

Andreas Hepp
Andreas Lehmann-Wermser (Hrsg.)

Transformationen des Kulturellen

Prozesse des gegenwärtigen
Kulturwandels

 Springer VS

MR 7100 H1529 T7

Herausgeber
Andreas Hepp
Andreas Lehmann-Wermser
Universität Bremen, Deutschland

Für Jürgen Lott



ISBN 978-3-531-19238-3
DOI 10.1007/978-3-531-19239-0

ISBN 978-3-531-19239-0 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2013

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürfen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.
www.springer-vs.de

HU IV 12013-34377

Inhalt

Transformationen des Kulturellen. Zur Einleitung in den Band	9
<i>Andreas Hepp/Andreas Lehmann-Wermser</i>	
Diversifizierung von Kultur. Intersektionelle Diversity Studies als Herausforderung	19
<i>Margrit E. Kaufmann</i>	
Stabilisierung von Kultur – Modulierung von Wandel und Dominanzverhältnissen durch regulierte Ökonomie und Sexualität: Das Beispiel der Mosuo und anderer Gesellschaften	33
<i>Maya Nadig</i>	
Transformation religiöser Kultur? Koptisch-orthodoxe Christen Ägyptens im Kontext revolutionären Umbruchs	57
<i>Cordula Weißköppel</i>	
Transformationen religiöser Kultur: Islam in transkultureller Perspektive	77
<i>Gritt Klinkhammer</i>	
Transformationen der Sportkultur: Das Beispiel Doping im Spiegel gesellschaftlicher Veränderungen	93
<i>Elk Franke</i>	
Verräumlichung von Kultur. <i>wohnen+/-ausstellen</i> : Kontinuitäten und Transformationen eines kulturellen Beziehungsgefüges	117
<i>Irene Nierhaus/Kathrin Heinz/Christiane Keim</i>	

Aneignung von Kultur. Wege zu kultureller Teilhabe und zur Musik	131
<i>Andreas Lehmann-Wermser / Claudia Jessel-Campos</i>	
Ästhetisierung von Kultur: Wissenschaft, Medienkunst und Bildung	147
<i>Winfried Pauleit</i>	
Visualisierung von Kultur: Feindbilder im Kalten Krieg zwischen Wandel und Beharrungsvermögen ...	165
<i>Inge Marszolek</i>	
Mediatisierung von Kultur: Mediatisierungsgeschichte und der Wandel der kommunikativen Figurationen mediatisierter Welten	179
<i>Andreas Hepp</i>	
Über die Autorinnen und Autoren	201

Visualisierung von Kultur: Feindbilder im Kalten Krieg zwischen Wandel und Beharrungsvermögen

Inge Marszolek

1. Einleitung

Auf westlicher Seite gibt es kaum ein Motiv, das das Bild- und Metaphernreper-toire des Kalten Krieges mehr bestimmt hat, als das der ‚Roten Gefahr‘.

Wirkungsmächtig konnte dies in Westdeutschland umso mehr werden, da es eine lange Kontinuität hatte: Eine Ikonografie der sozialistischen Bedrohung hatte sich bereits zur Kaiserzeit entwickelt und verwies ihrerseits auf längere Be-drohungsszenarien (Paul 2008: 88-97). Das weiter unten abgebildete Wahlplakat der CDU von 1953 steht noch deutlich in der rassistischen Bilderwelt des Natio-nalsozialismus: Der Rotarmist ist eine Bestie von Tier und Mensch und scheint der antibolschewistischen Propaganda von Goebbels zu entspringen. Die roten ‚Blutbahnen‘, die aus dem Gesicht des Rotarmisten auf den Betrachter zu laufen, weisen auf die Bedrohung hin, und sie werden allein von der Schrift CDU, die quer zu ihnen steht, aufzuhalten sein.

Merkwürdigerweise unterscheidet sich das Plakat der NPD von 1972, das ge-gen die Ostverträge der sozialliberalen Koalition protestiert, entscheidend. Nicht nur dass der Rotarmist menschliche Züge trägt,- er guckt entschlossen und hart – auch wird die Bedrohung verringert durch die Zweiteilung im Vergleich zu der ein-Drittel-zwei-Drittel-Konzeptionierung auf dem Plakat der CDU. Der *Spiegel* wiederum gibt der Gefahr ein neues Gesicht: Die Blutbahnen werden zu Gasröh-ren, der Rotarmist trägt die Gesichtszüge Putins.

