

## Iconic Turn – subversiv

### I

Christina Maria Pfeifer beobachtet ihren bayerischen Landsmann Joseph Ratzinger vom Chiemsee, derzeit Papst, und sie zeigt, wie er hinter dem eigenen Schatten und schicken Schühchen verblasst. Sie zeigt uns die politischen Führer der G8-Nationen mit deutscher Dame beim Freiluft-Schaukeln, den militärischen Abzug in Georgien als *danse macabre* der Panzer, Trucks und Mannschaftswagen und sie führt uns die hormongesteuerte Quelle der Milchseen der Europäischen Union in vielerlei Variationen vor Augen.

Ihr materieller Aufwand ist gering: Watte-Stäbchen, vorzugsweise japanische, ein Duzend Farbtöne Ölpastell, eine Stahlfeder, Tusche und Fotos, die sie aus der Tagespresse ausgeschnitten und so auf Karton aufgezogen hat, dass sie sich trotz ihrer fragilen materiellen Substanz von ihr bearbeiten lassen.

Die Asymmetrie im Ressourcen-Einsatz sticht unmittelbar ins Auge, wenn man den aufwendigen Produktionsprozess eines heutigen Presse-Fotos kennt. Seit dem flächendeckenden Einsatz digitaler Technik bei der Produktion, der Übermittlung und dem Druck von Pressebildern ist zwar einerseits alles schneller und - vordergründig - weniger aufwendig geworden. Andererseits erzeugt der mit der Digitalisierung parallel laufende und diese beschleunigende Funktionswandel des Bildes („Iconic turn“) [0] einen Selektions-, Optimierungs- und Inszenierungsaufwand, der große interne Stäbe, externe Berater und PR-Agenturen für Unternehmen, Regierungen, Parteien und für die Interessensvertretungen sozialer Gruppen hat entstehen lassen.

Auf anderen Stationen ihres Lebens hatte Christina Maria Pfeifer dieses Geschäft aus der Nähe beobachten können. Mit der dabei eingesetzten Technik kann sie, ihre „Gedankenfilme“ beweisen das, virtuos umgehen. Warum hat sie sich trotzdem Pressefotos vorgenommen? Warum hat sie sich dem sterbenden Schwan Tagespresse zugewandt?

### II

Der schon seit Jahren zu beobachtende Funktionswandel der Pressebilder von der Visualisierung eines Textes hin zum Informationsträger *sui generis* hat sich zeitgleich mit der marktradikalen Revolution, verkörpert durch Thatcher und Reagan, mit ganzer Wucht Anfang der 80er Jahre durchgesetzt. Reagans Medienberater Michael Deaver hatte das damals auf die Formel gebracht: „Das Bild erzählt die ganze Geschichte, egal was Reagan sagt“ [1].

Natürlich war diese Absage an das Wort, den logos, in dieser Offenheit und Radikalität nur möglich, weil das Fernsehen mit seinen elektronischen Scheinbildern zum dominierenden Verbreitungsmedium geworden war. Das hat der Hollywood-Profi Ronald Reagan und die kalifornische Rüstungsindustrie, die ihn als Präsidentschaftskandidaten erfunden hatte, im Wahlkampf wie später im Amt des US-Präsidenten, voll ausgespielt.

Der weltweite Siegeszug des Marktradikalismus, der in der zweiten großen Weltwirtschaftskrise in diesen Tagen an sein Ende gekommen ist, war verbunden mit dem Verdrängen des Wortes durch das Bild. Die intellektuellen Flaggsschiffe der bürgerlichen Publizistik, *The Times* in London, die *Neue Züricher Zeitung*, *Le Monde*,

*Corriere della Sera*, die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, das *Wall Street Journal*, die lange Zeit bewusst keine Fotos oder allenfalls in speziellen Beilagen gedruckt hatten, haben nach und nach schwarz-weiße, später auch farbige Fotos als Blickfang auf die erste Seite genommen – der „iconic turn“ hat auch sie spät, dann aber mit voller Wucht, eingeholt.

Danach gab es kein Zurück mehr: Bush senior, Reagans Nachfolger im Amt, wurde von einem jüngeren Helden, Bill Clinton, nicht zuletzt durch die attraktiveren Bilder, geschlagen. Dessen Nachfolger, der Worte kaum mächtig, verließ sich vollends auf inszenierte Bilder, einschließlich des Thanksgiving-Truthahns aus Pappe für seine Truppen im Irak. Die grauenhaften Bilder aus Guantanamo und Abu Ghraib, deren Inszenierung die Folge seiner politischen Entscheidungen war, werden auf ewig mit seinen Namen aufs Schändlichste verbunden bleiben.

Das sinnlich Materielle, dass man sie in die Hand nehmen, rascheln hören und ihre Druckerschwärze riechen kann – das unterscheidet die gedruckte Zeitung und das in ihr abgedruckte Pressefoto vom elektronischen Bild. Nicht zuletzt das hat wohl Christina Maria Pfeifer zu ihren Arbeiten animiert – man kann, z.B. mit Wattestäbchen und Stahlfeder, nachhaltiger als bei bewegten Bildern diese teuer elaborierten Presseinszenierungen weiter und auf die Spitze treiben. Warum macht sie das? Was macht das?

