

Meisterwerke der Porträt-Kunst

von Jürgen v. Troschke

Im 15. und 16. Jahrhundert wurde die lange vergessene Kunstfertigkeit der Antike zur Abbildung individueller Persönlichkeiten wiederentdeckt. Dabei waren italienische Künstler führend und entwickelten neue Techniken und Darstellungsformen. Eine große Ausstellung im Bode-Museum in Berlin präsentiert unter der Überschrift »Gesichter der Renaissance« einen beeindruckenden Überblick über Meisterwerke dieser für die Kunstgeschichte so wichtigen Epoche.



Foto: © bpk/Scala

Leonardo da Vinci: Dame mit dem Hermelin (Porträt der Cecilia Gallerani), 1489/90 Krakau, Besitz der Prinz Czartoryski Stiftung, im Nationalmuseum Krakau

Den Kuratoren ist etwas ganz Besonders gelungen – nicht nur durch die Einwerbung hervorragender Leihgaben, sondern auch durch deren Präsentation. Der Besucher betritt, nach einer die Vorfreude stimulierenden Wartezeit, als erstes einen geheimnisvoll abgedunkelten, schwarz gestalteten Raum, aus dem ihm die mit Punktstrahlern erleuchteten Porträts entgegensehnen. Diese sind auf Augenhöhe gehängt, sodass sich dem Betrachter der Eindruck ganz persönlicher Begegnungen vermittelt.

Ausgehend von der heraldischen Profildarstellung auf Münzen entstand die Technik der Herstellung von Medaillen, die zur Werbung für eigene Interessen verschenkt wurden. Dabei war die emblematische Verwendung der Zeichen von Macht und Einfluss wichtig. Daraus entwickelte sich die Profilmalerei, wobei durch die im normalen Leben ungewöhnliche seitliche Betrachtung eines Menschen, der in eine unbestimmte Ferne blickt, ein distanzierender Eindruck entsteht. In der Ausstellung lässt sich gut die Veränderung der Wirkung (vom Dreiviertelprofil über das Halbprofil, das Viertelprofil bis zur Frontalansicht) nachvollziehen, bei der sich die

dargestellte Person dem Betrachter immer mehr zuwendet und ihn schließlich direkt anzusehen scheint.

Die Konkurrenz der reichen Stadtstaaten in Norditalien bot günstige Voraussetzungen für einen Wettbewerb der Künstler im Bemühen um die Lösung der schwierigen Aufgabe, natürlich wirkende, realistische Abbildungen zu schaffen, gleichzeitig aber auch das Bedürfnis nach einer »vorteilhaften« Darstellung der mächtigen Auftraggeber zu berücksichtigen. Neue, raffinierte Techniken wurden erfunden, um diesen Ansprüchen gerecht zu werden. Die Möglichkeiten zur Darstellung einer individuellen Person mit ihren einmaligen Besonderheiten konnten so zu einer ungeahnten Perfektion entwickelt werden.

Der Maler als »Schöpfer«

Im gelungenen Porträt ging es um mehr als das Festhalten eines flüchtigen Augenblicks. Das Ziel war die »Verlebendigung« des Ausdrucks und damit der »Verewigung« der Existenz eines bestimmten Menschen. Nach Leonardo da Vinci hat ein guter Maler zweierlei darzustellen – nicht nur das Erscheinungsbild des Menschen, sondern auch die »Absicht seiner Seele«; wobei er nüch-

tern konstatiert: »Das Erste ist leicht, das Zweite schwer«.

In diesem Kontext wurde der Maler zum Schöpfer, der mit seiner Kunst den Eindruck von Lebendigkeit erzeugen konnte. Selbstbewusst signierte er seine Werke sichtbar im Bild. So finden wir auf einem Porträt der Königin von Zypern, Caterina Cornaro (um 1500), links oben eine gemalte Tafel, auf der zu lesen ist: » ... Du siehst, wie bedeutend ich bin, doch größer noch ist die Hand des Gentile Bellini, die mich ... wiedergegeben hat.«

Das wertvollste Bild der Ausstellung, »Die Dame mit dem Hermelin«, befindet sich im letzten Raum kurz vor dem Ausgang. Leonardo da Vinci hat 1489/90 die 17-jährige Geliebte des Signore Ludovico Sforza so vortrefflich dargestellt, dass das Bild heute als »neuzeitliches, mithin modernes Portrait par excellence« bewertet wird. Dabei gelingt es ihm, durch Unschärfen der Konturen (»sfumato«) bei den Augen und Lippen den Betrachter zu veranlassen, den Ausdruck selbst zu erfinden. Auch die Körperhaltung ist nicht selbst erklärend, sondern fordert unsere Phantasie. Die Frau blickt konzentriert auf etwas, das sich rechts außerhalb des Bildes befindet.

