



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Machtdemonstration und Männlichkeitssymbolik in der
Bildpolitik Wladimir Putins

Verfasserin

Katja Fenkart, bakk.phil BA

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, August 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreuer: tit. Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe.

Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, am 20.08.2015

Unterschrift

Mein besonderer Dank gilt...

... meiner Mutter, die mich immer in jeglicher Hinsicht unterstützt hat, immer ein offenes Ohr für mich hat und die mich, wenn es nötig ist, darauf hinweist, mir auch mal eine Pause zu gönnen.

... David, der mit mir durch alle Höhen und Tiefen geht, mir schöne Momente noch versüßt und meinen Blick in schwierigen Momenten immer auf das Positive lenkt.

... meinem Bruder, der mich stets im richtigen Moment daran erinnert, dass manche Dinge noch weit in der Zukunft liegen und es (noch) nicht wert sind, sich den Kopf darüber zu zerbrechen.

... meinen Freundinnen und Freunden, die mir mit guten Ratschlägen, Impulsen, konstruktiver Kritik, guter Laune und ermutigenden Worten zur Seite gestanden sind, mir immer den Rücken stärken und durch die ein oder andere durchgetanzte oder durchdiskutierte Nacht für den notwendigen Ausgleich gesorgt haben.

... meinem Vater, für die jahrelange finanzielle Unterstützung, ohne die meine Studienzeit anders verlaufen wäre.

... meinem Betreuer Wolfgang Duchkowitsch, der mir in der Bearbeitung meines Themas stets freie Hand gelassen hat und mir mit seinen Überlegungen neue Denkanstöße gegeben hat.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
1.1. Forschungsinteresse	2
1.2. Forschungsfragen.....	3
1.3. Kapitelüberblick.....	4
 THEORETISCHER TEIL	 6
 2. Visuelle Kommunikation	 6
2.1. Das Bild	6
2.1.1. Definition und Charakteristika des Bildbegriffes	6
2.1.2. Bildkommunikation.....	9
2.1.3. Die Macht der Bilder.....	9
2.1.4. Das Verhältnis von Wort und Bild.....	11
2.1.5. Bedeutungen, Funktionen und Typen von Bildern.....	12
2.1.6. Bilder als Quellen.....	15
2.1.7. Politische Bilder	16
2.1.8. Semiotik – Das Bild als Zeichen	17
2.2. Fotografie	21
2.2.1. Definition und Charakteristika von Fotografie.....	21
2.2.2. Fotografie und Wirklichkeit.....	23
2.2.3. Pressefotografie und politische Fotografie	24
2.3. Visuelle Kommunikationsforschung	25
2.3.1. Methoden der Bildanalyse	26
2.3.2. Ikonografie und Ikonologie	27
 3. Politische Kommunikation und Bildpolitik.....	 32
3.1. Inszenierung	34
3.2. Selbstdarstellung und Selbstinszenierung	36
3.2.1. Die private Sphäre.....	39
3.3. Macht und Machtdemonstration	40
 4. Symbolik und Politik	 43
4.1. Definition und Charakteristika des Symbolbegriffes.....	43
4.2. Politische Symbole	44
4.3. Symbolische Politik	45
4.4. Körpersprache	47
4.5. Staatssymbolik	49
4.5.1. Die Staatssymbolik Russlands.....	50
4.6. Natursymbolik.....	52
4.7. Herrschafts- und Machtsymbolik.....	53
 5. Männlichkeit	 54
5.1. Definition und Charakteristika des Männlichkeitsbegriffes	54
5.2. Männlichkeitsforschung	54
5.3. Männlichkeitsbilder	60
5.4. Männlichkeitsentwürfe in Russland	61
5.5. Männlichkeit und Militär	63
 6. Wladimir Putin	 64
6.1. Biografische Eckpunkte	64

6.2. Exkurs: Das PräsidentInnenamt	65
6.3. Russland unter Putin – Die gelenkte Demokratie	66
6.4. Die populärkulturelle und mediale Darstellung Putins.....	69
6.4.1. Personenkult.....	69
6.4.2. Mediale Inszenierung.....	71
7. Forschungsstand	75
EMPIRISCHER TEIL	83
8. Empirische Vorgehensweise	83
8.1. Marion G. Müllers Methode der visuellen Inhaltsanalyse	83
8.2. Forschungsdesign.....	84
9. Analyse der ausgewählten Fotografien	86
9.1. Der reitende Putin	86
9.2. Der schwimmende Putin.....	92
9.3. Putin mit Gewehr.....	98
9.4. Putin auf einer Yacht.....	103
9.5. Putin mit Hunden	107
9.6. Gesamtinterpretation	110
10. Beantwortung der Forschungsfragen.....	113
11. Conclusio	119
12. Bibliographie	121
13. Abbildungsverzeichnis	132
14. Lebenslauf.....	133
15 Abstract.....	135

1. Einleitung

Reiten, Jagen, an Forschungsexpeditionen teilnehmen, sich im Judo beweisen und ganz nebenbei noch die politischen Geschäfte Russlands regeln: Es gibt scheinbar nichts, was der russische Präsident Wladimir Putin nicht kann. Zumindest soll es so wirken. Wie wenige andere PolitikerInnen nutzt Putin jegliche Facetten und Möglichkeiten der Bildpolitik für seine Präsentation nach außen. Seine mediale Inszenierung wirkt genau durchdacht und weist neben Zügen, die typisch für politische Visualisierungen sind, auch Eigenheiten auf. So zeigt sich Putin gerne auch in vermeintlichen Alltagskontexten. Fotos davon werden dann, und das macht eine große Besonderheit aus, von offizieller Stelle auf Internetseiten des Kremls an die Öffentlichkeit getragen. Besondere Aufmerksamkeit erlangten so etwa die Urlaubsfotos des derzeitigen Präsidenten aus den Jahren 2007, 2009 und 2010, auf denen er unter anderem oberkörperfrei oder in militärisch konnotierter Kleidung dargestellt ist. Betrachtet man die Fotografien, sticht unmittelbar die Sexualisierung des Körpers ins Auge und ganz unweigerlich auch die Atmosphäre der Macht, die Putin umgibt. Der Einsatz des eigenen Körpers als Symbol der Macht hat eine lange Tradition. Es kann angenommen werden, dass sich auch Putin in diese Tradition einreicht und mittels seiner Bildpolitik versucht, seine Autorität zu untermauern. Nicht zuletzt kann ausgegangen werden, dass auch ein spezifisches Männlichkeitsbild vermittelt werden soll. Andrew Foxall vertritt die These, dass Putins Urlaubsbilder auf gewisse Weise eine militarisierte und sexualisierte Männlichkeit widerspiegeln (vgl. Foxall, 2012). Machtdemonstration im Allgemeinen scheint für Putin ein relevantes Thema zu sein, was möglicherweise auch mit der enormen Größe Russlands begründet werden kann. Putin will ein Land beherrschen, das „drei Viertel des Territoriums und die Hälfte der Bevölkerung der Sowjetunion“ (Kappeler, 2014: 44) beinhaltet und somit der „größte Flächenstaat der Erde“ (Mommsen, 2010: 419) ist. Und sein Machtanspruch reicht noch weit über die eigenen Landesgrenzen hinaus.

Um die eigene Macht zu stärken und zu legitimieren, wird also auf Bildpolitik zurückgegriffen. Bildern kommt in jeglicher Art von Kommunikation eine wichtige Bedeutung zu, da sie sowohl unterhalten und informieren, als auch dazu beitragen können, komplexe Sachverhalte zu illustrieren. Außerdem wohnt ihnen ein nicht zu unterschätzendes Identifikationspotential inne. Bilder stellen außerdem kulturelle und gesellschaftspolitische Zeugnisse dar und können wertvolle Einblicke geben. Unser

Medien- und Informationsverhalten wird durch die starke Informationsdichte beeinflusst. Es muss zwangsläufig eine stärkere Selektion der Inhalte erfolgen, die rezipiert werden. „Bevorzugt werden solche Informationen, die sich auf den ersten Blick aus der Informationsflut abheben und besonders schnell aufgenommen und gedanklich verarbeitet werden können. Das sind in erster Linie Bildinformationen“ (Kroeber-Riel, 1996: 7). Von den KommunikatorInnen werden bestimmte Aktivierungstechniken eingesetzt, um möglichst große Aufmerksamkeit beim Publikum zu generieren. Darunter fällt etwa der Einsatz von physisch intensiven, emotionalen und überraschenden Reizen (vgl. a.a.O.: 101). Dass Bilder dazu beitragen können, die Aufmerksamkeit von RezipientInnen zu wecken und sie auf der emotionalen Ebene anzusprechen, ist auch politischen AkteurInnen schon längst bewusst. In Diagnosen zu politischer Kommunikation findet sich etwa die Befürchtung, dass Politik sich immer mehr an Unterhaltung anpasst. „Politik werde ersetzt durch ‚Inszenierungen‘, um Zuschauer zu gewinnen, sie verkomme zum ‚Politainment‘ und das Politische trete in den Hintergrund, da nur noch die Gesetze des Medienmarktes Gültigkeit hätten“ (Borsig/Liermann/Merziger, 2010b: 7f). In diesem Kontext muss auch Wladimir Putins mediale Präsentationsstrategie gesehen werden, die von Inszenierung und Selbstidealisation lebt.

1.1. Forschungsinteresse

Durch den Einsatz von Bildkommunikation kann auf subtilere und emotionalere Weise auf die Bevölkerung eingewirkt und ein gewünschtes Bild des Präsidenten vermittelt werden, als dies durch verbale Kommunikation der Fall wäre. „Ein Machtbedürftiger, der versucht, andere zu beherrschen, wird dies nicht notwendigerweise verbal versuchen, da das zu sehr auffällt“ (Weinlich, 2002: 73). Das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit bezieht sich auf die Frage, welche visuellen Mittel der Machtdemonstration von Wladimir Putin eingesetzt werden und welche Bedeutung in diesem Zusammenhang dem Rückgriff auf Männlichkeitssymbolik zukommt.

Panofsky sieht Bilder als „Symptome von etwas anderem, nämlich von kulturellen Vorstellungen, philosophischen, poetischen, theologischen, politischen Ideen oder gesellschaftlichen Tendenzen“ (Grittman, 2007: 136) an. Auch Paul schreibt visuellen Medien die Fähigkeit zu, „Zukunftsentrücke, Hoffnungen und Ängste wie etwa das

visuelle Leitbild des gesunden und gestählten Körpers ausdrücken“ (Paul, 2008b: 9) zu können und zugleich sowohl Gegenwart als auch Geschichte mit zu konstruieren. Deichmann sieht in der Untersuchung politischer Symbole „eine wichtige Voraussetzung für die Entschlüsselung der politischen Kultur, aber auch der jeweiligen politischen Strukturen und der politischen Prozesse“ (Deichmann, 2007: 7), wobei sowohl die Bestandteile der politischen Kultur als auch die spezifischen Symbole „von den *Bürgern verinnerlicht*“ (a.a.O.: 8) werden und deren „politisches Handeln, Denken und Reden“ (ebd.) leiten. Diesbezüglich spielen auch politische Inszenierungen eine Rolle, die mittlerweile fester Bestandteil der Politik sind und die Art und Weise beeinflussen, wie die Bevölkerung das politische Geschehen wahrnimmt (vgl. Arnold/Fuhrmeister/Schiller, 1998b: 20). In der Geschlechterforschung gilt heute die Annahme, dass die jeweiligen Geschlechterrollen erst in einem sozialen Prozess entstehen und nicht von vornherein festgelegt sind, sie werden „in geschlechtlichem und vergeschlechtlichem Handeln *hergestellt*“ (Brandes, 2002: 19). Dies kann über verschiedenste Handlungen geschehen, es ist anzunehmen, dass darunter auch die Darstellungen von Männlichkeit und Weiblichkeit in Fotografien fallen. Mit Blick auf diese Überlegungen wird die Relevanz der Thematik der vorliegenden Magisterarbeit deutlich.

Da die Autorin kein Russisch spricht, wurde auf deutsche und englische Quellen zurückgegriffen. Dies, und die Verwurzelung sowie Sozialisation im eigenen Kulturraum, hat natürlich in weiterer Folge auch zu einer spezifischen Sichtweise auf die Thematik beigetragen. Eine Analyse aus russischer Sichtweise würde vermutlich andere Aspekte zu Tage fördern. Außerdem muss reflektiert werden, dass Bildern verschiedene Bedeutungen innewohnen, diese also auch verschieden interpretierbar sind (vgl. Burke, 2010: 68).

1.2. Forschungsfragen

Aus dem übergeordneten Erkenntnisinteresse ergeben sich folgende Forschungsfragen:

Forschungsfrage 1: Auf welche Weise wird Wladimir Putins Macht in Fotografien demonstriert und legitimiert?

Forschungsfrage 2: Welche Rolle spielt Männlichkeit im Rahmen der visuellen Machtdemonstration Wladimir Putins?

Forschungsfrage 2a: Was für ein Männlichkeitsbild wird von Wladimir Putin verkörpert?

Forschungsfrage 2b: Auf welche Weise findet die Symbolisierung von Männlichkeit statt?

Forschungsfrage 3: Welche Rolle spielen militärische Symbole in der Machtdemonstration Wladimir Putins und finden sich Elemente einer militarisierten Männlichkeit?

Die Beantwortung der Forschungsfragen erfolgt einerseits durch die Bezugnahme auf vorhandene Literatur zu den einzelnen Themenbereichen. Andererseits wurde eine Bildanalyse von fünf ausgewählten Fotografien durchgeführt, welche Putin in scheinbaren Alltagssituationen zeigen. Diesbezüglich wurde die Methode der visuellen Inhaltsanalyse nach Marion G. Müller ausgewählt, welche eine Adaption von Erwin Panofskys Methode der Ikonologie darstellt.

1.3. Kapitelüberblick

Das nun folgende zweite Kapitel widmet sich dem Themenbereich der visuellen Kommunikation. Zunächst wird im Unterkapitel 2.1. das Augenmerk auf das Bild, dessen Definition und Charakteristika sowie die Macht, die Bildern zukommt, gelegt. Neben dem Verhältnis von Wort und Bild wird daran anschließend auch auf die Bedeutungen, Funktionen und verschiedenen Typen von Bildern eingegangen. Neben der Funktion von Bildern als Quellen in der Forschung und dem Themenbereich der politischen Bilder wird auch die Semiotik angesprochen. In weiterer Folge wird der Blick auf die Fotografie gelenkt (Kapitel 2.2.). Diesbezüglich findet sowohl eine Konzentration auf die Definition, die Charakteristika, auf die Beziehung zwischen Fotografie und Wirklichkeit beziehungsweise den Abbildcharakter von Fotografie sowie auf Pressefotografien und politische Fotografien statt. Den letzten Teil des Kapitels (Kapitel 2.3.) bildet eine Auseinandersetzung mit der visuellen Kommunikationsforschung, diesbezüglich werden einige relevante Methoden der Bildanalyse angeführt und es wird näher auf die Ikonografie und Ikonologie eingegangen, welche als Basis für die angewendete Methodik der visuellen Inhaltsanalyse angesehen werden müssen. Das dritte Kapitel befasst sich mit den Themen politische Kommunikation und Bildpolitik. Im Rahmen dessen findet eine

Beschäftigung mit Inszenierung (Kapitel 3.1.), Selbstdarstellung und Selbstinszenierung (Kapitel 3.2.) sowie Macht und Machtdemonstration (Kapitel 3.3.) statt. Das darauffolgende vierte Kapitel widmet sich dem Themenbereich der Symbolik, insbesondere in Verknüpfung mit Politik. Neben einer Definition und der Erläuterung der Charakteristika von Symbolen (Kapitel 4.1.) wird auf politische Symbole (Kapitel 4.2.), symbolische Politik (Kapitel 4.3.) und auf körpersprachliche Aspekte (Kapitel 4.4.) eingegangen, der Blick wird aber auch auf Staats- (Kapitel 4.5.), Natur- (Kapitel 4.6.) sowie Herrschafts- und Machtsymbolik (Kapitel 4.7.) gerichtet. Im Rahmen der Beschäftigung mit der Staatssymbolik wird auch auf Russland eingegangen. Im fünften Kapitel liegt der Fokus auf Männlichkeit. Zunächst erfolgt die Definition des Begriffes, außerdem werden zentrale Aspekte herausgestrichen (Kapitel 5.1.), dann erfolgt eine Beschäftigung mit Männlichkeitsforschung (Kapitel 5.2.), Rollenbildern (Kapitel 5.3.) sowie mit Männlichkeitsentwürfen in Russland (Kapitel 5.4.). Am Schluss des Kapitels wird auf die Verbindung zwischen Männlichkeit und Militär eingegangen (Kapitel 5.5.). Das sechste Kapitel richtet den Blick auf den russischen Präsidenten Wladimir Putin. Zunächst finden sich ein biografischer Überblick (Kapitel 6.1.) sowie ein Exkurs zur Rolle des Präsidenten beziehungsweise der Präsidentin in Russland (Kapitel 6.2.), anschließend wird auf die gelenkte Demokratie eingegangen, die in Russland vorzufinden ist (Kapitel 6.3.). In weiterer Folge wird die populärkulturelle und mediale Darstellung Putins thematisiert (Kapitel 6.4.), unter anderem Aspekte des Personenkults in Bezug auf Putin sowie die mediale Inszenierung des Präsidenten. Den Abschluss des Theorieteils bildet der Forschungsstand (Kapitel 7).

