: *Politische Theologie II. Die Legende von der Erledigung jeder Politischen Theologie* [1970], Berlin 2017, S. 85 f.

10 Blumenberg (wie Anm. 9), S. 126.

11 Als Beispiel für die Adaption in Graphic Novels siehe Patrick Gleason: „Ice Guy together again", in: Peter J. Tomasi, Patrick Gleason, Prentis Rollins: *Green Lantern Corps* Nr. 19 (2006). Michaela Shipman: *Modern Day „V.J. Day Kiss*", 2012. URL: http://michaelashipman2.blogspot.com/2012/05/modern-day-vj-day-kiss.html.

12 Vgl. Michel de Certeau: *Kunst des Handelns* [1980], übers. von Ronald Voullié, Berlin 1988, S. 13.

13 David Campany benutzt diese Formulierung in einem deskriptiv-kritischen Sinne, um Verwendungsweisen von Ikonen im Pressewesen zu charakterisieren. Campany (wie Anm. 7), S. 14

14 Ich beziehe mich hier auf den Begriff des repräsentativen Regimes in Jacques Rancière: *Das Unbehagen in der Ästhetik*, übers. von Richard Steurer-Boulard, hrsg. von Peter Engelmann, Wien 2007, S. 17 u. S. 39 f.

15 In den Bewerbungsanforderungen des World Press Photo Award heißt es: „Changes in density, contrast, color and/or saturation levels that significantly alter content by obscuring or eliminating information in the picture are not permitted." Nicht erlaubt sind des weiteren „stitched panoramas, either produced in-camera or with image editing software". URL: https://www.worldpressphoto.org/contest/2022/verification-process/what-counts-as-manipulation.

16 Henri Cartier-Bresson: Der entscheidende Augenblick [1952], in: *Texte zur Theorie der Fotografie,* hrsg. Bernd Stiegler, Stuttgart 2012, S. 197–205.

17 *The jury on the six nominees for the World Press Photo of the Year*, 15. Febr. 2018: „You have to be able to feel the World Press Photo in your stomach." URL: https://www.facebook.com/WorldPressPhoto/videos/10606348949401237/.

18 URL: https://www.worldpressphoto.org/collection/photo-contest.

19 Filipovic in Maxwill (wie Anm. 6).

20 Karl Jaspers hat in einem ganz anderen Zusammenhang das Bestreben der typisierenden Fixierung einer offenen Situation als Trägheits-, Gewissheits- und Beruhigungsmaßnahme gedeutet. Karl Jaspers: *Die Situation der Zeit* [1931], Berlin/New York 1977, S. 29

21 Walter Benjamin: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit [dritte Fassung, 1936–1939], in: ders.: *Abhandlungen* (Gesammelte Schriften 1), hrsg. von Rolf Tiedemann, Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt a. M. 1974, S. 470–508, S. 482.

22 Einer der beiden Street-Art-Künstler äußerte sich über die Publikationsreaktionen: „Aber mich freuten vor allem die emotionalen Reaktionen von Menschen, die mit ihrem Herzen denken. Das berührt mich und ist der Grund, wieso ich es, nachdem es beschmiert wurde, auch zehnmal ausbessern werde." Matthias Cameran: Es ist ein Gedenkbild [Gespräch mit Justus Becker und Oğuz Şen], in: *Eulenfisch* 1 (2016). URL: http://www.eulenfisch.de/magazin/ausgaben/01-2016-flucht-in-die-fremde/ouz-en-und-justus-cor-becker-im-gespraech-es-ist-ein-gedenkbild/.

23 Julia Voss: Künstler Ai WeiWei. „Ich bin Aylan Kurdi", in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 3. Febr. 2016. URL: https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kritik-an-ai-weiwei-fuer-aufnahme-als-toter-fluechtling-aylan-kurdi-14048462.html.

24 Ähnliches gilt für die lebensnahe skulpturale Nachbildung des toten Jungen durch Pekka Jylhä: *Until the Sea Shall Him Free*, 2016. Tragödie und Popifizierung gehen auch in diesem Fall nahtlos ineinander über. Siehe Donna Roberts: The Drowned Refugee Aylan Kurdi and Other Horrors on Display at Helsinki Contemporary, in: *Finland Today* vom 10. Juni 2016. URL: https://finlandtoday.fi/the-drowned-refugee-aylan-and-other-horrors-on-display-at-helsinki-contemporary/.

