

Gesichtswirtschaft oder Der Schleier von Manoppello

Seit 1979 gibt es ein höchst geheimnisvolles, neu-altes Antlitz Christi in der Weltmeinung. Gefunden wurde es in der Klosterkirche von Manoppello, einem Dorf in den Abruzzen, und seither kümmern sich Schwester Blandine Paschalis Schlömer und der Jesuit Prof. Dr. Heinrich Pfeiffer um seine Erforschung. 1998 wurde sogar ein eigener Freundeskreis gegründet; 2005 erschien vom Vatikan-Korrespondenten der WELT, Paul Badde, ein Buch dazu; im selben Jahr sah es der Wanderer der Nation, Wolfgang Büscher, mit eigenen Augen, und im September 2006 hat es sogar Papst Benedikt XVI. betrachtet.¹

Das inzwischen vielfach im Internet abgebildete Antlitz soll zum Schweiß Tuch aus dem Grabe Jesu nach Johannes 20, 5-7 gehören. Eingewoben oder überirdisch platziert ist es auf einem serviettengroßen Tuch angeblich aus Byssos, einem legendären, glänzenden Seidenstoff der Antike, gewonnen aus der Muschel *Pinna Nobilis*, dem so genannten »Gold des Meeres«. Überirdisch, jedenfalls nicht von Menschen gemacht, soll das Bild deshalb sein, weil Byssos angeblich gar keine Farbe annimmt. Dennoch erkennt man auf dem Stück Tuch im Heiligtum der Kapelle, wohlverwahrt in einem kleinen Schrein, unter bestimmten Lichtverhältnissen ein farbiges Antlitz. Büscher beschreibt »ein Gesicht, hier und da fleckig und wund. Ein Mann, langhaarig, langnasig, die Ohren vom strähnigen Haar verdeckt, Bartflaum wächst ihm am Kinn und auf der Oberlippe – und eine kleine Stirnlocke. Aber alle diese Details wirken belanglos und tot ohne die Augen, den Ausdruck. Dieser Blick ist nicht auf irgendein Publikum gerichtet, auf irgendeinen Effekt. Er will nicht predigen. Er ist der vollkommen absichtslose, erstaunte Ausdruck von einem, der nach schwerer Krankheit und todesähnlichem Schlaf zum erstenmal wieder die Augen aufschlägt, der Mund steht ihm, staunend, leicht offen. Das Bild ist wie ein Schnapsschuss in diesem sehr intimen Moment.«²

Seit der Entdeckung oder besser Wiederentdeckung dieser Reliquie sind fromme Forschungsgruppen und Webpages entstanden, Bücher verfasst und Pilgerfahrten organisiert worden. Das urplötzlich aus dem Dunkel der Geschichte auftauchende, goldschimmernde Antlitz ist nun Zentrum einer religiösen Industrie, zumal in diesem Jahr 2006, dem 500. Gedenkjahr seiner vermutlichen Deponierung im Kapuzinerkloster von Manoppello. Mindestens so bedeutsam wie dieser Zeitraum ist aber der seit Gründung des Freundeskreises www.Antlitz-Christi.de im Jahr 1998 verstrichene. Es sind die Jahre der sich rasend ausbreitenden Computertechnologie, der Erfindung von Google und allem, was bisher an visuellen Angeboten in dieser Technologie folgte. 2002 formulierte Papst Johannes Paul II. zum »Welttag der sozialen Kommunikationsmittel« den katholischen Anspruch an die Bilderflut und fragte: »Wird durch diese aus Bildern und Tönen bestehende Galaxie das Antlitz Christi sichtbar und seine Stimme hörbar werden?« Die Antwort war klar: »Erst, wenn Sein Angesicht gesehen und Seine Stimme vernommen werden kann, wird der Welt die Frohbotschaft unserer Erlösung zuteil werden.« Bis auf die Stimme, hat doch unstrittig die Kirche in Manoppello für diese Frage

nun eine Realantwort gefunden, ein wunderbares Gesicht des HERRN, eine geradezu zauberhafte Reliquie. Ist sie echt? Ist es eine raffinierte Fälschung im Dienst der Kirche? Wer wagt es zu entscheiden, da das Artefakt von den Kirchenoberen einer wissenschaftlichen Prüfung nicht ausgesetzt wird. Die Frage wird uns vermutlich ebenso unendlich weiter begleiten wie die nach der Echtheit des Turiner Grabtuches, jenem anderen Stück Stoff aus Johannes 20, 5-7, auf dessen Gesicht das neue jenseitsgenau passen soll. Sie sollen sich zueinander verhalten, sagt die Legende, wie das Gesicht des leidenden zum auferstandenen Christus.

