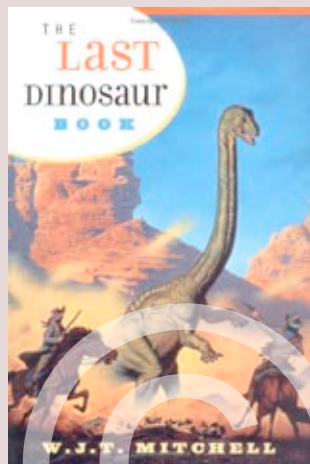


THE EPITOME OF KITSCH
W. J. T. MITCHELL THE LAST DINO-
SAUR BOOK

Von Andreas Rauth



Gerade erst war es wieder in der Tagespresse: Gewaltiger Dinosaurier-Dancefloor in Arizona entdeckt, meldeten die Zeitungen am 21. Oktober 2008 begeistert. Gut drei Wochen später kam allerdings das Dementi: Nicht die Tanzwut tonenschwerer Urzeitriesen sei Ursache für mehrere hundert Erdlöcher, Wasser habe diese in den Boden gespült, war am 12. November in der Süddeutschen Zeitung zu lesen. Zur Sicherheit wollten aber Vertreter beider Theorien gemeinsam eine erneute Untersuchung vornehmen

und die Ergebnisse in einem Fachartikel veröffentlichen. Wie zu Zeiten Benjamin Waterhouse Hawkins, dessen Skulpturenpark lebensgroßer Dinosaurier für die Crystal Palace Company am Eröffnungstag, den 10. Juni 1854 vierzigtausend Besucher anlockte, sind die Dinosaurier auch heute noch in der Lage augenblicklich international Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Eine Aufmerksamkeit, die dem praktischem Nutzen, der aus dem Wissen über ihre Größe, Aussehen, Leben und Aussterben zu ziehen wäre, diametral entgegensteht. Worin besteht eigentlich diese, im wahrsten Sinne des Wortes, ungeheure Faszinationskraft, die noch am Ende des 20. Jahrhunderts zu einer gigantischen kommerziellen »Dinomania« geführt hat? W. J. T. Mitchell, Professor für Literatur und Kunstgeschichte an der University of Chicago, der bereits 1994 in *Picture Theory* den »Pictorial Turn« der modernen Mediengesellschaft proklamierte, entwickelt in seiner kulturhistorischen Studie **The Last Dinosaur Book. The Life and Times of a Cultural Icon** die These vom Dinosaurier als »Totem Animal of Modernity«.

»The world is overrun with dinosaurs—or rather, with dinosaur images, which are what this book is really about: pictures, descriptions, narratives, models, toys, replicas of bones, footprints, and skeletons. There are probably more dinosaur images on the earth during the late twentieth century than there were real creatures in ancient times.« Diese Flut von Dinosaurierbildern entspringt einer Faszination für die Urzeitriesen, die sich nicht damit erklären lässt, dass sie groß, schrecklich und ausgestorben sind, »big, fierce and extinct«. Wie in allen Monstergeschichten spiegeln sich im Dinosaurier Vorstellungen des »Anderen«, des Exotischen, Fremden, Geheimnisvollen, angereichert mit Attributen des Teuflischen.

Dinosaurier existieren ausschließlich in Bildern. Neben den meist sehr detaillierten wissenschaftlichen und populär-

wissenschaftlichen Darstellungen besteht eine Unzahl von Bildern, die sich um eine überzeugende Wiedergabe realer Lebewesen kaum bemühen. Zumeist genügt die stereotype Reduktion auf Schlüsselattribute des Gigantischen und Reptilienhaften mit hohem Wiedererkennungswert. Eine begrenzte Anzahl »berühmter« Saurierarten, die jeder Fünfjährige fehlerfrei aufsagen kann, lässt sich mit wenigen visuellen Details aufrufen: Tyrannosaurus rex, Brontosaurus (heute Apatosaurus), Triceratops, Stegosaurus, Pteranodon und seit Steven Spielbergs Jurassic Park auch Velociraptor. Ihre charakteristischen Silhouetten taugen als Keks, Fruchtgummi, Stofftier, Schwimmreifen, finden sich auf Tapeten, Bettwäsche, T-Shirts, als Firmenlogo, Cartoon, Karikatur usw. Die vereinfachte Form ist eine Komposition unterschiedlicher visueller und textlicher Quellen, und verdeutlicht gerade darin den Charakter des Konstruierten. Schon aus den wenigen Anwendungsbeispielen wird ersichtlich, wie die realen Qualitäten ausgestorbener Riesenechsen in unterschiedlichen gesellschaftlichen Kontexten metaphorisch eingesetzt werden. Den Prozessen, die dabei im Detail wirksam werden, gilt Mitchells Interesse: »The best we can hope for, then, is to describe very precisely the kind of image human beings are producing and consuming in the figure of the dinosaur.«



