

Stefanie Stallschus

„Jetzt sind Sie ein Martial Raysse“

Von den Handlungsräumen zwischen Bildern

Pop Art und die Pluralisierung der Bilder

Wenn es um die Thematisierung der Mehrbildlichkeit in den künstlerischen Diskursen des 20. Jahrhunderts geht, dann kommt man nicht umhin, der Pop Art eine Schlüsselstellung zuzugestehen. Mehrbildlichkeit meint in diesem Zusammenhang zunächst weniger das Kompilieren und Verknüpfen von Bildern zu neuen zusammenhängenden Konstellationen, obwohl die Pop Art durchaus wirkungsvolle Modelle solcher Bildordnungen, etwa serieller Form, entwickelt hat. Angesprochen ist vielmehr die Mehrbildlichkeit im Sinne einer Pluralisierung der Bilder. Denn charakteristisch für diese künstlerische Bewegung war die Verwendung von gefundenem Bildmaterial aus unterschiedlichsten Funktions- und Bedeutungszusammenhängen. Im künstlerischen Bild wurde es gesammelt und montiert, wiederholt, variiert, mal überhöht, mal parodiert. Die Perspektive der Pop Art war expansiv, so dass im Grunde alles, was an der visuellen Kultur partizipierte und worin sich das Lebensgefühl der Gegenwart ausdrückte, zum Gegenstand der Aneignung werden konnte: von Produktdesign und Werbung über Kino, Fernsehen, Presse, Popmusik bis hin zu politischen Ereignissen, Wissenschaft und Technik. Angeeignete Bilder erzählen auf einer Metaebene immer auch von der Differenz zwischen einem vorgängigen und einem neuen Bedeutungszusammenhang, so dass die Verschiebungen und Relationen zwischen Bildern zu einem eigenständigen Thema werden.

Heute scheint man mit der Bezeichnung Pop Art nur mehr einen künstlerischen Stil zu verbinden, der sich in den 1960er Jahren in der Kunstmetropole New York entfaltete und auf einer ganz bestimmten Werkästhetik fußte. Dabei scheint es speziell für die Pop Art angemessener, von einer künstlerischen Bewegung zu sprechen, die auf bestimmte gesellschaftliche Entwicklungen der Modernisierung reagierte und deshalb so weit verbreitet war, aber regional ganz unterschiedliche Ausprägungen gefunden hat. Jüngere

Forschungsarbeiten haben gezeigt, wie produktiv es sein kann, die Pop Art als künstlerischen Ansatz über die USA und Europa hinaus zu untersuchen und dafür auch zeitliche Beschränkungen aufzuheben.¹ Erst in dieser Perspektive einer vergleichenden Kunstwissenschaft wird unübersehbar, dass sie Ausdruck einer Demokratisierung in der Kunst und im Bereich der Kultur gewesen ist. Voraussetzung für eine solche Interpretation ist, dass man die Pop Art als eine programmatische Neudefinition im Verhältnis von Kunst und Populärkultur auffasst, die auf eine Aufhebung der normativen Unterscheidung zwischen hoher Kunst und Massenware zielte und vielmehr die Verflechtungen zwischen beidem herauszukehren suchte.² Die historischen Voraussetzungen für diese Relativierung und Demokratisierung des Kulturbegriffs – der soziale Wandel in den prosperierenden Industriegesellschaften, die Entwicklung des Massenkonsums – sind zu Genüge beschrieben worden. Entscheidender ist hier im Kontext der Frage nach der Mehrbildlichkeit, dass der epistemologische Bruch in der Auffassung von Kultur an einer Pluralisierung der Bilder verhandelt wurde. Dem modernistischen Ideal von der Autonomie der Kunst hielt der künstlerische Ansatz der Pop Art die Heterogenität zeitgenössischer Bildwelten entgegen, die als Mit-, Neben- und Gegeneinander inszeniert reichlich Konfliktstoff boten und darin den Pluralismus der zeitgenössischen Gesellschaft und modernen Lebenswelt widerspiegeln. So wie in der Nachkriegszeit Kultur plötzlich nicht mehr hierarchisch, sondern als Gleichzeitigkeit verschiedener Alternativen wahrgenommen wurde, so wurden auch Bilder und Bildmilieus im Plural sowie in ihrer Dynamik entdeckt.

Warum aber wurden solche – letztlich epistemischen – Verschiebungen ausgerechnet an den Bildern verhandelt? So unterschiedlich die Ausprägungen und historischen Voraussetzungen der Pop Art gewesen sein mögen, am Anfang stand ein als eklatant emp-

fundenes Spannungsverhältnis: Das traditionelle Verständnis von der ästhetischen Erfahrung eines Kunstwerk hatte nur sehr wenig gemeinsam mit den Erfahrungen, die Künstlerinnen und Künstler in der Rolle von Konsumierenden mit der visuellen Kultur der Massenmedien machten. In den medienkritischen Debatten sind diese beiden Sphären zumeist polarisierend entgegengesetzt worden. Die Pop Art dagegen suchte Austauschprozesse dazwischen in Gang zu setzen, wobei das Bild die relevante Bezugsgröße darstellte, diese beiden konträren visuellen Formationen und ihre Rezeptionsweisen zueinander in ein Verhältnis zu setzen. In einem ganz praktischen Sinne zeigt sich das im Sammeln und Neuarrangieren von fremdem Bildmaterial in der Kunst, das zugleich eine Einfühlung als auch Bemächtigung der massenmedialen visuellen Kultur darstellte. Zudem machten sich die Künstlerinnen und Künstler die Formen der Inszenierung und der Produktion der visuellen Kultur zu Eigen, indem sie typische Gestaltungsmittel sowie die technischen Apparate der Bilderzeugung übernahmen. Die künstlerischen Bilder wurden zu einem Werkzeug, mit deren Hilfe die Inhalte, die Gestaltungsweisen, aber auch die Produktionsformen der massenmedialen Kommunikation in Besitz genommen, umkodiert und ästhetisch reflektierbar gemacht werden konnten.

Der vorliegende Aufsatz nimmt einige Arbeiten des französischen Künstlers Martial Raysse zum Ausgangspunkt, um ästhetischen Strategien im Umgang mit der Wirkungskraft der (massenmedialen) Bilder nachzugehen. Raysse hatte Teil an der Gruppe des Nouveau Réalisme in Paris und war durch seine internationale Ausstellungstätigkeit schnell auch über die Grenzen Frankreichs hinaus bekannt geworden.³ Obwohl sein Werk nicht unbedingt typisch für die Pop Art als solche oder auch nur ihre europäische Ausprägung ist, liefert es aufschlussreiche Einsichten hinsichtlich der Art und Weise, wie das ‚Dazwischen der Bilder‘ im Kontext der popkulturellen Wende der sechziger Jahre produktiv gemacht wurde. Denn in den ausgewählten Arbeiten führt die Pluralisierung der Bilder dazu, dass die üblichen Dichotomien in der Beschreibung und Bestimmung von Bildlichkeit – etwa Stasis/Bewegung, Begrenzung/Transgression, Distanz/Überwältigung – unterlaufen werden. Häufig geht diesen Unterscheidungen eine normative Wer-

tung zwischen Bildern der Kunst und Bildern der Massenmedien voraus, ohne dass dies deutlich ausgesprochen wird. Auffallend ist dabei die Fokussierung auf die wahrnehmungsstrukturierende und handlungsleitende Kraft von Bildern, wie sie in Mythen und Metaphern zum Tragen kommt und insbesondere in der Werbung angestrebt wird. Die Arbeiten bringen dieses Gewebe zwischen inneren und äußeren Bildern zum Vorschein und suchen es mittels der Öffnung auf konkrete Handlungsräume zu verändern.

