

main altarpiece and perhaps other parts of the decorative program. Finally, several disparate observations about the nuns' finances and expenditures describe them acquiring land (pp. 39 – 44), relying on donations (39–47, 142–143), paying workers (Appendix 4), borrowing and repaying money to the treasury of the Cassinese Congregation (p. 123), and even using Patriarch Vendramin as something of a modern-day collection agent who put pressure on the underperforming donor Lunardo Morosini (p. 150). Although these varied activities might warrant it, the book does not contain an explicit, cohesive analysis of the Santi Cosma e Damiano nuns' overall financial planning strategy, or financial relationships they might have had with other Benedictine convents in the city of Venice.

Such discursions, however, were not Paul's purpose. His focus is on the nuns' conscious sense of their identity as part of a larger religious reform with specific allegiances to their foundress's ideals, and their remarkable persistence in adhering to their ideals in the art and architecture they commissioned across several centuries.

A significant departure from his solid earlier studies on Tintoretto, Paul's book is a work of mature scholarship that engages important questions of historical identity formation while it simultaneously stakes out an expanded identity for Paul himself as a fully fledged scholar not only of Renaissance art but also of architecture and history with a range from the Renaissance through the eighteenth century. This book offers multiple, valuable contributions: a reconstruction and reinterpretation of the architecture and decoration of an important Venetian monument, new information that sheds light on early modern nuns' self-realization and self-representation, new understandings about the adaptation and representation of religious reform ideologies in art and architecture, and new and accessible transcriptions and reproductions of significant documents from the sixteenth through the eighteenth centuries.

MARY-ANN WINKELMES
University of Illinois

Tobias Lander: Coca-Cola & Co. Die Dingwelt der Pop Art und die Möglichkeiten der ikonologischen Interpretation; Petersberg 2012; 400 Seiten, 455 Farbbildungen, Hardcover; ISBN 978-3-86568-135-5

Der Kunsthistoriker Tobias Lander hat mit *Coca-Cola & Co. Die Dingwelt der Pop Art und die Möglichkeiten der ikonologischen Interpretation* einen opulenten Bildband vorgelegt, der auf 400 Seiten und mit 450 Abbildungen eine beeindruckende Annäherung an das scheinbar ausgereizte Thema der Pop-Kunst unter ungewohntem methodischem Vorzeichen wagt. Scheint das Themenfeld Pop Art längst weidlich abgegrast, wie die höchst umfangreiche Literatur zu dieser populären Kunstrichtung vielleicht vorschnell vermuten ließe, schöpft Lander die Legitimation für eine neuerliche – diesmal ikonologische – Auseinandersetzung aus dem, was er zutreffend einen „*blinden Fleck*“ in der Wahrnehmung nennt. Der Autor strebt damit nicht weniger als eine

Neubewertung der Pop Art an (S. 8). Es soll nicht unerwähnt bleiben, dass es sich bei *Coca-Cola & Co. Die Dingwelt der Pop Art und die Möglichkeiten der ikonologischen Interpretation* um die Dissertation des Autors handelt. Die äußerliche Erscheinung des Bandes, die in ihrer Üppigkeit wenig gemein hat mit den zumeist in bescheidenerem Format verlegten Promotionsarbeiten, legt dies nicht zwangsläufig nahe. Der reich bebilderte Prachtband lässt durch die hochwertige Aufmachung zunächst weniger an eine wissenschaftliche Arbeit denn ein Coffee table Book denken. Ein Blick auf das Inhaltsverzeichnis wie auch den 764 Fußnoten starken Anmerkungsapparat und das umfangreiche Literaturverzeichnis verrät jedoch den ambitionierten geisteswissenschaftlichen Anspruch des Unternehmens.

Sorgsam untergliedert Lander seine Studie in 9 Kapitel, die er wiederum in Unterkapitel auffächert. Die thesengetriebene Einleitung dient der allgemeinen Vorstellung des gewählten Themas, seiner Einbettung in einen wissenschaftstheoretischen Rahmen und der plausiblen Begründung seiner Wahl. Auslöser für die Studie ist demnach die Einsicht in die Notwendigkeit einer bis dato ausstehenden Beschäftigung mit der Bedeutungsdimension der Pop Art, genauer: ihrer als trivial eingestuft Motive. „Um die Komplexität der angeblich oberflächlichen Werke dieser Kunstströmung aufzuzeigen, wird der tiefere Blick auf das Motiv zur Notwendigkeit.“ (S. 8).

Es ist in der Tat merkwürdig, dass die Bedeutungsdimension der Pop-Motivik bislang fast durchgängig ignoriert wurde. Dem setzt Lander nun den Anspruch einer ikonologischen Durchleuchtung entgegen, wobei er sich explizit am Interpretationsansatz von Erwin Panofsky und dessen dreistufigem Deutungsmodell orientiert. Seine Äußerungen, in denen die Suche „nach unter dem Abbild verborgenen Interpretationsebenen, das Aufspüren der Motivquellen, deren Untersuchung im Hinblick auf den damaligen gesellschaftlichen Kontext wie auch die Bedeutung für den jeweiligen Künstler (S. 9) im Zentrum stehen, verraten die Nähe zu Panofskys symptomatologischem Werkbegriff. Handlungsbedarf sieht Lander auch insofern, als er hinsichtlich der Pop Art eine regelrechte „Tradition der Ungenauigkeit“ des Betrachtens ausmacht, wodurch Fehlbewertungen und inhaltliche Kurzschlüsse vorprogrammiert seien. Er handelt diesen Punkt am Beispiel von Warhols Siebdruck „Gun“ (1982) ab, einem symbolträchtigen Motiv mit weitem Deutungshorizont.