Auf den Theorienteil aufbauend folgt der empirische Teil der Arbeit. Zunächst wird die verwendete Methode, Marion G. Müllers Methode der visuellen Inhaltsanalyse (Kapitel 8.1.), sowie das Forschungsdesign (Kapitel 8.2.) erläutert. Daran anknüpfend findet im neunten Kapitel die Analyse und Interpretation von fünf ausgewählten Fotografien statt. Im darauf folgenden zehnten Kapitel werden schließlich die Forschungsfragen sowie die übergeordnete Fragestellung beantwortet. Ein Conclusio beschließt die Arbeit.

THEORETISCHER TEIL

2. Visuelle Kommunikation

2.1. Das Bild

2.1.1. Definition und Charakteristika des Bildbegriffes

Der Begriff *Bild* ist von verschiedensten AutorInnen aus diversen Fachrichtungen untersucht und definiert worden. Im Folgenden werden unterschiedliche Definitionen angeführt, um ein Basisverständnis des Begriffes zu schaffen.

Das deutsche Wort *Bild* leitet sich „etymologisch von „Gebilde““ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 24) ab, „worunter etwas verstanden wird, das (im weitesten Sinne) gestaltet worden ist“ (ebd.). Dies lässt einen großen Spielraum zu und macht es generell schwierig, den Begriff einzugrenzen. Der Begriff *Bild* kann somit in verschiedensten Kontexten verwendet werden und bezeichnet zweidimensionale, aber auch dreidimensionale Konstrukte (vgl. ebd.). Der Begriff wird sowohl für Kunstwerke und Fotos als auch für „Piktogramme, Traumbilder, Musik (Klangbilder), sprachliche Metaphern und sogar zur Beschreibung von Ideen angewendet“ (Müller, 2003: 18), was eine konkrete Beschäftigung mit Bildern im Allgemeinen erschwert. Auch Sachs-Hombach und Schirra führen diese Komplexität in der Verwendung des Begriffes an und weisen darauf hin, dass die zwei Hauptaspekte im Verständnis von Bildern einerseits jenes von Bildern als Zeichen (vor allem in der Sprachwissenschaft sowie in der Semiotik), andererseits eine Koppelung an die Wahrnehmungstätigkeit sind (vgl. Sachs-Hombach/Schirra, 1999: 34). Um eine präzise Analyse durchzuführen, muss eine Eingrenzung des Begriffes erfolgen.

Die Bildwissenschaft lässt sich Jahrtausende weit zurückverfolgen: Einer der Urväter ist der Philosoph Platon, in dessen Werk sich auch Überlegungen zum Visuellen finden (vgl. Drechsel, 2005: 20). Bilder stellen für ihn, vereinfacht gesagt, immer nur Abbilder dar, können also nicht zur Erkenntnis führen, da diese erst vorliegt, wenn die „Idee (eidos) einer Sache erfaßt“ (Sachs-Hombach/Schirra, 1999: 31) wird. Platons Bildbegriff hatte maßgeblichen Einfluss auf die Bildtheorie des Mittelalters (vgl. ebd.). In der Antike und im Mittelalter wurde das „Bild primär als Abbild, das insofern einen minderen ontologischen Status besitzt, als es kein für sich Seiendes ist, sondern ein solches, in dem

sich andere Dinge körperlicher und geistiger Natur Ausdruck verschaffen“ (Drechsel, 2005: 21), verstanden.

Ein zentraler Autor, der in der Literatur zu Bildern und Bildkommunikation häufig zitiert wird, ist W. J. T. Mitchell. Dieser „unterscheidet zwischen fünf Typen von Bildern, die er nicht als natürliche Gegebenheiten begreift, sondern als Ergebnisse von Kodierungen, die sich sozial- und kulturhistorisch entwickelt haben“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 23). Die Konstruktionen hängen maßgeblich von der jeweiligen wissenschaftlichen Disziplin ab, in der Bilder untersucht werden. Mitchell unterscheidet folgende Typen in Bezug auf die dazugehörigen Disziplinen: Die Kunstgeschichte untersucht grafische Bilder, darunter fallen „Gemälde, Zeichnungen, Fotos, architektonische Pläne etc., aber auch Statuen“ (ebd.). Optische Bilder werden von der Physik untersucht, darunter können etwa „Spiegelungen und Projektionen“ (ebd.) verstanden werden. Perzeptuelle Bilder, das heißt „Sinnesdaten [...] und Erscheinungen“ (ebd.) werden sowohl von der Physiologie und Neurologie, der Psychologie und Philosophie als auch der Physik und der Kunstgeschichte untersucht. Die vierte Kategorie bilden geistige Bilder, darunter versteht Mitchell „Träume, Erinnerungen, Ideen und Vorstellungen“ (a.a.O.: 24), mit diesem Typus beschäftigen vor allem die Disziplinen Psychologie und Erkenntnistheorie. Den letzten Typ bilden sprachliche Bilder, die von der Literaturwissenschaft untersucht werden, dies sind beispielsweise Metaphern (vgl. ebd.). Laut Mitchell ist die Bedeutung eines Bildes immer kontextabhängig, sowohl die zeitliche als auch die räumliche Ebene beeinflussen unser Verständnis des Bildes (vgl. Müller, 2003: 18). Mitchells Definition erwies sich als sehr angeschlussfähig, so stützen sich etwa Friedrich und Schweppenhäuser in ihrer Definition vor allem auf Mitchells Typ der grafischen Bilder und definieren das Bild als „etwas zweidimensional Gestaltetes, das etwas auf pikturale Weise repräsentiert, das heißt: *darstellt* oder bezeichnet. [...] Bilder sind bedeutungstragende Oberflächen“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 24).

Kroeber-Riel definiert das Bild folgendermaßen:

„Ein Bild ist die Aufzeichnung eines realen oder fiktiven Gegenstandes, die dem Gegenstand ähnlich ist und deswegen wie der Gegenstand wahrgenommen werden kann. [...] Bilder in diesem Sinne sind in erster Linie Gemälde, Fotos, Zeichnungen und die bewegten Szenenfolgen von Fernsehen und Filmen, die sich auf **konkrete** [Hervorh. im Orig.] Sachverhalte beziehen. Auch Bilder von nicht-realnen Gegenständen bzw. Sachverhalten wie Phantasiebilder, mythologische Bilder und verfremdete Bilder gehören dazu. **Abstrakte** [Hervorh. im Orig.]

Darstellungen wie Verkehrszeichen, Firmenzeichen [...], Diagramme oder abstrakte Gemälde werden hier nicht einbezogen. Sie weisen keine direkten Ähnlichkeitsbeziehungen [...] mit den gemeinten Sachverhalten auf“ (Kroeber-Riel, 1996: 35).

Doelker geht auf einen anderen Punkt ein und bezeichnet Bilder als „etwas vom Menschen Geschaffenes“ (Doelker, 2002: 23). Er definiert die drei Ebenen „Wahrnehmungsinhalt, Original/Unikat und Kommunikat“ (Müller, 2003: 19). Den Wahrnehmungsinhalt bezeichnet er weiter als „inneres Bild oder Idee“ (ebd.), das Kommunikat als „technische Wiedergabe oder Vervielfältigung eines Originals“ (ebd.), bei der Ebene Original/Unikat unterscheidet er drei Aspekte: „das ‚Abbild‘ als ‚Nachbildung einer Wirklichkeit‘, die ‚Eigene Wirklichkeit‘ sowie die ‚Übernahme eines authentischen Ausschnitts aus der bestehenden Wirklichkeit‘“ (ebd.).

Auf den Aspekt der Konstruktion bezieht sich auch Benjamin Drechsel. Ihm zufolge sind zentrale Aspekte von Bildern ihre Wahrnehmung „über den menschlichen Sehsinn“ (Drechsel, 2005: 26) sowie ihr Konstrukt-Charakter, welcher darauf hinweist, dass sie „in irgendeiner Weise hergestellt“ (ebd.) sind. Drechsel definiert das Bild demnach als „*visuelles Konstrukt [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.). An anderer Stelle baut er seine Definition weiter aus: „*Bilder sind visuelle Zeichen, deren Bedeutungen sich aus dem Wechselspiel von Blicken und Trägern ergeben [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 36). Er führt allerdings auch an, dass der Konstrukt-Charakter von Bildern in der Forschung umstritten ist, da die menschliche Wahrnehmung stets durch „wahrnehmungsdeterminierende Technik-/Perspektive-/Informations-Kontexte“ (a.a.O.: 27) bestimmt ist. Er stellt somit fest: „Menschen machen sich ihre Bilder“ (ebd.). Dies wird auch durch die Aussage von Paul gestützt, der anführt, dass „Bilder keine einfachen Spiegelungen historischer Wirklichkeit sind“ (Paul, 2008c: 27) sondern „kulturelle Kodierungen und mediale Transformationen, deren wichtigste Merkmale der Ausschnitt und die Perspektive sind“ (ebd.). Laut Paul sind Bilder außerdem „immer auch Aktivposten oder kommunikative Medien, die unsere Wahrnehmung von Vergangenheit und Gegenwart strukturieren, Handlungen auslösen und die Realität in zunehmendem Maße prägen oder gar konstituieren“ (a.a.O.: 28).

Als letzte Definition soll jene von Marion G. Müller angeführt werden, auf deren Methode sich die im weiteren Verlauf der Arbeit folgende Analyse der Fotografien stützt. Müller führt an, dass der Bildbegriff, der in der visuellen Kommunikationsforschung zum

Einsatz kommt, „in immaterielle, geistige Bilder (*mental images*) und in materielle Bilder (*material images*)“ (Müller, 2003: 20) differenziert werden kann. Bei Untersuchungen sei es von Vorteil, sich auf einen der beiden Aspekte zu konzentrieren. Während sich der allgemeine Bildbegriff sowohl auf materielle als auch auf immaterielle Bilder anwenden lasse, grenze der Begriff *Bildnis* die Materie in „materialisierte Darstellung“ (a.a.O.: 23) ein. „**Ein Bildnis ist ein vom Menschen gestaltetes materielles Abbild, das nicht notwendig dem Abgebildeten ähnlich ist [Hervorh. im Orig.]**“ (a.a.O.: 24).

2.1.2. Bildkommunikation

Bildkommunikation konzentriert sich zu einem wesentlichen Teil auf das Veranschaulichen und Sichtbarmachen von Sachverhalten. In der Regel liegt bei Bildkommunikation, wie bei jeder Art von Kommunikation, der Wunsch vor, dass die Kommunikationsabsicht vom Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin verstanden wird (vgl. Sachs-Hombach, 2006: 187f). Der Bildprozess kann laut Drechsel als schematisches Dreieck gedacht werden: „Zwischen imaginierendem Blick und erblicktem Bild vermittelt eine Übertragungsfunktion, d.h. ein Medium. Blick und Bild verschmelzen dabei miteinander. Anders ausgedrückt: Das physisch präsente Objekt ist nicht identisch mit dem gesehenen Objekt“ (Drechsel, 2005: 35). Diesbezüglich kommt den jeweiligen Kontexten zentrale Bedeutung zu (vgl. a.a.O.: 38). Bildkommunikation funktioniert nach einer „nicht-rational-argumentativen Logik“ (Müller, 1999: 19), nämlich über Assoziationen, die sich wiederum auf Vorbilder stützen.

2.1.3. Die Macht der Bilder

Gerhard Paul spricht von einer „Allgegenwart der technisch und elektronisch erzeugten und kommunizierten Bilder“ (Paul, 2008c: 14), die unser Leben, unsere Erinnerungen und Ansichten prägt und sich auch maßgeblich auf gesellschaftliche Bereiche wie Politik, Kultur und Wirtschaft auswirkt. Im 20. Jahrhundert seien drei Revolutionen zu verzeichnen, aufgrund derer es unter anderem von Frank Kämpfer als visuelles Jahrhundert bezeichnet wurde: „eine technische Medienrevolution zu Beginn, eine elektronische Revolution in der Mitte und eine digitale Revolution seit Ende des Jahrhunderts“ (ebd.). Medien, die durch diese Entwicklungen populär wurden, waren

etwa die Fotografie, der Film und das Fernsehen sowie der Computer und das Internet. Diese beeinflussen wiederum die zeitgenössische Kommunikation, Ansichten und die diversesten gesellschaftlichen Teilbereiche (vgl. ebd.).

Ähnliche Ansichten finden sich auch bei anderen AutorInnen, beispielsweise führt auch Drechsel an, dass „menschliche Kommunikation und menschliches Weltwissen [...] zentral auf Bildlichkeit“ (Drechsel, 2005: 17) beruht. Der Einfluss von Bildern ist bereits so verinnerlicht und im Alltag verankert, dass wir kaum über sie und ihre Bedeutung nachdenken (vgl. Büttner/Gottdang, 2006: 12). Dies bedeutet aber nicht, dass ihnen weniger Bedeutung zukommt: Roswitha Breckner führt an, dass in bildtheoretischen Diskussionen die Auffassung weit verbreitet ist, „dass Bilder im Rahmen von Symbolisierungsprozessen wesentliche Elemente der Gestaltung von Welt sind“ (Breckner, 2010: 30). Diese Ansicht geht auf die auf Ernst Cassirers Überlegungen basierende Prämissen zurück, dass der Mensch „ein zur Symbolbildung fähiges Lebewesen“ (ebd.) ist und nicht zuletzt durch dieses Charakteristikum überhaupt erst „zum menschlichen und sozialen Wesen wird“ (ebd.). Auf Langers Ansatz Bezug nehmend führt Breckner an, dass Bilder „eine Form von Erkenntnis“ (a.a.O.: 51) ermöglichen, „die der diskursiv-sprachlichen nicht analog und entsprechend nicht gänzlich in sie übersetzbare ist“ (ebd.). Dennoch darf nicht vergessen werden, dass auch der sprachlichen Ebene diesbezüglich eine wichtige Bedeutung zukommt, nämlich in Bezug auf die Interpretation der Bilder (vgl. ebd.).