Was hat ihre Aufmerksamkeit geweckt?
Der Grund ist uns unbekannt.

Dabei ist festzustellen, dass man in der Kunst bei der Bezeichnung von rechts und links immer vom Betrachter ausgeht. In der Medizin dagegen lernt man, sich am Patienten zu orientieren, d.h. dessen rechter oder linker Seite. Daraus ergibt sich, dass die Frau auf dem Bild, vom Betrachter aus gesehen, nach rechts sieht, während sie selbst über ihre linke Schulter nach links blickt. Der weiße Hermelin auf ihrem Arm wurde seinerzeit als Symbol für Ehrgefühl und Tugendhaftigkeit verstanden.

»Die beiden Schwächen unserer Zeit sind ihr Mangel an Prinzipien und ihr Mangel an Profil«, diagnostizierte Oskar Wilde 1895 in seinem gesellschaftskritischen Drama über »The Importance of Being Earnest«. Wie würde der Dichter unsere Zeit charakterisieren, in der die Selbstdarstellung, die individuelle Performance, das Abbilden der eigenen Person zu einem zentralen Lebensinhalt geworden zu sein scheint? Die Fotografie hat die Porträtmalerei verdrängt. Die Digitalkamera ermöglicht es uns, jederzeit und überall so viele Fotos zu schießen, wie uns beliebt. Die Folge ist eine Inflation von Abbildungen, die nur so zu bewältigen ist, dass wir uns lediglich kurz mit dem einzelnen Bild befassen und gelernt haben, schnell das für uns Wesentliche zu registrieren. Der Besuch der Renaissance-Ausstellung kann uns lehren, bei der Betrachtung von Bildern wieder genauer hinzusehen und darüber nachzudenken, was ein ausdrucksstarkes Porträt ausmacht.

Vor kurzem schrieb der Chefredakteur des Kunstmagazins »art«, dass es endlich an der Zeit wäre, »das letzte Tabu der bildenden Kunst der Moderne« fallenzulassen und die Porträtkunst wieder neu zu entdecken: »Maler sollen Menschen malen dürfen, wie sie sie sehen.« Und er fügte mit mildem Spott hinzu: »Vielleicht müssen sie ja nur wieder ein bisschen üben.« (art 2/2011: 5)

»Gesichter der Renaissance. Meisterwerke italienischer Porträtkunst«, bis 20.11.2011 im Bode-Museum Berlin und vom 19.12.2011 bis 18.3.2012 im MoMA in New York

ISSN 1439-5983

PharmaRundschau

www.pharmarundschau.de

(Die Zeitschrift für den Offizin-Apotheker und sein Fachpersonal)

Herausgeber:

Eckhart Thomas, Sabine Walsler

Bereichs- und Anzeigenleitung Pharma:

Reinald Korte (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -114
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: r.korte@keppelmediengruppe.de

Redaktionsleitung:

Apothekerin Silvia Schmidtke (verantwortlich)
Telefon 06104 606 -326
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.schmidtke@keppelmediengruppe.de

Redaktion:

Apothekerin Barbara Frank
Buchendorf-Gauting

Redaktionsassistentz:

Sabrina Gotsdchan
Telefon 06104 606 -112
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.gotsdchan@keppelmediengruppe.de

Layout:

Liane Merz, Biljana Kress

Anzeigenverwaltung:

Sabrina Gotsdchan
Telefon 06104 606 -112
Telefax 06104 606 -117
E-Mail: s.gotsdchan@keppelmediengruppe.de

Andreas Kotte

Telefon 06104 606 -425
E-Mail: a.kotte@keppelmediengruppe.de

General Account Manager:

Pharma Marketing Services, Klaus Graef
Hasenackerstraße 22, 71364 Winnenden
Telefon 07195 584530
Telefax 07195 584620
E-Mail: k-graef@t-online.de

Anzeigenverkauf Nielsen I:

Medien-Vermarktung, Dirk Struwe
Poelchaukamp 8, 22301 Hamburg
Telefon 040 280580-60
Telefax 040 280580-89
E-Mail: info@struwe-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen II:

Curio + Keil GmbH
Michael Keil
Bromberger Straße 2
40599 Düsseldorf
Telefon 0211 99953-15
Telefax 0221 99953-53
E-Mail: info@tz-finder.de

Anzeigenverkauf Nielsen IIIa:

QM QuadroMedia GmbH
Am Lindenbaum 24
60433 Frankfurt/M.
Telefon 069 530908-0
Telefax 069 530908-50
E-Mail: frankfurt@quadromedia.eu

Anzeigenverkauf Nielsen IV + IIIb Nord + Süd:

Spots Media GmbH
Barbara Spielmann
Hanauer Straße 58, 80992 München
Telefon 089 155096
Telefax 089 14903572
E-Mail: team@spots-media.de

Anzeigenverkauf Nielsen V, VI + VII:

media am südsterne
Katja Herbst
Körtestraße 3, 10967 Berlin
Telefon 030 61286600
Telefax 030 69505875
E-Mail: kh@media-am-suedstern.de

Es gilt die Anzeigen-Preisliste Nr. 43 vom 1.10.2010

Leser-Service:

Petra Hardt
Telefon 06104 606 -331
E-Mail: vertrieb@keppelmediengruppe.de

Erscheinungsweise:

monatlich

Bezugspreise:

Jahresabonnement:
- Inland: € 108,- (incl. MwSt.+Versand)
- Ausland: € 128,- (incl. MwSt.+Versand)
Innerhalb der EU: mit ID-Nr.: ohne MwSt.
Ermäßigung für Schüler, Studenten und Azubis
(gegen Nachweis) 50 % auf Nettopreis

Einzelverkaufspreis:

Inland: € 8,50 + Versand

Bankkonto:

Deutsche Bank Offenbach/Main
Konto-Nr. 1 135 607, BLZ 505 700 18

Der Mindestbezugszeitraum ist 1 Jahr. Die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate vor Ablauf des Abonnement-Jahres.

Verlag:

Keppel Medien Gruppe
P. Keppel Verlag GmbH & Co KG
PharmaRundschau
Industriestraße 2, D-63150 Heusenstamm (Germany)
Postfach 1353, D-63131 Heusenstamm
Telefon 06104 606 - 0
Telefax 06104 606 - 117
E-Mail: phr@keppelmediengruppe.de
Internetadresse: http://www.pharmarundschau.de

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRA Nr. 6601

Ust-Ident-Nummer: DE114098860

pHGesellschafterin:

Keppel Verlag Verwaltungsges. mbH

Sitz: 63150 Heusenstamm

Registergericht:

Amtsgericht Offenbach/Main

Handelsregister-Nr: HRB 8643

Geschäftsführer: Eckhart Thomas

Druck:

Vogel Druck und Medienservice GmbH
Leibnizstraße 5
97204 Höchberg

Die Redaktion behält sich das Recht der Kürzung von eingesandten Artikeln und Leserbriefen vor.

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Ohne Genehmigung des Verlages ist eine Verwertung strafbar. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken oder ins Internet und für die Vervielfältigung auf CD-ROM. Erlaubt sind einzelne Fotokopien für den persönlichen und sonstigen eigenen Gebrauch von einzelnen Beiträgen oder Teilen daraus. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung. Namentlich gezeichnete Beiträge nicht zur Redaktion gehörender Verfasser geben nicht unbedingt die Ansicht oder Meinung der Redaktion wieder. Die Nichterwähnung von Warenzeichen bedeutet nicht, dass ein Produkt ohne rechtlichen Schutz ist. Mit der Annahme zur Veröffentlichung von Artikeln und Bildmaterial überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu redigieren, zu übersetzen, zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Wir speichern Daten unserer Abonnenten und Anzeigenkunden soweit geschäftsnotwendig und im Rahmen des BDSG zulässig. Davon sind nur solche Angaben betroffen, die direkt aus unseren gegenseitigen Geschäftsbeziehungen stammen. Bei Nichtlieferung infolge höherer Gewalt oder infolge von Arbeitskämpfen bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag.

Die PharmaRundschau ist der IWV – Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern – angeschlossen, die durch Kontrolle die Richtigkeit der Auflagenhöhe und ihre Verbreitung bestätigt.



IA-PHARM



Keppel Medien Gruppe

PharmaRundschau
November 2011

3