Stein des Anstoßes sind ihm nicht nur die ungenauen Werkbeschreibungen (S.13), auch in der Fachliteratur sieht er eine weit verbreitete Geringschätzung der Bilder und ihrer Motive am Wirken. So beschließt das einleitende Kapitel mit einem kritischen Blick auf die Literatur, wodurch sich der Leser unangestrengt über den Forschungsstand informiert sieht.

Schon an dieser Stelle sei hervorgehoben, dass Landers flüssiger und frischer Schreibstil bis auf eine offensichtliche Vorliebe für kursiv betonte Fremdwörter, die Studie zu einer lesenswerten Lektüre macht, ohne den intellektuellen Anspruch zu mindern. Zahlreiche Zitate, oft in der Ursprungssprache wiedergegeben, stehen für den hohen wissenschaftlichen Standard.

Kapitel 2 beschäftigt sich unter der Überschrift *Das Werk als blinder Fleck der Interpretation* (S. 27–65) mit den Ursachen für die besagte Blindheit. Lander macht

hierfür mehrere Gründe aus, von der vermeintlich konzeptuellen Ausrichtung der Pop Art, die im Kielwasser Duchamp'scher Theorien eine Auseinandersetzung mit den Inhalten überflüssig macht, zur nur summarischen Betrachtungsweise der unter der Rubrik „Alltagsgegenstände“ zusammengefassten Bildmotive in der Pop Art. Als Gegenposition zum inhalts gesättigten Abstrakten Expressionismus verstanden, sieht man keinen Anlass für weitergehende Deutungsansätze. Als wirklich fatal geißelt Lander allerdings die immer wieder zu beobachtende Gleichsetzung von Vorbild und Bild. Lander entlarvt in diesem Abschnitt das weit verbreitete Vorurteil, wonach die Pop-Künstler ihre Motive ohne Transformation der Konsum- und Warenkultur entnahmen, als falsche Annahme. Hierzu arbeitet er die Unterschiede der Pop-Werke zu ihren Vorbildern in der Welt des Comics und der Werbung heraus. Seine Darlegungen münden in dem Schluss, „...dass deutliche Unterschiede zwischen Bild und Vorbild erkennbar sind, nicht zuletzt, weil die Intentionen von Pop Art und Werbung völlig andere sind und rezeptionsbedingt auch sein müssen.“ (S. 48) Statt einer unreflektierten Übernahme sieht Lander die kalkulierte Verwendung niedrigschwelliger visueller Angebote. Die anschließenden differenzierenden Betrachtungen von Ready-mades und Pop-Objekten führen zur These einer künstlerischen Eigenständigkeit der Pop-Artefakte, was wiederum als Grundlage ihrer Sinnhaftigkeit und Deutungswürdigkeit begriffen wird. Kunsthistorisch weit ausholend und mit zahlreichen Bildquellen versehen, legt Lander dar, wo die Alltagsgegenstände der Pop Art zwischen den Polen von Trivialobjekt und Bildobjekt angesiedelt sind. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf den berühmten *Painted Bronzes* von Jasper Johns und den *Brillo-Boxes* von Andy Warhol. Bereits an dieser Stelle kann auf eine gewisse Neigung zur Überinterpretation hingewiesen werden, wenn etwa die *Painted Bronzes* als mögliche Vanitas-Symbole (S.63) gedeutet werden und dieser Lesart durch die Heranziehung weit entfernter Bildparallelen Nachdruck verliehen werden soll.

In Kapitel 3 macht es sich der Autor zur Aufgabe, wahrnehmungspsychologische Ansätze der Pop Art vorzustellen. Dabei kommt Lander zu einer Reihe interessanter Einsichten, die das Phänomen Pop in einem reflektierteren Licht zeigen, als gemeinhin üblich. Die bekannte Vorliebe der Pop Art für banale und einfache Gegenstände leistete nachhaltig dem Missverständnis Vorschub, dass aufgrund leichter Wiedererkennbarkeit kein Interpretationspotenzial vorliege. Die Folge: Darstellung und Dargestelltes wurden und werden regelmäßig und systematisch gleichgesetzt oder verwechselt. Salopp ausgedrückt: Kaum einer will in der Suppendose von Warhol mehr sehen als eben die Suppendose. Dem stellt Lander nun die These eines bewusst niedrigschwelligen Zugangs zur Sphäre der Kunst gegenüber und deutet diesen als „elementaren Bestandteil einer Strategie, welche einer breiten Masse erst den Zugang zu den Werken ermöglicht.“ (S. 66).

Gestützt auf Erkenntnisse der Wahrnehmungspsychologie thematisiert Lander in diesem Kapitel Merkmale und Mechanismen der Perzeption, die ins Terrain der Pop-Artisten Eingang gefunden haben. Als prominenten Gewährsmann zieht er vor allem Rudolf Arnheim heran. Konkret wird für die Pop Art-Kunstwerke neben der Wirksamkeit der Prägnanzgesetze auch das „Gesetz der guten Gestalt“, jeweils auch

aus der Werbewirtschaft bekannt, postuliert. Die ikonische Eindringlichkeit der banalen Warholschen „Suspendosen“ leitet Lander so zum Beispiel vom darin nachweisbaren Proportionsverhältnis des „Goldenen Schnitts“ ab.

Weitere Fragen zur Perzeption betreffen Wort- und Farbsinn, das Figur-Grundverhältnis oder die Nähe Warholscher Werke zu Anaglyphenbildern. Mag auch die Nobilitierung eines Gemäldes wie „Campell's Soup“ von 1962 als Beispiel für den Goldenen Schnitt ein wenig angestrengt wirken, so stellen die Bemerkungen zur Affinität der Pop-Künstler zu neuen Bildtechnologien und Warhols Verarbeitung visueller Signale im Speziellen eine wahre Fundgrube für den Leser dar und helfen ihm, die Strategien der Bildwiedergabe zu begreifen.