KritikerInnen haben häufig angeführt, dass ein Problem der zunehmenden Zentralität von Bildern in unserem Alltag deren potentielle Manipulierbarkeit und deren Einsatz für ideologische Zwecke sei (vgl. Sachs-Hombach/Schirra, 1999: 28). Denn häufig wird Bildkommunikation weniger stark hinterfragt als verbale Kommunikation, die Inhalte von Bildern, beispielsweise von Fotografien, werden als bare Münze hingenommen, da sie Objektivität und Authentizität suggerieren (vgl. Bernhardt et al., 2009: 12; vgl. Paul, 2008c: 14). Dass PolitikerInnen sich dies zunutze machen, ist keine neue Entwicklung. Auch zu früheren Zeiten wussten die HerrscherInnen über die Macht der Bilder Bescheid und setzten diese zur Beeinflussung der UntertanInnen ein. So ist die Bedeutung von Bildern für das Volk im Mittelalter und der Neuzeit etwa über jene der verbalen Kommunikation gestellt worden, da davon ausgegangen wurde, dass sich Bilder stärker in das Gedächtnis einprägen, und schon in der Antike war die Selbstinszenierung der MachthaberInnen ein zentraler Aspekt der Herrschaft (vgl. Drechsel, 2007: 115). Martin

Warnke führt diesbezüglich an, dass der Grund für die hohe Bedeutung, die visuellen Kommunikationsformen zugesprochen wurde, ihren Grund auch in der Autosuggestion haben könnte:

„Es ist denkbar, daß weniger die Untertanen oder das Volk als vielmehr die Initiatoren selbst und ihre Getreuen die süchtigsten Konsumenten der visuellen Botschaften sind. Der aufbauende, stabilisierende Effekt einer bildlichen Selbstinszenierung auf deren Träger und Beförderer ist vielleicht die eigentliche Triebkraft für den nicht nachlassenden und gerade in aufgeklärten demokratischen Gesellschaften forcierten Einsatz visueller Medien“ (Warnke, 1994: 170).

2.1.4. Das Verhältnis von Wort und Bild

Sprache und Bild stellen zwei unterschiedliche Kommunikationsformen dar, die sich aber dennoch in vielen Aspekten ähnlich sind (vgl. Sachs-Hombach, 2006: 181). Als ein Unterschied kann angeführt werden, dass „bei der Sprache der Ersatz für die Wahrnehmung *aus dem Gedächtnis* geholt wird (ausgelöst durch sprachliche Zeichen), beim Bild *aus der Sinnestätigkeit [Hervorh. im Orig.]*“ (Boeckmann, 1994: 121). Im Gegensatz zum Wort verfügt das Bild über eine gewisse Ähnlichkeit zu dem, was es darstellt. Es kann also von einer „Übereinstimmung des Bezeichnenden mit dem Bezeichneten“ (Doelker, 2002: 52) gesprochen werden, was das Bild wiederum konkreter und „unmittelbarer entschlüsselbar“ (ebd.) macht als das Wort. Das Bild zeichnet sich außerdem besonders durch seine Vieldeutigkeit aus, die Bedeutung eines Bildes ist im Vergleich zum Wort offen (vgl. a.a.O.: 58).

Das Bild hat gegenüber dem Text den Vorteil, dass es durch die Sinne erfahrbar ist (vgl. Doelker 2002: 52). Außerdem sind Bilder in der Regel eng an Emotionen gekuppelt, sie lösen sofort etwas in uns aus und wirken sympathisch oder unsympathisch auf uns. Eine wichtige Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang der Darstellung von Gesichtern zu (vgl. a.a.O., 57f). Aufgrund der schon angesprochenen Konkretheit von Bildern, können mit ihnen komplexe Sachverhalte schnell erfasst werden, durch die verschiedenen „Repräsentationsdimensionen (etwa Farbe, Form, Größe, Position der Einzelemente, Liniendicke etc.)“ (Sachs-Hombach, 2006: 184) können Sachverhalte strukturierter dargestellt werden. Ein weiterer großer Vorteil des Bildes ist dessen Möglichkeit, reale Sachverhalte sehr detailgetreu darzustellen (vgl. Doelker, 2002: 23). Befunde aus der Psychologie legen nahe, dass Bilder besser im Gedächtnis bleiben als sprachliche

Elemente, dass sie schneller Emotionen und Einstellungsänderungen bei den RezipientInnen erzeugen können und besonders glaubhaft sind (vgl. Sachs-Hombach/Schirra, 1999: 37f).

Als Nachteil visueller Medien kann angeführt werden, dass „komplizierte Bedingungsverhältnisse wie Zeitverhältnisse oder Konditionale“ (Sachs-Hombach, 2006: 185) nur bis zu einem gewissen Grad ausgedrückt werden können. Abstrakte Sachverhalte können durch die Konkretheit des Bildes häufig nicht adäquat dargestellt werden. Um Bilder in ihrer Gesamtheit zu verstehen sind außerdem in der Regel Kontextinformationen notwendig (vgl. Sachs-Hombach/Schirra, 1999: 34). Sachs-Hombach führt allerdings an, dass die Nachteile von Bildern umstritten sind, da es auch eine Vielzahl an Gegenbeispielen gibt (vgl. Sachs-Hombach, 2006: 185).

2.1.5. Bedeutungen, Funktionen und Typen von Bildern

Doelker formuliert verschiedene Bedeutungsebenen von Bildern: die subjektive Bedeutung (zentral ist die Persönlichkeit der rezipierenden Person), die inhärente Bedeutung (die dem Text innenwohnende Bedeutung), zu der wiederum folgende Bedeutungsebenen gehören: Die „*Spontane Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (Doelker, 2002: 148), bei der es herauszufinden gilt, ob etwas wirklich als intendierte Botschaft angesehen werden kann oder mehr zufällig, aus dem Wunsch heraus, Aufmerksamkeit zu erzielen, entstanden ist; die „*Feste Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), die „*Artikulierte Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), die „*Latente Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 149), wobei bei letzterem auf die Bedeutung von Symbolen Bezug genommen wird, sowie die „*Intertextuelle Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.). Neben der subjektiven und der inhärenten Bedeutung führt der Autor noch die intendierte Bedeutung an, die wiederum in verschiedene Unterkategorien unterteilt werden kann: in die „*Deklarierte Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), die etwa durch „Titel und Legende des Bildes [sowie weitere Aussagen des Bildproduzenten/der Bildproduzentin, Anm. K.F.] die Absicht des Autors erkennen“ (ebd.) lassen; die „*Transtextuelle Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), zu der „der Zeitpunkt der Herstellung des Bildes [...] und Hinweise aus dem biografischen und zeitgeschichtlichen Hintergrund“ (ebd.) zählen; die „*Funktionale Bedeutung [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), die sich, wie die Bezeichnung schon sagt, auf die Funktion bezieht; die „*Kontextuelle Bedeutung*

[*Hervorh. im Orig.*]“ (ebd.), in deren Rahmen sich öfter vorkommende „Motive und Macharten“ (a.a.O.: 150) finden lassen, die zur Interpretation herangezogen werden können; sowie die „*Intertextuelle Bedeutung* [*Hervorh. im Orig.*]“ (ebd.).

Doelker führt im Kontext der funktionalen Bedeutung folgende Funktionen von Bildern an: Zunächst die *registrative Funktion*, auf die er auch unter der Bezeichnung *Spurbilder* Bezug nimmt. Das Bild sei „nicht das Ereignis selbst, sondern eine Spur des Ereignisses, die uns mit der Wirklichkeit verbinden kann“ (Doelker, 2002: 70). Dies wurde vor allem mit dem Aufkommen der Fotografie möglich, als Beispiele können dokumentarische Aufnahmen oder Live-Übertragungen angeführt werden, diese Funktion nimmt aber auch auf Fotos Bezug, die im Alltag der Menschen dazu dienen, etwas festzuhalten, beispielsweise Hochzeiten, Geburtstage und ähnliches (vgl. a.a.O.: 72). Die zweite Funktion, die Doelker anführt, ist die *mimetische Funktion*, auf die er auch unter der Bezeichnung *Abbilder* eingeht: „Außer durch Spurbilder lässt sich Wirklichkeit durch Abbilder, durch visuelle Repräsentationen von real Bestehendem festhalten“ (ebd.). Weiter gebe es die *simulativen Funktionen* oder sogenannte *Surrogatbilder*, bei denen das „Bild [...] für das Wesen“ (a.a.O.: 73) steht. Die *explikative Funktion* oder sogenannte *Schaubilder* lassen sich dahingehend umschreiben, dass bestimmte Dinge mittels visueller Kodierung gezeigt werden (vgl. a.a.O.: 74). Die *digetische Funktion*, oder *Phantasiebilder*, nimmt auf Bilder Bezug, die in der Realität nicht zwangsläufig eine Entsprechung finden müssen (vgl. a.a.O.: 75). Weiter führt er die *appellative Funktion* an und bezeichnet die damit in Verbindung stehenden Bilder als *Pushbilder*, die beim Rezipienten oder der Rezipientin etwas auslösen, „weil sie unmittelbar emotional wirken“ (a.a.O.: 76). Die *dekorative Funktion* oder sogenannte *Zierbilder* dienen, wie der Name schon sagt, der Verzierung und Schmückung von Dingen und Körpern (vgl. a.a.O.: 77). Die *phatische Funktion* oder sogenannte *Füllbilder* haben die Aufgabe, „Verbindung herzustellen“ (a.a.O.: 78), dies kann etwa die Musik während einer Telefonwarteliste sein oder „Studiodekor, institutionalisierte Gesichter der Sprecher“ (ebd.) im Fernsehen. Die *ontische Funktion* bezieht sich auf sogenannte *Clipbilder*, bei denen ein Bild „sozusagen aus einem anderen Kontext herausgeschnitten“ (a.a.O.: 79) wird, zum Beispiel wenn ein Bild aus einer Zeitschrift ausgeschnitten wird. Schließlich gibt es laut Doelker noch die *energetische Funktion*, auf die er sich mit dem Begriff *Wirkbilder* bezieht: „Zweck des energetischen Bildes ist es, eine ständige Wirkung auszuüben. Je nach Standpunkt und

Interessenlage von Kommunikator und Rezipient mag diese Wirkung eine positive oder eine negative sein“ (a.a.O.: 83).

Für Paul sind besonders vier Bildgattungen relevant: Ikonen, Schlagbilder, Schlüsselbilder und ikonische Bildcluster (vgl. Paul, 2008c: 28f). Diese vier Gattungen sollen hier kurz erläutert werden.

„Als Ikonen werden [...] zunächst allgemein alle jene Bilder bezeichnet, die aufgrund der Häufigkeit, der Dauer und der Streuung ihrer Publikation einen hohen Bekanntheitsgrad besitzen, sich aufgrund ihres ikonischen Potenzials und ihres Gebrauchswerts aus der medialen Bilderflut herausheben, auf die Betrachter eine besondere emotionale Wirkung ausüben und zeitgenössisch national oder global als kognitive und/oder emotionale Leitbilder fungieren“ (Paul, 2008c: 29).

Ursprünglich bezog sich der Begriff auf die Darstellung von Heiligen im religiösen Kontext. In der Entwicklung eines Bildes zur Ikone spielen die (Massen-)Medien eine relevante Rolle.

„Damit ein Bild als Ikone wirken kann, muss es so viel Vertrautes und Bekanntes (Archetypen, religiöse Klischees, alltägliche Bildmuster) aufbieten, dass es einen Anknüpfungspunkt im eigenen Denk- und Bezugssystem findet, aber auch so viel Fremdes und Unbekanntes, dass es Aufmerksamkeit erzielt“ (Paul, 2008c: 29).

Die christliche Ikonografie spielt für die Bildung von Ikonen immer noch eine bedeutende Rolle. Paul differenziert den Begriff der (Medien-)Ikone weiter in Superikonen („die über Kulturen, Generationen und Schichten hinweg bekannt, vermittelt und wirksam sind“ (Paul, 2008c: 29) wie beispielsweise Michelangelos Pieta), Ereignisikonen („Sie repräsentieren vornehmlich in Fotografie, Film und Fernsehen herausragende politische und kulturelle Ereignisse, Attentate und Katastrophen“ (ebd.), beispielsweise 9/11), politisch-personale Ikonen (zum Beispiel „die zahlreichen Herrscher-, Führer- und Politikerbilder des 20. Jahrhunderts, die an kein besonderes Ereignis gebunden sind“ (ebd.)); Popikonen (Sexikonen wie Marilyn Monroe, Comic- u Zeichentrickikonen wie Micky Maus, Leitfiguren wie Che Guevara, Ikonen der Musikindustrie wie Madonna). Weiter gebe es Werbeikonen, soziale Ikonen (wie die Aufnahmen der „Migrant Mother“), Technik- und Fortschrittsikonen (wie das Auto) und Bildungs- und Wissenschaftsikonen (zum Beispiel das Atommodell) (vgl. a.a.O.: 29f).

Der Begriff *Schlagbild* wurde von Aby Warburg eingeführt und „zielt auf eine bestimmte Funktion und Wirkung eines Bildes“ (Paul, 2008c: 30) ab. Den RezipientInnen sollen spezifische Standpunkte nahe gelegt werden. „Schlagbilder sind durch Form und Farbe,

Schnitt und Retusche grafisch gestaltete, öffentliche Bilder jenseits und neben der Kunst, die erst durch die technischen Innovationen der Reproduzierbarkeit möglich werden“ (ebd.). Sie greifen auf Symbole und Embleme sowie auf Klischees und Stereotype zurück (vgl. ebd.).

Unter Schlüsselbildern werden Bilder verstanden, „die ein historisches Ereignis auf eine kurze Formel bringen und durch ihren hohen Wiedererkennungswert ikonische Qualität besitzen“ (Paul, 2008c: 31). Als Beispiel kann etwa die bekannte Fotografie des Jungen aus dem Warschauer Getto angeführt werden (vgl. ebd.).

Während die ersten drei Typen vor allem auf Einzelbilder anwendbar sind, nimmt Paul mit dem Begriff des ikonischen Bildclusters Bezug auf die „bewegten filmischen und televisuellen Bildfolgen sowie [...] die neuen virtuellen Bilderwelten“ (Paul, 2008c: 32).

2.1.6. Bilder als Quellen

Horst Bredekamp spricht Bildern als Quellenmaterial aufgrund ihrer Fähigkeit, den RezipientInnen das Gefühl einer Teilnahme am Dargestellten zu geben, einen speziellen Stellenwert zu (vgl. Paul, 2008c: 28). Als Quellen können Bilder dazu dienen, Alltagskulturen nachzuzeichnen, beispielsweise durch Darstellungen der Kleidung bestimmter Personen(gruppen) in der Geschichte (vgl. Burke, 2010: 91). Das Bild ist dabei insofern im Vorteil, dass viele Dinge als so selbstverständlich hingenommen werden, dass sie in sprachlicher Kommunikation gar nicht erst festgehalten werden. In Bildern über oder aus der jeweiligen Zeit finden sich aber dennoch Abbildungen und Verweise (vgl. a.a.O.: 111).

Der Rückgriff auf visuelle Medien als Quellen kann aber auch Probleme mit sich bringen. Zunächst muss beachtet werden, dass Bilder „stumme Zeugen“ (Burke, 2010: 15) sind, die Problematik liegt bereits darin, die Bildaussage „in Worte zu übersetzen“ (ebd.). Des Weiteren darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Bilder immer im Rahmen der zeitgenössischen Ansichten und Perspektiven heraus entstehen, das jeweilige Denken also zentral mitspielt. Ohne die jeweiligen Kontexte zu kennen, ist es daher schwierig, Bilder ganzheitlich zu verstehen (vgl. a.a.O.: 216).