Alle drei Plakate sind hier nur ein Beispiel von vielen, um zeigen zu können, dass und wie Feindbilder kompatibel für unterschiedliche Bedeutungskontexte sein können und dass sie aber zugleich über lange Zeit, selbst wenn die histori-sche Situation sich komplett verändert hat, virulent bleiben. Das heißt, auch in gesellschaftlichen wie politischen Transformationsprozessen verfügen die Bilder des Anderen beziehungsweise des Feindes offenbar über ein großes Beharrungs-vermögen. Entweder scheinen sie zu leeren Projektionsflächen zu werden, die

mit einer Mischung von Neuem und Altem aufgefüllt werden können, oder aber sie werden, wie am Beispiel des CDU-Plakats überaus deutlich, der veränderten Situation – nunmehr der postnationalsozialistischen westlichen Demokratie der frühen Bundesrepublik und der Systemkonkurrenz der Kalten Kriege – angepasst. Insofern stellen diese nomadisierenden Feindbilder mentalitätsgeschichtlich eine Art Geländer in kulturellen wie politischen Transformationsprozessen dar.

Abbildung 1: Bundestagswahl 1953



Abbildung 2: Anlässlich der Ratifizierung der Ostverträge 1972

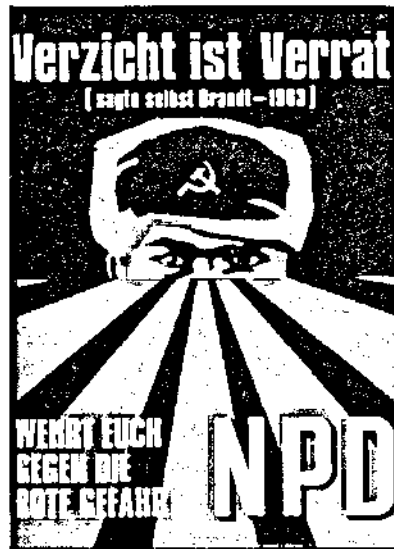


Abbildung 3: Spiegel Nr. 10, 5.3.2007



Feindbilder werden sowohl durch Sprache wie durch Visualisierungen erzeugt – oftmals ist es gerade der Kontext von Bild und Text, in dem der Feind konstruiert wird. Im Folgenden geht es zunächst um einen konzeptuellen Zugriff. Dieser siedelt sich in Schnittstellen unterschiedlicher Felder und Disziplinen an:

- Propaganda ist als Kommunikation zwischen Staat und Gesellschaft zu begreifen, wobei die Öffentlichkeiten insbesondere in diktatorischen Regimen asymmetrisch strukturiert sind.
- Feindbilder werden medial konstruiert und verbreitet. Dabei sind die unterschiedlichen Publika ebenso wie die Genres, in denen Feindbilder transportiert werden, zu berücksichtigen. Als Speichermedien konservieren Medien die Bildreservoirs, verändern aber stetig das symbolische Inventar, indem sie die Bilder anders figurieren. Die Konsumenten decodieren schließlich die Bilder in ihren Lebenswelten.
- Das Feld der visuellen Kommunikation stellt ein begriffliches Instrumentarium zur Entschlüsselung der Feindbilder bereit.
- Feindbilder prägten im besonderen Maße die Kultur des Kalten Krieges.²

1 Abbildungen 1-3: Paul (2006).

2 Im Folgenden beschränke ich mich auf eine kurze Skizze der beiden letztgenannten Punkte.

Eine weitere kurze Analyse zweier Plakate soll die Erträge dieses Vorgehens erläutern.

2. Feindbilder als visuelle Kommunikation

Für die Bildwissenschaft ebenso wie für das jüngere Feld der „Visuellen Kommunikation“ weist meines Erachtens der Begriff der Repräsentation eine nützliche methodologische Dimension auf. Roger spricht in diesem Kontext davon, dass keine Tätigkeit oder Struktur existiert, „die nicht durch die widersprüchlichen und aufeinander prallenden Vorstellungen (représentations) erzeugt werden, mit denen Individuen und Gruppen ihrer Welt einen Sinn verleihen“ (Chartier 1994: 326). Damit verweist der Begriff der Repräsentation auf zwei Aspekte des Bildbegriffs, die schon Aby Warburg erkannte. In ikonografischer Tradition wird unterschieden zwischen dem Abbildcharakter und dem Denkcharakter von Bildern (vgl. Belting 2001)³. Beide sind aufeinander bezogen und kaum zu trennen. In diesem Sinne definiert die Kunstwissenschaftlerin Dorothee Bauerle Bilder als „soziale Denkräume“ (Bauerle 1988: 15). Das bedeutet, dass Bilder immer auch Wirklichkeit ‚abbilden‘, aber dass sie zugleich Repräsentationen derselben sind, die auf Denkbilder – heute würden wir sagen, auf die ‚Bilder im Kopf‘ – verweisen. Die Politik- und Bildwissenschaftlerin Marion G. Müller unterscheidet auch nach den „mental images“ und den „material images“ (Müller 2003: 20). Als Aufgabe einer visuellen Kommunikationsforschung nennt sie die Entschlüsselung beider Bildaspekte.