Bühnenbilder des Konsums und der Werbung

1962 entwarf Martial Raysse für die legendär gewordene Ausstellung *Dylaby* im Stedelijk Museum in Amsterdam ein Environment, das vom Publikum nicht nur betrachtet sondern auch benutzt werden konnte.⁴ Mit relativ einfachen Mitteln war eine künstliche Badelandschaft eingerichtet worden, die den Sommerurlaub am Meer gegenwärtig werden ließ (Abb. 1).



(Abb. 1) Martial Raysse, *Raysse Beach*, © VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Das Zentrum bildete ein mit Wasser gefülltes Planschbecken, auf dem einige Schwäne aus Plastikschwammen. Darüber spannte sich ein Schirm, der mit Hilfe von Leuchtröhren in eine gleißende Sonne verwandelt worden war. Auch ein Strandkorb war vorhanden, in dem eine Schaufensterpuppe im Badeanzug platziert worden war, ausgestattet mit Sonnenbrille und Sonnenhut. Vervollständigt wurde das Ambiente durch diverses Badespielzeug aus aufblasbarem Plastik. Die umliegenden Wände des Raumes waren thematisch dekoriert und umfassten stilisierte Frauenporträts, Spiegel, diverse Kleidungsstücke, Badespielzeug und andere Dinge mehr. Darunter befand sich auch eine Reproduktion, die das kunsthistorisch tra-

dierte Motiv der Leda mit dem Schwan zeigte und wie ein Echo die Schwimmvögel im Pool wiederholte. Über den Raum verteilte Radiatoren sorgten für eine sommerlich warme Atmosphäre, während die Jukebox und die Transistorradios auf Knopfdruck Musik abspielten. In der Mitte des Raumes verkündete eine bunte Leuchtröhre, dass das Environment unter dem Titel *Raysse Beach* firmierte – eine Art Markenname, in dem der Name des Künstlers und des Kunstwerks miteinander verschmolzen.

Obwohl der Kontext, in dem das Environment entstanden ist, ein halbes Jahrhundert zurück liegt, sind die Vorbilder auch heute noch leicht auszumachen. Die Kombination von Sommer, Sonne, Strand ist ein Longseller im Tourismusmarketing und das Motiv des säkularisierten Paradieses nach wie vor fester Bestandteil im Repertoire der Werbung.⁵ Mit *Raysse Beach* wurden Versatzstücke dieses semantischen Feldes aufgegriffen und kombiniert, um daraus ein begehbares Bühnenbild für den Ausstellungsraum zu kreieren. Schon in früheren Arbeiten hatte der Künstler sich der Insignien des Badetourismus und der Freizeitindustrie bedient, die sich auf einen lokalen Mythos zurückbeziehen lassen. Raysse war im Hinterland der Côte d'Azur aufgewachsen und etablierte sich als Künstler zunächst in Nizza, bevor er nach Paris ging. Die Côte d'Azur war mit ihren milden Wintern schon im 19. Jahrhundert eine beliebte Destination für englische und russische Touristinnen und Touristen gewesen, erlebte aber in den 1950er Jahren einen ungeheuren ökonomischen Aufschwung: Zunächst als glamouröser Tummelplatz des internationalen Jetsets beworben – und durch das Filmfestival in Cannes verstärkte sich dieses Image – wurde die Region zum Inbegriff des Hedonismus der Nachkriegszeit und als bald beliebte Zielregion des aufkommenden Massentourismus. Ein Buch von Agnès Varda über die Côte d'Azur, mit dem sie Recherchematerial für einen Film im Auftrag der Tourismusbehörde Anfang der 1960er Jahre veröffentlichte, bietet einen Überblick über die für den lokalen Mythos wirkmächtigen und in den Massenmedien kolportierten Bilder. Sie versammelt darin unter anderem Fotografien von Sonnenanbetern, insbesondere von weiblichen Badegästen in knappen Bikinis, für die Touristen zurechtgemachte Strände, Reproduktionen historischer Reklame für

den Fremdenverkehr, aber auch Ansichten mondäner Villen und Gärten.⁶ Nirgends machte sich die Veränderung der französischen Gesellschaft auffälliger bemerkbar als in dieser Ferienregion an der Peripherie, die eine verführerische Mischung aus antibürgerlichen Lebensformen und amerikanischer Lebensart, Jugendkultur und massenmedialen Inszenierungen anzubieten wusste.⁷

Die thematischen Bezugnahmen auf die moderne ideale Badelandschaft bei Raysse haben also einen biografischen Hintergrund, zielen aber allgemeiner auf den heterotopischen Charakter von touristisch entwickelten Urlaubsorten. Das wird deutlich in einem Ende der 1950er Jahre geführten Gespräch mit den Künstlern Arman, Yves Klein und Raysse, die miteinander befreundet waren und damals alle noch in Nizza lebten. Raysse dortiger Verweis auf die Ferienregion liest sich als eine originelle Metapher, um seine künstlerische Haltung und die seiner Freunde zu beschreiben: „Es sollte schon bedacht werden, dass wir keine Künstler sind. Ein Künstler möchte momentan rühren, erklären und so weiter, ist Gefangener des künstlerischen Konzepts, wir dagegen sind Privatiers, wir leben in den Ferien, wir haben niemals in unserem Leben gearbeitet, ich weiß nicht was das ist, die Gesellschaft, ich gehe jeden Tag spazieren...“⁸

Mit diesem Statement grenzt sich Raysse in strikter Weise ab vom Kunstbetrieb in Paris einerseits und von der bürgerlichen Gesellschaft mit ihrer Überhöhung der Arbeit als Voraussetzung sozialer Anerkennung andererseits. Während die Touristen nur zeitlich befristet bleiben können, leben die Künstler auf Dauer in den Ferien, ist der Ausnahmezustand ihre Wirklichkeit. Eine Welt, in der die Mühen der Arbeit unbekannt sind und das leichte und unbeschwerte Leben den Normalzustand darstellt, negiert und invertiert gesellschaftliche Verhältnisse – sie wird zur Gegenwelt. Diese Heterotopie aber existiert allein deshalb, weil es den Tourismus als einen Konsum von Zeichen und Bildern gibt, der darauf gründet, dass sich die Bilder der Reklame, die Bilder der Vorstellung und die Realität vor Ort aufeinander zu bewegen und in einen Austauschprozess eintreten.⁹ Raysse bezieht sich mit seinem Environment auf ein Ferienparadies, das den suggestiven Versprechungen der Tourismusindustrie entspringt und nach den Regeln des Konsums funk-

tioniert, aber bringt es gegen die Normen der Mehrheitsgesellschaft in Stellung. Es wird zum Material, aus dem weitere Bilder und Realitäten generiert werden, aber nach anderen Spielregeln als ursprünglich in der Warenproduktion vorgesehen.