Und um eine Legende geht es hier doch wohl auch, ja um das Kerngeschäft einer Legende, womöglich sogar auch um die Legende vom Kerngeschäft des Gesichtshandels. Schließlich hat sich mit dem Gesicht längst ein eigentümlicher Zweig der Volkswirtschaft etabliert. Von der Anbetung der Vera Ikon bis zur kosmetischen Chirurgie, von der lichtkunstbildlichen Gestaltung bis zur kriminalistischen Nutzung, von der psychologisch-medizinischen Diagnostik bis zu den unerschöpflichen Phantasien des Zeichentricks, gar nicht zu reden von den über allem errichteten Diskursen reicht dieser Geschäftsbereich, der in Umrissen freilich schon in der Antike bekannt war. Was man damals »Physiognomik« nannte, hatte ja nur oberflächlich mit dem Gesicht *tel quel* zu tun, also mit der Lektüre von angeborenen Gesichtszügen. Viel wichtiger war und blieb das Gebiet der *gemachten* Gesichter, also Maske, Porträt, Büste, Kosmetik und die domestizierte Mimik der Rhetoren und Schauspieler. Mit der Verschiebung dieses ganzen Feldes auf Bildschirme hat die Idee des machbaren Gesichts mithin absolut Vorrang gewonnen – die Sache selbst freilich inflationär entwertet. Mit Gründen hat daher das goldene Osterantlitz Christi aus Manoppello, als ein zwar irgendwie »gemachtes«, aber zugleich doch überirdisch *gegebenes* Antlitz in diesem ökonomischen Feld eine Schlüsselfunktion. Deren Legende beginnt im 19. Jahrhundert, nicht nur in der deutschen Literatur.

Aus Fontanes Roman *Frau Jenny Treibel* kennt man den alten Professor Schmidt, Vater jener Corinna, die am Ende den jungen Archäologen Marcell heiraten wird. Auch Vater Schmidt interessiert sich für Archäologie. Bei seinem abendlichen Stammtisch führt er den Gästen einen Prachtband mit Abbildungen »Trojanischer Altertümer« vor. Das Buch zeigt herrliche Goldmasken. »Ich bin sicher«, sagt Schmidt, »wir haben da ganz was Besonderes, so das recht Eigentlichste. Jeder beliebige kann doch nicht bei seiner Bestattung eine Goldmaske getragen haben, doch immer nur die Fürsten, also mit höchster Wahrscheinlichkeit Orests und Iphigeniens unmittelbare Vorfahren. Und wenn ich mir dann vorstelle, dass diese Goldmasken genau nach dem Gesicht geformt wurden, gerade so, wie wir jetzt eine Gips- oder Wachsmaske formen, so hüpf mir das Herz bei der doch mindestens zulässigen Idee, dass dies hier« – und er wies auf eine aufgeschlagene Bildseite – »dass dies hier das Gesicht des Atreus ist oder seines Vaters oder seines Onkels...«³ Im Verlauf des Romans entscheidet er sich dann aber für die

Maske des Aigisth, den Mörder des Agamemnon. Den Einwand, dass doch ein Mörder unmöglich mit einer krönenden Goldmaske habe begraben werden können, wischt er vom Tisch mit einer erstaunlichen Deutung des griechischen Mythos. Aigisth, meint Schmidt, sei schon jahrelang der Gemahl der Klythaimnestra gewesen; ein Mord dieser Art sei damit eine innerfamiliäre Angelegenheit, welche »die nach außen hin auf Volk und Staat berechnete Beisetzungs- und Zeremonialfrage nicht eigentlich berührt« haben könne. Was für eine Auskunft aus dem Munde dieses völlig rechtschaffenen Professors Schmidt! Sie spiegelt seinen, im Romanleben dieses Moments gar nicht so untergründigen Wunschtraum: könnte man doch nur unliebsame Leute beseitigen ohne Einbuße an sozialem Ansehen.

Fontanes Roman erschien 1893. Inspiriert haben konnten den ungeheuerlichen Satz damals zwei ganz verschiedene Autoren. Zum einen der Urheber des erwähnten Prachtbandes, der weltberühmte Heinrich Schliemann. 1876 hatte er bei Grabungen unweit des mykenischen Löwentores drei Skelette mit prangenden Goldmasken gefunden, wovon Schliemann eine zur Maske des Agamemnon erklärte – eine Einschätzung, die heute nicht mehr geteilt wird. Die andere, weniger laute, aber für den Romansatz viel nachdrücklichere Inspiration hätte von Robert L. Stevensons *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* (1886) kommen können. In diesem Roman wird die moderne Ursache der Spaltung in eine teuflische Privat- und eine honorige Außenwelt vorgeführt; ein Plot, den wenig später auch Oscar Wilde im *Bildnis des Dorian Gray* (1890) aufnahm. Beides: den sozialen Januskopf und das Motiv des Aus-Grabens hat dann wenige Jahre später Sigmund Freud, der begeisterte Leser von Schliemann, mit der Psychoanalyse zu einer Kulturdisziplin verklammert. Psychoanalyse war Archäologie und umgekehrt.