Für Bohnsack ist es eine wichtige Aufgabe der sozialwissenschaftlichen, besonders der qualitativen Forschung, Bilder zu erforschen, dieser sind sie seiner Meinung nach bisher

allerdings nicht genügend nachgekommen (vgl. Bohnsack, 2007: 21; Bohnsack, 2014: 157). Stattdessen nehme das Bild in der empirischen Sozialforschung sowie im Rahmen von qualitativen Methoden gegenüber dem Text eine marginale Stellung ein (vgl. Bohnsack, 2007: 21f). Als Gründe dafür sieht er sowohl den *linguistic turn*, also die Konzentration auf sprachwissenschaftliche Aspekte, der in einem engen Zusammenhang mit dem Wiederaufleben der qualitativen Methoden in den 1970er Jahren stand, sowie „das Paradigma der Textinterpretation“ (a.a.O.: 23) in der qualitativen Forschung. Bohnsack konstatiert, dass es in der Sozialforschung „an einer Differenzierung zwischen zwei sehr unterschiedlichen Arten der bildhaften Verständigung fehlt: zwischen der Verständigung *über* das Bild einerseits und der Verständigung *durch* das Bild andererseits“ (a.a.O.: 24). Während erstere in der Forschung durch textliche Verständigung stattfindet, wird die Verständigung durch das Bild nicht einbezogen. Die Verständigung durch das Bild basiert vor allem auf „stillschweigenden [...] Wissensbeständen“ (ebd.), diese „strukturieren vor allem das habituelle, das routinemäßige Handeln und werden ganz wesentlich erlernt im Modus der Verinnerlichung [...] von sozialen Szenerien, von Gebärden, Gestik und Mimik“ (ebd.). Um Körperhaltungen, Mimik, Gestik und andere nonverbale Kommunikation richtig deuten zu können, müssen wir bereits über „ikonische Schemata verfügen“ (Bohnsack, 2014: 159).

2.1.7. Politische Bilder

Die Frage, wie der Terminus politisches Bild definiert werden kann, wurde in den meisten Forschungen zu Politik und Bildlichkeit lange nur angeschnitten oder ganz außen vor gelassen (vgl. Drechsel, 2005: 65). Meist erfolgt eine Gleichsetzung von politischen Bildern mit Bildern, „die staats- und parteipolitische Sujets abbilden, zumindest aber Politik explizit thematisieren“ (a.a.O.: 67). Damit erfolgt aber eine Verkürzung der Thematik und des potentiellen Quellenmaterials. Drechsel gibt auf die Frage, was ein politisches Bild ist, folgende Antwort: „*Jedes Bild ist dann ein politisches Bild, wenn es (auf welche Weise auch immer) intersubjektiv überprüfbar in Zusammenhang mit Politik gestellt wird [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 74). Politische Bilder sind somit nicht nur Bilder, die Politiker oder gängige Politiksymbole abbilden, sondern auch Bilder, die durch die mit ihnen verbundene Kontextualisierung einen Bezug zu Politik aufweisen.

„Jedes Bild kann durch politische Kontexte politische Bedeutung erlangen – jedes Bild kann also zum politischen Bild werden“ (a.a.O.: 75). Wie wird ein Bild nun intersubjektiv überprüfbar mit Politik in Zusammenhang gestellt? Als zentrale Aspekte dafür führt Drechsel den Blick des Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin an, der das Bild mit Politik in Zusammenhang bringt (vgl. a.a.O.: 76f). Der zweite Aspekt ist jener des Bildträgers, „etwa eine Fotografie, die zur visuellen Rahmung eines staatspolitischen Treffens genutzt wird“ (a.a.O.: 77). Der dritte Aspekt, wie ein Bild zum politischen Bild werden kann, ist, „wenn sein (vor-)ikonographisches oder ikonologisches Sujet begründet in Zusammenhang mit mindestens einer öffentlich verbindlichen Entscheidung gebracht werden“ (a.a.O.: 78). Es geht im dritten Punkt also um die Bildbedeutung. Alle Bilder können also potentiell politisch sein, es kommt auf Kontextualisierungen, Zuschreibungen etc. an. „Bildwerke sind nicht auf spezifische (politische) Bedeutungen festzulegen, sondern ändern sie je nach ihren Kontexten“ (Drechsel, 2007: 110).

Drechses Definition des politischen Bildes stellt eine Anknüpfung an Überlegungen der Politischen Ikonografie dar, die dafür plädiert, „den Zusammenhang von Politik und Bildlichkeit nicht auf einige wenige Kunstgattungen beschränkt zu verstehen, sondern die einschlägigen Forschungsaktivitäten zunehmend auf alle Bereiche (post-)moderner Bildlichkeit auszuweiten“ (Drechsel, 2007: 111). Bekannte AutorInnen, die diesen Ansatz vertreten, sind etwa Michael Diers und Marion G. Müller.

2.1.8. Semiotik – Das Bild als Zeichen

Die Semiotik bezeichnet die Lehre oder Wissenschaft der Zeichen (vgl. Drechsel, 2005: 22; vgl. Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 26). Sie befasst sich „mit einzelnen Zeichen und allen Arten von deren systematischer Verbindung, mit der Wirkungsweise von Zeichen und dem Aufbau von Zeichensystemen“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 26) und kann als „meta-disziplinärer Ansatz“ (Grittman, 2007: 120) verstanden werden, da sie „sich u.a. mit der Struktur und Bedeutung (kultureller) Zeichen allgemein beschäftigt und speziell mit der Frage, wie Zeichensysteme als Träger von Bedeutungen funktionieren“ (ebd.). Ursprünglich wurde der Begriff der Semiotik in der Medizin verwendet, sie stellte eine Methode zur Symptomerkennung dar (vgl. Frotscher, 2006: 21).

Der Begriff *Zeichen* ist innerhalb der Semiotik als relationales, nicht natürliches sondern konstituiertes Element definiert, das immer „in Beziehung zu anderen Zeichenträgern“ (Withalm, 2010: 127) steht. „Als Zeichen werden alle Mittel verstanden, die dazu benutzt werden, in der Kommunikation etwas mitzuteilen. Das können Texte oder Bilder sein, auch Gegenstände wie die Kleidung“ (Kroeber-Riel, 1996: 28). Ein Zeichen ist „etwas, das für ein anderes Etwas steht“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 27), was dieses andere Etwas ist, kann von Person zu Person unterschiedlich sein, es hängt vor allem von kulturellen Konventionen und Vorstellungen ab (vgl. ebd.). Was den Zeichen aber gemein ist, ist ihre Zweiseitigkeit, diese kann durch verschiedene Begriffspaare zum Ausdruck gebracht werden, etwa durch „Bezeichnetes/Bezeichnendes, Signifikat/Signifikant, signatum/signans oder Bedeutetes/Bedeutendes“ (a.a.O.: 28).

Die Semiotik kann in drei Bereiche unterteilt werden: Syntaktik, Semantik und Pragmatik (vgl. Kroeber-Riel, 1996: 28; vgl. Withalm, 2010: 126).

„Die Syntaktik beschäftigt sich mit den Eigenschaften und formalen Beziehungen der Zeichen selbst – die Semantik mit dem Inhalt (mit der Bedeutung) der Zeichen, also mit dem, was durch die Zeichen mitgeteilt wird – und die Pragmatik beschäftigt sich mit den Wirkungen der Zeichen auf ihre Benutzer, auf Sender und Empfänger“ (Kroeber-Riel, 1996: 29).

Es gibt zwei Hauptrichtungen beziehungsweise -traditionen, die linguistisch orientierte, auf europäische Wurzeln zurückgehende Semiolegie, die vor allem von Ferdinand de Saussure geprägt wurde, und die amerikanisch-philosophische Richtung der Semiotik, die besonders mit dem Namen Charles S. Peirce in Verbindung gebracht wird (vgl. Drechsel, 2005: 22f; vgl. Withalm, 2010: 125). Der Begriff *Semiotik* setzte sich seit Ende der 1960er Jahre schließlich für beide Stränge durch. „Die europäisch-linguistische Ausprägung wird jedoch auch häufig als strukturalistische Variante bezeichnet, um sie gegenüber der amerikanischen abzugrenzen“ (Grittman, 2007: 121).

Die Semiotik bezieht sich unter anderem auch auf Bilder. Die semiotische Bildwissenschaft wurde stark von Roland Barthes geprägt (vgl. Drechsel, 2005: 23). Seine Theorie bezieht sich in grundlegenden Teilen auf Saussures Modell, in dem dieser „Sprache als soziales Produkt“ (Grittman, 2007: 121) versteht und dessen entscheidender Aspekt ist, dass die „Beziehung der Vorstellung zur Bezeichnung“ (ebd.) anstatt jener der Bezeichnung zur Realität untersucht wird. Bei Peirce und seinen NachfolgerInnen hingegen steht das Verhältnis zur Realität im Zentrum. Barthes

entwickelte Saussures Modell schließlich weiter und unterschied zwischen den beiden „semiotischen Systemen“ (a.a.O.: 122) Sprache und Mythos, letzterer stellt für ihn eine Metasprache dar, während das System Sprache als Objektsprache bezeichnet wird. Als Beispiel kann der Begriff *Rose* genannt werden:

„Auf der ersten Ebene bezeichnet beispielsweise der Signifikant ‚Rose‘ als geschriebenes Wort die Vorstellung eines Signifikats ‚Rose‘ [...]. Die Vorstellung wird zusammen mit der Buchstabenfolge, dem ‚Bedeutendem‘, zu einem Zeichen. Dieses Zeichen ergibt den *Sinn* [Hervorh. im Orig.]. Als Zeichen wird es auf der zweiten, mythischen Ebene wieder zu einem Signifikant eines weiteren Begriffs, im Fall der Rose beispielsweise für die Leidenschaft, und die Rose wird damit zum Zeichen der Leidenschaft [...]. Barthes nennt dies [...] die ‚Bedeutung‘“ (Grittman, 2007: 122).

Der Mythos ist etwas, das von den ProduzentInnen hergestellt wird (vgl. a.a.O.: 123).

Die Semiotik fand auch Eingang in die Medienwissenschaft. Der Kommunikationsprozess kann diesbezüglich als „Zeichenprozess“ (Withalm, 2010: 132) aufgefasst werden, in dem den ProduzentInnen und RezipientInnen von Botschaften eine wichtige Rolle zukommt. Es kommt zu einer Verknüpfung von drei Aspekten: „Bedeutungskonstitution (*Semantik*), Struktur der Botschaft (*Syntaktik*) und Benutzung der Botschaft inklusive daraus resultierender Haltungen und Handlungen (*Pragmatik*) [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.). Kommunikation wird in dieser Hinsicht als „*Semiose*“ (ebd.) bezeichnet. Zu diesen theoretischen Überlegungen finden sich verschiedene Modelle, die in der vorliegenden Arbeit aufgrund dessen, dass sich stärker auf Panofskys Modell der Ikonologie und die adaptierte Form durch Marion G. Müller gestützt wird, nicht näher ausgeführt werden. In der empirischen Forschung kam die Semiotik besonders im Bereich der Werbung häufig zum Einsatz (vgl. a.a.O.: 134).

Die Bildsemiotik, das heißt die „auf die Bilder bezogene Semiotik“ (Kroeber-Riel, 1996: 29) ist insofern für die Bildkommunikation allgemein von Bedeutung, da sie besonders durch „die **semantischen** [Hervorh. im Orig.] Analysen des Bildes“ (ebd.) neue Einsichten erbracht hat. Bilder werden dann zu Zeichen, wenn „ihnen eine Referenz unterstellt wird, die über sie selbst hinausweist“ (Drechsel, 2005: 31). Die Bildsemiotik „untersucht Bilder, die als Zeichen verwendet oder verstanden werden“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 30). Es wird zwischen drei Aspekten von Zeichen unterschieden, nämlich in „*Ikon*, *Index* und *Symbol* [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.). Diese Unterscheidung geht auf Peirce zurück, der das Zeichen nach „*Zeichen* (Zeichen als

solche), *Objekte* (Zeichen in Relation zu Gegenständen) und *Interpretanten* (Wirkungen der Zeichen) [*Hervorh. im Orig.*]“ (ebd.) unterscheidet. Die Kategorie ikonische Zeichen bezeichnet ein Zeichen, das „eine Analogie mit dem Gegenstand aufweist, den es darstellt“ (a.a.O.: 31), beispielsweise Stadtpläne. Die zweite Kategorie, indexalische Zeichen, „bilden die Gegenstände nicht ab, stehen aber in einer realen Beziehung zu den Sachverhalten“ (a.a.O.: 32), die sie be-zeichnen. Der Index kann auch als Anzeichen bezeichnet werden, als Beispiel kann etwa Rauch als Zeichen von Feuer angeführt werden (vgl. ebd.). Die dritte Kategorie, symbolische Zeichen, bezeichnen schließlich Zeichen, „die keine Ähnlichkeit mit und keine reale Beziehung zu dem haben, wofür sie stehen“ (a.a.O.: 33). Es gibt nicht wie bei der zweiten Kategorie eine Kausalität, sondern die Verbindung zwischen Zeichen und Bezeichnetem wurde durch eine Konvention geschaffen, es ist somit ein Symbol. Beispiele dafür sind etwa Begriffe, die für bestimmte Sachverhalte und Gegenstände festgelegt wurden oder Bedeutungen, die konventionell gefestigt sind, etwa dass eine Rose für die Liebe steht. Ikon, Index und Symbol treten in der Praxis in den meisten Fällen überlagert auf (vgl. ebd.).

Volli argumentiert, dass Fotografien von politischen Persönlichkeiten besser verstanden werden können, wenn wir sie als Index auffassen, und nicht als Ikon:

„Ein Bild ist zweidimensional, die abgebildete Person aber dreidimensional; das Bild besteht aus Farbpigmenten, die Person aber aus Fleisch und Blut, usf. Ganz allgemein ist daher die Feststellung wichtig, daß alle ‚Ikonen‘ gegenüber der Komplexität des Realen radikale *Vereinfachungen* [*Hervorh. im Orig.*] sind“ (Volli, 2002: 217).

Als Schwäche der Semiotik kann etwa angeführt werden, dass „sie Bilder anhand der Spezifika sprachlicher Zeichen zu definieren sucht“ (Grittman, 2007: 133), und nicht anhand der spezifischen Charakteristika von Bildern selbst. Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Arbeit auf die ikonografisch-ikonologische Methode zurückgegriffen, die die Besonderheiten von Bildern stärker ins Zentrum stellt und laut Müller für die visuelle Kommunikationsforschung am anschlussfähigsten ist (vgl. Müller, 2003: 245).

2.2. Fotografie

2.2.1. Definition und Charakteristika von Fotografie

„Jede Fotografie ist ein Blick auf die Welt. Sie zeigt etwas, das wenigstens für einen Moment war und nun unwiederbringlich vorbei ist und doch als Foto noch vorhanden ist“ (Mietzner/Pilarczyk, 2003: 20). Als zentrale Merkmale einer Fotografie führen Mietzner und Pilarczyk „die Behauptung des Authentischen“ (a.a.O.: 21) sowie die Multiperspektivität an. Sie sprechen von fünf Perspektiven einer Fotografie: der Fotografinnenperspektive, die durch Ausschnitt und Bildgestaltung geprägt wird, die Abgebildetenperspektive, deren zentrale Aspekte Blickbeziehungen und Körperhaltungen sind, die BetrachterInnenperspektive, in die die subjektiven Ansichten der Betrachtenden hineinwirken, die „Perspektive derjenigen (der Personen oder/und Institutionen) [...], die es verwenden“ (a.a.O.: 21f) sowie die „Perspektive eventueller Auftraggeber“ (a.a.O.: 22). Weiter zeichnet sich die Fotografie durch ihren massenmedialen Charakter aus, der damit zu tun hat, dass Fotos „schnell und preiswert“ (a.a.O.: 24) hergestellt werden können, verstärkt wird dieses Charakteristikum durch die Digitalisierung von Fotografien (vgl. Pilarczyk, 2007: 229). Durch die große Verbreitung im Alltag haben sich auch Ritualisierungen und der Rückgriff auf Motivtraditionen etabliert, die als „Akt der gesellschaftlichen Konsensbildung“ (Mietzner/Pilarczyk, 2003: 25) angesehen werden können. Pilarczyk definiert Fotografien in einem anderen Text als „ästhetische Produkte, die auf die Rezipienten unmittelbar visuell wirken und als ästhetisches Ausdrucksmittel individuelle und kollektive kulturelle Sichtweisen vermitteln“ (Pilarczyk, 2007: 232). Fotografien sind außerdem „sozial konstruiert in dem Sinn, dass der soziale Status des Fotografen und des abzubildenden Gegenstands auf den Prozess der Aufnahme Einfluss nehmen“ (Harper, 2013: 406). Foxall definiert die Fotografie als „primary technology through which the world is visually performed“ (Foxall, 2012: 133).