Mit den Ferienlandschaften, die häufig in Raysse's Werk zu finden sind, aktualisierte er das alte malerische Thema der Badenden unter den Vorzeichen des aufblühenden Massenkonsums. In dem *Environment* wird das deutlich an den synkretistisch zusammengeführten Vorbildern, die aus Gemälden der älteren Kunstgeschichte, Werbung, Kaufhausdekorationen, aber auch Modefotografien bestehen. Die Pointe der Zusammenstellung liegt darin, dass die Bilder und visuellen Bruchstücke mit Dingen kombiniert und zu einem räumlichen Bühnenbild zusammengesetzt sind. Die Heterogenität der zitierten Bilder wird aufgefangen durch ein szenografisches Kontinuum, ohne dadurch vereinheitlicht zu werden. Schon vor dem *Environment* finden sich bei Raysse verschiedene Installationen, die Bilder und Gegenstände so miteinander koppeln, dass die einen als Fortsetzung des anderen erscheinen. Mit dem *Environment* öffnet sich jedoch das erste Mal aus den Bildern heraus ein kompletter Raum, der nicht nur der Fantasie sondern auch den Handlungen des Publikums anheim gestellt ist.

Denn das Strandparadies will vom Publikum nicht nur betrachtet werden, sondern lädt ein zum improvisierten Spiel. Es finden sich diverse Spielwaren (Badetierte, Planschbecken) sowie Gebrauchsgegenstände des Alltags, die in ihrer Aufmachung an buntes Kinderspielzeug erinnern (Jukebox, Sonnenschirm). Hinzu kommen die im Raum verteilten Accessoires zum Verkleiden (Handschuhe, Sonnenbrillen). Die Übersteigerung, die sich im Überfluss der Rollenspielangebote ausdrückt, und die infantil anmutende Ausstattung tragen bei zur parodistischen Wirkung der Inszenierung. Dabei verstärkt das *Environment* lediglich Tendenzen, die in Konsum und Werbung zu finden sind. Baudrillard hat den treffenden Begriff des „Kaufkraftfestivals“ eingeführt, mit dem er das Theatrale der Werbung, die Nähe zu Spiel und Festivität beschrieben hat, welche die Szenarien des Konsums offerieren.¹⁰ Um Absatz zu finden, müssen die Dinge „auftreten“, ausgestellt und inszeniert werden. Die Auslagen und das Dekor der Verpackungen glichen einem Büh-

nenwerk für das Spiel der Verführung potentieller Kunden, die Bilder der Werbung lieferten Schauspiel und Maskeraden und lockten dabei zur Teilnahme und Partizipation durch den Kauf. Dabei fixierte die Werbung ein steriles Wunschbild, das eine permanent bunte und fröhliche Welt zeige, die den Konsum als ein ewiges Fest des Beschenktwerdens feiere.

Das *Environment Raysse-Beach* forcierte diesen Ansatz insofern, als sich mit dem künstlichen Badestrand ein betretbares Bühnenbild des Konsums öffnete. Das Publikum konnte nun in das Verweissystem der Dinge, Bilder und Zeichen eintreten, darin agieren, sich der angebotenen Utensilien spielerisch bedienen. Wie ein Verkäufer pries der Künstler dem Publikum seinen Strand mit einem leuchtenden Reklameschriftzug an und lud es dazu ein, den Differenzen und Ähnlichkeiten von Konsum und Kunst handelnd auf die Spur zu kommen. Alle Elemente des „Kaufkraftfestivals“, wie es von Baudrillard beschrieben wurde – das Dekor, die Bühne, die Maskerade, das Schauspiel, die Verführung, das Fest – kommen hier zusammen. In dem Raysse den konsumistischen Kreislauf der Begehrensproduktion am Beispiel des Badetourismus in das Als-ob des Ausstellungsraumes transferiert, durchbricht er ihn nicht, sondern schließt ihn vielmehr mit dem Kunstbetrieb kurz, um eine neue Begehrensproduktion in Gang zu setzen. Später wird Raysse ähnliche Bühnenbilder des Konsums zu Szenenbildern seiner Filme machen, so dass es zu einer stärkeren Kontrolle der Handlungen und semantischen Transformationen kommt – doch hier im *Environment* ist diese Bühne noch ganz der Phantasie und dem Spiel des Publikums überlassen.

Bildräume kinematografischer und videografischer Installationen

Auch im Folgenden geht es um Arbeiten, die das singuläre Tableau zugunsten heterogener Bildkonstellationen hinter sich lassen und in den Raum expandieren. Die Erweiterung und Überschreitung des singulären Bildes verdankt sich in diesen Fällen vor allem der intermedialen Kopplung von Malerei und Film. Die statischen und dynamischen Bilder werden so miteinander verbunden, dass sie sich ergänzen und gegenseitig kommentieren, dass ein Medium durch das andere hindurch betrachtet wird. Raysse beginnt in den

1960er Jahren seine ersten Filme zu drehen und experimentiert vergleichsweise früh auch mit der Videotechnik – diese Offenheit für unterschiedliche Bewegtbildmedien und technische Neuerungen ist durchaus typisch für die Zeit, die noch keine Konventionen ausgebildet hatte hinsichtlich der Integration von Bewegtbildmedien in die Ausstellungsräume für zeitgenössische Kunst.



(Abb. 2) Martial Raysse, *Suzanna Suzanna*, © VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Eine der ersten Filminstallationen von Raysse ist *Suzanna Suzanna* von 1964 (Abb. 2). Die zweiteilige Arbeit gehört zu einer Serie, die berühmte Werke der Kunstgeschichte adaptierte und bezieht sich auf das Gemälde *Susanna im Bade* von Tintoretto. Sie besteht aus einem Tableau, das eine Kopie des Vorbildes zeigt, allerdings mit erheblichen Modifikationen. So wurde das Querformat in ein Hochformat transferiert, das den Bildausschnitt auf die weibliche Hauptfigur verengt. Der Schauplatz wiederum hat sich von einem geschlossenen Garten in eine offene Landschaft verwandelt. Die Bildgegenstände insgesamt sind vereinfacht und schematisiert wiedergegeben; eine zusätzliche Verfremdung wird durch die grelle Farbgebung erreicht. Beibehalten sind die Figur der Susanna, das drapierte Tuch zu ihren Füßen sowie die beiden Bäume im Hintergrund, die in der Komposition als Resonanzlinien den Körper der weiblichen Figur verlängern und wiederholen. Die verwendete Reproduktion bleibt im Gemälde unter den transparenten Farben deutlich sichtbar: So sind unter dem weißen Tuch, dem him-