Der Begriff der Repräsentation schließt aber, indem er auf die Sinngewandungen verweist, die kulturellen Praktiken ein. Repräsentationen, so der Philosoph Roger Chartier, sind an Individuen und Gruppen gebunden, die sich die zirkulierenden Bilder, Diskurse etc. aneignen, indem sie ihnen Deutungs- und Sinnmuster entlocken, diese überschreiben und in Aushandlungspraktiken übersetzen. Damit aber sind Bilder in einer doppelten Weise im kulturellen Gedächtnis – und zwar sowohl im Funktions- wie im Speichergedächtnis – präsent. Eben weil die inneren wie die äußeren Bilder in beiden ‚Gedächtnissen‘ zirkulieren, schieben sie sich quasi als Filter vor die Wahrnehmung der Realität. Gerade die medial vermittelten Bilder konturieren als ‚medial script‘ die Erinnerung, so das Forschungsprojekt des Sozialpsychologen Harald Welzer et al. (2002), das das Familiengedächtnis untersuchte. Dieser dynamische Prozess, in dem medial verbreitete Bilder die mentalen Bilder verändern und wiederum durch die Wahrnehmung der äußeren Bil-

der diese quasi überschrieben werden, generiert neue Bilder (Paul 2004: 11-24).⁴ In Bezug auf Feindbilder dürften die von dem Historiker Gerhard Paul und des Kunsthistorikers Michael Diers in Anlehnung an Warburg genannten ‚Schlagbilder‘ eine besondere Relevanz haben.

„Wie das Schlagwort verfügt auch das Schlagbild über eine prägnante Form mit einem gesteigerten Emotionswert. Sein Ziel ist, dem Betrachter einen bestimmten Standpunkt für oder gegen ein Bestreben, eine Einrichtung, eine Sache oder ein Geschehnis nachdrücklich ins Bewusstsein zu drängen“ (Paul 2004: 29-30).

Diese in sozialen Feldern zirkulierenden kulturellen Praktiken aber geschehen nicht in einem herrschaftsfreien Raum: Medial verbreitete Produkte, seien es Texte oder Bilder, formatieren diese kulturellen Praktiken, indem sie Sinnangebote propagieren. Aber anders als die älteren Vorstellungen und Definitionen von Propaganda weisen die Vorstellungen über Repräsentationen auf die Praktiken der Aneignung im Sinne Michel de Certeaus (1988) hin. Propagandastrategien müssen wie die Bilder selber an die lebensweltlichen Erfahrungen wie an die zirkulierenden Sinnstiftungen für Vergemeinschaftungsprozesse anknüpfen. Das heißt, dass sie auch auf die imaginären Repräsentationen, also die Bilder im Kopf, einwirken müssen. Dies gilt umso mehr, wenn es sich um transnationale Prozesse handelt. Bilder sollen auf die Betrachter wirken: Im Kontext veröffentlichter Bilder entsteht eine Kommunikation, die „überzeugen beziehungsweise beeinflussen will“ (Jäger 2009: 129), ein Vorgang, der im Kontext von Propaganda lediglich verstärkt wird.

Michael Diers schlägt vor, die aus der Gedächtnisforschung stammende Vorstellung der *imagines agentes*, der in den Bezirken des Inneren aufgestellten Bilder, die uns helfen, die Erinnerungsprozessen unterstützende Fantasie zu mobilisieren, für die politische Ikonografie zu nutzen. „Den (Gedächtnis-)Bildern im Kopf, den imaginierten und virtuellen Bildern folgen die nicht nur *auf-* sondern zugleich *aus-*gestellten Bilder dicht auf den Fersen“ (Diers 1997: 9). Umbruchzeiten sind, so Diers, auch Zeiten einer politischen Zeichen- und Bilderkrise, in denen der überkommene Zeichenvorrat ganz oder zu Teilen zu Disposition steht. Zugleich aber, so möchten wir differenzieren, müssen diese Zeichen immer wieder entschlüsselt werden, und hierzu muss auch auf ein traditionelles, überkommenes Reservoir zurückgegriffen werden. Gerade in krisenhaften Zeiten muss das Neue medial durch alte Bilder abgedeckt werden. Was aber geschieht, wenn diese

³ Der Kunstwissenschaftler Belting (2001: 20) unterscheidet zwischen den endogenen, ‚einverleibten‘ mentalen Bildern und den äußeren Bildern, die einen Bildkörper benötigen.