Aber was fand man unter der Erde? Nicht immer Gold, fast im Gegenteil. Um 1860 grub man, sehr zum Ärger von Rudolf Virchow, den ersten Neandertaler aus; aber Virchow, Schliemanns größter Mäzen, mochte in den Knochen nur rachitische Verformung erkennen, aber keinen Verwandten des Menschen. Unter der Erde sollte man stolzere Vorfahren finden. Und man fand sie auch.

Rund 50 Jahre nach Schliemanns Schätzen tauchte erneut eine königliche Goldmaske aus dem Untergrund auf. Der britische Archäologe Howard Carter entdeckte 1922 das Grab des Tutenchamun, jenes jung verstorbenen ägyptischen Pharaos aus dem 2. Jahrtausend v. Chr., überzogen mit einer blendenden Großmaske aus purem Gold. Wie Schliemann, so erregte auch Carter mit seiner Entdeckung weltweites Aufsehen. In der kunstbegeisterten deutschen Welt flammte plötzlich Interesse an Totenmasken auf, nicht nur an goldenen. 1926 erschien ein Band mit über hundert Fotografien von berühmten europäischen Persönlichkeiten, sprich deren Gipsmasken, unter der Ägide des Kunsthistorikers Ernst Benckard. Es war der erste Überblick über dieses Handwerk zwischen Pathologie, Kultus und Kunst; 1935 erschien er in 19. Auflage und wurde vielfach, bis heute, imitiert.

Modisch wurde die Totenmaske damals aber nicht nur durch ihre hochrangigen Träger und ihre Goldversion. Fast ebenso berühmt wurde zwischen 1900 und 1933 das Gipsgesicht einer jungen Selbstmörderin, sei's auch nur als Legende. Auch diese Maske kam aus der Unterwelt, wenn auch nicht aus der Erde, so doch aus dem Wasser. Man hatte das Mädchen angeblich aus der Seine gezogen und als unbekannte Tote in der Morgue ausgestellt, falls es Bekannte gab. Ein Gehilfe soll die Maske von ihrem Gesicht gefertigt haben, weil er sich in ihr süßes Lächeln verliebt hatte. Sie galt als Mona Lisa der kleinen Leute;

Tausende von Kopien wurden in alle Welt verkauft, Romane und Stücke darüber geschrieben, ein Freud-Schüler, Werner Achelis, entwickelte sogar eine ganze Philosophie dazu.

Keine dieser Gips-Masken besaß nun aber so wie die goldene des Fontaneschen Aigisthos den appeal eines Doppellebens, also den Charakter einer Rollenmaske. Im Gegenteil, der Kult der gipsernen Totenmaske zielte ganz ausgesprochen auf das Authentische, das Nicht-Gemachte oder »Eigentlichste«, mit Schmidt zu reden, der Gips und Gold am liebsten gleichsetzen will. Als sei die Totenmaske, diese Ansicht auf der Schwelle zwischen »gegeben« und »gemacht«, eine täuschungslose Quintessenz des Lebenden. Dass man sie fotografieren und replizieren und ertragreich verkaufen konnte, tat dieser Botschaft keinerlei Abbruch, im Gegenteil. Die Bildungshaushalte um 1900 haben mit massenhaft replizierten Gips- oder Tonmasken von Beethoven, Goethe und Wagner ihren eigenen Kunstcult inszeniert.

Man wird es daher schwerlich für einen Zufall halten, dass etwa zur selben Zeit, da die Inconnue de la Seine aus dem Wasser gezogen wurde, auch ein ganz anderes Weltgesicht aus einem ganz anderen dunklen Gewässer auftauchte. 1898 fertigte der italienische Fotograf Secondo Pia die ersten Aufnahmen des Turiner Grabtuches an. Im Entwicklerbad erkannte er das schemenhafte Bild eines langhaarigen, bärtigen Mannes mit deutlichen Falterspuuren. Auffällig an dem Bild war, dass es kein Negativ zeigte, sondern ein Positiv, als sei das Leintuch bereits belichtet gewesen, als sei es so indexikalisch wie eine Totenmaske. Seither gibt es keine Ruhe mehr um diese angeblich »von Menschenhand nicht gemachte« Vera Ikon. Mit hoher Wahrscheinlichkeit stammt das Tuch aus dem Mittelalter, aber liegt hier wirklich eine mittelalterliche Vorstufe der Fotografie vor? Jedenfalls überschneiden sich auch bei diesem Gesicht massive wirtschaftliche Interessen mit kultischen. Zwar könnte die Passions-Ansicht gefälscht sein, doch diese Erkenntnis interessiert viel weniger als das Gegenteil. Man möchte, dass es echt sei. Man möchte an ein Wunder glauben.