Im folgenden Kapitel wendet sich Lander einer Frage zu, die er als „Gretchenfrage“ der Pop Art apostrophiert. Es geht in Kapitel 4 um den moralischen Deutungshorizont der so oft als oberflächlich eingestuften Pop Art. Mit der Metapher des „Janusgesichts“ umschreibt Lander die diametral voneinander abweichenden Einschätzungen der Pop Art hinsichtlich ihres kritischen Potenzials. So gibt es die Vertreter einer rein affirmativen, die Konsumwelt rückhaltlos befürwortenden Pop Art, wie auch den entgegengesetzten Deutungsansatz, der eine kapitalismuskritische Einstellung vermutet. Eine dritte Deutungslinie sieht eine neutrale Haltung am Werke. Lander geht der Frage nach dem moralischen Impetus anhand zweier Themengebiete exemplarisch nach. Es handelt sich dabei um die Bereiche „Lebensmittel“ und „Tod“. Die Lebensmittelmotivik nimmt in der Pop Art auffällig breiten Raum ein. Lander gelingt es, an vielen Stellen aufzuzeigen, dass die Pop-Künstler ihre Auswahl in der Ikonographie des Essens keinesfalls beliebig und zufällig treffen, sondern die Relevanz ihrer Motive und Themen im Auge haben. Damit wird auch eine Sinndeutung erforderlich. Dennoch gibt es auch Beispiele, die kritische Fragen zum ikonologischen Verfahren herausfordern. Das Lichtenstein-Gemälde „Cherry Pie“ von 1962 zeigt dem uninformierten, nur seinen Augen trauenden Betrachter lediglich ein Stück Kuchen von instabiler Form. Erst die in einem zweiten Schritt -man denke an die Terminologie von Panofskys dreistufigem Interpretationsmodell- lernt man vom Autor durch das „bildungsmäßig Hinzugewusste“, dass dieser Kuchen am President's day landesweit zubereitet wird und diesem Brauchtum eine Anekdote aus dem Präsidentenleben zugrunde liegt. Hier handelt es sich um ein Musterbeispiel für modernen „Disguised symbolism“, das gleichwohl die Frage aufwirft, wie ein Bild künstlerisch einzuschätzen ist, wenn es jenseits seiner rein formal-ästhetischen Gestaltung außerbildliche Quellen zu seinem Verständnis bedarf. Auch die Deutung der Trias von Rot – Weiß – Blau als Farben der amerikanischen Flagge basiert auf Insiderwissen, denn ebenso gut könnte man an die Farbzusammenstellung der „Trikolore“ denken und den Kuchen deshalb für französisches Backwerk halten.

Auch dem Inbegriff der Pop-Kultur, der Campell's Konserve und ihrem Markenimage werden in diesem Kontext wesentliche Gedanken gewidmet. Es gehört zu den ertragreichsten Passagen in Landers Studie, wenn er anhand seiner Auslassungen zu Fülle und Vanitas dem Betrachter den oftmals unterdrückten oder übersehenen Zusammenhang von Leben, Verfall und Tod vorführt und kenntnisreich mit

Bildvergleichen auch aus vorangegangenen Epochen untermauert. Von den beschädigten Campell's – Dosen mit ihrer morbiden Aura des Verfalls ist es nur ein kleiner Schritt zu der Memento Mori Symbolik, die die zahlreichen Unfall- und Selbstmörder-Bilder von Warhol durchdrungen hat. Das Augenmerk des Autors liegt hierbei ebenso auf den politischen wie humanen Statements, die die Wahl der Motive vermuten lässt. Bei den Crash-Serien und Suizidbildern, die Lander mit dem Begriff des *delightful horrors* umschreibt, kann man schon aufgrund ihrer serienmäßigen Darbietung an den von Geoffrey Gorner bereits 1955 geprägten Terminus der *Pornographie des Todes* denken.¹ Den voyeurhaften, aber ästhetisch sublimierten Blick in Warhols Werk aufzuzeigen, ist ein wichtiges Ergebnis der Arbeit von Lander.

Unter dem zynisch anmutenden Titel *American way of Death* bietet Lander, wie auch in den übrigen Kapiteln, eine große Anzahl an vergleichendem Bildmaterial an, was die Historizität des Themas herausstreicht. Hoch interessant sind Landers Ausführungen, wo er Rhythmik und Dynamik vierteiliger Bildtafeln mit politischem Hintergrund beschreibt, wie dies der Fall in *Red Race Riot* (1963) oder *Atomic Bomb* (1965) von Andy Warhol ist. Hier wird offensichtlich, dass sich der künstlerisch-kritische Gehalt der genannten Werke nicht aus der bloßen Übernahme eines engagierten Themas speist, sondern Ergebnis formaler künstlerischer Gestaltung ist.

Das umfassendste Kapitel *Zum Beispiel Coca-Cola – Eine Weltmarke als Prüfstein ikonologischer Interpretation* befasst sich auf beinahe 200 Seiten vorwiegend mit einer speziellen Motivgruppe (S. 168–341), die als „Testmotiv“ der aussichtsreichen Inhaltsdeutung innerhalb der Pop-Welt dienen wird. Als „Prüfstein ikonologischer Interpretation“ fällt die Wahl Landers auf die Weltmarke Coca-Cola.

