

KULTURTIPP

Simones
röhrendes
Soul-Organ

Lisa Simone legt alles in den ersten Song: ein sanftes Call-and-Response-Warm-up, lässiges Fingerschnippen und ein röhrendes Soul-Organ – es lässt sich nicht verhehlen, in diesem Song liegt die Kraft des Erbes, denn Lisa ist die Tochter von Nina Simone. Es ist bereits das dritte Album der US-Amerikanerin. „In Need Of Love“ kann als versöhnlicher Schritt verstanden werden, mit dem Simone ihr musikalisches Erbe unabhängig von der Mutter akzeptiert. „Legacy“ ist der Kernsong, in dem die 57-Jährige vor sanfter Rhythmik und Klavierakustik singt, sie habe nicht die Hände ihrer Mutter oder ihren politischen Aktivismus – aber sie habe ihren eigenen Vibe. Und den lässt die Musikerin souverän grooven vom A-cappella-Jazz des Titeltracks bis zur zeitgemäßen Eleganz von „Had I Known“. Hier überraschen neben der Spur Reggae die unvermittelt auftauchenden orientalischen Flöten. Ein hochklassig produziertes Album einer erstklassigen Musikerin!

rev

Lisa Simone
– „In Need
Of Love“.
Warner/
15,99 Euro

Kanada 2020
Gastland bei
Buchmesse

FRANKFURT Unter dem Motto „Singular Pluralität“ („Einzigartige Pluralität“) will sich Kanada 2020 als Ehrengast auf der Frankfurter Buchmesse präsentieren. „Kanada wird kraftvolle Werke aus allen literarischen Genres von französischen, englischen und indigenen Kunstschaffenden vorstellen und zugleich die vielen unterschiedlichen Herkünfte und Hintergründe zeigen, die unser Land ausmachen“, sagte die Vorsitzende des kanadischen Gastauftritts, Caroline Fortin, gestern in Frankfurt.

Das mehrsprachige nordamerikanische Land zählt um die 37 Millionen Einwohner, der Buchmarkt umfasst rund 300 Verlage. Die kommende Frankfurter Buchmesse findet vom 14. bis 18. Oktober 2020 statt. Gastland in diesem Jahr ist Norwegen.

dpa

PERSÖNLICH



Rafik Schami, Autor, spricht am Telefon mit seinen Geschwistern in Syrien nicht über die politische Situation in seiner Heimat. „Meine Familie ist viel zu ängstlich. Wir reden über Kochen, Besuche, Scheidungen oder Betrug“, sagte der deutsch-syrische Schriftsteller gestern in Frankfurt. Notwendige Hintergrund-Informationen für seine Romane beziehe er daher meist von Oppositionellen, die Syrien gerade erst verlassen haben. „Die können etwas mutiger reden mit mir – und dann weiß ich schon Bescheid“, sagte der 73-Jährige, der seit Jahrzehnten im Exil in Deutschland lebt.

Foto: dpa

Von Stefan Lüddemann

BREMEN Diese Madonna ist einfach zum Niederknien schön. Sie neigt so sacht das Haupt, hält so sanft den Knaben, diese Muttergottes auf dem Altarbild, das Masolino da Panicale vor knapp 600 Jahren auf eine kleine Holztafel zauberte. Dieses entzückende, schwebende, stille Gemälde, eines der ältesten in der Sammlung der Kunsthalle Bremen, ist so schön, dass man es anbeten möchte. Aber sollen wir uns dafür tatsächlich auf die Knie niederlassen – im Museum? In der Kunsthalle hängt das Bildchen nun allein in einem Raum. Und vor ihm steht ein Betbänkchen, wirklich. Niederknien – kein Problem, wäre dieser Kunsttempel eine Kirche.

Wird er das jetzt wieder, zumindest auf Zeit? „Ikonen“: Mit diesem goldglänzenden Titel rücken die Bremer Ausstellungsmacher Bilder neu in den Fokus, die bisweilen als naiv belächelt und ins Volkskundliche abgedrängt werden. Aber auch Pop- und Digitalkultur formen ihre Ikonen, die nicht nur bewundert, sondern angebetet werden wollen. Die Ikone der orthodoxen Kirche ist nicht irgendein Bild. Sie bildet Christus oder Maria nicht einfach ab, sie verleiht dem Göttlichen unmittelbare Gegenwart. An der Ikone haftet der Glanz des Übersinnlichen.