Was in Europa zwischen 1876 und 1922 an zauberhaften Gesichtern aus dem Dunkel ans Licht kam – und dazu musste man auch etwa die Entdeckung der Höhlenmalerei um 1880 zählen –, könnte man für ein Musterbuch halten. Die vier Männer- und das eine Frauengesicht entsprechen dem Projekt einer Porträtgalerie, wie sie zweitausend Jahre zuvor mit dem römischen Pantheon als einem *lieu de mémoire* konzipiert und dann im 19. Jahrhundert mit dem Aufbau von Verbrecher-alben komplettiert wurde. Alle fünf Antlitze sind der Machart und Auffindung nach ausgeprägte Gegenbilder zur anschwellenden Flut der *lichtbildlich* erfassten und »gemachten« Gesichter im 19. und frühen 20. Jahrhundert. Sie hätten die Museumsleute begeistert, wären sie nur gleichzeitig und nicht nacheinander aufgetaucht, und hätten sie nicht so unterschiedliche Lebenswelten artikuliert. Denn wer damals, wie der Direktor des Königlichen Museums Ludwig Justi in Berlin, über den Plan einer nationalen Porträtgalerie nachdachte, verachtete die Fotografie, »da uns das Einaug der Kamera nur Augenblickliches aufzufangen in der Lage scheint«, wie Ernst Heimeran noch 1925 schrieb.

Alle fünf tauchten zudem eigentümlich aus einem Untergrund auf, alle fünf waren keine flatware, sondern dreidimensionale plastische Objekte, und alle fünf gerieten in, wenn auch unterschiedliche, zum Teil bis heute andauernde Diskussionen um ihre Echtheit. Selbst Schliemanns Trophäe, die Maske des Agamemnon, wurde lange Zeit angezweifelt, man unterstellte ihm sogar regelrech-

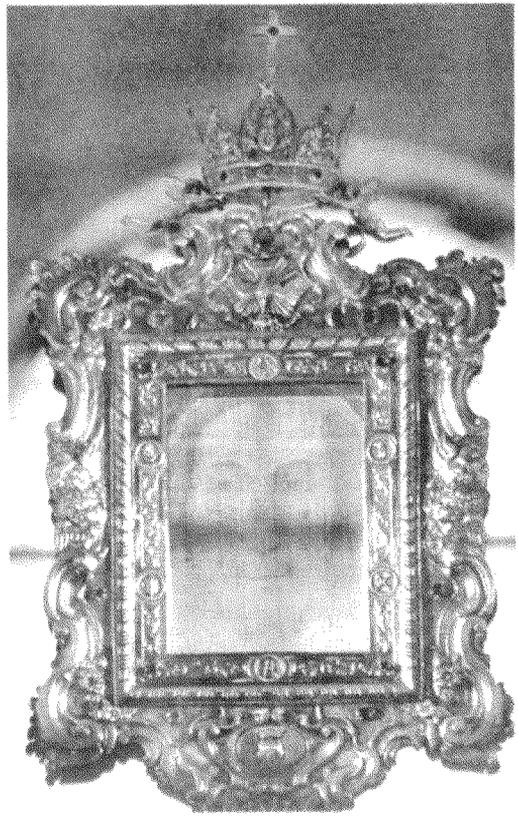
ten Betrug und meinte, er habe ein Selbstbildnis anfertigen lassen, mit einer aus Geiz vergleichsweise dünnen Goldschicht.

Gold kann nun überhaupt das Stichwort in dieser Sache geben. Der alte Schmidt bei Fontane hat dazu zweierlei Meinung. Wenn er mit seinen Schliemann-Masken hantiert, und sei es in Buchform, sieht er sich in königlicher Umgebung, im Hof der Macht. Das gelbe Metall beherrscht aber auch das bourgeoise Gemüt von Leuten wie Jenny Treibel: »Sie liberalisieren und sentimentalisieren beständig, aber das ist alles Farce: wenn es gilt, Farbe zu bekennen, dann heißt es: Gold ist Trumpf und weiter nichts.« Ob Schmidt bei diesem Satz nicht merkt, wie nah er selber mit seinem Goldmaskenkult bei der Treibel steht? Oder will Fontane das Gesicht in den Horizont einer Währung rücken? Den König in die Gestalt des Geldes, sofern er diesem »Deckung« gewährt?

So gut wie Fontane waren auch seine bürgerlichen Leser in Währungsdingen bewandert. Auch gegen Ende dieses Jahrhunderts wusste man noch und dankte es auch, dass die Bank von England seit 1821 den Goldstandard für das englische Pfund eingeführt und als führende Wirtschaftsnation durchgesetzt hatte. Eine Beglaubigung, die mindestens bis zum Beginn des Ersten Weltkriegs galt, dann aber in wenigen Tagen zusammenbrach. Die Vorform derartiger Sicherungsmaßnahmen war aber die Liaison von Geld und Gesicht, das Gesicht auf der Münze, eben weil am Beginn der Geld- und Geltungsgeschichte das Gesicht des jeweiligen Münzherrn oder mindestens eines Götterbildes stehen.