Aus semiologischer und ideologiekritischer Perspektive beschäftigte sich etwa Roland Barthes mit der (Presse-)Fotografie. Er forderte bereits in den 1970er Jahren, „den sozialen Kontext von Fotografie zu berücksichtigen“ (Grittmann, 2007: 119). Barthes ging von der Annahme aus, dass Fotografien Bedeutungen herstellen. In den 1960er Jahren formulierte er in Bezug auf die Fotografie die Theorie der doppelten Botschaft, dabei bezieht er sich besonders auf die Pressefotografie und die Werbung. Andere WissenschaftlerInnen nahmen seine Überlegungen auf und entwickelten seinen Ansatz, der den sozialen Kontext ins Zentrum stellt, weiter (vgl. a.a.O.: 119f).

Laut Barthes ist das Bild „das perfekte *Analogon*“ (Barthes, 1990: 12) vom Wirklichen. Er definiert die Fotografie als „*Botschaft ohne Code [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), als „kontinuierliche Botschaft“ (ebd.). Die zwei Botschaften, die Künste mit nachahmendem Charakter gemein hätten, seien „eine *denotierte*, nämlich das *Analogon* als solches, und eine *konnotierte*, nämlich die Weise, auf die eine Gesellschaft gewissermaßen zum Ausdruck bringt, wie sie darüber denkt. Diese Dualität der Botschaften ist in allen Reproduktionen, die nicht-fotografisch sind, evident [Hervorh. im Orig.]“ (a.a.O.: 13). Die Fotografie stelle aber einen Sonderfall dar. „Da die Fotografie als mechanisches Analogon des Wirklichen auftritt, füllt die erste Botschaft gewissermaßen vollständig ihre Substanz aus und läßt keinerlei Raum für die Entfaltung einer zweiten Botschaft“ (a.a.O.: 14). Dennoch sei auch die fotografische Botschaft sehr wahrscheinlich konnotiert, die „Konnotation, das heißt die Einbringung eines zusätzlichen Sinns in die eigentliche fotografische Botschaft, wird auf den verschiedenen Ebenen der Produktion der Fotografie herausgearbeitet“ (a.a.O.: 16), etwa durch die Wahl des Bildausschnitts (vgl. a.a.O.: 12ff). Als Beispiel führt Barthes etwa eine Fotografie des ehemaligen US-Präsidenten Kennedy an, der „im Profil, die Augen himmelwärts, mit gefalteten Händen“ (a.a.O.: 17) dargestellt wird. Zentral sei das Wissen um Bedeutungselemente, die in diesem Foto zu finden sind, etwa die gefalteten Hände, die ikonografische Bezüge aufweisen und vor allem an eine betende Person erinnern (vgl. a.a.O.: 17f). Barthes resümiert:

„Man hat gesehen, daß der Konnotationscode wahrscheinlich weder ‚natürlich‘ noch ‚künstlich‘, sondern historisch ist oder, wenn man lieber will: ‚kulturell‘; die Zeichen sind darin Gesten, Haltungen, Ausdruckswirkungen, Farben oder Effekte, die kraft der Verwendung durch eine bestimmte Gesellschaft mit bestimmten Bedeutungen versehen sind [...] Dank ihres Konnotationscodes ist die Lektüre der Fotografie also immer historisch; sie hängt vom ‚Wissen‘ des Lesers ab“ (Barthes, 1990: 23).

Fotografien können als wissenschaftliche Quellen dienen. So erkannten etwa HistorikerInnen früh das Potential von Fotografien als „Hilfsmittel der Geschichte“ (Burke, 2010: 23). Wichtig ist und bleibt aber die Quellenkritik und somit die Frage, „ob und in welchem Maße man diesen Bildern trauen kann“ (ebd.). Fotografien können als spezifische Art von Bildern mit Methoden der Bildanalyse untersucht werden, berücksichtigt werden müssen aber unter anderem die Spezifika in Bezug auf das Potential für Symbolisierungsprozesse (vgl. Breckner, 2010: 263). Laut Mietzner und Pilarczyk kommt Fotos vor allem dann zentrale Bedeutung als Quellenmaterial zu, „wenn

es darum geht, entweder körperliche und habituelle Phänomene zu untersuchen“ (Mietzner/Pilarczyk, 2003: 25). Wichtig sei immer, dass „der historische, ästhetische als auch theoretische Kontext mit erhoben“ (ebd.) werde. Fotografien können als „Ausschnitte aus der gesellschaftlichen Wirklichkeit“ (Mikos, 2005: 458) angesehen werden, die „zugleich [...] der Kommunikation der Bildproduzenten mit den Nutzern der Bilder“ (ebd.) dienen. Die eigentliche Bedeutung wird erst bei der Rezeption entfaltet, davor kann lediglich von einer potentiellen Bedeutung gesprochen werden. Laut Mikos ist es wichtig, einzubeziehen, wie Inhalte in Bildern präsentiert werden, da dies wiederum Aufschluss darauf gibt, wie Wirklichkeit konstruiert wird (vgl. Mikos, 2005: 258f).

2.2.2. Fotografie und Wirklichkeit

Der Blick auf Fotografien veränderte sich im Laufe der Zeit. Zu Beginn wurde aufgrund der technischen Herstellung mittels eines Apparats und der Annahme, dass „die Gegenstände selbst beim Belichten Spuren auf der Platte hinterlassen“ (Burke, 2010: 24) davon ausgegangen, dass Fotografien die Realität widerspiegeln. In den 1920er Jahren wurde die Fotografie in künstlerische und dokumentarische Fotografie unterteilt, mit letzterer wurden nicht zuletzt „ästhetische Praktiken wie auch gesellschaftliche Ideen verbunden“ (Grittman, 2007: 110). Schon gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurde die Idee der Abbildung der Wirklichkeit kritisch hinterfragt, mit der Digitalisierung in den 1980er Jahren nahm dies noch zu.

„Wenn die analoge Fotografie über die Technik argumentiert hatte, dass das fotografische Bild ein Abbild sei, so wurde nun über die Technik einfach das Gegenteil behauptet: Durch die digitale Technik sei das fotografische Bild (und explizit auch die Pressefotografie) Fiktion. Letztlich folgen die Vertreter derselben Logik: Die Technik bestimmt den Realitätsgehalt“ (Grittman, 2007: 116).

Pilarczyk führt an, dass die Fotografie eine Verzerrung der menschlichen Wahrnehmung darstellt, „durch das Fotografien wird eine neue (fotografische, bildhafte) Realität geschaffen“ (Pilarczyk, 2007: 221).

Einfluss auf das Endergebnis des Fotoprozesses kann etwa auch die „Beschaffenheit der Photographie“ (Burke, 2010: 25) haben: Ein Foto kann als Sepia-Abzug eine ganz andere Wirkung haben als ein Farb- oder Schwarz/Weiß-Bild. Weiter können Fotografien durch Inszenierungen oder einfach durch die reine Auswahl des Ausschnittes beeinflusst werden (vgl. ebd.). Nicht nur dem Motiv kommt Bedeutung zu, sondern auch die „Bildform, Licht und Schatten, Hinter-, Mittel- und Vordergrund, dominante Linien und

andere kompositorische Details“ (Pilarczyk, 2007: 226) spielen eine Rolle. Auch der Zufall kann ein wichtiger Aspekt in Fotografien sein und als Quelle für Interpretationen dienen: „Zeigen sich doch in den kaum beherrschbaren, versteckten Details oft genug wesentliche Informationen darüber, wie die fotografierenden und die fotografierten Individuen ihre Wirklichkeit formen“ (a.a.O.: 224), beispielsweise in bestimmten Mimiken. „Im Unterschied zum Text ist beim fotografischen Bild zumeist nicht abschließend geklärt, in welchem Verhältnis Zufall und Intention Anteil an der Bildentstehung hatten“ (a.a.O.: 225).

2.2.3. Pressefotografie und politische Fotografie

Pressefotografien tauchten besonders seit den 1880er Jahren verstärkt in Zeitungen und Zeitschriften auf. Aufgrund der dem Foto zu Beginn zugeschriebenen Authentizität wurden Berichte so zu Augenzeugenberichten (vgl. Diers, 1997: 20f). In den 1920er Jahren kamen vermehrt Fotografien in Zusammenhang mit dem Aufkommen von Illustrierten auf. Weitergehende Bedeutung für den Journalismus erlangte die Pressefotografie laut Grittman allerdings erst in den 1990ern, zuvor wurde laut der Autorin den textbasierten Beiträgen weitaus größere Bedeutung beigemessen (vgl. Grittman, 2007: 30). PolitikerInnen und führende Persönlichkeiten lernten immer mehr, sich diesen neuen Bedingungen anzupassen und sich demgemäß zu verhalten, etwa mittels bestimmter Gesten, die auf Fotos besonders eindrücklich wirkten. Zu diesem Zweck fanden auch häufig Rückgriffe auf Muster und Motive aus der bildenden Kunst statt (vgl. Diers, 1997.: 23f). Solche Konventionen und Vorbilder ermöglichen wiederum eine verknüpfende Interpretation und Deutung von Bildern (vgl. Bernhardt et al., 2009: 12).

Grittman führt mehrere Systematisierungsversuche für Pressefotografien an, hier sollen nur einige kurz angeschnitten werden. So unterscheidet etwa Sachsse zwischen „Einzelbild und Bildserie“ (Grittman, 2007: 42). Weiter trifft er eine Klassifizierung von Fotografien als „Ereignisfotografie“ (ebd.), wozu er etwa Fotos von Naturereignissen und Sportveranstaltungen zählt. Auch die Nachrichtenfotografie zählt Sachsse zu dieser Kategorie. Andere Darstellungsformen, die seiner Meinung nach neben der Ereignisfotografie bestehen, sind die Porträtfotografie und die Featurefotografie. In Bezug auf Bildserien führt Sachsse ebenfalls drei Kategorien an: „die Bildreportage als Visualisierung eines Themas aus verschiedenen Perspektiven, die Bildgeschichte als

gestalteter Ablauf über mehrere Bilder und [...] die Bildsequenz“ (ebd.). Im Kontext der vorliegenden Arbeit sind folgende Kategorien besonders interessant: Die Feature-Fotografie, welche „Einzelaufnahmen bezeichnet, die Themen oder Begebenheiten von dauerhaftem Interesse zeigen und Stimmungen erzeugen“ (a.a.O.: 43), sowie die Porträtfotografie, in deren Rahmen Personen dargestellt werden (vgl. ebd.). Weitere Klassifikationsmöglichkeiten, die bei Grittman angeführt werden, sind die Unterteilung in „Personen-, Sach- und Landschaftsaufnahmen“ (a.a.O.: 66) oder, nach Wilking, die Unterscheidung in „Aufnahmen von Objekten bzw. Personen von Situationen und Gruppenfotos sowie Räumen“ (ebd.). Weitere Klassifikationen sind etwa jene von Traves und Cook, die lediglich zwischen Fotos, auf denen Menschen abgebildet sind, und Fotos, bei denen das nicht der Fall ist, unterscheiden oder die Differenzierung nach Bildmotiven, wie wir sie bei Fechter und Wilke finden, die eine Unterteilung in „Sach-, Landschafts-, Tier-, Architektur- und Personenaufnahmen sowie Dokumente“ (ebd.) vornehmen. Alle Klassifikationsmodelle anzuführen, würde jedoch den Rahmen der Arbeit sprengen.

2.3. Visuelle Kommunikationsforschung

Der folgende Abschnitt soll der visuellen Kommunikationsforschung gewidmet sein und einen kurzen Überblick über einige Methoden der Bildanalyse geben, allerdings ohne Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Marion G. Müller widmete sich diesem Themenbereich sehr ausführlich, deswegen soll in weiterer Folge des Öfteren Bezug auf sie genommen werden. Sie bezeichnet die visuelle Kommunikation als „ein methodisch nur schwer zu standardisierendes Forschungsfeld, da Bildkommunikation, im Unterschied zur Textkommunikation, auf nicht sequenziellen und bislang kaum systematisierten Codes aufbaut“ (Müller, 2011: 28). Visuelle Kommunikationsforschung untersucht nach Müllers Verständnis neben Bildern wie Fotografien auch Film- und Fernsehbilder sowie architektonische Artefakte, dies geschieht ohne „ästhetische Wertung“ (Müller, 2003: 13), zentral für den Forschungsgegenstand „ist lediglich, dass sich Bilder in einer materialisierten Form ausdrücken“ (a.a.O.: 20). Damit erfolgt auch eine Abgrenzung „von dem größeren Forschungsbereich interpersonaler nonverbaler Kommunikation“ (a.a.O.: 14), in dessen Rahmen auch auditive Aspekte untersucht werden. Müller definiert die visuelle Kommunikationsforschung als einen Teilbereich der Kommunikationswissenschaft, der sehr offen und interdisziplinär agiert und dessen Ziel

es ist, „Prozesse visueller Wahrnehmung und visueller Kommunikation transparent“ (a.a.O.: 13) zu machen und diese zu erklären.

2.3.1. Methoden der Bildanalyse

Marion G. Müller führt verschiedene Disziplinen an, die sich mit visueller Kommunikation beschäftigen. Für die von ihr definierte Ebene der Produktanalyse, die in der vorliegenden Arbeit durchgeführt werden soll und die später noch erläutert wird, sind ihrer Meinung nach besonders sprachwissenschaftliche, zeichentheoretische, psychologische und pädagogische sowie kunsthistorische Ansätze von Bedeutung, weshalb diese kurz beleuchtet werden sollen. Andere Ansätze, etwa aus der Philosophie oder Geschichte, werden hier nicht angeführt. Aufgrund der kommunikationswissenschaftlichen Ausrichtung der Arbeit sollen auch Ansätze aus diesem Bereich sowie aus der Sozialwissenschaft im Allgemeinen kurz beleuchtet werden.

Sprachwissenschaftliche und zeichentheoretische Ansätze konzentrieren sich vor allem auf textbasierte Quellen. Das Bild wird in diesem Zusammenhang „als ein Teil von Sprache verstanden“ (Müller, 2003: 155). Es bestehen Parallelen zur Semiotik, da auch im Rahmen dieser „das Visuelle unter einem Metabegriff“ (ebd.), nämlich dem Zeichen, zusammengefasst wird. In Bezug auf sprachwissenschaftliche Ansätze ist etwa die Metaphernforschung als Beispiel anzuführen (vgl. a.a.O.: 156). Psychologische und pädagogische Ansätze richten ihren Blick auf das Individuum (vgl. a.a.O.: 165). Genannt werden können etwa die Gestaltpsychologie, die Erforschung von visuellen Schemata sowie Forschungen zu parasozialer Kommunikation (vgl. a.a.O.: 171ff). Die Kunsthistorische Wissenschaft beschäftigte sich als „visuelle Leitwissenschaft“ (a.a.O.: 243) bereits Anfang des 20. Jahrhunderts mit Bildern. Als besonders populär erwies sich die ikonografisch-ikonologische Methodologie, auf die im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher eingegangen wird, aber auch der Stilgeschichte kommt Bedeutung zu.