Mit Coca-Cola greift Lander eine Ikone, nein, **die Ikone** der Werbewelt und westlichen Lebensart überhaupt auf und es ist die Frage, ob dieses sattsam bekannte Motiv mit seiner unbestrittenen Symbolkraft tatsächlich als „Prüfstein“ für die ikonologische Deutung geeignet ist. Denn mit der Wahl dieses weltweit verbreiteten Super-symbols geht der Autor kein großes Risiko ein: Das Wissen um den Symbolgehalt der Marke Coca-Cola ist kein Geheimnis, das mühsam zu entschlüsseln wäre, sondern im kollektiven Bewusstsein verankert und abrufbar. Es handelt sich gleichsam um kulturelles Allgemeingut. Das prominente Coca-Cola-Motiv ist daher nicht Prüfstein, sondern Paradebeispiel von Landers These. Es ist somit vorhersehbar, dass die fraglose Symbolhaltigkeit der großen Marke auch dort nicht nachlässt, wo sie als objet trouvé oder Versatzstück in Kunstwerken eingebunden ist. Als Prüfsteine hätten sich weniger prominente Gegenstände aus der im Titel annoncierten „Dingwelt“ angeboten.

Diesem großen Themenbereich integriert Lander zudem einen umfangreichen Exkurs zum Frauenbild der Pop Art. (S. 211–276), was kritische Nachfragen herausfordert. Der Autor selbst scheint die Erklärungsbedürftigkeit dieser Entscheidung zu spüren, denn im Fazit schiebt er eine thematische Rechtfertigung nach (S. 342) wie hier vorwegnehmend erwähnt werden soll. „Die prototypische Verbindung von Warenobjekt und Frauenakt beispielsweise bei Mel Ramos, das Objekthafte der Allen-Jones-Skulpturen und

1 GEOFFREY GORNER: The Pornography of Death. In: Encounter 5 (1955), H 4, S. 49–52.

der *Great American Nudes* von Wesselmann oder die „handelsübliche Quantität“ der Marilyn-Rollenporträts z. B. bei Warhol haben zu dieser Einordnung geführt.“ (S. 342) Das klingt einleuchtend, man möchte aber doch kühl erwidern, dass es durchaus andere Frauenbilder in der Pop Art zu bewundern gibt, die dem Objektstatus der Frau eine Absage erteilen und den männlich – versachlichenden Blick der zitierten Künstler unterlaufen. Lander stellt sich – bewusst oder unbewusst – wie selbstverständlich in die Tradition des männlichen Frauenbildes ein und trägt mit dieser Sichtweise zur Verfestigung der üblichen maskulinen Blickdominanz bei. Zwar wird ein Werk – ein einziges – der Pop Künstlerin Eveline Axell im Abschnitt „Exkurs: Frauenbilder der Pop Art“ gezeigt, doch gerade eines, das sich wie angegossen in die Argumentationslinie des Autors einfügt und von der Widerständigkeit Axells und dem Aufbegehren gegenüber dem alten Rollenmodell weit weniger zeigt als etwa die selbstbewussten Werke „Le peintre (autoportrait)“ von 1970 und „Le peintre en extase“ von 1971. Beide Arbeiten setzen durchaus auf eine libertinäere Ausstrahlung, doch kommen sie ohne die Attitüden der Warenförmigkeit und Posen der Verfügbarkeit aus, wie sie bei Jones, Ramos und Wesselmann anzutreffen sind. Auch Kiki Kogelnik hätte das Angebot an alternativen Frauenbildern nach dieser Hinsicht erweitern können. Mit Annie Sprinkles „Anatomie eines Pin-Up-Fotos“, 1991, ist immerhin ein ironischer Beitrag zum Thema vorhanden.

Lander führt dem Leser in Kapitel 5 die gleichsam ubiquitäre Verbreitung der Marke Coca-Cola und ihrer symbolischen Äquivalente vor, nachdem er zuvor ihre Rolle als Platzhalter des Konsums knapp charakterisiert hat. Hinweise auf die quasi religiöse Inszenierung durch die Coca-Cola Company und ihre ausgeklügelten Werbestrategien findet man hier ebenfalls. Im weiteren Verlauf zeigt Lander typische Coca-Cola-Werbeplakate mit der ihnen eigenen Ikonographie attraktiver junger Frauen – den sog. Coca-Cola-girls – im Freizeit- und Sportambiente. Sie stehen neben Werbebeispielen anderer Branchen, in denen ebenfalls Frauen als verkaufsfördernde visuelle Argumente auftreten.

Von hier aus zeichnet Lander die Spur nach, die die Ware Coca-Cola konkret in der Kunst hinterlassen hat. Der Bogen der von Lander erwähnten und teils auch intensiver besprochenen Beispiele spannt sich von Eduardo Paolozzi „I was a Rich Man’s Plaything“ (1947) bis zu einem mit Coke-Motivik bedruckten Sari aus der unmittelbaren Gegenwart. Der Startpunkt liegt damit außerhalb der Pop Art, die letzten Beispiele ebenfalls, auch wird der Betrachtungsrahmen über das reine Kunstobjekt in Richtung Gebrauchsgegenstand erweitert. Damit wäre auch der beindruckend breite Untersuchungsrahmen der Studie abgesteckt, die auf diese Weise eine Ausweitung der Kunstgeschichte in Richtung Bildwissenschaft betreibt.

In einem Unterkapitel verfolgt der Autor die den Pop-Artefakten häufig inhärente Sexualsymbolik, die durch Formanalogien- und Korrespondenzen zustande kommt. Hier führt Lander Beispiele phallischer Motive an, widmet sich aber auch schon dem für das Thema Coca-Cola wesentlichen Flaschenmotiv mit seiner „weiblichen Formsprache“. „Die geschwungene Form der Coca-Cola Flasche korrespondiert hingegen so stark mit der weiblichen Silhouette, dass eine künstlerische Verwandlung der Flasche ... unnötig wird, um diesen Bezug herzustellen.“ (S. 182) Das Thema der Sexualisierung

von Alltagsgegenständen in der Pop Art und die Überlagerung von Frauengestalt und Limonadengefäß, führt geradewegs zum Verhältnis von *Sex und Werbung*. Im gleichlautenden Unterkapitel relativiert Lander zunächst die weit verbreitete Ansicht von der übermäßig sexualisierten Werbewelt, die die Impulse für eine sexuell aufgeladene Pop Art geliefert habe. Im Gegenzug stellt er die These auf, dass die Beeinflussung eher umgekehrt von den Werken der Pop Art Richtung Werbung gingen und nicht vice versa. Als Kronzeugen nennt er hier vor allem die „Consumer Pin-Up“-Serie von Mel Ramos aus den 1960er Jahren.