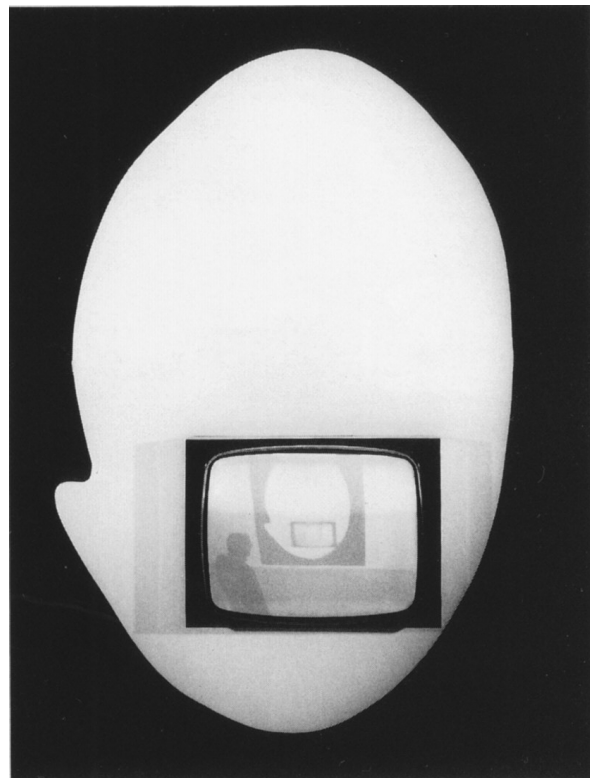
beerroten Körper der Frau und ihrem gelben Haar die Grauwerte der Reproduktion klar zu erkennen. Die in der ikonografischen Tradition obligaten zwei Alten, die bei Tintoretto noch durch ihre räumliche Anordnung auffallen, tauchen in der Malerei Raysses nicht mehr auf. Stattdessen ist im Hintergrund eine weiße Fläche ausgespart, auf der ein kurzer Film im 8 mm Format projiziert wird. Dieser zeigt den mit Raysse befreundeten Künstlerkollegen Arman, der mit einem falschen Bart verkleidet aus einem Dickicht heraustritt. Und plötzlich öffnet er für einen kurzen Moment seinen Umhang, so dass darunter sein nackter Körper zum Vorschein kommt.

Spöttisch werden Komposition und Aussage des berühmten Vorbildes durcheinander gebracht, die biblische Erzählung um Verführung und Geschlechterrelationen sowie ihre spätere Ausdeutung als erotisches Motiv in der Kunstgeschichte respektlos umformuliert.¹¹ Nicht nur dass alte Vorstellungen der Sexualmoral entstaubt werden, indem der geschlossene Garten als Symbol der Jungfräulichkeit verschwindet und die männliche Sexualität stärker ins Blickfeld rückt. Darüber hinaus werden mit dem obszönen Auftritt des Künstlers Arman auch virulente Künstlermythen karikiert. Die Persiflage beruht auf einer Umwertung von Vorder- und Hintergrund, da mit dem bewegten Bild die Aufmerksamkeit von der weiblichen Hauptfigur auf eine Nebenfigur gelenkt wird. Die weibliche Aktdarstellung wird buchstäblich zur stereotypen, „inhaltsleeren“ Projektionsfläche, während sich das Gewicht zugunsten der männlichen Beobachter verschiebt: Der eine Alte mutiert zu einem lächerlichen Exhibitionisten, der andere Alte – bei Tintoretto ursprünglich auf der linken Seite als rezeptionsästhetische Vermittlungsfigur angelegt – verschwindet nicht im eigentlichen Sinne. Vielmehr wird seine Rolle vom Publikum übernommen, das nun allein den Platz des Voyeurs vor dem Bild einnimmt.

Mit der Verwendung der Filmprojektion kommt es zu einer räumlichen Erweiterung und der Verschränkung von Bild- und Betrachtungsraum. Denn die Filmprojektion als eine Kombination aus Leinwand, Projektionsapparat und Lichtkegel eröffnet ein räumliches Feld, in dem der Betrachter Position bezieht. Das Publikum steht quasi inmitten des Projektionsraumes. Der in der Filmtheorie viel diskutierte, strukturell be-

dingte Voyeurismus auf Seiten des Publikums wird hier explizit thematisiert und inhaltlich ausgespielt, indem das Publikum direkt involviert wird und in seiner Rolle das vom Bild organisierte Blickgefüge notwendig ergänzt. Die Transformationen in der Wiederholung des Bildes von Tintoretto sind Ausdruck einer kritischen Auseinandersetzung mit der europäischen Bildtradition. Diese Kritik ist für das Publikum nicht nur gedanklich in der Betrachtung des Bildes nachvollziehbar, sondern wird durch die Integration in das Blickgefüge körperlich erfahrbar. Die Frage, welche Funktion die Kopplung beziehungsweise Gegenüberstellung der beiden Bildmedien in der Installation – Malerei und Film – für die künstlerische Arbeit hat, lässt sich relativ leicht beantworten: Hier verstärkt die mediale Differenz von der Malerei hin zum Film die dramenpoetische Fallhöhe, wenn die nur notdürftig religiös bemäntelte Aktdarstellung gegen den Strich gebürstet und satirisch umgedeutet wird. Zudem lebt das komische Moment der Arbeit von der Leichtigkeit, die das Bewegtbild hineinträgt: Im schlichten Schmalfilmformat wird wunderbar lakonisch ein Bilderwitz erzählt, dessen Pointe für einen kurzen Moment aufblitzt, überraschend und flüchtig wie das filmische Bild im Tableau.

Das ‚Dazwischen der Bilder‘, das den Übergang zwischen einem Bild zum nächsten meint und eher auf eine Erfahrung mit Bildern abhebt, lässt sich selbst nicht direkt visualisieren. Es gibt aber eine Installation von Raysse, die wie ein Versuch erscheint, diese Abstraktionsleistung im ‚Dazwischen‘ zu beschreiben. Die Rede ist von der Videoarbeit *Identité, maintenant vous êtes un Martial Raysse* von 1967, die ihre technische Realisierung einer Zusammenarbeit mit dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen verdankt und als eine der ganz frühen Closed Circuit-Installationen überhaupt gelten kann (Abb. 3).¹² Es besteht durchaus eine gewisse Ähnlichkeit zu den früheren Filminstallationen, da die räumliche Erweiterung des Bildes ebenfalls auf eine Involvierung des Publikums zielt. Doch kommt es zu einer spezifischen Weiterentwicklung hinsichtlich der technischen Möglichkeiten des neuen Mediums Video.