⁴ Über diese Veränderung der Wahrnehmung der Wirklichkeit ist bereits seit den 20er Jahren reflektiert worden, der Bogen lässt sich spannen von Siegfried Krakauer bis Paul Virilio. Eine ausgezeichnete Zusammenfassung gibt Paul (2004: 11-24).

„Schlagbilder“ (Diers 1997) in Konkurrenz stehen, und für einen ‚Kultur‘krieg immer wieder neu zu besetzen und zu konfigurieren sind?

3. Feindbilder

Allgemein formuliert ist unter einem Feindbild ein Konglomerat von negativen Zuschreibungen einer als gegnerisch empfundenen Gruppe zu verstehen. Diese Zuschreibungen reduzieren die Komplexität, sie haben eine hohe Konsistenz und sind – einmal verankert – nur schwer modifizierbar.

Feindbilder haben ohne Zweifel eine lange Geschichte: der amerikanische Philosoph Sam Keen geht von einer archetypischen Sicht aus, dem *homo hostilis*, dem „feind-erfindenden“ Lebewesen (Keen 1987: 9). Auch die Historiker Silke Satjukow und Rainer Gries plädieren, wenn auch differenzierter als Keen es tut, für eine Sozialpsychologie des Feindbildes (Satjukow und Gries 2004). Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen unterscheidet eine realitätsbezogene und eine konstruktionsbezogene Orientierung in der Feindbildforschung: Erstere begreife Feindbilder als „irreführende Karikaturen der Wirklichkeit“ (Pörksen 2000: 37), gleiche gewissermaßen diese Verzerrung mit einer wie immer verstandenen „Wirklichkeit“ ab, zweitens fokussiere allein auf den Prozess der Entstehung und Verbreitung (Pörksen 2000: 36-39). In Anlehnung an Walther Lippmanns Definition untersucht die Kommunikationswissenschaftlerin Martina Thiele (2010) Feindbilder als Stereotype.

Die ältere Feindbildforschung – und das wäre ein sehr interessantes Forschungsfeld – ist gewissermaßen Teil des Kalten Krieges.⁵ Interessant ist, dass – neben der ‚Gegnerforschung‘, oftmals im Auftrag der jeweiligen Regierungen – mit dem Abflauen des Systemkonkurrenz und den Abrüstungsverhandlungen Studien entstehen mit dem erklärten Ziel, die jeweiligen Feindbilder abzurüsten: So benennt der Politologe Daniel Frei (1985) sein erstes Kapitel programmatisch: „Wichtiger als Atomsprengköpfe: die Köpfe der Menschen“. 1985 erschien ein Band mit dem Titel „Feindbilder“, der Beiträge einer internationalen Tagung – veran-

5 Obgleich in den zeitgenössischen Diskussionen die kulturelle Dimension des Kalten Krieges und die Bedeutung der Medien in ihrer Rolle als Transmissionsriemen in die jeweiligen Gesellschaften hinein von großer Bedeutung waren, kam es erst in den letzten Jahren zu einem Paradigmenwechsel in der Forschung zum Kalten Krieg. Jessica Gienow-Hecht setzt das für die 90er Jahre an, als eine neue Generation von Forschern, die von den ideologischen Prägungen des Kalten Krieges unbelastet waren, sich dem Bereich der Geschichte der internationalen Beziehungen näherten (Gienow-Hecht und Schumacher 2003). Die kulturalistische Perspektive hat dabei das Feld in vielfältiger Weise geöffnet (Major und Mitter 2002; Lindenberger 2006: 9-24).

staltet von der Deutschen Journalistenunion und dem Verband deutscher Schriftsteller – beinhaltete. Ausgehend von der besonderen Verantwortung der Medien bei der Verbreitung von Feindbildern sollte dieser Band, angesichts der atomaren Bedrohung, eben dem Abbau von Klischees und Vorurteilen dienen (Bieuel et al. 1985: 7-9). Interessant ist, dass das Titelblatt das oben genannte Plakat der NPD von 1972 reproduziert. Auch in der Pädagogik spielte die Abrüstung der Köpfe eine gewisse Rolle: So gab die Arbeitsgemeinschaft Friedenspädagogik e. V. 1980 ein Materialienheft heraus mit dem Titel „Das Bild vom Feind“ (Mulzer 1980). Unmittelbar nach 1989 nimmt diese Tendenz zu: Der Arbeitskreis zur Wehrforschung 1990 veranstaltete eine Tagung (Röhwer 1990), Geschichtsdidaktiker reflektierten über „Geschichte ohne Feindbild“ (Voit 1992). Ein Blick in die DDR zeigte bis 1989 natürlich ein anderes Bild. Die Entwicklung des *Freund-Feind-Bildes* blieb offiziell Ziel des Staatsbürgerunterrichts:

„Das auf marxistisch-leninistischer Grundlage beruhende Freund-Feind-Bild ist ein notwendiges und wesentliches Element dieser bewussten Einstellung zum sozialistischen Staat- und Vaterlandsbewusstseins. Die Entwicklung des ideologischen Freund-Feind-Bildes der Schüler liegt ... im Zentrum der Hauptaufgaben der politisch-ideologischen Erziehung der Schuljugend“ (Adam 1970: 141).

Satjukow und Gries betonen denn auch, dass das bipolare Welt- und Selbstbild des Marxismus-Leninismus eine kognitive Ordnung produzierte, die eine monologische Kommunikation von Politik bedingte (Satjukow und Gries 2004: 22-24). Das bedeutete nicht mehr und nicht weniger, als dass die polare Feindbildkonstruktion von der Wiege – über Kinder- und Jugendzeitschriften, im Kindergarten und der Schule, in den Jugendorganisationen, bei den Streitkräften, in den Betrieben, in den Medien – bis zur Bahre verbreitet wurde. Wenn insbesondere in den 1950er Jahren auch in Westdeutschland ein polares Weltbild überwog, gab es doch Bühnen, auf denen differente Entwürfe präsentiert werden konnten.⁶

Während diese Forschungen, die mit einer meist expliziten pädagogisch-politischen Intention verbunden waren, generell der realitätsbezogenen Orientierung der Feindbilderuntersuchung verpflichtet waren, öffnet sich der konstruktivistische Ansatz nochmals durch Arbeiten, die den Bildcharakter methodisch ernst nehmen und zum einen die Brücke zur visuellen Kommunikation, zum anderen zu einer kulturhistorischen Propagandaforschung schlagen. Sowohl Gerhard Paul (2008: 90-91) wie auch gründlicher Satjukow und Gries (2004) beziehen sich dabei auf die bereits genannte Unterscheidung von materiellen und mentalen (Ge-

6 Ein gutes Beispiel sind die Veröffentlichungen der der KPD/DKP nahestehenden Organisationen und Autoren, die insbesondere in den 70er und 80er Jahren durchaus eine gewisse Wirkungsmächtigkeit zeigten (vgl. Reich 1987).

dächtnis-)Bildern. Feindbilder seien „schnelle Schüsse ins Gehirn“ (Kroeber-Riel zitiert nach Satjukow und Gries 2004: 26), also äußere Bilder, die aber mentale, innere Bilder hervorrufen und sich mit ihnen verbinden. Handlungsanweisend, das heißt wirkungsmächtig aber sind die mentalen Bilder. Eine kulturhistorische Feindbilderforschung, so Satjukow und Gries, muss daher – wie die kulturhistorische Propagandaforschung – die materiellen Bilder mit anderen Quellen verlinken, die Rückschlüsse auf die sozialen Praktiken und die Aneignungslogiken zulassen.

Diese diskursive Einbettung des Bildmaterials – hierin scheint eine Einigkeit der neueren Bildforschung zu sein – setzt die Annahme voraus, dass der Inhalt und die Bedeutung von Bildern in einer diskursiven Praxis entstehen (Wolf 2003). Das bedeutet, bezogen auf die Feindbilder, dass zum einen die Grenzen zwischen Bildern, die als direkte politische Propaganda zu verstehen sind und anderen medial verbreiteten Fotos, die aber ebenfalls zur Herrschaftsstabilisierung, beziehungsweise zur Herstellung von Vergemeinschaftungsprozessen dienen, nicht immer deutlich zu ziehen sind. Für den Kalten Krieg, der ein Kampf um kulturelle Hegemonie zwischen Diktaturen und Demokratien war, gehe ich von drei Prämissen aus: Erstens flossen in die öffentliche Ikonografie auch unbewusste Bildvorstellungen mit ein, zweitens bezogen sich die Ikonografien in den jeweiligen Herrschaftsbereichen aufeinander und drittens wurden Einflüsse des jeweils anderen mittransportiert.