Selbst wenn Landers These zutreffend sein sollte, dass die stark sexuell aufgeladene „Form der Blickfangwerbung lediglich ein Nischendasein in der Domäne männlich besetzter Produkte“ (S. 190) führt, scheint er die Macht der Werbung und ihrer möglichen Ausstrahlung in die Gesellschaft und damit die Künste zu unterschätzen. Lander, der eine „stärkere Sexualisierung der Werbung erst in den 1970er Jahren“ sieht, (S. 194) legt seine Argumente überzeugend dar, auch untermauert er seine Feststellung mit passendem Bildmaterial. Doch man vermisst hier die Forschungsergebnisse der Soziologin Eva Illouz.² In ihrer brillanten Studie *Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*³ weist sie auf die seit den 1920er Jahren vollziehende Verschränkung von Konsum und zwischenmenschlichen Beziehungen hin. Illouz erforschte eben jene Entwicklung, „...in der einerseits die Konsumwerbung zunehmend auf romantische Ideale ausgerichtet wird, während die Praktiken der Liebe umgekehrt verstärkt vom Warenkonsum abhängig werden.“⁴ Die Lektüre von Illouz Untersuchung, in deren Zentrum der Terminus der „Versachlichung der Liebesbeziehung“ steht, zeigt klar, dass die Werbung schon lange vor den Pop-Künstlern die Sphäre des ökonomischen Austausches und der menschlichen Beziehungen verschränkt hatte⁴ und dies so unterschwellig, dass man die Bedürfnislenkung für „normal“ hielt. Die erwähnten Coca-Cola-Plakate mit ihren zum Coca-Cola-Konsum animierenden Lifestyle-Akteuren wirken wie Illustrationen der Illouz'schen Thesen. Vor diesem Hintergrund ist wiederum Landers Kritik an Christa Murken-Altrogge zu relativieren. Wenn letztere formuliert, dass in der Kunst von Mel Ramos „die Vorstellung, die Erfüllung sexueller Wünsche würde mitverkauft“ anzutreffen ist (S.193), findet dies in Illouz Forschungen ein wissenschaftliches Fundament. Landers Aussagen zu den Bildern von Mel Ramos müssten vor diesem Hintergrund kritisch diskutiert werden. Gerade in ihnen tritt ja die von Illouz konstatierte Verquickung von industriellen Erzeugnissen und „Traumfrauen“ auf, die von Lander negiert wird.

Auf die Untersuchungen zu *Werbung und Sex* folgt der oben bereits kurz angesprochene ausgiebige Exkurs zum *Frauenbild der Pop Art*; nochmals untergliedert in *Tom Wesselmann und Allan Jones. Der weibliche Körper als Objekt und Zeichen* (S. 211–245) sowie 5.5.2 *Geschöpfe der Traumfabrik. Das Starporträt* (S. 246–276)

2 EVA ILLOUZ: *Der Konsum der Romantik – Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*; Frankfurt Main: Campus Verlag 2003.

3 Vgl. Anm. 2. S. X (Vorwort)

4 Vgl. Anm. 2. S. 107.

Als Hauptprotagonisten des ersten Teilabschnitts wählt Lander Allan Jones und Tom Wesselmann aus.

An ausgesuchten Beispielen geht Lander der Frage nach, wo die Frauenbilder auf der Skala zwischen den Polen von Objektivität und Zeichenhaftigkeit zu verorten sind und gleicht unterschiedliche inhaltliche Positionen differenziert miteinander ab. Wesselmanns aufreizend freizügige und zugleich entpersönlichte „Helen“ dient etwa als Beispiel dessen „... *was in den 1960ern als normale Sexualität akzeptiert wurde – inklusive der Darstellung der Frau als Objekt der männlichen Lust.*“ (S. 218) Hoch interessant sind hier die Bezüge, die Lander zu Marcuses Theorie der repressiven Freiheit herstellt. (S. 218)

Nicht allen Deutungsansätzen von Lander möchte man im Einzelnen folgen, doch sind die kenntnisgesättigten und aufschlussreichen Beschreibungen durchweg sehr lesenswert. Dies gilt auch für die Bemerkungen zu Allan Jones fetischhaften lebensgroßen „Möbel-Frauen“. Ob ihnen wirklich „*sexuelle Phantasie*“ und „*auslebbar Obsessionen*“ (S. 228) zugunsten der Aura der Entfremdung des modernen Menschen abgehen, mag dahin gestellt bleiben. Völlig zu Recht konstatiert der Autor angesichts der Dinghaftigkeit dieser Frauenmöbel und ihrer darin liegenden Erniedrigung zu Objekten jedoch den Sexismus – Verdacht, der wie Pech an ihnen klebt. Die Versachlichung von Erotik erreicht in Allan Jones Möbelfrauen jedenfalls einen Extrempunkt, der die Arbeiten auch in die Nähe der Pornographie rückt. Frauen gleich Möbeln besitzen zu können, scheint nahezu zeitgleich auch im Filmgenre als Männerphantasie auf, wie etwa der Science Fiction *Soylent Green* von 1972 belegen kann. Dort sind es sogar „echte“ Frauen, die als „Mobilier“ gemeinsam mit Apartments vermietet werden.