(Abb. 3) Martial Raysse, *Identité, maintenant vous êtes un Martial Raysse*, © VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Die Installation setzt sich zusammen aus einer Art von Tableau, aus dem ein ovaler, stark vereinfachter Umriss eines weiblichen Porträts ausgeschnitten wurde. Genau genommen handelt es sich also gar nicht mehr um eine Bildtafel, da die Form im Negativ erscheint und zum Rahmen mutiert ist, durch den man hindurch blickt – eine Inversion von Haupt- und Nebenelement, wie sie häufig im Werk Raysses auftauchen. Solche schematischen Umrisse, die auf gefundenen Werbefotografien basierten, hatten schon in früheren Arbeiten Verwendung gefunden. Der ganz in schwarz gehaltene Umriss-Rahmen enthüllt einen Fernsehmonitor, der mit einer kurzen Zeitverzögerung das Videobild wiedergibt, das die schräg oben vor dem Arrangement befestigte Videokamera aufnimmt. Nähert sich eine Person der Installation, dann sieht sie also mit einer kurzen Zeitdifferenz sich selbst in der Rückenansicht vor die Arbeit treten – die Situation der Betrachtung der Arbeit wird zu ihrem Inhalt. Oder wie es von Raysse im Titel auf den Punkt gebracht wird: „Jetzt sind Sie ein Martial Raysse“. Das Publikum wird für einen begrenzten Zeitraum als Gegenstand in das Bildgefüge integriert und zum Teil des Kunstwerks.

Raysse benutzt die technischen Möglichkeiten der Videografie, das Bild mit einer kurzen Zeitverzögerung sofort sichtbar zu machen, für eine Kopplung von Bild- und Betrachtungsraum im Monitor. In den Filminstallationen erfolgte diese Kopplung noch durch die räumliche Ausweitung des Bildes in den Ausstellungsraum, in der Videoinstallation hingegen ragt umgekehrt der Ausstellungsraum in das Bild hinein. Es findet eine Art von Durchdringung der beiden Räumlichkeiten statt, die sich als singuläre Entitäten weitgehend miteinander verzahnen und dennoch keine Gemeinsamkeiten ausbilden. Zudem sind zwei unterschiedliche Bildtypen in Verbindung gebracht, indem der Rahmen die Referenz an das Tafelbild der Malerei aufrechterhält. Diese Gegenüberstellung ist selbst eine Art von Metapher für das Verhältnis der beiden Medien zueinander: Man sieht durch das ältere Bildmedium der Tafelmalerei, mit dem sich bestimmte Konventionen des Bildersehens etabliert haben, hindurch auf das neuere technische Bildverfahren der Videografie, das eine Aktualisierung der Sehgewohnheiten provoziert. Mit der Hybridisierung verschiedener Bildtypen in der Videoinstallation wird das ‚Dazwischen der Bilder‘ als eine Differenz beziehungsweise eine zu durchquerende Passage in der Zeit tatsächlich beobachtbar.

Karneval der Bilder

Das Interesse an den Bewegtbildmedien beschränkt sich bei Raysse nicht auf eine kurze Phase, sondern begleitet seine künstlerische Arbeit kontinuierlich bis in die Gegenwart.¹³ Man kann die ersten selbstständigen Filme in gewisser Weise als eine Fortsetzung der Environments und Installationen verstehen: Das Konsumtheater der Werbung und die enge Symbiose der Bilder und Dinge wurden dort aufgegriffen, um im Ausstellungsraum verfremdet und neu in Szene gesetzt zu werden. Diese Erweiterung des Tafelbildes zum Handlungsraum – die gleichzeitig den Wechsel vom singulären Bild zum Arrangement der Bilder beinhaltet – forciert sich mit den Filmen, da nun verschiedene Darstellerinnen und Darstellern in den Dekors und mit den Dingen des Konsums agieren bzw. bestimmte Bilder und Inszenierungen aus den Massenmedien oder aus der Werbung nachgespielt werden. Die abstrakten Bilder werden rückübersetzt nicht nur

in konkrete Architekturen, sondern auch in konkrete Körperkonstellationen und soziale Situationen. Der Schwerpunkt bei diesen Reenactments in den Filmen liegt auf der Übersteigerung, Parodie und grotesken Verfremdung. Mit dem Film wurde der humoristische Umgang, der durchaus auch schon im bildnerischen Werk angelegt war, weiter ausgebaut: szenisch, dramaturgisch, mit visuellen und akustischen Verfremdungen, mit dem Slapstick der körperbezogenen Aktionen.

Das lässt sich bereits an dem frühen experimentellen Kurzfilm *Jésus-Cola* von 1966 demonstrieren, ein kollaboratives Filmprojekt von Raysse und Jean-Pierre Prévost, der später die studentischen Proteste in Frankreich begleitete und als Regisseur fürs Fernsehen arbeitete. Der Film umfasst eine Vielzahl parodistischer und absurder Rollenspiele und kommt ohne eine durchgehende narrative Handlung aus. Stattdessen reihen sich voneinander unabhängige Szenen aneinander, die auf Grund der minimierten Kamerafahrten und Schnitte wie Tableaus wirken. Explizit thematisiert der Film das Verhältnis zwischen hoher Kunst und populärer Kultur. Denn leitmotivisch zieht sich die Parodie eines Interviews mit André Malraux als Minister für kulturelle Angelegenheiten durch den Film, wobei nicht nur allgemein die Protektion der bürgerlichen Kunst durch den Staat zur Sprache kommt, sondern auch ganz konkret die französische Kulturpolitik. Dazwischen sind Szenen montiert, in denen die populäre Kultur in ihrem Einfluss auf die Gegenwart nachgezeichnet wird anhand von Mode, Musik, Design und Film. Dies verbindet sich mit einer Reflexion über die politische Situation des Kalten Krieges, indem immer wieder ironisch auf die beiden Supermächte USA und UdSSR angespielt wird. Der Film bedient sich einer Vielzahl von kolportierten Bildern, die der populären Kultur entliehen sind und im wilden Spiel travestiert werden. Einige Formen solcher Aneignungen und Umdeutungen von unterschiedlichen Arten von Bildern sollen im Folgenden näher vorgestellt werden.

Zentral sind wie immer Bilder des Konsums und der Werbung. So folgt auf die erste Szene mit dem Kulturminister eine Szene im Studio, in der verschiedene Personen auf einer improvisierten Bühne agieren, die entfernt an ein Puppentheater oder einen Verkaufstresen erinnert (Abb. 4). Südfrüchte und Blumen

aus Plastik werden übertrieben vorgezeigt, die begleitenden Dialoge und Handlungen erscheinen ohne sinnvollen Bezug, wodurch sie zu frei flottierenden Zeichen werden und sich in Mehrdeutigkeiten auflösen. Persifliert wird darin ein Werbespot für die französische Kaufhauskette Prisunic. Und diese Persiflage steigert sich zu einem ikonoklastischen Gestus, wenn es zur mutwilligen Zerstörung von Dingen kommt, die unter den Vorzeichen des Konsums ja niemals nur Dinge sondern Dinge im symbiotischen Verhältnis mit Bildern und Personen sind. Die heile Welt der Reklame wird nun zum ersten Mal nicht nur auf den Kopf gestellt, sondern auch aggressiv angegriffen und semantisch umgewertet.