Ausnahmemenschen

In Bremen leuchtet nun die Lichtspur auf, die sich von dem Christus auf der russischen Ikone von 1623 direkt zu Beyoncé hinüberspannt, die sich zusammen mit Ehemann Jay-Z in dem Video „Ashit“ vor der Mona Lisa im Louvre inszeniert. Star, Idol, überhaupt Ausnahmemenschen – all das reicht nicht mehr in einer Digitalkultur, die eine Kategorie jenseits des Außergewöhnlichen braucht, um die Aufmerksamkeit eines verstreuten, nach Abermillionen zählenden Zufallspublikums zu bündeln. Charisma, Aura, Alleinstellungsmerkmal: Alle diese Begriffe älterer Diskurse klingen schlagartig matt und müde, wenn die Ikone ins Spiel kommt. Sie zwingt mit ihrem bloßen Erscheinen, mit scheinbar göttlicher Unwiderstehlichkeit und löst damit sofort die Frage aus, ob wir heute wirklich Anbetung oder nicht vielmehr kritische Nachfrage brauchen.

Bremen inszeniert das Phänomen nicht nur opulent, sondern selbst ikonisch. Museumsdirektor Christoph Grunenberg und Kuratorin Eva Fischer-Hausdorf haben das Haus geräumt und auf drei Stockwerken ganze 60 Werke inszeniert. So radikal ist in diesem Haus wohl noch

Von van Gogh bis Beyoncé

Zum Niederknien? Kunsthalle Bremen zeigt den Bilderkult um die Ikonen



Marilyn Monroe ist eine wahre Ikone der Popkultur. Die Kunsthalle zeigt in ihrer neuen Ausstellung das „Triptych Marilyn“, einen Polymer-Siebdruck und Acryl auf Leinwand.

Foto: © Estate Sturtevant, Paris, Charles Duprat



Meilenstein der Moderne: Vincent van Goghs „Selbstbildnis mit grauem Filzhut“.

Foto: dpa/Carmen Jaspersen



Bei der Ausstellung wird eine Art Zeitlinie der Ikonen gezogen – von 1623 bis hin zur Pop-Sängerin Beyoncé.

Foto: dpa/Larry W. Smith

nie eine Ausstellung gemacht worden. Jedes Exponat hat hier seinen eigenen Raum, seinen eigenen Farbfond. Beschriftungen befinden sich jeweils auf der Wand gegenüber. So erscheint jedes Werk einsam und erratisch, als pures Wunder in seiner ganzen Unausweichlichkeit. Das mag man als wirkungsvolle Ausstellungsmache bewundern oder als unzulässige Verkürzung kritisieren. Kunst wird hier auf jeden Fall ihrer Kontexte gründlich entkleidet. Dass ikonische Wirkungen von Kunst auch erst inszeniert, ja promotet werden müssen, um sich einstellen zu können – dieser Hintergrund bleibt in der Präsentation ausgespart.

Dabei setzen Künstler der Avantgarde von Anfang an auf den Lichtschein des Göttlichen, um ihre neue Kunst durchzusetzen. Ob das berühmte Schwarze Quadrat von Kasimir Malewitsch, ein Selbstporträt von Vincent van Gogh oder eine abstrakte Komposition von Piet Mondrian – alle diese Meilensteine der Moderne, in Bremen sämtlich präsent, sind bewusst mit der Aura des Göttlichen gesetzt worden. Denn das Übersinnliche entkräftet ja jeden Widerspruch, löscht aus, was vorher war. Gerade die Mandarine der Avantgarde haben ihre Werke ikonisch aufgeladen, sie als reine Anbetungstafeln in die Welt gesetzt. Die Ikone als Wettbe-

werbsvorteil im Kampf der Bilder um Wahrnehmung? Genau dieser Punkt markiert den Link zwischen künstlerischer Avantgarde und der Digitalkultur der Hyperstars und Influencer.

Unverwechselbar

In der Ausstellung blüht dieser Übersprung auf. Wir sehen Kehinde Wiley, den Künstler, der Barack Obama gemalt hat, mit einem Porträt des Hip-Hoppers Malak Lunsford und daneben Celebrity Kim Kardashian und Netzstars wie die Klimaaktivistin Dariadaria, Youtuber und CDU-Basher Rezo oder Celeste Barber mit ihren ironischen Inszenierungen des scheinbar so perfekten Le-

bens der Prominenten. Ikonisch ist, was maximale Unverwechselbarkeit erreicht. Und die steht im Fokus eines Wettbewerbs um Unterscheidungen, die der Soziologe Andreas Reckwitz in einer viel diskutierten Analyse als Motor der von ihm so genannten Gesellschaft der Singularitäten ausgemacht hat.

Die Ausstellung reagiert also auf aktuelle Debatten der Internetgesellschaft und verschaltet sie mit einer Kunst, die Ikonen inzwischen auch ironisch befragt. Andreas Gurskys Riesenfoto eines Prada-Regals oder die gelbe Madonnenfigur, die Katharina Fritsch 1987 bei den Skulptur Projekten in Münster präsentierte, sind

Beispiele für einen neuen Blick auf die Ikone, der ihrer Übersinnlichkeit misstraut. Eine Ausstellung als Debatte um den Status der Bilder: Dieser Lesart mag der Besucher folgen oder einfach ein Defilee grandioser Exponate genießen. Kleine Einschränkung: Das Selbstporträt von Goghs geht zwei Wochen vor Ausstellungsende zurück nach Amsterdam und wird dort in die nächste Ausstellung gehängt. Auch Ikonen sind manchmal einfach nur voll im Stress.