Während sich in der amerikanischen Kommunikations- und Medienwissenschaft schon früh der Forschungsbereich der „Visual Communication“ entwickelte, beschäftigte sich die deutsche Disziplin nur am Rande mit visuellen Phänomenen, beziehungsweise stellten diese nur einen Teil des Bereiches der nonverbalen Kommunikation dar. Als Beispiele können etwa die Imageryforschung, die vor allem mit dem Namen Werner Kroeber-Riel

verbunden ist, der Ansatz des Berner Systems, welches sich auf Wirkungen und Rezeptionsprozesse konzentriert sowie Untersuchungen zur visuellen Wahlkampfkommunikation und die Film- und Fernsehforschung angeführt werden (vgl. Müller, 2003: 184ff).

In der Sozialwissenschaft findet die Beschäftigung mit dem Visuellen jedoch nicht nur in der Kommunikationswissenschaft statt, auch die Soziologie und Politikwissenschaft befassen sich mittlerweile mit Bildlichkeit. Anzuführen sind etwa die Beschäftigung mit symbolischer Politik (vgl. Müller, 2003: 201f). In der Politikwissenschaft haben sich im Rahmen der visuellen Kommunikation besonders die beiden Bereiche der Semiotik und der Politischen Ikonografie eingebürgert (vgl. a.a.O.: 203). Die Soziologie begann schon vor der Politikwissenschaft, Bilder zu untersuchen. So ist etwa der „wesentliche Grundgehalt der weltweit erfolgreichen Bildinterpretationsmethode – Panofskys ikonografisch-ikonologischer Dreischritt [...] – [...] soziologischen Ursprungs“ (a.a.O.: 204), da diese auf Karl Mannheims Überlegungen bezüglich den „kulturellen Bedeutungen von Bildern“ (a.a.O.: 206) basiert. Zudem sind die Kunstsoziologie und die Kunstoppolitologie anzuführen, die jeweils aus soziologischer oder politologischer Perspektive Kunst untersuchen (vgl. a.a.O.: 208ff).

2.3.2. Ikonografie und Ikonologie

Panofsky definiert die Ikonografie als „Beschreibung und Klassifizierung von Bildern“ (Panofsky, 2006: 41), die als Grundlage für die Ikonologie, die Interpretation von Bildern und deren Bedeutung, angesehen werden muss (vgl. a.a.O.: 41f). Konkret bezeichnet er die Ikonologie als

„eine Interpretationsmethode, die aus der Synthese, nicht aus der Analyse hervorgeht. Und wie die korrekte Feststellung von Motiven die Voraussetzung ihrer korrekten ikonografischen Analyse ist, so ist die korrekte Analyse von Bildern, Anekdoten und Allegorien die Voraussetzung für ihre korrekte ikonologische Interpretation“ (Panofsky, 2006: 43).

Um eine ikonologische Interpretation vornehmen zu können, bedarf es zuerst einer ikonografischen Analyse. Die Begriffe *Ikonografie* und *Ikonologie* werden in der Praxis jedoch oft synonym verwendet. Laut Müller bezeichnen die Begriffe im engeren Sinne eine „spezifische, qualitative Methode“ (Müller, 2011: 29), im weiteren Sinn stehen sie in Zusammenhang mit einem „Forschungsansatz, der die Ergründung von Bildbedeutungen

zum Ziel hat“ (ebd.). Die Ikonologie kann laut Müller als „forensische Methode“ (ebd.) bezeichnet werden:

„Das heißt, die besten ikonologischen Studien sind Detektivgeschichten vergleichbar, in denen eine Spur intuitiv verfolgt wird und die verschiedenen Bildbeweise aus unterschiedlichen Blickwinkeln quellenkritisch beleuchtet werden, um dann zum Schluss eine überzeugende Beweisführung vorzulegen, die bestenfalls nicht nur etwas über die Bedeutungen des Bildmaterials an sich, sondern über deren Entstehungs- und Rezeptionskontext aussagt“ (Müller, 2011: 29).

Es handelt sich um eine interdisziplinäre Methode (vgl. Müller, 2011: 32). Während die Semiotik Bilder, wie bereits besprochen, anhand von Charakteristika sprachlicher Zeichen analysiert, bezieht sich die ikonografisch-ikonologische Methode auf die „Besonderheit des Visuellen“ (Grittman, 2007: 133).

Die Ikonografie steht in einer „geisteswissenschaftlich und besonders kunsthistorisch geprägten Tradition“ (Müller, 2011: 30) und geht bis ins 16. Jahrhundert zurück, damals wurde sie „von Kunstsammlern und Archivaren zur Systematisierung ihrer Sammlungen eingesetzt“ (ebd.). Anfang des 20. Jahrhunderts übernahm Aby M. Warburg, ein Kunst- und Kulturwissenschaftler aus Hamburg, den Begriff. Zunächst benutzte er den Begriff *Ikonografie* für seine Forschung, später wurde dieser bei ihm durch den Begriff *Ikonologie* ersetzt, „zur Bezeichnung einer bestimmten Methode der visuellen Interpretation“ (ebd.). Zentral ist, dass Warburg nicht nur Bilder analysierte, die als Kunst klassifiziert werden konnten, sondern seine Methode auch auf „nicht-künstlerische Bilder ausweitete“ (Grittman, 2007: 137). Der Sinn von Bildern sollte erfasst werden, zu diesem Zweck wurden verschiedenste Quellen herangezogen, wichtiges Augenmerk kam auch dem Kontext des Bildes zu (vgl. a.a.O.: 134). Warburgs Kollege Panofsky, der im US-amerikanischen Exil lebte, arbeitete dort mit der ikonografisch-ikonologischen Methode und trug maßgeblich zu ihrer Verbreitung bei. Wegweisend war Panofskys 1932 veröffentlichter Artikel zur Methode der Bildinterpretation in drei Schritten. Diese bezeichnete er zuerst als Ikonografie, später wurde dieser Begriff durch jenen der Ikonologie ersetzt. Panofsky nahm in seiner Methodik nicht auf Warburg Bezug, weswegen sie in weiterer Folge vor allem mit dem Namen Panofsky verbunden wurde (vgl. Müller, 2011: 30). Dennoch darf nicht vergessen werden, dass der Grundstein schon bei Warburg zu finden war, auch wenn Panofsky „die methodologische Feinarbeit“ (Müller, 2003: 257) leistete.

Seine dreistufige Methode schuf Panofsky unter Bezugnahme auf den Philosophen Ernst Cassirer sowie auf den Wissensoziologen Karl Mannheim und den Kultursoziologen Georg Simmel (vgl. Müller, 2003: 257). Panofsky identifiziert drei Ebenen der Analyse von Bildern, mithilfe derer schließlich der dem Bild innewohnende Sinn herausgefiltert werden soll: den Phänomensinn, den Bedeutungssinn und den Weltanschauungssinn. Der Phänomensinn besteht aus dem „*Sachsinn* (etwa die Darstellung eines Menschen)“ (Wolf, 2006: 125) und dem „*Ausdruckssinn* (Darstellung des Menschen als schöner, trauriger usw. Mensch) [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.). Anhand dieser Kategorisierung definiert Panofsky drei Interpretationsebenen: Erstens, im Bereich des Phänomensinns, die „*vor-ikonographische Beschreibung*“ (Burke, 2010: 41), in welcher das primäre oder natürliche *Sujet* herausgefiltert wird. Hier geht es um die „*Identifizierung des Bildgegenstandes*“ (Grittman, 2007: 135), das heißt um die Identifizierung von Personen, Ereignissen, Gegenständen etc. Die Quelle des Phänomensinns ist laut Panofsky unsere subjektive Erfahrung (vgl. Panofsky, 2006: 43f). Zweitens, im Bereich des Bedeutungssinns, die *ikonographische Analyse*, welche das sekundäre oder konventionelle *Sujet* untersucht. Es geht um die Untersuchung des Bildthemas, also der Fragen, wer oder was auf dem Bild abgebildet ist, beispielsweise bestimmte Persönlichkeiten oder Ereignisse, und ob bestimmte Motive und Verknüpfungen zu finden sind. So würde etwa auf dieser Ebene die „*Tischgesellschaft mit den 13 Herren um eine lange Speisetafel [...] als Runde von Jesus und seinen Jüngern beim letzten Abendmahl*“ (Grittman, 2007: 135) identifiziert werden. Wichtige Quellen sind sowohl literarischer Art als auch „*Darstellungstraditionen und Typengeschichte*“ (ebd.). Während die beiden ersten Ebenen der Ikonografie zuzuschreiben sind, bezieht sich die dritte Ebene auf die tiefere Bedeutung eines Bildes. Es handelt sich um die *ikonologische Interpretation*, um den „*Gehalt des Sujets [Hervorh. im Orig.]*“ (Wolf, 2006: 125). Diese Ebene „*verdichtet all diese Formen, Motive, Anekdoten und Allegorien als Manifestation zugrunde liegender Prinzipien und führt auf die Ebene der symbolischen Werte*, auf der ein *Sujet* als *Symptom von etwas anderem* zu sehen ist [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.). Panofsky sah seine Methode als „*synthetisches Verfahren*“ (Müller, 2011: 37) an, welches „*durch die Zusammenführung und inhaltliche Verschmelzung der drei Ebenen seine eigentliche Wirkung erst als rückblickende Gesamtinterpretation gewinnt*“ (ebd.).

Als Stärke des Ansatzes kann die Erforschung von Motivtraditionen angesehen werden, welche wiederum dazu beitragen kann, „*den zeitgeschichtlichen Kontext zu*

rekonstruieren und Veränderungen festzustellen“ (Bernhardt et al., 2009: 55). Problematisch ist hingegen, dass es in der modernen Welt „keine allgemein verbindliche Ikonografie, sondern eine Vielzahl individueller Ikonografien“ (Müller, 2003: 252) gibt, was eine Interpretation erschwert. Ein Hauptkritiker von Panofskys Methode war Max Imdahl, der „die reduzierte Bedeutung von ‚Formen‘ und ‚Kompositionen‘ bei Panofsky“ (Bohnsack, 2007: 27) kritisierte. Imdahl entwickelte hingegen eine Methodik, jene der Ikonik, in der er sich mehr auf die „Gesamtkomposition und [...] Ganzheitlichkeit des Bildes“ (ebd.) konzentrierte. Ein anderer Kritiker war Otto Pächt, der besonders die „durch die ikonografisch-ikonologische Methode unterstellte Kommunikationsabsicht von Kunstwerken und der impliziten Annahme, hinter jedem sichtlich Wahrnehmbaren müsste sich ein tieferer Sinn verbergen“ (Müller, 2003: 252) kritisierte.

Verschiedene AutorInnen haben sich auf Warburgs und Panofskys Überlegungen gestützt und Methoden abgeleitet: Marion G. Müller etwa adaptierte Panofskys Modell, welches noch stark auf Bilder der Kunst bezogen war, für ihre visuelle Kontextanalyse, die in weiterer Folge noch näher erläutert und schlussendlich auch für die Analyse der ausgewählten Fotografien verwendet werden wird. In den 1990ern kam es zum Einsatz des ikonografisch-ikonologischen Ansatzes in der Kommunikationsforschung, unter anderem für die Analyse von Fotografien. Vor allem für die Erforschung der visuellen Kriegsberichterstattung und die Analyse von Fotografien aus der Zeit des Nationalsozialismus wurde die Methode häufig genutzt (vgl. Grittman, 2007: 138).

Martin Warnke zufolge ist die ikonografisch-ikonologische Methode auch auf Bilder der Massenmedien anwendbar, da sich „in der Moderne und der Gegenwart die soziopolitisch relevanten Motivtraditionen nicht mehr in der Kunst, sondern im Bildrepertoire der Massenmedien“ (Müller, 2011: 38) finden. Er begründete in den 1980er Jahren die Politische Ikonografie, welche als „Methode zur Analyse des inhaltlichen Zusammenhangs visueller Phänomene mit (staats-)politischen Institutionen“ (Drechsel, 2005: 178) angesehen werden kann. Forschungsgegenstände sind etwa Bilder, Denkmäler, aber auch Zeremonien und Feste, grob gesagt die „visualisierten [...] Formen von Politik, Macht und Herrschaft“ (Grittman, 2007: 142). Es wird vor allem darauf geachtet, das Forschungsfeld nicht zu beschränken, deswegen ist der Ansatz sehr vage und offen gehalten, die ihm verbundenen ForscherInnen arbeiten äußerst materialorientiert (vgl. Drechsel, 2005: 178). Warnke gründete den Bildindex zur Politischen Ikonographie, welcher eine Vielzahl von Bildern umfasst sowie eine

Forschungsstelle zum Forschungsbereich (vgl. Müller, 2003: 211; vgl. Müller, 2004: 341).

3. Politische Kommunikation und Bildpolitik

In der vorliegenden Arbeit soll der Definition von politischer Kommunikation von Ulrich Saxer gefolgt werden, die wie folgt lautet:

„Kommunikation‘ bezeichnet den Vorgang der Bedeutungsvermittlung. „Politik‘ ist jenes gesellschaftliche Teilsystem, das allgemein verbindliche Entscheidungen generiert. „Politische Kommunikation‘ ist ein zentraler Mechanismus bei der Herstellung, Durchsetzung und Begründung derselben. Daher ist politische Kommunikation nicht nur Mittel der Politik. Sie ist selbst auch Politik [Hervorh. im Orig.]“ (Saxer, 2002: 25).

Politische Kommunikation verfolgt das Ziel, der Bevölkerung Informationen zu vermitteln, dies kann sowohl auf Text- als auch auf Bildbasis geschehen (vgl. Kepplinger, 2002: 363). Durch den Einsatz von politischen Metaphern und Symbolen können politische Sachverhalte und Handlungen visualisiert werden (vgl. Münkler, 1994: 126; vgl. Wolf, 2006: 42). Besonders in Wahlkampfzeiten kommt politischer Kommunikation erhöhte Bedeutung zu (vgl. Bernhardt et al., 2009: 23). Als Teilbereich der politischen Kommunikation kann die politische Werbung identifiziert werden, die auf „die Wahl eines Kandidaten/einer Kandidatin oder die Annahme [...] eines politischen Issues“ (a.a.O.: 26) abzielt.

Bestimmte Themen können in der Öffentlichkeit mehr Aufmerksamkeit erzielen als andere. Peter Hejl nennt diesbezüglich

„Menschen [...] Konkurrenzsituationen [...] Auseinandersetzungen, bei denen Gewalt eine wichtige Rolle spielt [...] Machtkämpfe aller Art [...] Auseinandersetzungen, bei denen es darum geht, eine Situation zu erreichen oder wiederherzustellen, die als ‚gerecht‘ aufgefaßt wird [...] Auseinandersetzungen um Statuspositionen [...] Handlungen und Ansichten von Akteuren, die wir als ‚prominent‘ einschätzen, [...] Liebe und Sexualität in vielerlei Formen [...] Familienthemen, d.h. Themen, bei denen es um Heirat, Kinder und Verwandtschaftsbeziehungen geht, schließlich, mit einer gewissen Sonderstellung [...] Angebote zur Bestimmung unserer Rolle in der Welt und Angebote zur allgemeinen Handlungsorientierung, also Religion und/oder anders begründete Lebenshilfe [...] Kunst“ (Hejl, 1999: 115).