25 Bereits Günther Anders spricht von „Ikonomanie" und „hypertrophischer Bildproduktion", die zu einem „Als-Ob" verleiten

würden. Günther Anders: *Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution* (Die Antiquiertheit des Menschen 1) [1956], München 1985, S. 57 f.

26 Jean Baudrillard: *Der symbolische Tausch und der Tod* [1976], München 1982, übers. von Gerd Bergfleth, Gabriele Ricke, Ronald Voullié, S. 113 f.: „Die Realität geht im Hyperrealimus unter, in der exakten Verdopplung des Realen, vorzugsweise auf der Grundlage eines anderen reproduktiven Mediums – Werbung, Photo etc. – und von Medium zu Medium verflüchtigt sich das Reale […]." Paul Virilio: *Das öffentliche Bild*, Bern 1987, S. 9, spricht von einer „Fusion/Konfusion von Auge und Objektiv", die bewirke, dass Berufs- und Amateurfotografen „eher zu Zeugen ihrer eigenen Photographien als zu Zeugen irgendeiner Wirklichkeit werden".

27 Siehe *100 Photographs. The Most Influential Images of All Time*, hrsg. von Ben Goldberg, Paul Moakley, Kira Pollack, New York 2019, S. 114 f.

28 Den Begriff ‚photomosaic' ließ Silvers als Marke registrieren. URL: https://archive.photomosaic.com/bio.html.

29 URL: https://www.youtube.com/watch?v=bqII1y4Kb0.

30 Kaja Silverman wertet die Arbeit mit der banalen anthropologischen Feststellung auf, dass das Fotomosaik von *Googlegram: Niépce* „a powerful reminder of the limits of human vision, and the inexhaustibility of the perceptual world" darstelle. Kaja Silverman: *The Miracle of Analogy*, Stanford 2015, S. 61.

31 Gerhard Paul: „Icons Art" & „Double Take". Anmerkungen zu einer Berliner Ausstellung, in: *Visual History. Online-Nachschlagewerk für die historische Bildforschung* vom 18. März 2019. URL: https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1634.

32 Michel Foucault: *Was ist Kritik* [1990], übers. von Walter Seitter, Berlin 1992, S. 15.

33 Theodor W. Adorno: *Ästhetische Theorie* [1970], Frankfurt a. M. 1980, S. 46.

34 Von Cartier-Bressons entscheidendem Augenblick war oben schon die Rede. Zum Es-ist-so-gewesen siehe Roland Barthes: *Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie* [1980], übers. von Deitrich Leube, Frankfurt a. M. 1985, S. 110.

35 Claude Lévi-Strauss: *Das wilde Denken* [1962], übers. von Hans Naumann, Frankfurt a. M. 1973, S. 37.

36 Adorno (wie Anm. 33), S. 43.

37 Die gesamte Serie unter der URL: http://www.broombergchanarin.com/hometest#/kodak-1-1-1-1/. Razmis 27 Fotografien sind einsehbar unter der URL: http://online.wsj.com/public/resources/documents/info-iranpics0611-28.html.

38 Aby M. Warburg: Einleitung zum Mnemosyne-Atlas [1929], in: *Rhetorik der Leidenschaften. Zur Bildsprache der Kunst im Abendland*, hrsg. von Ilsebill Barta-Fliedl, Christoph Geissmar-Brandi, Naoki Sato, Hamburg/ München 1999, S. 225–228, hier S. 226.

39 Das Video ist in einer Ausstellungsansicht publiziert unter der URL: https://davidclaerbout.com/.

40 Zum Herstellungsverfahren siehe die Selbstaussagen des Künstlers in Roxanne Bagheshirin Lærkesen: *David Claerbout Interview. Virtual Image Making*, 2021. URL: https://www.youtube.com/watch?v=WKuoFD-LjeA. Die von Claerbout verwendete Fotografie ist abgedruckt in Alfred Wertheimer: *Elvis '56. Der Beginn*, Hamburg 1987, S. 164–165.

41 Benjamin (wie Anm. 21), S. 496.

42 Max Pinckers, Sam Weedmeester: *Controversy*, Brüssel 2017, sowie José Manuel Susperregui: The Location of Robert Capa's Falling Soldier, in: *Communication & Society* 29 (2016), S. 17–43.