Die von Lander in diesem Zusammenhang als Vergleichsstücke angeführten weiblichen Sitzmöbel von Francois-Rupert Carabin von 1893 gehören zu den verblüffenden Trouvaillen dieser bilderreichen Studie. Doch ist der Charakter der dargestellten weiblichen Figuren ein völlig anderer. Der Kühle der Plastiken von Allan Jones steht die naturhafte Wildheit der Geschöpfe von Carabin gegenüber. Die Parallelen, die Lander hier sieht, sind lediglich oberflächlicher motivischer Natur. Wo die Frauen von Jones zu Gebrauchsgegenständen degradiert werden, strahlen die Gestalten von Carabin eine erotische Vitalität aus, die an die Hexendarstellungen eines Hans Baldung Grien, einst ebenfalls in Strasbourg tätig, erinnern mag.

Damit ist auch ein weiterer Kritikpunkt genannt. Lander hat die Tendenz, die Vergleichbarkeit von Beispielen zu überdehnen. Oft genügt ihm schon eine oberflächliche formale Ähnlichkeit des Themas, um Zusammenhänge auf visueller Ebene zu konstruieren. An dieser Stelle soll auf seinen Vergleich der Skulptur „Hatstand“, 1969, von Allan Jones mit dem berühmten altbabylonischen sog. „Burney-Relief“ (British Museum, London, 1800 v. Chr.) verwiesen werden. (S. 224) Kann tatsächlich über die „*hieratische Pose*“ als tertium comparationis der Bogen zu einer altorientalischen Gottheit geschlagen werden? Müsste man hier nicht die von Lander selbst reklamierte genaue Betrachtung einfordern? Während die kühle Blonde von Allan Jones die Hände zumindest als Ablageflächen anbietet, präsentiert sich die geflügelte Nackte mit der Hörnerkrone im Zeigegestus, in den Händen Insignien ihrer Macht. Die Identität der mit dem Hilfsnamen „Königin der Nacht“ bezeichneten Frauengestalt ist bis

heute strittig. Vieles spricht für Istar, Göttin der Liebe und des Krieges, aber es gibt auch überzeugende Argumente für die Darstellung der böswilligen Dämonin Lilith, die vor allem in Liebesdingen für Streit und Zerwürfnis sorgt. Was, außer dem Blick auf die frontale Darstellung einer nackten Frau mit erhobenen Armen, verbindet diese beiden Darstellungen? Ihre unterschiedlichen Realitätssphären wie auch der nicht zwangsläufig vertraute kulturelle Hintergrund lassen den Vergleich etwas willkürlich und als ein Beispiel eines ikonologischen Overstretchings erscheinen.

Den Exkurs zum Frauenbild rundet Lander mit vielschichtigen Betrachtungen zum Starporträt ab, wobei sich auch hier die Versachlichung der Stars im System der Medienwelt als zentrale Frage erweist. Auch wenn zugegebenermaßen die Übermacht von männlich determinierten Frauenbildern in der Pop Art nicht zu leugnen ist, allein die schiere Menge von Mel Ramos „Consumer-Pin Up’s“ ist erschlagend, kommt man nicht ganz um den Vorwurf herum, dass Lander sich die spezielle männlich geprägte mediale Repräsentation von Frauen in Kunst und Werbung als visuelle Aufmerksamkeitsattraktoren zunutze macht, was gerade in diesem Kapitel sehr durchschlägt. Bei manchem der – natürlich zum wissenschaftlichen Vergleich – abgedruckten Motive überwiegt doch die Einladung zur Schaulust ziemlich offensichtlich den Informationsgehalt, insbesondere dort, wo es um Aufmerksamkeit heischende ganzseitige Abbildungen geht. Als Extrembeispiel möge hier die „RealDoll, Modell Nika (Face No. 6 / Body No. 2), Abb. 283 dienen.

Unter dem Titel der „Wegwerf-Frau“ (S. 277) befasst sich Lander im Anschluss mit den Folgen des zuvor herausgearbeiteten Warencharakters von Marilyn & Co. Neben dem unvermeidlichen „Consumer-Pin Up’s von Mel Ramos widmet sich Lander auch einer Künstlerin der Pop Art, deren Werke von hohem kritischen Potenzial sind. Marisols drastische Skulptur „Love“ von 1962 (Abb. 358) hätte aber auch unter dem folgenden Kapitel der *Coca-Kolonisation* angeführt werden dürfen. Nämlich dann, wenn man sie anders als Landers nicht reflexartig als Werk „männlicher Unterdrückung“ (S. 282) liest, sondern als allgemeines Sinnbild extremer Übergriffigkeit und Gewaltanwendung. Man darf hier an die grundsätzliche Unterscheidbarkeit von sexueller Gewalt und sexualisierter Gewalt erinnern. Das fragmentierte Gesicht gehört nicht zwangsläufig einer Frau, jedenfalls vermeidet Marisol eine klare geschlechtsspezifische Zuordnung. Auch wenn die phallische Qualität der Flasche nicht zur Gänze ausgeschlossen werden soll, bietet sich noch ein weiteres Interpretationsfeld an, nämlich das brutale Stopfen von Gänsen in der Tiermast. Die senkrechte Anbringung der Coca-Cola Flasche bezöge aus dieser Deutung auch einen inhaltlichen Sinn. So wäre das Werk Marisols vor allem als Kritik an der Zwangsbeglückung durch die Marke Coca-Cola zu verstehen, die ihrerseits wieder stellvertretend für die Amerikanisierung und ihre Begleiterscheinungen steht.