Bremen, Kunsthalle: Ikonen. Was wir Menschen anbeten. 19. Oktober 2019 bis 1. März 2020. Di., 10-21 Uhr, Mi.-So., 10-18 Uhr.

Schluss mit „Yolo“, „Babo“ und „Smombie“

Weil der Langenscheidt-Verlag übernommen wurde: 2019 wird kein „Jugendwort des Jahres“ gewählt

MÜNCHEN/STUTT GART Es ist das Ende einer kleinen Ära: Die Wahl zum „Jugendwort des Jahres“ fällt in diesem Jahr aus. Kein „Babo“ mehr, kein „Smombie“, kein „Yolo“ und kein „I bims“. Das bestätigt der Leiter des Pons-Verlags, Erhard Schmidt. Ob es sich um ein endgültiges Aus für die stets medienwirksam inszenierte Wahl oder nur um eine Pause handelt, „wird noch entschieden“, sagt er. Das Jugendwort, diese umstrittene wie belächelte kleine Institution in der deutschen Sprache, es gibt sie nicht mehr – zumindest vorerst.

Hintergrund ist eine grundlegende Umwälzung in

der Verlagslandschaft. Jahrelang hatte der Langenscheidt-Verlag in München das Jugendwort gesucht, um damit Werbung zu machen für sein Lexikon „100 Prozent Jugendsprache“. Eine Jury kürte Wortneuschöpfungen wie „Smombie“, ein Kunstwort aus Smartphone und Zombie, „Babo“, was so viel bedeutet wie Boss, und „Yolo“ für „You only live once“ – man lebt nur einmal.

In diesem Frühjahr aber hatte der zur Klett-Gruppe gehörende Pons-Verlag in Stuttgart die Marke Langenscheidt und die zugehörigen Produkte übernommen. „Der Deal kam für das Produkt zu einem ungünstigen Zeit-



„Ehrenmann“ ist zuletzt zum „Jugendwort des Jahres“ gewählt worden.

Foto: dpa

punkt“, sagt Pons-Chef Schmidt. Der Zustand des Lexikons „war nicht so, dass wir das Produkt in diesem Jahr in einem vernünftigen Zustand zu Ende führen konnten“. Und darum fällt jetzt eben auch die Werbung dafür aus. Richtig tragisch sei das nicht, meint Annette Tra-

bold, die Sprecherin des Leibniz-Institutes für deutsche Sprache (IDS) in Mannheim. „Diese Jugendwörter waren ja nicht ganz einwandfrei statistisch belegt.“ Das IDS erfasst seit Jahren Wortneuschöpfungen in einem Neologismenwörterbuch. „Die Auswahl des Jugendwortes hat unseren Ansprüchen nicht genügt.“ Allerdings sei es immer schade, wenn ein Anlass abhandenkommt, über Sprache zu diskutieren. Ähnlich sieht das auch der Sprachwissenschaftler Nils Uwe Bahlo, der an der Westfälischen Wilhelms-Universität (WWU) in Münster zur Sprache der Jugend forscht: „Die Wahl zum

Jugendwort hat zum Nachdenken über Sprache ange-regt. Auch wenn es sicherlich unwissenschaftlich war, hat es doch so herrlich kontrovers zu Diskussionen um und über Sprache angeregt.“

Denn diskutiert wurde viel über das Jugendwort. Etwa über die „Gammelfleischparty“, eine wenig schmeichelhafte Bezeichnung für eine Ü-30-Party und 2008 das erste gekürte Jugendwort überhaupt. Die Reaktionen immer wieder: Gibt es wirklich junge Leute, die so reden? Und sind die wirklich jung?

Medienberichten zufolge hatte sich ein anderer Anbieter gefunden, der die Jugendwort-Wahl in einem Online-

Voting fortführen wollte. Nachdem die Seite gehackt wurde, habe er aber Abstand von der Idee genommen. Sie ist inzwischen nicht mehr online. Pons war nach Angaben Schmidts an der neuen Wahl-Aktion nicht beteiligt. Sprachwissenschaftler Bahlo wäre – im Sinne der Diskussion – „sehr dafür“, die Wahl wiederauflegen zu lassen. Auch, weil dann sein ganz persönlicher Favorit womöglich noch eine Chance auf den Titel hätte: der türkische Ausdruck Cüs, der so viel bedeutet wie „Oha“ oder „Boah“ und fast klingt wie das deutsche „Tschüss“. Doch jetzt heißt es erst mal: Tschüss, Jugendwort! dpa