Münzkunde, Numismatik, ist freilich ein überaus kompliziertes und trockenes Gewerbe, jedenfalls für den Nichtsammler und also wohl für die meisten Kunstgelehrten. Wer aber Gesichtsbilder studiert – ohne Mediziner oder Polizist zu sein – liebt oder lernt in der Regel das Gegenteil, nämlich das Schwärmen. Wie Umberto Eco in seinem Buch über die Schönheit denkt er dann an die klassischen Frauen- und Kunstgesichter, die seit zweitausend Jahren Liebe und Ehrfurcht erzeugen und Normen gesetzt haben, sei's im Gemälde, in der Fotografie oder im Film, zu schweigen von der agilen Star-Wirtschaft. Oder er denkt an die berückende Porträtkunst der Renaissance, an Kardinäle und Päpste im Bild, die selbst Nietzsche überirdisch entzückten. Aus der Ecke des frommen Christentums stammt auch die erste *anthropologische* Apotheose des Angesichts. Mit seinem physiognomischen Furor schlug der Zürcher Pfarrer Lavater, ein Nichtkünstler und Nichttheoretiker, das Buch der Gesichtsgeschichte im engeren Sinne auf: am Schnittpunkt von Kunst und (Alltags)Leben, von Religion und Psychologie, Biologie und Geometrie. Wenn jemand das Gesicht als Objekt schwärmerischer Begierde vorgestellt hat, dann er. Goethe hatte darunter zu leiden, doch die Romantik hat Lavater noch übertroffen, und seither gibt es immer wieder Wellen größter physiognomischer Andacht wie in der Weimarer Republik im Umkreis von Béla Bálasz und Spengler, Picard und Kassner, Benjamin und Eisenstein, und erneut nach dem Zweiten Weltkrieg, wie bei Lévinas, Deleuze oder Sloterdijk.

Dabei ist die Physiognomik nicht selten auch dicht an den Horizont des Geldes geraten wie an ein kynisches alter ego. Schon um 1700 schrieb der vielgebildete Connaisseur John Evelyn eine Einführung in die physiognomische Perspektive als Anhang zur einer Abhandlung über Medaillen (nicht Münzen!). Mitte des 19. Jahrhunderts dann lokalisierte der englische Autor, Maler und Kupferstecher Thomas Woolnoth in seinem Handbuch *The Human Face* (1856) die GesichtslESEKUNST schon ganz offen im Bezirk der Ökonomie, »weil das Gesicht in Wahr-



Papst Benedikt XVI. in Manoppello vor dem „Volto Santo“, b

Su

Papst Benedikt XVI. kam nicht nach Mano

MANOPPELLO, 1. September. Um Die Bibel berich
kleines Bild zu sehen, das „Heilige Ant- Johannes im 20
„Volto Santo“, hat Papst Benedikt
I. am Freitag

heit die ganze Wirtschaft (des menschlichen Umgangs) führt. Um nun diese fiktive Währung zu regulieren und die falsche von der echten Münze zu unterscheiden, bedarf es der Vermittlung durch eine Wissenschaft,⁴ eben der Physiognomik. Selbst Lavater hat sich einen Seitenblick auf die unfrome Kehrseite seiner Disziplin genehmigt. »Welcher Kaufmann in der Welt beurteilt die Waren, die er kauft, wenn er seinen Mann noch nicht kennt, anders, als nach ihrer Physiognomie?« schrieb er 1775. »Beurteilt er sie anders als nach ihrer Farbe? Ihrer Feinheit? Ihrer Oberfläche? Ihrer Äußerlichkeit? Ihrer Physiognomie? Alles Geld nach seiner Physiognomie? Warum nimmt er den einen Louisd'or an, wirft den andern weg? Warum wiegt er den dritten auf der Hand? Um seiner bleichern oder röthern Farbe, seines Gepräges, seiner Äußerlichkeit, seiner Physiognomie willen?«⁶

Wenige wussten das besser als Heinrich Heine, der die bürgerliche Transaktion von Gott in Geld mit leuchtender Klarheit beschrieben und mit beißendem Witz kommentiert hat. In den *Reisebildern* von 1826, also nur wenige Jahre nach Einführung des englischen Goldstandards, liefert er eine selbst erlebte Satire dazu. »Im Hause eines Geldwechslers, dessen geschäftführende Frau das Gepräge der Münzen immer am sorgfältigsten betrachtet, fand ich, dass die Kinder in ihren Gesichtern eine erstaunliche Ähnlichkeit hatten mit den größten Monarchen Europas, und wenn sie alle beisammen waren und miteinander stritten, glaubte ich einen kleinen Kongress zu sehen. Deshalb ist das Gepräge der Münzen kein gleichgültiger Gegenstand für den Politiker... Preußen hat es in der



es sich um das im Evangelium erwähnte Schweifstuch handelt.