Die gegensätzlichen Haltungen, die wir ihnen gegenüber einnehmen – Verehrung als Herrscher des Planeten Erde über Jahrmillionen einerseits, Überlegenheitsgefühle gegenüber einer ausgestorbenen Gattung andererseits –, ihre massenmediale Ausbeutung mal als prototypische Monster, mal als Beschützer von Kinderzimmern, machen daraus eine komplizierte Unternehmung. »The problem [...] of the dinosaur as ›cultural symbol‹ or symbolic animal is that it has too many meanings.« Trotzdem oder deswegen ist es ein großes Lesevergnügen den Autor auf seine Ausgrabungen in die letzten zwei Jahrhunderte Paläontologiegeschichte und Popkultur zu begleiten: Von Thomas Jefferson zu lesen, der als Präsident der Vereinigten Staaten und passionierter Paläontologe, auf der Schwelle zum 19. Jahrhundert, das Mammut zum ersten nationalen Symboltier beförderte, was ihm schließlich den Titel »Mammoth President« einbrachte, ist ebenso spannend wie der Bericht von der Dinner Party Sylvester 1853 im Bauch des halbfertigen ersten Iguanodonmodells, zu der Benjamin Waterhouse Hawkins Richard Owen, den »Erfinder« der Dinosaurier, und zahlreiche andere Ehrengäste geladen hatte. Man gewinnt einen guten Eindruck davon, wie bereits im 19. Jahrhundert die effektvolle Inszenierung als wesentlicher Teil öffentlichkeitswirksamer Aufmerksamkeitsstrategien für die Imagebildung in einer entstehenden Massenkultur wirksam war. Und erfährt zudem eine Menge

über amerikanische Geschichte, denn Mitchell schildert die Dinomanie weitgehend aus amerikanischer Perspektive.

Kapitel für Kapitel bewegt sich der Leser mit dem Autor durch die Stationen der Dinosaurier-Hysterie in Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Literatur, Film, Kunst, Kommerz und Cartoon. Immer geht es um die zentrale Funktion der Dinosaurier »in a number of rituals that introduce individuals to modern life and help societies to produce modern citizens«. Ihre Bedeutung für das Verhältnis moderner Gesellschaften zur Natur, ihre besondere Beziehung zu Massengesellschaft und Massenmedien, die alle Bedingungen erfüllt, die den Totemismus archaischer Gesellschaften kennzeichnet – Symbol sozialer Gemeinschaft, gemeinsamer Herkunft, Markierung tabuisierter Verhaltensweisen, Objekt kultischer Handlungen –, und aus der schließlich das hervorgeht, was er »Totem Animal of Modernity« nennt.

Und natürlich wird die Arbeit berühmter Dinosauriermaler gewürdigt, wie Benjamin Waterhouse Hawkins, Rudolph Zallinger, Charles Knight (Abb. S. 44), deren Werke die Bildgeschichte der Dinosaurier maßgeblich geprägt haben. Knights Vision vom Kampf zwischen T. rex und Triceratops hinterließ für Jahrzehnte die Vorstellung von trägen urzeitlichen Bestien, deren riesige Gestalt und Unbeweglichkeit letztlich chancenlos war gegen zwar viel kleinere aber anpassungsfähigere Säugtiere. Die Anerkennung seiner Bilder als Kunst blieb ihm ebenso verwehrt wie Rudolph Zallinger, dem Schöpfer des gigantischen Wandbildes *The Age of Reptiles* in der Eingangshalle des Peabody Museums der Yale University, New Haven, an der er von 1940-45 arbeitete, weshalb auch kein einziges der Bilder in irgendeinem Kunstmuseum dieser Welt zu finden ist. Dinosaurierbilder, so Mitchell, leiden unter einer unverkennbaren Stigmatisierung als bloße Attraktion für Kinder »and for that amorphous abstraction, ›the masses‹. [...] The dinosaur is not just ›a kitsch icon, then, but the epitome of kitsch in its condensation of all levels of modern mass culture into a single, authoritative natural form.«

Ob man Mitchell in seinen Schlussfolgerungen immer folgen mag oder nicht, allein für den umfangreichen kulturgeschichtlichen Bericht wird man das Buch auch gerne zwei Mal lesen.

Abb. S. 44:
Charles Knight, Tyrannosaurus und Triceratops, Öl auf Leinwand 1900.
Field Museum of Natural History, Chicago.

Mitchell, W. J. T.: *The last Dinosaur Book*
The University of Chicago Press, Chicago and London 1998.
Format: 17,5 x 26 cm, 329 Seiten, Hardcover.
Sprache: Englisch.
ca. 30,00 EUR