(Abb. 4) Martial Raysse, *Jésus-Cola*, © VG Bild-Kunst, Bonn 2012

Später taucht das schon aus dem Environment bekannte Strandparadies auf (Abb. 4). In der kurzen Szene sieht man zwei Männer und zwei Frauen in bunter Badekleidung, die ausgelassen mit einem aufblasbaren Ball spielen. Die Badelandschaft wird mit Hilfe einiger weniger Requisiten angedeutet, wozu ein Planschbecken, eine Sonnenblende und ein bunter Plastikvorhang gehören. Durch das ungestüme Spiel, das Durcheinander der schnellen und über das Bildfeld der Kamera hinauschießenden Bewegungen, aber auch durch die spärlich bekleideten Körper entsteht die Atmosphäre eines modernen Bacchanals – voller Übermut, Lebenslust und lächerlicher Erregung. Verstärkt wird dieser Eindruck der lärmenden Unordnung durch das hektische Hin- und Herschwingen des Vorhangs im Vordergrund und den viel zu schnell abgespielten Rock'n'Roll. Die Artifizialität der Situation erreicht ihren Höhepunkt als die Aufnahmesituation

thematisiert wird, indem einer der Darsteller kurz mit jemandem außerhalb des Bildfeldes scherzt: „J'ai la vedette“ – ich habe die Starrolle.

Das zweckfreie Spiel lässt die Szene noch kurioser erscheinen als sie durch den artifiziellen Schauplatz im Studio ohnehin schon ist. Das symbolische Surplus der Ware – also die sekundären Bedeutungen, die Phantasien und Sehnsüchte –, das normalerweise zum Kauf animieren soll, hat sich von der ursprünglichen Werbefunktion ganz losgelöst und verselbstständigt. Die Badelandschaft wird zu einer kunterbunten Spielwiese, die den Anlass für ein exzessives und rauschhaftes Gebaren liefert, das sich selbst genügt. Die Szene besitzt insofern subversives Potential, als sie eine symbolische Umkodierung vorführt: Die populären Bilder, Dinge und Habitualisierungen werden entgegen der ursprünglich damit verbundenen Absicht angeeignet und gegen die Normen der Konsumkultur und Mehrheitsgesellschaft gewendet. Der Traum vom Paradies geht über in die sinnlose und absurde Anarchie des lärmenden Spektakels.

Gegen Ende des Films kommt es zu einer Szene, die auf die politische Situation des Kalten Krieges und den damit einhergehenden Krieg der Zeichen zielt und dafür ebenfalls aus den Massenmedien zitiert. Der improvisierte Schauplatz für diese Szene ist der Rohbau eines Hauses. Am Fenster tauchen zwei Personen auf, die jeweils in einem Ganzkörperanzug – zusammengebastelt aus Plastikmüllsäcken – stecken. Eine der beiden Personen steigt mit übertriebenen Gesten aus dem Fenster und bewegt sich hinaus in die Landschaft, die von Dunstschleiern aus der Nebelmaschine erfüllt ist. Dabei hält der Mann demonstrativ ein Plastikband empor, das die Verbindung zu der anderen Person aufrechterhält. Nachgespielt wird der Ausstieg eines Astronauten aus dem Raumschiff ins Weltall (Abb. 4). Ein Jahr zuvor war ein solcher Ausstieg eines Astronauten im Rahmen der amerikanischen Gemini V-Mission erfolgreich geglückt. Die spektakulären Bilder dieses Vorgangs wurden von der Presse weltweit verbreitet und bilden offensichtlich den Hintergrund für die Parodie in dieser Szene. Die lächerliche Kostümierung und das übertriebene Spiel verspotten die kostspielige Weltraumforschung. Im Kontext früherer Filmszenen, in denen territoriale Expansionen thematisiert werden, erscheint diese Persi-

flage auf die Weltraumpolitik der Supermächte wie eine kritische Volte gegen die närrische Anmaßung, den Weltraum erobern und annekieren zu wollen. Deutlich wird das im Dialog am Ende der Szene: Der Astronaut auf dem Dach begeistert sich euphorisch daran, dass ihm allein der Himmel gehöre. Nur wenig später, im Jahr 1969, wird der Wettlauf um die Eroberung des Weltraumes in der Mondlandung der Amerikaner gipfeln, die zu dem symbolträchtigen Bild von der dort aufgestellten US-Flagge geführt hat. Mit diesem Bildzitat gerät die Propagandafunktion solcher Weltraummissionen und der diesbezüglich verbreiteten Bilder in den Blick, die einen menschlichen Traum Realität werden lassen und daraus ihre Popularität und propagandistische Wirksamkeit beziehen.

Die Zitation und Übersetzung von Bildern ist eine andere ästhetische Strategie, mit dem ‚Dazwischen der Bilder‘ künstlerisch zu arbeiten. Ein Charakteristikum der Bildzitationen Raysses – die sich nicht unbedingt auf ein bestimmtes Bild beziehen müssen, sondern auch auf Klischees und Versatzstücke von Bildern im weitesten Sinne anspielen können – liegt in der Komik, die aus den parodistischen und grotesken Überzeichnungen entsteht. In dem Film *Jésus-Cola* finden sich diverse Situationen einer verkehrten Welt, weshalb es naheliegend erscheint, eine Verbindung zum Karnevalesken herzustellen.¹⁴ Besonders auffällig werden die Bezüge zum Karneval in einer kurzen Szene, in der eine Person in Frauenkleidern und maskiert als Richard Nixon durch den Wald streift. Die nächste Einstellung zeigt eine Gruppe von verkleideten und maskierten Personen, die entgegen der üblichen Raumordnung in den Ästen einer Baumkrone Platz genommen haben, während man Wellen rauschen und Möwen kreischen hört (Abb. 4).

Auf die Bedeutung des lokalen Mythos der Côte d'Azur für das Werk Raysses ist bereits weiter oben hingewiesen worden. Deshalb mag an dieser Stelle die Erwähnung genügen, dass Nizza bis heute zu den französischen Hochburgen des Karnevals zählt. Der Festakt wird mit einer Parade der geschmückten Wagen und phantasievollen Figuren durch die Stadt begangen und findet ihren Abschluss in der Verbrennung des Karnevalskönigs, einer mitgeführten Pappfigur. Diese lokalen Bräuche mögen eine Inspirationsquelle gewesen sein für das karnevaleske Repertoire bei