Unter dem Stichwort *Coca-Kolonisation* verlagert sich der Schwerpunkt der Untersuchung auf die Verbreitung des Coca-Cola Motives in den Werken der Kunst. Lander nimmt den Betrachter anhand vieler Beispiele auf eine kunsthistorische Tour d’Horizon mit, wenn er bekannte und weniger bekannte Coke-Kunstwerke Revue passieren lässt und auf ihre ikonologische Deutbarkeit hin untersucht.

Durch die im kollektiven Bewusstsein im positiven Sinne wie im negativen Sinne verinnerlichte Gleichsetzung der Marke Coca-Cola mit den USA wird auch den (wirtschafts-)politischen und sozialen Implikationen des Begriffes Coco-Colonisation die notwendige Aufmerksamkeit gezollt.

Landers Fazit, launisch als *Panofsky goes Pop* umschrieben, fällt erwartungsgemäß positiv aus. (S. 342-346). Lander sieht seine Ausgangsthese bestätigt, wonach die Pop Art über ein hohes, bislang vernachlässigtes Deutungspotenzial verfüge und die inhaltlichen Schätze mit den Methoden der Ikonologie zu heben seien. Mit den Worten des Autors gesagt: „Indem das Motiv in seinen kultur- und zeitgeschichtlichen sowie wirkungsästhetischen und intentionellen Zusammenhängen ernst genommen wird, entwickelt sich ein seriöses Bild der Pop Art [...]“. (S. 343) Man kann ihm in dieser Einschätzung weitgehend beipflichten und dem anspruchsvollen Dissertationsunterfangen – auch im Hinblick auf das entstandene Mammutwerk – Respekt zollen.

Zwar ist nicht alles wirklich neu, was Lander an Einsichten zutage fördert, auch konnte er sich auf eine umfangreiche und instruktive Literatur sowohl zur Pop Art als auch zu Geschichte und Wirkung von Coca-Cola stützen, doch kommt seine Studie neben ihrem Plädoyer für die Ikonologie einer Fundgrube an Wissenswertem gleich.

Die Frage nach dem Ende der Ikonographie treibt aktuell auch andere Gelehrte um. So konstatiert etwa Frank Büttner: „Mit den Verwerfungen und Verschiebungen, die die Moderne im System der Kunst gezeitigt hat, sind tradierte Stoffe und Texte, von denen Bildinhalte herzuleiten waren, fragwürdig geworden, aber nicht das Prinzip der Ikonographie.“⁵ Es ist das Verdienst der großen Studie Landers, dies für die Pop Art eindringlich belegt zu haben.

Relativieren möchte man allerdings die Rolle, die Lander Erwin Panofskys dreistufigem Interpretationsmodell zuspricht. Erwin Panofsky ist unbestritten der „Gottvater“ der ikonologischen Bilddeutung. Doch die Schwächen seines auf drei getrennten Sinnschichten basierenden Deutungssystems wurden schon oft thematisiert. Problematisch ist bereits die künstliche Separierung der Sphäre der reinen Formen von der Zone des bildungsmäßig Hinzugewussten. Hierzu äußert etwa Lorenz Dittmann: „Panofskys Abtrennung einer Schicht vitaler Daseinserfahrung von einer Sphäre, die durch Kulturüberlieferung geformt sei, ist unreal.“⁶ Ohne die kritische Auseinandersetzung mit Panofskys dreistufigem Schema an dieser Stelle weiter ausführen zu wollen, sei auf die Schwierigkeiten hingewiesen, die der Autor selbst mit dem fraglichen Interpretationsmodell hat.

Während Stufe 1, die vorikonographische Untersuchung, am Motiv der *Campell's Suppendose* von Andy Warhol noch, „problemlos gelingt“, muss Lander bei Stufe 2 bezüglich der Anwendbarkeit passen. Die ikonographische Analyse entfällt mit dem lakonischen Hinweis auf den Status des Motivs als „Allgemeingut“. Undeutbarkeit

5 FRANK BÜTTNER, ANDREA GOTTDANG: Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten; München 2006, S. 274.

6 LORENZ DITTMANN: Zur Kritik der kunstwissenschaftlichen Symboltheorie. In: EKKEHARD KAEMMERLING (Hg.): Ikonographie und Ikonologie. Theorien – Entwicklung – Probleme. Bildende Kunst als Zeichensystem, Bd.1; Köln 1979, S. 329–352. Zitat S. 336.

aufgrund zu hohen Bekanntheitsgrades? Lander behilft sich mit dem Trick, die Dose zum „Stilleben“ umzuetikettieren und auf eine Sonderklausel von Panofsky zu verweisen, wonach auch bei Stilleben älteren Datums diese Problematik gegeben sei. Bei Stufe 3, der „eigentlichen ikonologischen Deutung“, kurz auch als Wesenssinn oder Dokumentsinn bezeichnet, greift das Modell wieder. Es stellt sich jedoch die Frage, ob es tatsächlich sinnvoll ist, ein explizit dreistufiges Interpretationsmodell zur Auslegung heranzuziehen, wenn von 3 Stufen nur 2 zur Anwendung kommen.