Das Antlitz Christi!

...um die Echtheit des „Volto santo“ zu prüfen.

Evangelium...

Münzpolitik am weitesten gebracht, man weiss es dort, durch eine verständige Beimischung von Kupfer, so einzurichten, dass die Wangen des Königs auf der neuen Scheidemünze gleich rot werden, und seit einiger Zeit haben daher die Kinder in Preußen ein weit gesünderes Ansehen als früherhin, und es ist ordentlich eine Freude, wenn man ihre blühenden Silbergroschengesichtchen betrachtet.«⁷

Die schneidende Ironie dieser Sätze verstand damals jeder, der sich an die berühmte Münzfälschung Friedrichs des Großen erinnerte. Um die Kosten des Siebenjährigen Krieges zu finanzieren, hatte dieser im besetzten Sachsen durch den Münzpächter Ephraim und den Münzmeister Tympf minderwertiges Geld prägen lassen, sogenannte »Ephraimite« und »Tympfe«; und erst nach Jahrzehnten und unter großen Verlusten für die Bevölkerung war dieses Geld wieder aus dem Verkehr verschwunden. »Fürsten prägen so oft auf kaum versilbertes Kupfer / Ihr bedeutendes Bild; lange betriegt sich das Volk / Schwärmer prägen den Stempel des Geistes auf Lügen und Unsinn; / Wem der Proberstein fehlt hält sie für redliches Gold«, dichtete Goethe im *Venezianischen Autogramm*. Und so bindet auch Heine in seiner Satire völlig zu Recht den Münzbetrug zurück an das Münzporträt. Beides war in praxi schon seit dem 6. Jhd. v. Chr. legiert und wurde im Lauf der Jahrhunderte sogar legalisiert.

Für die Erkenntnis, das Gesicht sei tatsächlich eine verbindliche Währung im sozialen Verkehr, haben Dichter und Schriftsteller wahrscheinlich mehr getan als Münzmeister oder Sammler oder auch Maler. Schon Montaigne meinte ironisch verwundert, dass er sein Leben lang allein auf sein »ehrliches Gesicht hin großes Ver-

trauen« bei fremden Leuten erworben habe. Und Vertrauen ist hier nun auch das zweite Stichwort. Seit seiner Rolle auf Münzen ist das Gesicht eben auch ein Kreditgeber – der versagen kann. Der Ausdruck »face value« bedeutet im Englischen sowohl Preis als auch – trügerische – Erscheinung. Nicht zuletzt nach dieser ökonomischen Zweideutigkeit sind Figuren wie Jekyll und Dorian Gray konzipiert, ganz unabhängig vom kriminalistischen Drive dieser Romane. Aber vor allem, und viel bürgerlicher, muss damit ein Thomas Buddenbrook leben. »Wie bis zur Unkenntlichkeit verändert sein Gesicht sich ausnahm, wenn er sich allein befand! Die Muskeln des Mundes und der Wangen, sonst diszipliniert und zum Gehorsam gezwungen, im Dienst einer unaufhörlichen Willensanstrengung, spannten sich ab, erschlafften; wie eine Maske fiel die längst nur noch künstlich festgehaltene Miene der Wachheit, Umsicht, Liebenswürdigkeit und Energie von diesem Gesicht ab, um es in dem Zustande einer gequälten Müdigkeit zurückzulassen...«⁸

Es ist diese Miene der Wachheit, Umsicht, Liebenswürdigkeit und Energie, die dem Geschäft Vertrauen einbringt, aber nicht einbrächte, hätte der Unternehmer nicht erst einmal Selbstvertrauen. Wir sind, besagt diese bürgerliche Philosophie, unsere eigenen, oft auch gnadenlosen Kreditoren, schauen als solche in den Spiegel und lassen als solche unser Gesicht maskieren, operieren und evaluieren. Freilich widerspricht diese Selbstreferenz, diese Autopoesis der sozialen Konstruktion des Geldwesens. Zwar trägt die Münze das Gesicht des Münzherren – hier also des Unternehmers –, die damit angestrebte oder garantierte Geltung muss aber notwendig von einem Kollektiv anerkannt werden. Das Gesicht, das einer in den Augen der anderen zu wahren sucht, das soziale »Ansehen« (Helmuth Plessner) lebt von vielen Blicken.