Rayse. In der kunst- und kulturwissenschaftlichen Analyse ist das Karnevaleske ausgehend von Michail Bachtin zu einem feststehenden Begriff entwickelt worden, der ein ästhetisches Prinzip der Ausschweifung und der Verkehrung der Welt bezeichnet und zu vielfältigen Anwendungen geführt hat.¹⁵ Ein Hauptaugenmerk in der Forschung galt ausgehend von Bachtin lange Zeit dem subversiven Potential des Karnevalesken, das aus dem temporären Aussetzen der gesellschaftlichen Ordnung und den ritualisierten Tabuverletzungen hervorgeht. In *Jésus-Cola* finden sich diesem Interpretationsansatz entsprechend diverse Aspekte, die sich der karnevalesken Subversion zuordnen lassen: Auf der narrativen Ebene gehören dazu unter anderem die Verkehrungen von Handlungen und Raumordnungen, die Verspottung von Autoritäten, die sexuellen Anspielungen und Geschlechtertravestien. Auf der Ebene der Filmform zählen dazu die Verweigerung einer narrativen Chronologie, die konträre Verknüpfung von visuellen und akustischen Informationen, die Inversionen im Negativbild, aber auch die extremen Brüche im Wechsel von Farb- und Schwarzweiß-Aufnahmen, die eine ganze Szenerie transformieren. Jeder dieser Aspekte wäre für sich genommen nicht unbedingt signifikant, aber in der Häufung verdichten sie sich zu einem Gesamteindruck einer aus den Fugen geratenen, delirierenden Gegenwart. Was das karnevaleske Prinzip bei Rayse besonders macht, ist das spezifische Verhältnis, das es zum Konsum unterhält. Ironie, Parodie und befreiendes Lachen sind nicht nur beliebte Ausdrucksmittel in der populären Kultur, um die herrschenden Machtverhältnisse in Frage zu stellen, sie sind mittlerweile auch fester Bestandteil des Konsums geworden, wo sie den ökonomischen Regeln gehorchen. Tabuverletzungen werden in der Werbung, in der Mode, in der Popmusik gerne eingesetzt, um ein Produkt als neu und anders erscheinen zu lassen und die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen. Rayse greift das Karnevaleske durchaus als ein konsumiertes Prinzip auf, radikalisiert es aber in seinen Bildtravestien und fördert in seinen Handlungsräumen das darin enthaltende widerständige Potential zutage. Neuere Forschungsansätze zum Karnevalesken haben genau diesen Zusammenhang zwischen einem konsumierten und wi-

derständigen Prinzip innerhalb der Konsumgesellschaft problematisiert.¹⁶

Bildlichkeit auf zweiter Stufe

Die Bedeutung, die der Pluralisierung der Bilder und Bildmedien im Werk Martial Raysse zukommt, sollte an den Beispielen offensichtlich geworden sein. Bei diesem Streifzug durch das Werk sind ganz unterschiedliche ästhetische Strategien aufgetaucht, die das ‚Dazwischen der Bilder‘ produktiv machen. Bei Raysse spielt die räumliche Erweiterung des singulären Tafelbildes eine wichtige Rolle, die zu verschiedenen Environments und Installationen geführt hat. Ähnlich den Bühnenbildern im Theater werden Ensembles von Bildern und Gegenständen arrangiert, die den abstrakten Bildern wieder einen konkreten Dingbezug abtrotzen. Auch die Kopplungen unterschiedlicher Bildmedien zielen auf die Erweiterung von Bildern in den Raum hinein, um das Publikum in das Gefüge der Bilder buchstäblich zu involvieren. In der kunstwissenschaftlichen Forschung sind mehrteilige Bildarrangements ein vielfach untersuchtes Phänomen, da das singuläre Bild, wie es in der Tafelmalerei der Neuzeit begegnet, in der Geschichte der Künste eher eine Ausnahmeerscheinung darstellt. So verwundert es nicht, dass in dieser Tradition in jüngster Zeit die Frage nach der Mehrbildlichkeit mit einer methodischen Schärfung im Kontext der Bildwissenschaften verbunden worden ist.¹⁷ Die Mehrbildlichkeit in räumlicher Hinsicht fügt sich demnach nahtlos in die Kunstgeschichte ein, auch wenn die Mittel und Formen sich im 20. Jahrhundert verändert haben.

Deshalb ist es vielleicht interessanter, über die zeitlichen Aspekte einer Pluralisierung der Bilder nachzudenken. Das ganze Feld der Wiederholung von Bildern gehört in diese Kategorie, im Sinne von Zitationen und Übersetzungen, die mit semantischen Verschiebungen einhergehen. In Konsequenz der technischen Reproduktionsmöglichkeiten bekommen solche Verweisstrukturen zwischen Bildern einen vollkommen neuen Charakter: Die Auseinandersetzung mit existierenden Bildern erinnert an eine verfeinerte und hoch entwickelte Kulturtechnik des Recyclings von Bildern, die in neuen Kontexten immer wieder neue Verbindungen eingehen und dadurch auch mit anderen Bedeutungen angereichert werden. Gérard Genette hat in

Zusammenhang mit seiner Poetik der Hypertextualität einen ganzen Begriffsapparat erarbeitet und in Anlehnung daran könnte man das Phänomen als Hyperbildlichkeit oder Bildlichkeit auf zweiter Stufe bezeichnen.¹⁸

Die Bildlichkeit auf zweiter Stufe ist nicht nur eine künstlerische Methode. Ihre Relevanz erhält sie als Konsumpraxis, der eine konkrete Erfahrung mit den Bildern der Massenmedien zugrunde liegt. Die künstlerische Aneignung, Verfremdung, Ausdifferenzierung der vorgegebenen Bildprodukte liefert eine Antwort auf die Frage, was die Konsumierenden mit all den Bildern machen, die sie in den Massenmedien finden – sie kann, muss aber nicht zu einem regulär nicht vorgesehenen und somit unstatthaften Gebrauch der Bilder anstiften. Darin liegt ein emanzipatorischer Prozess, der sich in neuen Bildern niederschlagen kann. Raysse setzt dabei vor allem auf eine theatrale und filmische Aneignung des Bildes, die tatsächliche Handlungsräume eröffnet, so dass Interventionen im Gefüge der visuellen Kultur konkret erfahrbar werden.

Endnoten

1. Vgl. *Pop Art and Vernacular Cultures* (Annotating art's histories – cross-cultural perspectives in the visual arts, Bd. 3), hg. v. Kobena Mercer, Cambridge u.a. 2007.
2. Bazon Brock, *Popart und Popkultur – kaum bemerkt und schon vergessen?*, in: Meyer's Enzyklopädisches Lexikon, Bd. 19, Mannheim u.a. 1977, S. 95-99.
3. Den besten Überblick über das Gesamtwerk bietet der Katalog zur Retrospektive: Paris, Galerie Nationale du Jeu de Paume u.a., *Martial Raysse*, Paris 1992.
4. *Dylaby* war eine Abkürzung für den eigentlichen Titel (auf deutsch „Dynamisches Labyrinth“) und bestand aus der Abfolge von sieben Räumen, die von den beteiligten Künstlerinnen und Künstlern mit teilweise partizipativen Elementen als Erlebnisräume angelegt waren. Zur Ausstellung gehörten unter anderem der berühmte von Daniel Spoerri um neunzig Grad gekippte Ausstellungsraum, ein Schießstand von Niki de Saint Phalle und ein Environment von Tinguely mit Luftballons, die durch Ventilatoren in Bewegung gehalten wurden. Vgl. Amsterdam, Stedelijk Museum, *Dylaby*, Amsterdam 1962; Meredith Malone, *Eine kollektive Idee. Environments*, in: Hannover, Sprengel Museum, *Nouveau Realisme. Revolution des Alltäglichen*, Ostfildern Ruit 2007, S. 236-239.
5. Zu den verschiedenen historischen Paradiesvorstellungen und ihrer zeitgenössischen Metaphorisierung vgl. Heinrich Krauss, *Das Paradies. Eine kleine Kulturgeschichte*, München 2004 (insbesondere die Einleitung); Frank Matthias Kammel, *Das Paradies im Schlussverkauf – Zwischen Trivialisierung und Orientierungssuche: Religiöse Motive in der gegenwärtigen Alltagskultur*, in: *Medien und Erziehung*, Band 44 Heft 6, 2000, S. 348-355.
6. Agnès Varda, *Lieu dit. La Côte d'Azur*, Paris 1961.
7. Rosemary O'Neill, *The Postwar Riviera. Modernism and the Attraction of Modernity*, in: *Reassessing the Modern, Modernity and Modernism. Proceedings for the School of Visual Arts. 20th Annual National Conference on Liberal Arts and the Education of Artists*, <http://media.schoolofvisualarts.edu/sva/media/9983/small/Proceedings2006.pdf>, 07.10.09, S. 63-70.
8. Sasha Sosnovsky, *Klein, Raysse, Arman. Des Nouveaux Réalistes* [1960], in: Paris, Centre Georges Pompidou, *Yves Klein*, Paris