4. Architektur des Feindbildes

Wenn ich mit der kulturhistorischen Propagandaforschung davon ausgehe, dass erst die Verknüpfung der Schlagbilder mit den ‚Gedächtnisbildern‘ Aussagen über deren Wirkungsmächtigkeit bieten, so bieten sich mehrere Zugänge an: Zu untersuchen sind die medialen, auch konkurrierenden Netze der Verbreitung. Das gilt nicht nur für Demokratien, sondern auch für diktatorische Regime, die nie völlig abgeschottet sind. Insbesondere die DDR-Führung stand aufgrund der vielen Möglichkeiten der privaten Kommunikation mit Verwandten im Westen, aber auch dem Zugang zu westlichen Medien (Fernsehen, Radio, aber bis 1961 auch Filme etc.) vor dem nicht lösbaren Problem, dass die propagierten Feindbilder mit den Erfahrungen der DDR-Bürger im Alltag konkurrierten. Desweiteren sind Feindbilder Teil von persuasiven Kommunikationsprozessen. Dabei ist es häufig schwer zwischen politisch vermittelten Feindbildern, wie etwa auf den oben gezeigten Wahlplakaten, und denen in scheinbar unpolitischen medialen Produktionen zu unterscheiden. Neben Unterhaltungsmedien, die ja in jüngster Zeit im Fokus der Forschung stehen, scheint vor allem der Bereich der Erziehung gerade

in den Demokratien eine große Rolle zu spielen. Allerdings ist zu betonen, dass neben den hegemonialen hier immer auch alternative Kommunikationsstrategien einen Raum fanden. Aus medien-spezifischer Sicht sind wiederum die Genres und die angesprochenen Publika in den Blick zu nehmen. Zugleich geraten die Stereotypen, auf denen die Visualisierungen von Feindbildern basieren, in den Blick. Diese sind mit unterschiedlichen Systemen, Zeiten etc. kompatibel, oftmals sind diese Repräsentationen von einem *pars pro toto*. Die nicht visualisierten Teile stellen Projektionsflächen der mentalen Bilder dar. Der Exterritorialisierung des Feindes nach außen entspricht auch die Repräsentation des Feindes im Inneren. Das große Problem hierbei ist, dass der Feind im Innern der unsichtbare Feind ist, der durch die Propaganda erst sichtbar gemacht wird. Dabei besteht stets die Gefahr, dass durch eine inflationäre Ausdifferenzierung des inneren Feindes die Glaubwürdigkeit sinkt oder aber – was ebenfalls kontraproduktiv im Sinne der Herrschaft ist – eine Massenhysterie beziehungsweise Massendenunziationsverhalten erzeugt wird. Ein weiteres Charakteristikum des Feindbildes als Repräsentation des Bösen ist, dass in ihm die Überhöhung der eigenen Gesellschaft, beziehungsweise des Gesellschaftsentwurfs eingeschrieben ist. Auch auf diesem Feld ist zweifellos eine gewisse Asymmetrie zwischen Ost und West zu konstatieren, die wirtschaftliche Überlegenheit und der Massenkonsum des Westens, welche insbesondere die DDR vor erhebliche Probleme der Selbstinszenierung stellte.

4.1 Die Skeletthand als symbolisches *pars pro toto*

Die Abbildungen 4 und 5 zeigen, wie bestimmte visuelle Zeichen zwischen den Zeiten und den Systemen als Bebilderung des Feindes wandern können.

Die Hand als stark symbolisch aufgeladenes Zeichen hat in der europäischen Ikonografie eine jahrtausendelange Tradition. In ihr verbinden sich christliche Symbolik mit der von Herrschaft, Macht und Unterwerfung (Betscher und Marszolek 2008; Wenger-Deilmann und Kämpfer 2006: 188-205). Im Kalten Krieg erlangte die Hand als *pars pro toto* eine neue Bedeutung – insbesondere die ‚sich vereinigenden Hände‘ wurden in den 1950er Jahren von der DDR-Propaganda benutzt. Auf diesen beiden Plakaten wurde ein Teil des Zeichensystems ‚Hand‘ benutzt. Diese Skeletthand steht für die Bedrohung durch den Feind. Der Körper des Feindes ist pure Projektionsfläche, er wird nicht gezeigt. Genau hierdurch aber ist die Skeletthand kompatibel für unterschiedliche Feinde.