Dagegen hat das Gesicht in lebendiger Interaktion eine ungleich größere Wirkung. Als Erbschaft aus der frühkindlichen Szene erzeugt es jenes affektive Urvertrauen, ohne das eben auch Geld nicht funktioniert; nur anders als dieses wirkt das Gesicht unmittelbar, ohne zwischengeschaltete Legitimationsinstanzen oder gar Gewaltmonopole. Andererseits garantieren eben diese Instanzen die stetige Tauschfähigkeit des Wertes, also den Charakter einer Währung. Das lebende Gesicht mit seiner schnell wechselnden Mimik, die doch einer jeweiligen Situation und Kultur zugehört, verfügt darüber erst als ein stilles Bild. Und zum stillen Bild – still nicht im Sinne von tot, sondern von einprägsam und verstetigt – gerinnt das Gesicht in der Kunst nicht weniger als in der Literatur und natürlich potenziert auf dem mimikfernen Geld. Schließlich zeigt die Münze in der Regel doch eher Knochenbau als Miene. Seit es sie gibt, ist sie, wie Winckelmann sagte, der Ort des Profils – und nach »Profil« streben heute schließlich alle Verkäufer, gerade auch solche von Geistes- oder Meinungswaren. Kurz, das vertrauenswürdige Gesicht funktioniert im Tableau der Physiognomien, die uns lebendig oder artefaktisch umgeben, wie das Gold im Geldverkehr, als beglaubigende Instanz, als Bürgschaft, als Werte-Hort am bürgerlichen Wertehimmel. Es ist zugleich Schmuckstück und Schatz – dessen ist sich ein Thomas Buddenbrook ebenso sicher wie seine Brüder im Geiste Dr. Jekyll und Dorian Gray.

Allerdings: Was die Literatur damals zu wissen glaubte, war theoretisch schon längst überholt. Im selben Jahr wie die *Buddenbrooks* erscheint die berühmte *Philosophie des Geldes* von Georg Simmel. Das Gesicht, von wem auch immer, spielt hier so wenig noch eine Rolle wie das Gold. Beides ist auf ganz andere Gebiete verschoben: das Gold in die Bezirke von Schmuck, Selbstwert, Auszeichnung und so fort; das Gesicht in den Bezirk von Ästhetik oder

Mimik. Mit Geld und Geltung hat es nichts mehr zu schaffen; Simmel bindet diese Begriffe vielmehr an den Aspekt des Vertrauens. Und trotzdem – oder gerade deshalb! – wurden in Deutschland ab 1920, in den Jahren der dramatischen Inflation, die Banknoten mit altdeutschen Porträts von Dürer und Holbein geschmückt, so als wollte man der entscheidenden Stufe der Abstraktion im Umgang mit Schuldversprechen, eben dem Papiergeld, figurativ Substanz verleihen oder es wenigstens persönlich in den Zusammenbruch begleiten. Nicht der Münzherr, sondern der Künstler übernahm dieses Geschäft, der homo faber des Gesichtshandels, der Gesichtsunternehmer, auch Porträtist genannt, par excellence. Bekanntlich hat das Porträt auf der Banknote die Deutschen bis ins Jahr 2000 begleitet; seither tragen die Scheine Bilder von europäischen Bauwerken, den Garanten des modernen homo faber.

Und damit kommt man wieder zum Beginn zurück. Denn diesem ganzen historischen Hintergrund lässt sich nun doch höchst sinnvoll jenes seidige Glanzgesicht des HERRN zuordnen, von dem in Manoppello so dringlich geschwärmt wird. Dass es im Vorhof der Währungsumstellung und in der Hausse der elektronischen Bildwirtschaft aus dem Dunkel der Kirchengeschichte auftaucht, nein, als Gesicht des Auferstandenen sogar buchstäblich aus der Erde, könnte man für eine Meisterleistung frommer Propaganda halten. Gewoben aus dem »Gold des Meeres«, gemacht aus feinstem, durchsichtigem Stoff, bildet dieses Gesicht ein Geltungsporträt von unerhört dichter Semantik. Beglaubigt vom Gott als Münzherrn persönlich, zugleich aber Schritt haltend mit der Entwicklung des Geldes vom Metallklumpen über geprägte Formen bis hin zum immer dünneren Stoff; fälschungssicher, weil nicht von Menschenhänden gemacht; versehen mit dem Gesicht des österlichen Christus, der Leidensspuren nur noch wie einen Schmerzenshauch in der garantierenden Miene trägt.

