

Andy Warhol hat einst die Kunstwelt revolutioniert: Neben seinen Suppendosen und vielfarbigem Konterfeis waren es vor allem seine „Death and Disaster Paintings“, die ihn in den 60er Jahren weltberühmt machten.

Als Vorlagen für seine Werkreihen „Car Crash“, „Suicide“ und „Electric Chairs“ dienten Warhol auch Pressefotos, die er immer wieder verfremdete, so dass die einstige Bedeutung des Bildes hinter den zahllosen Vervielfältigungen zurücktrat. Bei all seiner schillernden Exzentrizität war Warhol vom Tod fasziniert – insbesondere wenn er zur Sensationsmeldung wurde. Seine Werke legen daher auch die morbide Seite des „American Way of Life“ offen.

Die neuen Warhols

Rund 50 Jahre nach Warhols Durchbruch zeigt sich: Sein künstlerisches Wirken strahlt bis in das „Copy-Paste-Zeitalter“ aus – und wird im Internet massenhaft imitiert. Als jüngstes Motiv dient der digitalen Pop-Art-Welle eine vom Weißen Haus veröffentlichte Momentaufnahme aus dem „Situation Room“, die Anfang Mai auf sämtlichen Titelseiten abgedruckt war. Sie zeigt, wie die politische Machtelite der USA in einer Videokonferenz gebannt die Tötung Osama Bin Ladens verfolgt. Die Spannung in dem Raum ist förmlich mit Händen zu greifen: Der fokussierte Blick des US-Präsidenten Obama sei „wie ein Laser“ gewesen, unterstrich die „New York Times“.

Allein Hillary Clinton scheint in jenem Moment von der Anspannung schier überwältigt: Die Augen weit aufgerissen, hält sich die Außenministerin erschrocken eine Hand vor den Mund. Eilig erklärte Clinton ihren Kontrollverlust wahlweise mit einem plötzlichen Gähnen oder einer Frühjahrsallergie.

Doch es half nichts. Prompt wurde der ehemaligen Präsidentschaftskan-

didatin Führungsschwäche unterstellt – nicht zuletzt, weil sie es war, die im Wahlkampf 2008 die außenpolitischen Qualitäten ihres Konkurrenten Obama vehement angezweifelt hatte.

Bevor die Ausdeutungen über die Schrecksekunde jedoch richtig an Fahrt gewinnen konnten, sprangen der Politikerin im Internet unerwartet zahlreiche Warhols zur Seite – und verarbeiteten das Pressefoto kurzerhand zu Netzkunst. Auf einem Bild sieht man den angestregten Barack Obama beim Computerspiel mit einem Joystick in den Händen. Ein anderes Motiv zeigt die Anwesenden in den unterschiedlichen Kostümen berühmter Comic-Helden: Obama selbst ist als *Captain America* verkleidet, die Außenministerin als *Wonder Woman*. Auf einem weiteren Bild ist der beengte Raum bis zum Bersetzen mit allen erdenklichen Popikonen der jüngeren amerikanischen Kulturgeschichte gefüllt.

Schon jetzt gestaltet sich die Online-Suche nach dem Originalfoto zwischen all den Pop-Art-Bildern als zunehmend schwierig. Hillary Clinton dürfte also aufatmen. Zumal im Netz inzwischen auch Bilder zu finden sind, auf denen sie gänzlich fehlt. So radierte die New Yorker „Di Tzeitung“ die Außenministerin aus dem Bild, bevor sie es abdruckte. Das in jiddischer Sprache erscheinende Blatt richtet sich vor allem an eine ultra-orthodoxe jüdische Leserschaft und darf aus religiösen Gründen keine Frauen darstellen. Diese Bildmanipulation – die an das von Stalin angeordnete Verschwinden Trotzki von der Rednerbühne Lenins erinnert – fügt den zahlreichen Pop-Art-Spielarten die aus Clintons Sicht vorteilhafteste hinzu.

Was lernen wir daraus? Der entblößenden Originalaufnahme ist heute, in Zeiten flüchtiger medialer Aufmerksamkeit, nur für kurze Zeit Ruhm vergönnt – ebenjene sprichwörtlichen 15 Minuten, die Andy Warhol uns allen einst voraussagte.

Daniel Leisegang