Visualisierungen gehen häufig mit dem Einsatz von populärkulturellen Aspekten einher. Die Verknüpfung dieser mit politischen Elementen steht „immer noch unter dem Generalverdacht der Manipulation“ (Borsig/Liermann/Merziger, 2010b: 16). Schnell wird an Propaganda gedacht, die meist mit einem unilinearen Kommunikationsmodell in Zusammenhang gebracht wird, welches besagt, dass „Kommunikatoren ihre Ziele nur mit

der nötigen Konsequenz verfolgen“ (a.a.O.: 14) und die Medien auf geschickte Art und Weise nutzen, um die RezipientInnen in gewünschter Weise zu beeinflussen.

Die Beziehung zwischen Medien und Politik ist aber viel weiter zu fassen. Durch den „Einfluss der erweiterten und neuartigen Rolle der Massenmedien für das politische System“ (Meyer, 2001: 75) kam es zu Grenzverschiebungen zwischen den beiden Systemen. Die Grenzen sind fließender geworden. Thomas Meyer führt vier Modelle an, die sich mit dem Verhältnis zwischen Medien und Politik befassen: Erstens das konstruktivistische Modell, das die Prämisse vertritt, „dass die Produkte des Mediensystems bezüglich des politischen Teilsystems einige der im Prinzip unbegrenzt vielen Möglichkeiten seiner erkennenden und beschreibenden *Konstruktion* [Hervorh. im Orig.] darstellen“ (a.a.O.: 76). Zweitens das Modell von Fritz Plasser, der von einer „*Verschmelzung* der beiden gesellschaftlichen Funktionssysteme der Politik und der Medien zu einem einzigen nach einer einheitlichen Logik funktionierenden *politisch-medialen Supersystem* [Hervorh. im Orig.]“ (a.a.O.: 77) spricht. Drittens führt Meyer Jürgen Leinemanns Modell an. Diesem zufolge verschmelzen im „Politikerhandeln in der Mediendemokratie [...] politische und mediale Dimension zu einer ununterscheidbaren Einheit, die sich aber aus der medialen Perspektive als solche noch distanziert beobachten lässt“ (a.a.O.: 79). Viertens nennt der Autor die These von Otfried Jarren und Hans-Jürgen Arlt, „*Politikprogramme* [Hervorh. im Orig.] entstünden in der Mediengesellschaft überhaupt erst in der medialen Kommunikation über sie“ (ebd.). Meyer selbst spricht im Zusammenhang mit Medien und Politik von einer sogenannten Mediokratie, die sich dadurch auszeichnet, dass sich die Politik der Medienlogik unterwirft und sich selbst dementsprechend inszeniert (vgl. Bernhardt et al., 2009: 24).

Andreas Dörner bezeichnete die „Symbiose von Politik und Unterhaltungskultur zum beiderseitigen Vorteil“ (Bernhardt et al., 2009: 25) als Politainment. Die Politik profitiert davon, da sie leichter in Kontakt mit der Bevölkerung treten kann, die Medien wiederum erreichen höhere Auflagen und Einschaltquoten (vgl. ebd.) Dörners Definition von Politainment lautet konkret:

„Politainment bezeichnet eine bestimmte Form der öffentlichen, massenmedial vermittelten Kommunikation, in der politische Themen, Akteure, Prozesse, Deutungsmuster, Identitäten und Sinnentwürfe im Modus der Unterhaltung zu einer neuen Realität des Politischen montiert werden“ (Dörner, 2001: 31).

Generell können „*unterhaltende Politik* und *politische Unterhaltung* [Hervorh. im Orig.]“ (Dörner, 2001: 31) unterschieden werden, deren Grenzen fließend sind. Erstere Form besteht, „wenn politische Akteure auf Instrumente und Stilmittel der Unterhaltungskultur zurückgreifen, um ihre jeweiligen Ziele zu realisieren“ (ebd.). Politische Unterhaltung liegt hingegen dann vor, wenn die „Unterhaltungsindustrie [...] gezielt politische Figuren, Themen und Geschehnisse als Material zur Konstruktion ihrer fiktionalen Bilderwelten“ (a.a.O.: 32) einsetzen. Politainment führt neben einer Konkretisierung und Emotionalisierung von Politik zu Aufmerksamkeitssteigerungen in Bezug auf politische Inhalte sowie Identifikationsmöglichkeiten (vgl. a.a.O.: 33f).

3.1. Inszenierung

Inszenierungen können als „bewusst gestaltete Realität“ (Müller, 2003: 28) bezeichnet werden. Boorstin vertritt die These, „dass ein großer Teil der Ereignisse, über die in den Nachrichten berichtet wird, eigens für die Berichterstattung vorab geplant, angeregt oder arrangiert werden. Er bezeichnet diese Ereignisse als Pseudo-Ereignisse“ (Grittman, 2007: 165). Als Beispiel nennt er etwa Pressekonferenzen. „Pseudo-Ereignisse sind damit wie symbolische Politik bewusst hergestellte Ereignisse, durch die Akteure versuchen, die Medienberichterstattung in ihrem Sinne zu steuern“ (ebd.). Hans Mathias Kepplinger griff auf Boorstins Überlegungen zurück und schuf eine „Typologie von Ereignissen [...], die dem Inszenierungsaspekt Rechnung trägt“ (ebd.). Er unterscheidet genuine und inszenierte sowie mediatisierte Ereignisse. Erstere sind Ereignisse, zu denen es unabhängig von Medienberichterstattung kommt, inszenierte Ereignisse sind hingegen die sogenannten Pseudo-Ereignisse. Bei mediatisierten Ereignissen handelt es sich um eine Zwischenstufe, nämlich um Ereignisse, die zwar nicht nur stattfinden, weil über sie berichtet wird, die durch diesen Aspekt allerdings mediengerecht geformt werden. Als Beispiele für letzteren Typ können etwa „Parteitage, Produktvorstellungen, Olympiaden und Dichterlesungen sowie mediatisierte Konflikte“ (ebd.) genannt werden. Problematisch dabei ist, dass die einzelnen Formen in der Praxis sehr schwer bestimmbar sind. Dennoch „kann politischem Handeln zumindest potenziell unterstellt werden, dass es die Möglichkeit medialer Berichterstattung immer schon mit einkalkuliert“ (a.a.O.: 166), weshalb genuine Ereignisse in der Praxis der Politik in der Regel ausgeschlossen, zumindest aber nicht erhoben werden können.

Laut Meyer, Ontrup und Schicha werden Handlungen „auf eine Effektdramaturgie hin konzipiert“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 54). Inszenierungen haben insofern einen Doppelcharakter, da sie „sowohl zur Sichtbarkeit politischer Prozesse als auch zu ihrer Verschleierung beitragen können“ (Arnold/Fuhrmeister/Schiller, 1998b: 10). Tendenziell nutzen Demokratien Inszenierungen eher, um Legitimation zu erzielen, während Autokratien und totalitäre Regime eher auf unkritische Zustimmung der Bevölkerung abzielen (vgl. a.a.O.: 11). Meyer konstatiert: „*Es entsteht eine medial inszenierte Schaupolitik, wobei das Publikum auf Anhieb nicht mehr erkennen kann, ob sie das politisch Hergestellte werbekundig darstellt oder nur noch die Darstellung als Herstellung ausgibt [Hervorh. im Orig.]*“ (Meyer, 1998: 47).

Bei Inszenierungen können verschiedene Strategien zum Tragen kommen. Zu nennen wäre in diesem Zusammenhang etwa die Strategie der Personalisierung: Durch die „Verkörperung aktueller Kompetenz, Autorität und Führung sowie die symbolische Repräsentanz der Handlungen, Richtungen, Ideen und Absichten“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 198) kann die abstrakte Politik konkretisiert werden. Weiter kann die Theatralisierung als Strategie für die Politikdarstellung angeführt werden. Die Theatralisierung zeichnet sich durch drei Strategien aus: „*Eventpolitik (Scheinereignisse), Imageprojektionen und Scheinhandlungen [Hervorh. im Orig.]*“ (Meyer, 2001: 112). So soll etwa ein bestimmtes Image für politische Führungspersonen geschaffen werden, Bestandteil davon ist unter anderem, „öffentliche präsentierte Szenen als private Situationen erscheinen“ (a.a.O.: 115) zu lassen.

Die Begriffe *Inszenierung* und *Theatralität* weisen viele Parallelen auf, sind aber nicht synonym zu benutzen. „Inszenierung meint in erster Linie die Praktiken, mit denen etwas zur Erscheinung gebracht wird. Theatralität hingegen bezieht sich auf bestimmte Formen des Zeichengebrauchs“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 62). Die Theatralisierung ist gekennzeichnet durch die Unterwerfung der Politik unter die Regeln des Medienmarktes und verstärkten Kampf um Aufmerksamkeit (vgl. a.a.O.: 54). Meyer konstatiert:

„Politik als Theater [...] ereignet sich immer dann, wenn ein politischer oder Medienakteur A einem Publikum S ein X für ein U vormacht und sich dabei der Inszenierungsmittel des Theaters bedient. Dieses Theater kennzeichnet nicht das Amusement und auch nicht die künstliche Dramatik, sondern das verschwiegene Als-ob“ (Meyer, 1998: 9).

Ein politischer Führer, der die Inszenierung seiner Macht perfektioniert hatte, war Ludwig XIV. Schon damals wurde versucht, den Herrscher in der Öffentlichkeit als Idealfigur darzustellen und den Mythos des Sonnenkönigs zu schaffen und aufrechtzuerhalten. Ludwig XIV. wurde in Form von „Münzen, Triumphbögen und Standbildern visuell allgegenwärtig“ (Meyer, 1998: 86). Quellen besagen, dass den Bildern, die Ludwig XIV. abbildeten, dasselbe Maß an Respekt wie dem König selbst entgegengebracht werden musste (vgl. Burke, 2010: 68). Heute geschieht die Inszenierung unter neuen Rahmenbedingungen. So werden PolitikerInnen nicht mehr auf Münzen oder Ähnlichem repräsentiert, sondern auf Fotografien, im Film, Radio und Fernsehen sowie im Internet (vgl. Meyer, 1998: 87).

3.2. Selbstdarstellung und Selbstinszenierung

Der Unterschied zwischen Inszenierung und Selbstinszenierung liegt nach Oevermann darin, dass bei der Inszenierung „eigene politische Inhalte“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 127) im Zentrum stehen, bei der Selbstinszenierung hingegen liegt das Augenmerk viel stärker auf der Person selbst (vgl. a.a.O.: 127f). Selbstdarstellung dient dazu, anderen Personen ein ganz bestimmtes Bild von sich zu vermitteln. Zunächst soll kurz erklärt werden, was das Selbst eigentlich ist. In der empirischen Psychologie wird von Selbstkonzept gesprochen, welches „als mentale Repräsentation der eigenen Person“ (Laux/Schütz, 1996: 16) definiert wird. Das Selbstkonzept besteht aus Selbstbildern, wobei hier zwischen faktischen und potentiellen Selbstbildern unterschieden werden kann. Faktische Selbstbilder beruhen auf Erfahrungen und bestimmten Merkmalen einer Person. Potentielle Selbstbilder sind jene, „die wir anstreben [...], aber auch solche, vor denen wir uns fürchten“ (ebd.) Sie stehen in Zusammenhang mit „Hoffnungen, Befürchtungen oder Fantasien“ (ebd.). Die Selbstbilder werden erst durch den Prozess der Selbstdarstellung anderen Personen zugänglich. Diese können dann wiederum als „*öffentliche Selbstbilder [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.) oder aus Publikumsperspektive als „*Eindrücke, Außenbilder oder Images [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.) bezeichnet werden. Laut Goffman kann ein bestimmtes Selbstbild Teil der Persönlichkeit werden, wenn dieses auf einen längeren Zeitraum nach außen hin demonstriert wurde (vgl. Weinlich, 2002: 93).

Im politischen Kontext wird bei Darstellungen auf „Traditionen politischer Repräsentation“ (Bernhardt et al., 2009: 13) zurückgegriffen. Außerdem werden „symbolische Gesten wie Handschlag und Händedruck, Schwurgestus oder Kniefall“ (Paul, 2008c: 23) dargestellt. Häufig finden sich aber die immer gleichen Wiederholungen von Motiven, etwa Bilder von Pressekonferenzen oder Sitzungen. Auffallen können Bilder, die aus diesen standardisierten Darstellungsweisen ausbrechen (vgl. Bernhardt et al., 2009: 11).

Es gibt verschiedene Motive für die Selbstdarstellung, die natürlich auch für PolitikerInnen gelten, beispielsweise das „Bedürfnis nach sozialer Anerkennung, nach sozialem Einfluß oder nach Macht“ (Laux/Schütz, 1996: 20). In der Forschung zu Motiven der Selbstdarstellung ist die Unterscheidung zwischen Selbtkongruenz auf der einen und Selbstdialisierung auf der anderen Seite zentral. Unter Selbtkongruenz versteht man „die Übereinstimmung von Selbst und dargestelltem Verhalten, man stellt sich dar wie man sich sieht“ (Weinlich, 2002: 94). Die Selbstdialisierung korrespondiert hingegen mit dem potentiellen Selbstbild, also wie man gerne wäre, wobei PolitikerInnen versuchen, dieses potentielle Selbstbild als bestehende Realität ans Publikum zu vermitteln (vgl. ebd.). Selbstdialisierung und Selbtkongruenz sind individuumszentrierte Motive. Politische Persönlichkeiten handeln hingegen „primär publikumszentriert“ (Laux/Schütz, 1996: 24) und beabsichtigen, Glaubwürdigkeit beim Publikum zu erreichen. Diesbezüglich sind PolitikerInnen immer mit der Aufgabe konfrontiert, einerseits eine möglichst positive und idealisierte Selbstdarstellung nach außen zu tragen, andererseits aber authentisch zu wirken (vgl. Weinlich, 2002: 95). Glaubwürdig ist ein Selbstbild dann, „wenn es eine möglichst genaue, plausible Zusammenfassung seiner bisherigen Verhaltensweisen in einer Klasse von Situationen beinhaltet“ (Laux/Schütz, 1996: 37). Um Glaubwürdigkeit zu erzielen, kann es von Vorteil sein, auch negative Aspekte sowie die Darstellung von Emotionen in die Selbstdarstellung zu integrieren, sowie auf die „Stimmigkeit zwischen der Persönlichkeit und dem angestrebten Image“ (Weinlich, 2002: 100) zu achten (vgl. Laux/Schütz, 1996: 142). Ebenso wichtig ist die Vorteilhaftigkeit eines Selbstbildes, welche dann gegeben ist, wenn die Ziele des Individuums damit erreicht werden. Sind diese beiden Aspekte erfüllt, handelt es sich um „erwünschte Selbstbilder“ (a.a.O.: 28).

Es gibt verschiedene Strategien zur positiven Selbstdarstellung. Zunächst ist die assertive Selbstdarstellung zu nennen, womit „die positive Selbstdarstellung der eigenen Person

ohne verteidigende Grundzüge“ (Weinlich, 2002: 98) gemeint ist. Laut Jones und Pittman sind diesbezüglich prototypische Handlungen das „*Sich beliebt machen [Hervorh. im Orig.]*“ (Laux/Schütz, 1996: 47) durch den Gewinn von Sympathie durch Schmeicheleien, Meinungsübereinstimmungen und ähnliches, das „*Sich als kompetent darstellen [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 48), indem man darauf verweist, was man geleistet hat und über welche Fähigkeiten man verfügt, das „*Sich als Vorbild darstellen [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), „*Andere einschüchtern [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.) um „als gefährlich, bedrohlich, mächtig oder stark zu erscheinen“ (ebd.) sowie das „*Sich als hilfsbedürftig darstellen [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.), um Mitleid beim Publikum herbeizuführen. Eine weitere Strategie ist die defensive Selbstdarstellung, die „auf die Verteidigung oder auf die Wiederherstellung positiver Selbstbilder“ (a.a.O.: 50) abzielt. Als Beispiele kann Leugnen, Ausreden suchen, Rechtfertigen oder Entschuldigen gelten (vgl. a.a.O.: 50f). Schließlich gibt es noch die Strategie der offensiven Selbstdarstellung, mittels derer versucht wird, „die eigene Person aufzuwerten, indem andere [...] abgewertet werden“ (Weinlich, 2002: 97).

