

Ikonogen

Englisch: Iconogenic

THEORIE

Bildmotiv oder Schauplatz mit so starker visueller Präsenz, dass er zum Erkennungszeichen wird — Eiffelturm in Paris-Filmen, rote Treppe in Odessa. Funktioniert auch ohne Kontext.

Ein Motiv wird ikonogen, wenn seine visuelle Kraft so dominant ist, dass es unabhängig von Kontext funktioniert — der Zuschauer erkennt die Stadt, die Epoche, die Stimmung allein durch die Bildkomposition. Am Set arbeiten wir ständig mit dieser Realität: Der Eiffelturm braucht keine Erklärung, die Schachbretttreppe in Odessa nicht. Diese Motive sind bereits aufgeladen, bevor die Kamera läuft. Das ist das Gegenteil von subtil — und genau darin liegt ihre Kraft. Die ikonogene Wirkung entsteht durch Wiederholung in der Filmgeschichte und Populärkultur. Eine Filmemacherin kann diese Aufladung nutzen oder ihr gezielt ausweichen. Wenn ich eine russische Revolution zeigen will, bedeutet die Odessa-Treppe sofort: Aufstand, Chaos, Klassenkonflikt. Ich muss das nicht zeigen — der Name genügt im Drehbuch, die Zuschauer sehen die Bilder mental bereits vor sich. Das spart Zeit und erzeugt unmittelbare emotionale Resonanz. Aber es kostet auch Freiheit: Ich bin dann an diese Assoziation gebunden, kann sie schwer brechen, ohne irritierend zu wirken. In der praktischen Arbeit bedeutet das: Ein ikonogenes Motiv braucht weniger Establishing Shots. Es funktioniert im Hintergrund, sogar verdeckt — ein Stück des Schiefen Turms in Pisa reicht, um den geografischen Rahmen zu setzen. Das ist ökonomisch am Set und effektiv im Schnitt. Gleichzeitig wird es schwieriger, mit ikonogenen Motiven Spannung zu erzeugen. Wenn ich bereits weiß, dass wir in Paris sind, weil die Notre-Dame zentral ins Bild ragt, kann ich keine geografische Überraschung liefern. Die stärksten ikonogenen Motive entstehen durch Architektur und Naturlandschaften — Big Ben, Freiheitsstatue, Burj Khalifa. Sie lassen sich nicht verstecken, sie dominieren den Raum. Figuren können gegen sie spielen oder sich in ihnen verlieren. Das macht sie für Kameramänner reizvoll: Die Geometrie ist vorgegeben, das Licht folgt einer klaren Logik. Aber genau das macht Originalität schwierig. Jede neue Aufnahme des Brandenburger Tors muss sich gegen hunderte Vorgänger behaupten. Interessant wird es, wenn ein Filmemacher ein Motiv bewusst ent-ikonisiert — es also so dreht, beleuchtet oder kadriert, dass die erwartete Wirkung bricht. Das erfordert Mut und kann verstörend wirken. Oder man kombiniert mehrere ikonogene Motive bewusst falsch — setzt den Eiffelturm neben eine Berliner Fassade —, um künstlich eine surreale Geografie zu schaffen. Das funktioniert, weil die Zuschauer die Diskrepanz unmittelbar erfassen.