- 1983, S. 263-264, hier S. 264, (Übersetzung aus dem Französischen durch die Verfasserin).
9. Vgl. John Urry, *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*, London u.a. 1990.
 10. Jean Baudrillard, *Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen* [1968] (Reihe Campus 1039), Frankfurt u.a. 1991, S. 212-215.
 11. Zu den Geschlechterbildern in den unterschiedlichen Fassungen der biblischen Susanna-Erzählung und deren Interpretation in der Malerei vgl. Christina Leisering, Susanna „im Garten“. *Eine feministisch-intertextuelle Lektüre der Susannaerzählung*, in: *Lectio difficilior. Europäische elektronische Zeitschrift für Feministische Exegese*, Jhg. 9 Heft 1, 2008, unter http://www.lectio.unibe.ch/08_1/pdf/Leisering.pdf, 24.10.2009.
 12. Zu den Anfängen der Arbeit mit Videorückkopplungen im Kunstkontext vgl. Slavko Kacunko, *Closed Circuit Videoinstallationen. Ein Leitfaden zur Geschichte und Theorie der Medienkunst mit Bausteinen eines Künstlerlexikons*, Berlin 2005, S. 147 ff. und speziell zur Situation in Frankreich S. 255 ff.
 13. Ein Großteil der Filme und Videos ist mittlerweile digital publiziert wurden durch den Filmvertrieb MK2, vgl. Martial Raysse, *Les Films / The Movies (1966/ 2008)*, DVD-Box mit einem Interview von Anaël Pigeat im Begleitheft, Paris 2008.
 14. Anaël Pigeat spricht von karnevalesken Anspielungen im Film *Jésus-Cola*, ohne diese Idee jedoch näher auszuführen. Anaël Pigeat, *Martial Raysse „peintre-cinéaste“*, in: *1895. Revue de l'Association Française de Recherche sur l'Histoire du Cinéma*, Heft 46, 2005, S. 55-73, hier S. 64.
 15. Einige Beispiele für Anwendungen in jüngster Zeit: Mathias Mertens, *Buñuel, Bachtin und der karnevaleske Film*, Weimar 1999; *Ritualisierte Tabuverletzung, Lachkultur und das Karnevaleske. Beiträge des Finnisch-Ungarischen Kultursemiotischen Symposiums 9. bis 11. November 2000*, hg. v. Matthias Rothes und Hartmut Schröders, Berlin u.a. 2002; Victor I. Stoichita und Anna Maria Coderch, *Goya. Der letzte Karneval*, München 2006.
 16. Vgl. die Ausstellungsreihe „Spektakel, Lustprinzip oder das Karnevaleske?“ in der Shedhalle Zürich. Katharina Schlieben/Sonke Gau, *Spektakel, Lustprinzip oder das Karnevaleske? Ein Ausstellungsprojekt in drei Teilen*, in: *Shedhalle. Zeitung*, Heft 1, 2004, S. 9-10.
 17. David Ganz und Felix Thürlemann, *Zur Einführung. Singular und Plural der Bilder*, in: *Das Bild im Plural. Mehrteilige Bildformen zwischen Mittelalter und Gegenwart* (Bild + Bild, Bd. 1), hg. v. dens., Berlin 2010, S. 7-38.
 18. Gérard Genette, *Palimpseste. Die Literatur auf zweiter Stufe* (edition suhrkamp, Bd. 1683, Neue Folge, Bd. 683), Frankfurt am Main 1993. Michel Foucault, *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*, Frankfurt am Main 1994, S. 237.

Zusammenfassung

In den künstlerischen Diskursen des 20. Jahrhunderts nimmt die Pop Art eine Schlüsselstellung ein hinsichtlich des Phänomens der Mehrbildlichkeit. Denn als künstlerische Bewegung war sie Ausdruck einer Pluralisierung des Kulturbegriffs, die an der Pluralisierung der Bilder verhandelt wurde. Der Aufsatz zeigt exemplarisch, wie das ‚Dazwischen der Bilder‘ im Kontext der popkulturellen Wende der 1960er Jahre künstlerisch produktiv gemacht wurde. Zu diesem Zweck werden ausgewählte Werke des französischen Künstlers Martial Raysse besprochen, die eine Vielzahl von Bildern zu szenografischen Räumen zusammensetzen, intermediale Kopplungen von Malerei und Bewegtbildmedien schaffen und mittels filmischer Aneignungen von Bildern in das vorgefundene Gefüge der visuellen Kultur eingreifen. Es ist insbesondere die künstlerische Arbeit mit dem Film, die Handlungsräume zwischen Bildern eröffnet und als Aneignungspraxis zu einem unstatthafter Gebrauch der Bilder anstiftet.

Autorin

Stefanie Stallschus, Dr. des., Studium der Kunstgeschichte, Geschichte und Soziologie in Hamburg und Berlin, ist seit 2005 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Kunsthochschule für Medien Köln. 2003 Magisterarbeit über den kanadischen Medienkünstler Michael Snow an der Freien Universität Berlin, 2010 Dissertation über Experimentalfilme der Pop Art, ausgezeichnet mit dem Hedwig-Hintze-Frauenförderpreis der Freien Universität Berlin. 2008 Mitgründung der Zeitschrift *off topic* (<http://www.offtopic-magazin.de>), 2010 Veranstaltung einer Tagung über den Kunsthistoriker George Kubler und seine Theorie der Dinge (<http://www.uni-koeln.de/kubler/index.html>).
Forschungsschwerpunkte: Kunstgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, Geschichte der Medienkunst, Bildwissenschaften, Medientheorie, Kulturosoziologie.

Titel

Stefanie Stallschus, „Jetzt sind Sie ein Martial Raysse“. Von den Handlungsräumen zwischen Bildern, in: *kunsttexte.de*, Nr. 1, 2012 (11 Seiten), www.kunsttexte.de