Abbildung 4: SED-Plakat Berlin 1950



Abbildung 5: USA 1943



Das linke Plakat wirbt für Kriegsanleihen für die USA. Die Bedrohung durch die beiden Kriegsgegner, den deutschen und den japanischen Faschismus, wird durch die Embleme auf den beiden Händen gezeigt. Die Hände strecken ihre ‚Krallen‘ nach der blonden Mutter mit dem Kind aus, eine populäre Variante des Motivs „Muttergottes mit dem Kind“. Unterstrichen wird der Verweis durch die Farben: Frau und Kind sind in Weiß, der Farbe der Unschuld gekleidet, die Gesichter ganz hell und das Blau des Hintergrunds wird zum hellen Himmelsblau, je näher es die Figuren umgibt. Die schriftliche Warnung „Keep your hands off!“ soll die Menschen zum Kauf mobilisieren und zeigt zugleich die eigene Stärke.

Das zweite Plakat aus der DDR (1950) zeigt eine Knochenhand, die von links oben nach unten auf die Erde, auf ein Ährenfeld, reicht. Auf der Hand ist ein Dollarzeichen, auf dem Ellenbogenknochen die amerikanische Fahne montiert, die Hand greift gierig nach den Menschen auf dem Feld. Von rechts greift die kräftige Hand eines Arbeiters den Unterarmknochen, unterstrichen von einem dynamischen Licht, und zerdrückt die Knochenhand beziehungsweise den Feind USA. In beiden Plakaten steht die Skeletthand für das Böse schlechthin –

das Plakat aus der DDR ist ein Zitat eines Plakates von John Heartfield von 1938, in dem er den Hitlergruß konterkariert: Auf diesem montierte er die Knochenhand über Bilder von Leichen und zerstörten Häusern, die Bomberflugzeuge hinterlassen Kondensstreifen, die die Knochenhand pulverisieren. Damit ist das Plakat der DDR auch ein Verweis auf den faschistischen Charakter des US-Imperialismus und der Bundesrepublik, die als sein Vasall begriffen wird.

5. Fazit

Deutlich wird, dass es ein symbolisches Reservoir gibt, das in unterschiedlichen Kontexten zur Architektur von Feindbildern aufgerufen wird. Die Hand ist ein solches polysemisches Zeichen, das sowohl zur Beglaubigung von Freundschaft (in der DDR häufig als Chiffre für die Vereinigung zur SED oder zur Visualisierung der deutsch-russischen Freundschaft benutzt), zur Verdeutlichung von aktiver Abwehr oder aber zur Visualisierung von Bedrohung benutzt werden kann (Betscher und Marszolek 2008; Wenger-Deilmann und Kämpfer 2006). Als ‚Pathosformel‘ bezeichnet sie der Begründer der modernen Bildwissenschaften, Aby Warburg, als hochkonventionalisiertes Zeichensystem taucht sie in Plakaten und Bildern der Propaganda auf. Für die propagandistische Verwendung bietet sie sich nicht zuletzt deswegen an, weil der zugehörige Körper nicht abgebildet ist. So dient er als Projektionsfläche für kollektive Ängste ebenso wie Sehnsüchte und Wünsche und Wahnvorstellungen des Kalten Krieges.

Ähnliches gilt für die Darstellung der ‚Roten Gefahr‘, symbolisiert durch den oberen Teil des Kopfes eines Rotarmisten. Auch hier steht das Nicht-Sichtbare – das vollständige Gesicht, das eine Person erkenntlich macht – als Leerstelle, die mit den Bildern im Kopf des Betrachters gefüllt werden kann. Diese wurde bereits im Nationalsozialismus etwa in Darstellungen des ‚Juden‘ oder des ‚Bolschewisten‘ mit Bedeutung angefüllt und wurde nun im Nachkriegsdeutschland der antisemitischen Konnotation entkleidet: Es blieb jedoch das alte Bild des Feindes im ‚Osten‘, das, wie die das Titelbild des Spiegels von 2007 zeigt, bis heute wirkungsmächtig ist. Hier wäre ein Bildervergleich mit der Darstellung des ‚Russen‘ in anderen Ländern fruchtbar, um kulturelle Differenzen und Lesarten herauszukristallisieren.

Zugleich waren diese Pathosformeln oftmals transkulturell lesbar (zumindest innerhalb Europas und Nordamerikas). Das gilt nicht im gleichen Maße für die ‚Selbstbilder‘, die eng mit denen des Feindes verbunden sind. Doch das wäre ein anderer Artikel.