Die Affinität für Panofsky und seine Methode löst zugleich offenbar auch Abgrenzungswünsche gegenüber anderen Positionen aus. So wird Otto Pächt mit einem kurzen Statement zitiert und als Mäkler abgetan, der die Ikonologie missverstehe (S. 345). Hier möchte man Pächt gerne Gerechtigkeit widerfahren lassen, da er zu den wichtigen Kunsthistorikern zählt, die die Anschauung ins Zentrum ihres Arbeitens gestellt haben. Pächts Credo „Am Anfang war das Auge, nicht das Wort“ fasst seinen methodischen Schwerpunkt pointiert zusammen. Otto Pächts Kritik am schematischen System Panofskys ist ungleich fundierter als man aus Landers Zitat ablesen kann. Nicht einer pauschalen Verurteilung oder Ablehnung der Ikonographie redet er das Wort, sondern einer einseitigen und übertriebenen Fixierung auf außerhalb des Werkes liegenden Referenzen. Vollkommen zu Recht fordert er eine kritische Haltung gegenüber einer Methode, die glaubt, jeder künstlerischen Äußerung „[...] müsse eine verbale oder literarische Urfassung und Formulierung vorangegangen sein.“⁷

Dass solche Warnungen vor von außen hereingetragenen Bedeutungen und Überinterpretationen angebracht sind, zeigt Lander selbst an einigen Beispielen. So setzt er sich mit James Rosenquists „Target“ (1996, Öl auf Leinwand) auseinander (S. 16). Thomas Zaunschirm sieht in diesem Bild die Bedrohung des Betrachters, der in die Mündung eines Revolvers schaut. Er nennt das etwas pathetisch „das schwarze Ziel des eigenen Todes“. Lander weist nun daraufhin, dass der Künstler hier den Ausschnitt aus einem sog. Photo-Target benutzt. Solche Zielvorlagen finden beim Schießtraining Verwendung, um etwaige Hemmschwellen abzubauen. Diese Zusatzinformation ist interessant. Aber ist sie auch wichtig, um den Sinn des Gemäldes zu verstehen? Was man sieht, ist lediglich eine großformatige, auf den Betrachter gerichtete Pistole. „Der Betrachter als Ziel“, wie es auf S. 18 dann formuliert wird. Der anschauliche Wert spricht also tatsächlich von einer Bedrohung, einer anstehenden Konfrontation. Erst das „Hinzugewusste“, durch Quellenstudium aufgedeckte Faktum der Schießscheibe für Trainingszwecke, verlangt die andere Lesart. Hier scheint wieder das typisch ikonographische Anliegen auf, hinter dem Sichtbaren einen weiteren Sinn zu entdecken, doch liefert gerade „Target“ ein Beispiel dafür, dass zusätzliches „Hintergrundwissen“ nicht unbedingt mit der anschaulichen Aussage einhergehen muss. Genau hier setzt Pächts Kritik an, der den Schwerpunkt auf die Kunst als autonome Ausdruckssphäre legen möchte.⁸

7 OTTO PÄCHT: Kritik der Ikonologie. In: KAEMMERLING (Hg.): Ikonographie und Ikonologie; S. 353–376. Zitat S. 373.

8 Vgl. Anm. 7. Zitat S. 374.

Wünschenswert wäre auch die Beschäftigung mit Aby Warburg und seinem ikonologischen Ansatz gewesen. Zwar wird er eingangs kurz erwähnt (S. 12), im weiteren Verlauf der Studie gibt es jedoch keine wie auch immer geartete Auseinandersetzung mit diesem Vorreiter der Bildwissenschaft. In der Literaturliste taucht er nicht als eigenständiger Autor auf. Diese Marginalisierung ist schwer vermittelbar, ist doch Landers bilderreiche Studie mit ihren zahllosen, die Gattungs- und Epochen Grenzen überschreitenden Bildvergleichen durchaus in der Nachfolge von Warburgs Großprojekt des „Mnemosyne-Bildatlas“ zu sehen.

Der hohe Bildanteil, stellenweise fast als Horror vacui zu charakterisieren, macht den Bildband überdies zu einem würdigen Vertreter des Iconic turn.

Die Besprechung soll mit einer Empfehlung zur Lektüre von Coca Cola & Co enden. Denn Tobias Lander ist mit seinem Buch ein Spagat besonderer Art gelungen. Einerseits legt er eine faktenreiche und von großem Arbeitsfleiß zeugende wissenschaftliche Studie vor, andererseits einen opulenten Bildband, der auch den interessierten Laien zum Schmöckern und lustvollen Blättern einlädt.

BARBARA WEYANDT
 Universität Koblenz-Landau
 Campus Koblenz

Wang Xiaosong. Unkontrollierte Ameisen / Unruly Ants. Ausst.-Kat. Lübecker Museen und Ludwig Museum Koblenz 2012, mit Beiträgen von Thorsten Rodiek, Beate Reifenscheid, Demetrio Paparoni, Gao Minglu, Fan Di'an; München: Hirmer 2012; 236 S., zahlr., meist farbige Ills.; ISBN 978-7774-5991-2

Wang Xiaosong (geb. 1964) zählt zu den bedeutendsten zeitgenössischen Künstlern in der Volksrepublik China. Mit seinem langen Zopf erinnert er unzweifelhaft an den berühmten Gelehrten Gu Hongming¹ aus der Zeit der Republik. Tatsächlich jedoch handelt es sich bei diesem „Zopfträger“ um ein Kind der 60er Jahre des vorigen Jahrhunderts, einen „Rot-Chinesen“ also. Wang Xiaosong thematisiert in seinen abstrakten Bildern Probleme der Gesellschaft im modernen China, die er mit großer ästhetischer Kraft visualisiert. Die Arbeiten wurzeln in der Kultur und den Traditionen seiner fernöstlichen Heimat, werden seit seinem Studienaufenthalt in Berlin in den 1990er Jahren jedoch auch von westlichen Einflüssen geprägt. Seine Werke sind in bedeutenden Sammlungen in Europa und China vertreten, u.a. im National Art Museum China (NAMOC) in Beijing. Zahlreiche internationale Ausstellungen, darunter zuletzt seine Teilnahme bei der Biennale in Venedig (2011) und der Art Beijing (2012), unterstreichen seinen Stellenwert.

¹ Gu Hongming (1857-1928) wurde auf Penang in Malaysia geboren. Er zeichnete sich dadurch aus, dass er sowohl mit den chinesischen Bildungsinhalten als auch mit den westlichen Sprachen und Wissenschaften aufs Engste vertraut war.