### III

Heute gehört die Inszenierung der medialen Bilder zum Alltagsgeschäft der Politik. [2] Die Fähigkeit damit umzugehen ist zur Kern-Kompetenz geworden, der Politiker genügen müssen – auch in Europa einschließlich Russlands. Die Bilder-Politiker Putin, Sarkozy, Berlusconi, Blair - um nur die Champions der politischen Ikonisierung in Europa zu nennen, haben auch bei uns die Politik immer weiter vom Wort gelöst.

Christina Maria Pfeifer dekonstruiert den Medien-Mogul Berlusconi als Doktor Faustus, der den Medien-Mephisto am Ohr hängen hat.

Bush lässt sie mit geschlossenen Augen mit einem Heiligen zweifelhafter Herkunft tanzen. Ist es ein Derwisch? Oder sonst ein Schlimmer? Bin Laden etwa?

Das Bild von Putins Nachfolger, der die ihm von zwei Oberpopen hingehaltene Ikone küsst, inszeniert sie mit ihrem Eingriff zu einem Spiel im Spiel, bei dem der Staatskörper zur Ikone travestiert wird und – hoppla! – die Ikone zum Staatskörper mutiert.

Aus den mit so viel Aufwand, Mühe und Geld ikonographisch inszenierten Pressefotos macht sie Bilder, die die Inszenierung unterlaufen und die Ikonisierung explizit machen.

Auf den gedruckten Nachrichten-Fotos sind auch ganz andere Bilder entstanden. Es sind Elendsmotive, so wie das der Mutter mit ihren sechs Kindern auf der Flucht im Kongo (*Exodus Mater*), die sie durchs Wasser gehen lässt und die nirgends ankommen werden. Nur mit einem hauchfeinen Netz hält sie die Familie zusammen.

Der durch die Erdbeben-Katastrophe in Kairo obdachlos gewordene Mann, dem die Regierung statt Helfern Soldaten geschickt hat, redet zu diesen als Erzengel Michael (*Mika'il in Cairo*), den es auch im Islam gibt und der dort smaragdgrüne Flügel hat.

Die radikalste Verdichtung ist der verdreht aufgesetzte (goldene?) Kalbskopf mit weit heraushängender Zunge, der als letzter Realitätspartikel vom Tanz der Wahnsinnigen auf den virtuellen Welt-Finanzmärkten übrig geblieben ist.

Sowohl die raffinierte Dekonstruktion der Foto-Inszenierungen wie die Radikalisierung der Reportage-Fotos könnte man unter „Medien-Kritik“ oder „politische Aufklärung“ oder „engagierter Kunst“ einsortieren. Aber wird man damit diesen Arbeiten gerecht? Warum nicht?

#### IV

Die inszenierten Pressefotos, die von Christina Maria Pfeifer manipuliert wurden, sind irritierend und sie sind dabei so schön, dass man sie sich als Wohnräume schmückend vorstellen kann. Was irritiert dabei: Die Motive? Die Manipulation? Die Schönheit?

Besonders augenfällig wird dieser Zwiespalt bei dem Bild ... *and the show must go on*, bei dem (Er)Schrecken und ästhetisches Vergnügen nicht voneinander zu trennen sind. Islamistische (?) Kämpfer (?) in Kampfstiefeln öffnen den roten Vorhang für Schusswesten tragende westliche Elite-Soldaten mit Tarnanzügen - auch in Kampfstiefeln.

Das ursprüngliche von ihr für die künstlerische Manipulation ausgewählte Pressefoto hätte uns, wenn überhaupt, wohl nur kurz irritiert – diese Gestalten haben wir schon (zu)oft gesehen. Andererseits: Das Bild, das Christina Maria Pfeifer aus dem Pressefoto gemacht hat, könnte es uns, aus dem aktuellen historischen Kontext gelöst, in gleicher Weise ästhetisch faszinieren?

Diese Frage stellen heißt die weiter oben aufgeworfene Frage, ob man die Bilder von Christina Maria Pfeifer in die Medienkritik einordnen oder sie als engagierte Kunst ansehen sollte, verneinen.

Denn mit ihren Manipulationen an den Pressebildern, die ja vorgeben „die Wirklichkeit“ abzubilden [3], überschreitet sie systematisch das Wirkliche im Hinblick auf das Mögliche und gewinnt so Form und Formen. Genau dies aber ist die Funktion der Kunst, ihr spezifischer Beitrag zur gesellschaftlichen Kommunikation [4].