Literatur

- Adam, H. (1970): Zur Entwicklung des Freund-Feind-Bildes im Staatsbürgerkundeunterricht der Klassen 7 und 8. Aus: Geschichtsunterricht und Staatsbürgerkunde, S. 141-151.
- Bauerle, D. (1988): „Gespenstergeschichten für ganz Erwachsene“: Ein Kommentar zu Aby Warburgs Bilderatlas Mnemosyne. LIT Verlag, Münster.
- Befting, H. (2001): Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft. Fink, München.
- Bleuel, H. P. et al. (Hrsg.) (1985): Feindbilder oder wie man Kriege vorbereitet. Steidl Verlag, Göttingen.
- Betscher, S./Marszolek, I. (2008): Hand-Zeichen im Kalten Krieg. Propaganda auf ost- und westdeutschen Plakaten. In: Paul, G. (Hrsg.): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, S. 250-257.
- de Certeau, M. (1988): Kunst des Handelns. Merve Verlag, Berlin.
- Chartier, R. (1994): Die Welt als Repräsentation. In: Middell, M./Sammler, S. (Hrsg.): Alles Gewordene hat Geschichte. Die Schule der ‚Annales‘ in ihren Texten 1929-1992. Reklam, Leipzig, S. 320-347.
- Diers, M. (1997): Schlagbilder. Zur politischen Ikonographie der Gegenwart. Fischer Verlag, Frankfurt am Main.
- Frei, D. (1985): Feindbilder und Abrüstung. Die gegenseitige Einschätzung der UdSSR und der USA. C.H. Beck, München.
- Gienow-Hecht, J./Schumacher, F. (2003): Culture and International History. Berghahn Books, New York.
- Jäger, J. (2009): Fotografie und Geschichte. Historische Einführungen Bd. 7. Campus Verlag, Frankfurt am Main.
- Keen, S. (1987): Bilder des Bösen. Wie man sich Feinde macht. Beltz: Weinheim.
- Lindenberger, T. (Hrsg.) (2006): Massenmedien im Kalten Krieg. Akteure, Bilder, Resonanzen. Böhlau, Köln.
- Major, P./Mitter, R. (Hrsg.) (2004): Across the Blocs. Cold War Cultural and Social History. Frank Cass, London.
- Mulzer, R. (1980): Das Bild vom Feind. Feindbilder in Vergangenheit und Gegenwart. Arbeitsgemeinschaft Friedenspädagogik, München.
- Müller, M. G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. UTB Verlag, Konstanz.
- Paul, G. (2004): Bilder des Krieges, Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges. Fink, Paderborn.
- Paul, G. (2006): Visual History. Ein Studienbuch. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
- Paul, G. (2008): „Alle Wege des Marxismus führen nach Moskau“ – Schlagbilder antikommunistischer Bildrhetorik. In: Paul, G. (Hrsg.) (2008): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, S. 88-97.
- Pörksen, B. (2000): Die Konstruktion von Feindbildern. Zum Sprachgebrauch in neonazistischen Medien. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.
- Reich, H. (1987): ...der KGB ist immer dabei. Wie Feindbilder gemacht werden. Edition Marxistische Blätter, Düsseldorf.
- Rohwer, J. (Hrsg.) (1990): Feindbilder und Militärstrategien seit 1945. Edition Temmen, Bremen.
- Satjukow, S./Gries, R. (2004): Feindbilder des Sozialismus. Eine theoretische Einführung. In: Satjukow, S./Gries, R. (Hrsg.): Unsere Feinde. Konstruktionen des Anderen im Sozialismus. Leipziger Universitätsverlag, Leipzig, S. 13-74.

- Thiele, M. (2010): Medial vermittelte Vorurteile, Stereotype und „Feindinnenbilder“. In: Thiele, M./Thomas, T./Virchow, F. (Hrsg.): Medien – Krieg – Geschlecht. Affirmationen und Irritationen sozialer Ordnungen. VS Verlag, Wiesbaden, S. 61-79.
- Voit, H. (Hrsg.) (1992): Geschichte ohne Feindbild? Perspektiven für das historische Lernen in Deutschland nach dem 9. November 1989. Universitätsbund, Erlangen.
- Welzer, H. et al. (2002): „Opa war kein Nazi“. Nationalsozialismus und Holocaust im Familiengedächtnis. Fischer Verlag, Frankfurt am Main.
- Wenger-Deilmann, A./Kämpfer, F. (2006): Handschlag – Zeigegestus – Kniefall. Körpersprache und Pathosformel in der visuellen politischen Kommunikation. In: Paul, G. (2006): Visual History. Ein Studienbuch. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, S.188-205.
- Wolf, H. (Hrsg.) (2003): Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende des fotografischen Zeitalters. Bd I und II. Suhrkamp, Frankfurt am Main.