Der Schein aus Byssos als Kirchen-Bank-Note nimmt das Gesicht als Währung so ernst wie nie zuvor. Es ist magisch, es trägt die Signatur des Opfers, es schimmert wie Gold und soll auch so funktionieren: als Golddeckung der Gesichtsinflation, an der die Medien, Hand in Hand mit der kosmetischen Industrie arbeiten. Und mehr noch. Das Seidengesicht fügt im Rückblick auch unsere Maskengruppe zu einer sinnvollen Konfiguration, zu einer Palette der Geltungsgeschichte zusammen. Die Masken aus Gold, Gips, Leinen und nun also Seide spiegeln die numismatische Logik unserer ökonomischen Vernunft. Seit den Griechen hat man münztechnisch ja mit drei oder vier Metallen gearbeitet – Kupfer, Elektron, Silber, Gold – und seit dem 17. Jahrhundert mit Papier. So ordnen sich auch diese Masken geltungspraktisch nach den verwendeten Medien. Das hauchfeine Gebilde von Manoppello stellt sich in dieser Reihe als jüngste Erfindung dar, es reagiert schon auf ein Zeitalter des Cyberface. Dabei geht

es weit über die Korrelation von Gold und stabiler Geltung hinaus, klinkt sich vielmehr ein in die Diskussion um die Wertschöpfung überhaupt. Ein Topos im Lob des »Schleiers von Manoppello« ist ja, dass das Gesicht sich bald zeigt, bald wieder verschwindet. Nicht jeder sieht es. Im Gegenlicht sieht man es, wie Büscher beschreibt, jedenfalls nicht. Kann man sich aber eine bessere Formel für den Weg des Glaubens vorstellen? Eine Formel, die dem *intelligent design* ebenso gerecht wird wie jener zentralen Kategorie, von der die Ökonomen beherrscht werden wie auch die Bildkunst: der Kategorie der Illusion. Kein Geldwert ohne »Geldillusion«, keine Preisstabilität ohne »Preisillusion«, kein Goldschatz ohne »Goldillusion«. Simmel sprach noch von Vertrauen; aber sein italienischer Kollege Puviani nannte es schon zur selben Zeit (1903) »Illusion«.

Doch Illusionismus ist nur ein Seitenstück dieser buchstäblich schleierhaften Gesichtspropaganda. Sie gehört ja definitiv in den Rayon des Glaubens, und zwar des Glaubens an Christus als Opfergabe Gottes an die Welt. Eben in dieses Licht taucht das Gesicht nun aber auch seine Vorgänger, die Gruppe der Totengesichter. Sie alle tauchen irgendwie aus dem Untergrund auf, sei's aus den Gräbern in der Erde, sei's aus dem Wasser. Als so gefundene sind alle auch irgendwie »gegeben«, mithin eine Gabe. Auch wenn die meisten handwerklich eindeutig von Menschen »gemacht« wurden, sind sie den Findern doch zugefallen wie ein Geschenk, wie ein Schatz. Der Hof dessen, was »das Gegebene« heißt, als das weder Gemachte, noch Verhandelte, noch Verkaufte, vielmehr als das Geschenkte und zu Bewahrende / zu Bewährende, dürfte der Innenhof dieser Propaganda sein, ihr »mission statement«, um es mit einem Ausdruck der neueren Geschäftskultur zu bezeichnen. Aber wird es uns nützen? Der Papst jedenfalls hat das Volto Santo am 1. September 2006 lange schweigend betrachtet, vielleicht sogar angebetet, und auch zur Legende um seine Entstehung und Seinsweise weise geschwiegen. Stattdessen rief er den abertausend Pilgern zu, wie schön sich doch die italienische Landschaft auf ihren Gesichtern spiegele.

¹ Ausführliche Literaturhinweise und eine ganze Geschichte des Phänomens gibt das katholische Pendant zu Wikipedia, Kathpedia. Zur Geschichte der »Gesichtslesekunst« allgemein vgl. Claudia Schmolders, Das Vorurteil im Leibe. Eine Einführung in die Physiognomik. Berlin 1997; sowie dies., Hitlers Gesicht. Eine physiognomische Biographie. München 2000.

² Die ZEIT 52 (2005), S. 18.

³ Theodor Fontane, Frau Jenny Treibel. Nymphenburger Ausgabe, München 1969, S. 65 f.

⁴ Thomas Woolnoth, The Human Face, London 1856, Preface.

⁵ Thomas Woolnoth.

⁶ Johann Kaspar Lavater, Physiognomische Fragmente zur Beförderung der Menschenliebe und der Menschenkenntniß, 4 Bde., Bd. 1, Leipzig und Winterthur 1775, S. 47.

⁷ Heinrich Heine, Die Harzreise. Werke und Briefe, hg. von Hans Kaufmann, Berlin und Weimar 1972, Bd. 3, S. 93 f. Den Hinweis auf diese Stelle verdanke ich Christian von Weizsäcker, Köln.

⁸ Thomas Mann, Buddenbrooks, hg. von Peter de Mendelssohn, Frankfurt am Main 1981, S. 488 f.

Anzeige

Anzeige

www.google.com/search?client=safari&rls=de-de&q=buster+keaton&ie=UTF-8&oe=UTF-8

www.google.com/search?client=safari&rls=de-de&q=clint-eastwood&ie=UTF-8&oe=UTF-8