Hingegen ist es die klassische Funktion von Pressebildern als visuelle journalistische Darstellungsformen in der Medienkommunikation, Verbindungsglied zu sein zwischen Öffentlichkeit und individueller „Eindrucksbildung“, die das Realitätsverständnis („Framing“) prägt [5]. Deshalb wird für die Inszenierung von Pressefotos ein so hoher Aufwand getrieben, deshalb nimmt der Anteil der Bilder am Inhalt der Printmedien kontinuierlich zu und darum wird von der mit der Digitalisierung praktisch unbegrenzt möglichen Bild-Manipulation so ungeniert und rege Gebrauch gemacht.

Natürlich hat es schon immer, auch in den Zeiten vor der Fotografie und vor dem Buchdruck, visuelle Repräsentation der Macht gegeben [6]. Viele klassische Kunstwerke sind so entstanden und viele große Künstler sind nur deshalb im Gedächtnis der

Menschheit geblieben. Der Bereich der Bildproduktion, der heute die Funktion dieser Handwerker-Künstler wahrnimmt ist in unserer Zeit sehr viel ausgedehnter. Ob und inwieweit dabei „Kunstwerke“ entstehen, die das Wirkliche transzendieren oder „Scheinbilder“, die die Realität in Agonie versenken [7], ist offen.

Christina Maria Pfeifer balanciert mit ihren manipulierten Pressefotos auf der Grenze zwischen manipulierter Wirklichkeit und anderen Möglichkeiten. Ist sie also doch eine getarnte Aufklärerin, eine geheime Aufrührerin, eine *artiste engagée*?

## V

Wenn wir davon ausgehen, dass ihre Kunst, wie jede Kunst, „eine Steuerung von Beobachtungen (ist), auch eine Steuerung der Beobachtung anderer“ [8], dann ist jeder Künstler ein engagierter Künstler – ohne die politische Konnotation, die mit diesem Begriff meist verbunden wird.

Christina Maria Pfeifer ist eine *pictora docta*, der man eine bewusste und reflektierte Wahl ihrer Objekte trotz ihres ausgeprägten Spieltriebs unterstellen muss. Das ist auch an ihrem souveränen Überschreiten etablierter Kunstsparten zu sehen und deshalb wohl ist sie auch bei einer Galerie gelandet, die ihr darin kongenial ist.

Als notorischer Aufklärer-Sisyphos möchte man ihre Arbeiten, insbesondere ihre manipulierten Pressefotos, nur allzu gern auf seine Seite buchen. Das geht aber nicht, Gott sei Dank, weil sich ihre Kunst, mit Wattestäbchen, Stahlfeder und stahlhartem Eigensinn, dem entzieht. Denn Kunst kann alles aufgreifen, auch Politik und Pressefotos, wenn ihr Thema dabei „die Beobachtung der Unbeobachtbarkeit der Welt“ bleibt. [9]

Mit ihren schönen, irritierenden, verstörend manipulierten Pressebildern, die ursprünglich mit der Absicht inszeniert und veröffentlicht worden waren unsere Weltsicht zu lenken, setzt sie Zeichen für die Unbeobachtbarkeit der Welt, charmant und todernst, spielerisch und sehr geschickt, wie es ihre Art und ihre Kunst ist.

**Volker Riegger**, Prof. Universität der Künste Berlin; Februar 2009

© Christina Maria Pfeifer

## Anmerkungen

- 0 W.J.T. Mitchell (1994), *Picture Theory* (University of Chicago Press), Chicago.
- 1 Heiko Ripper (1998), *Der Große Kommunikator. Die Medienstrategie Ronald Reagans im Kontext der US-Präsidenten* (Alber), Freiburg, München.
- 2 Moritz Ballensiefen (2009), *Bilder machen Sieger – Sieger machen Bilder* (VS), Wiesbaden.
- 3 Thomas Knieper und Marion G. Müller (Hrsg.) (2003), *Authenzität und Inszenierung von Bilderwelten* (Herbert von Halem), Köln.
- 4 Niklas Luhmann (1990), *Weltkunst*, in: Niklas Luhmann, *Schriften zur Kunst und Literatur* (stw 1972), Frankfurt am Main, S. 189-246.
- 5 ebd. Ballensiefen, S. 88
- 6 Lutz Huth (2007), *Repräsentative Personen*, in: Lutz Huth und Michael-Krzeminski (Hrsg.), *Repräsentation in Politik, Medien und Gesellschaft* (Königshausen&Neumann), Würzburg, S. 213-249).
- 7 Jean Baudrillard (2007), *Pourquoi tout n'a-t-il pas déjà disparu?* (Les Éditions de l'Herne), Paris.
- 8 Niklas Luhmann (1990), *Ein Gespräch über Kunst*, in: Niklas Luhmann, Frederick D. Bunsen, Dirk Baecker, *Unbeobachtbarkeit der Welt* (Cordula Haux), Bielefeld, S. 59.
- 9 Niklas Luhmann (1993), *Die Evolution des Kunstsystems*, in: Niklas Luhmann, *Schriften zur Kunst und Literatur* (stw 1972), Frankfurt am Main, S. 258-276.