Aus BeobachterInnenperspektive gibt es laut Laux und Schütz drei Typen von Erwartungen und Einstellungen gegenüber PolitikerInnen: Erstens die Vorstellung von machiavellistischen PolitikerInnen, die „täuschen und manipulieren“ (Laux/Schütz, 1996: 26). Zweitens das Bild von dem oder der authentischen PolitikerIn (vgl. a.a.O.: 29) und drittens die Vorstellung von PolitikerInnen als „Supermann, der alles kann, [...] einem moralischen Vorbild“ (a.a.O.: 33).

Führende Personen in der Politik verkörpern außerdem immer bestimmte Rollen, die wiederum durch die Massenmedien an die Bevölkerung getragen werden. „Jeder im Rampenlicht stehende Politiker lässt sich [...] ein charakteristisches Image, einen Rollentypus entwerfen, der sich aus verschiedenen Charaktermerkmalen zusammensetzt und bei den verschiedensten Mythen Anleihen aufnimmt“ (Voigt, 1999: 64). Beispiele sind etwa „die Heldenrolle, die Rolle des Herrn Jedermann, des jungen Hoffnungsträgers sowie die Vater- und die Mutterrolle“ (ebd.). In der Heldenrolle verkörpert der oder die PolitikerIn „den Erlöser, den von Gott gesandten Führer bzw. das Idol“ (ebd.), der von einer Aura des Geheimnisvollen umgeben ist. Als Beispiele können etwa politische Personen wie Adolf Hitler, Benito Mussolini oder Charles de Gaulle angeführt werden. Die Rolle des Herrn Jedermann hingegen ist jene des „netten Nachbarn von nebenan, dem Mann von der Straße“ (ebd.), der routiniert arbeitet und eine Identifikationsfigur für die

Bevölkerung darstellt. Beispiele sind etwa Helmut Kohl oder George Bush (vgl. a.a.O.: 64f). Die Rolle des jungen Hoffnungsträgers nehmen vor allem vormals oppositionelle und reformorientiert Personen ein, etwa John F. Kennedy (vgl. a.a.O.: 65). Die Vaterrolle, beziehungsweise die „Rolle des Vaters der Nation“ (ebd.) kann sowohl als heldenhafter als auch als gewöhnlicher Vater verkörpert werden. „In beiden Fällen wird das Image des erfahrenen und weisen (alten) Mannes instrumentalisiert“ (ebd.). Die Mutterrolle „verkörpert Wohlwollen, Teilnahme, Toleranz, Gesprächsbereitschaft und Liebenswürdigkeit“ (a.a.O.: 66). Meist wird diese Rolle von Frauen eingenommen, sie kann aber auch durch Männer verkörpert werden. Meyer sieht im Rückgriff auf Heldenfiguren in Zusammenhang mit der jeweiligen Kultur eine zentrale Strategie von Inszenierungen (vgl. Grittman, 2007: 163). Ulrich Sarcinelli spricht bezüglich der Personalisierung im Rahmen von Wahlkämpfen von der Bedeutung der Darstellungen „als Ehemann, Familievater, als Freizeitsportler oder einfach als ‚Bürger von nebenan‘“ (a.a.O.: 161).

3.2.1. Die private Sphäre

Wird eine Person häufig auf Bildern abgebildet und wird der Öffentlichkeit so zugänglicher, kann eine „pseudoprivate Kulisse „guter Bekannter““ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 136) geschaffen werden. Durch Bezüge zum Alltag kann die Abstraktheit des Politikgeschehens gebrochen werden, dies wirkt sich wiederum positiv auf die Authentizität von PolitikerInnen sowie auf das Interesse seitens der Bevölkerung und auf die Bereitschaft, PolitikerInnen zu vertrauen, aus (vgl. Bernhardt et al., 2009: 105; vgl. Singer, 1999: 250ff). Die PolitikerInnen werden in der Öffentlichkeit als Privatpersonen dargestellt, die über Eigenschaften verfügen, „die in der Gesellschaft als besonders wertvoll gelten“ (Singer, 1999: 250).

Heike Singer definiert den Begriff *öffentlich* als „dem prüfenden Blick von jedermann zugänglich“ (Singer, 1999: 251), den Begriff *privat* als „abgeschirmter, durch Familie und enge Freunde begrenzter Lebensbereich“ (ebd.). Das Zusammenspiel zwischen öffentlicher und privater Sphäre hat eine lange Tradition. Besonders Ludwig XIV. praktizierte dies als Teil seiner Selbstinszenierung. Dazu gehörte etwa, dass er „Aufstehen und Zubettgehen immer unter der Präsenz einer größeren Menge von Menschen, mit eigens komponierter Musik, vollzog“ (a.a.O.: 249).

Singer konstatiert bezüglich der Verschiebung der öffentlichen in die private Sphäre:

„Einerseits nimmt das Interesse innerhalb der Gesellschaft an der Privatsphäre des Politikers zu, während die Aufmerksamkeit für politische Programme und Konzepte abnimmt. Andererseits inszenieren Politiker ihre Privatsphäre nachhaltig, um politisch erfolgreich zu sein, und drittens instrumentalisieren die Medien die Privatsphäre des Politikers, um daraus geschäftlichen Nutzen zu ziehen“ (Singer, 1999: 250).

Als Teilbereich der privaten Sphäre kann etwa die Darstellung von sportlichen Aktivitäten angesehen werden. Im Gegensatz zu PolitikerInnen gelten SportlerInnen nämlich in der Regel als authentisch, die „Abläufe im Sport [...] als nachvollziehbar“ (Bernhardt et al., 2009: 105). Georg Spitaler konstatiert, dass vor allem im Rahmen populistischer Strategien häufig auf Alltagsphänomene wie Sport zurückgegriffen wird, um einen antipolitischen Charakter zu vermitteln (vgl. Spitaler, 2005: 15). Blickt man zurück in die Geschichte, wurde mehrmals versucht, die Sportlichkeit und Jugendlichkeit von führenden politischen Personen visuell darzustellen. So wurde etwa Mussolini beim Langlaufen gezeigt, „sei es in militärischer Uniform oder mit nacktem Oberkörper“ (Burke, 2010: 80). Solche Strategien der Darstellung politischer Personen müssen als „gezielte Repräsentationsstrategie zur Herstellung von Bürger/innennähe“ (Bernhardt et al., 2009: 106) und als Versuch, sich als Identifikationsfigur zu stilisieren, angesehen werden (vgl. Spitaler, 2005: 240). Mit Hilfe der Darstellung von sportlichen Aktivitäten können sich PolitikerInnen als Vorbilder positionieren, die ihre Ziele „mit Fleiß, Zeitaufwand und Ausdauer“ (a.a.O.: 107) verfolgen, und deren Körper gesund und fit sind (vgl. a.a.O.: 105ff). Hinzu kommt, dass sich vor allem über Wettkampfsport ein Bezug zur Nation und dem Nationalbewusstsein schaffen lässt (vgl. Bernhardt et al., 2009: 107). Dadurch wird wiederum eine Verbindung zur Bevölkerung geschaffen. „Dies macht auch den Kern der Vorstellung von authentischer Vertretung aus: Wer so ist wie wir (oder so ist, wie wir sein wollen), soll für uns sprechen“ (Spitaler, 2005: 59).

3.3. Macht und Machtdemonstration

Alice Weinlich definiert Macht als übergeordneten Begriff, der in weitere Aspekte untergliedert werden kann, dazu zählen für sie etwa

„Dominanz (starke, persönliche Eigenschaften zur Beeinflussung anderer), Status (durch Einkommen, Bildung, Geschlecht, Rasse etc. bedingte, übergeordnete Stellung in der Gesellschaft, sozialer Wert), Prestige (eigentlich Blendwerk,

Zauber, hier Ansehen, Geltung), Überlegenheit und Autorität (auf Leistung, Tradition oder auch Gesetz beruhender maßgebender Einfluß und das daraus erwachsende Ansehen)“ (Weinlich, 2002: 73).

Da Macht etwas Abstraktes ist, bedarf sie der Repräsentation und visuellen Darstellung (vgl. Weinlich, 2002: 73).

Politische Kommunikation ist immer mit Macht verbunden (vgl. Jarren/Sarcinelli, 2002: 13). Um Machtgewinn beziehungsweise –erhalt zu sichern, können drei Strategien zum Einsatz kommen: „die Stärkung des eigenen Lagers, die Schwächung des gegnerischen Lagers sowie die Gewinnung der Ungebundenen“ (Kepplinger, 2002: 365). Um dies zu erreichen, ist Mobilisierung beziehungsweise im Falle von gegnerischen Personen Demobilisierung von zentraler Bedeutung (vgl. ebd.). Durch die Visualisierung von Politik werden sonst abstrakte Sachverhalte für die Bevölkerung fassbar, was wiederum zentral für deren Zustimmung und in weiterer Folge für die Legitimation von Macht ist (vgl. Meyer, 2001: 85). Tendenziell wird die Legitimation von Macht immer mehr durch „die *persönliche Verfügung über Mediencharisma* [Hervorh. im Orig.]“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 41) bestimmt.

Machtdemonstration kann verschiedenste Formen annehmen. So kann Macht etwa durch Blickverhalten ausgedrückt werden. Der intensive Blick einer Führungsposition erfordert vom Gegenüber, den „Blick respektvoll zu senken“ (Weinlich, 2002: 78). Aber auch das Ignorieren einer anderen Person kann mit einem Machtanspruch verbunden sein (vgl. ebd.). Eine weitere Ausdrucksform ist die Körpersprache, konkret die Mimik, Gestik und Haltung einer Person. So kann Macht unter anderem durch eine aufrechte Haltung und durch das Einnehmen von Platz verdeutlicht werden (vgl. a.a.O.: 79). Zentral ist auch „das Lächeln, das vom machtdemonstrierenden Gesprächspartner in überlegener und herablassender Weise eingesetzt werden kann“ (ebd.). Auch Kleidung kommt ein zentraler Stellenwert zu. Dunkle Anzüge, die auf den oder die BetrachterIn teuer wirken, können etwa als Statussymbol angesehen werden. Auch Uniformen können Macht demonstrieren, so diente etwa die braune Uniform im Nationalsozialismus als Erkennungszeichen und zur Einschüchterung der breiten Masse (vgl. a.a.O.: 79f). Berührungen sind ebenfalls dazu imstande, Macht auszudrücken. So gelten etwa „der feste Händedruck“ (a.a.O.: 81) oder „das Festhalten beider Schultern mit den Händen bei direktem Blickkontakt“ (ebd.) als Zeichen von Dominanz. Weinlich spricht außerdem von Bezugsmacht, welche sich „durch die Identifikation des Empfängers mit dem

Sender“ (a.a.O.: 85) äußert und die zu Imitation führen kann, sowie von legitimierter Macht, die auf größeres Wissen und Lebenserfahrung einer Person aufbaut und dadurch die Wertorientierung anderer beeinflussen soll (vgl. ebd.).

4. Symbolik und Politik

4.1. Definition und Charakteristika des Symbolbegriffes

Der Begriff *Symbol* leitet sich vom altgriechischen Wort „*symbolon* [Hervorh. im Orig.]: Kennzeichen“ (Friedrich/Schweppenhäuser, 2010: 49) beziehungsweise von „*symballein*: zusammenwerfen, zusammenfügen“ (ebd.) ab. Ein Symbol steht immer für etwas anderes, in der Regel für etwas Abstraktes, das mit Hilfe des Symbols dargestellt wird, beispielsweise das Herz, das symbolisch unter anderem für die Liebe steht (vgl. ebd.). Ursprünglich nahm das Symbol die Funktion eines „Erkennungszeichen, das in zwei Teile zerbrochen wurde, die bei einer Wiederbegegnung als Beglaubigung zusammengefügt werden konnten“ (Büttner/Gottdang, 2006: 128), ein. Von dieser Bedeutung entwickelte es sich im Laufe der Zeit zu einem allgemeinen Erkennungszeichen und schließlich zu etwas, das etwas anderes bezeichnet, weiter (vgl. ebd.). Nicht nur Gegenstände können Symbole sein, auch unsere Sprache sowie Körpersprache können symbolisch für etwas stehen. Zentral für das Verständnis und die Encodierung der Symbole ist meist der Kontext (vgl. Schwemmer, 2006: 7). Symbole finden sich sowohl in unserem Alltag, als auch in spezifischen Bereichen wie den Religionen und der Politik wieder (vgl. Diem, 1995: 41). Sie werden „in der Öffentlichkeit hergestellt und wahrgenommen“ (Schwemmer, 2006: 8).

Das Symbol ist Gegenstand verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen, deswegen gibt es auch verschiedenste Definitionsversuche, hier soll lediglich eine überblicksmäßige Auswahl angeführt werden.

Nach Ansicht des Philosophen Ernst Cassirer ist menschliches Verhalten maßgeblich durch die Verwendung von Symbolen gekennzeichnet (vgl. Deichmann, 2007: 11). Diese Ansicht teilt auch Burke, demzufolge der Mensch das einzige Lebewesen ist, das über Symbole kommuniziert (vgl. Frotscher, 2006: 19). Cassirer spricht außerdem von „*symbolischen Formen* [Hervorh. im Orig.], in denen die einzelnen Symbole aufeinander verweisen und einander Bedeutung verleihen“ (Schwemmer, 2006: 7), es entstehen also „symbolische Welten“ (ebd.). Erwin Panofsky bezieht sich im Rahmen seiner Methodik der Ikonologie auf Cassirers Symbolbegriff, in dem „Kunst, genauso wie Sprache oder Mythos ‚Symbolische Formen‘ sind, in denen ein bestimmtes Weltverstehen dokumentiert“ (Büttner/Gottdang, 2006: 172) wird. Im Gegensatz dazu definiert Charles S. Peirce das Symbol im Rahmen der Semiotik als „eine Form des Zeichens“ (ebd.).

welche wiederum auf konventionalisierten Regeln basiert. Auch Arnold, Fuhrmeister und Schiller führen an, dass das Verständnis von Symbolen maßgeblich über Konventionen funktioniert. Sie sprechen von Symbolen als „sozial eingebundene und rückgekoppelte komplexe Zeichen“ (Arnold/Fuhrmeister/Schiller, 1998b: 18).

Neben dem eher weiter gefassten Symbolbegriff bei Cassirer, ist der engere Symbolbegriff eher funktional orientiert. Symbole werden hierbei, etwa im symbolischen Interaktionismus, „als ‚Objektivationen‘ verstanden“ (Deichmann, 2007: 12). Diese Objektivationen gründen sich auf „konkreten Interaktionen [...] und erlangen für entsprechende Handlungsintentionen gesellschaftliche Bedeutung“ (ebd.). Der oder die InteraktionspartnerIn entschlüsselt den Sinn des Kommunikationsinhaltes durch die Interpretation der mit diesem verbundenen Zeichen und Symbole (vgl. a.a.O.: 13). Auf die Bedeutung der Interpretation bezieht sich auch Voigt, der Symbole als „codierte Signale“ (Voigt, 1989b: 14) versteht, „deren Sinn nur der versteht, der den Code entschlüsseln kann“ (ebd.).

Richard Grathoff grenzt den Symbolbegriff von jenem des Zeichens ab, indem er anführt, dass Symbole im Gegensatz zu Zeichen keine anderen Zeichen benötigen, um deren Bedeutung klar zu machen, sondern dass Symbole als solche funktionieren (vgl. Grathoff, 2002: 35). Auch Bühler nimmt eine Abgrenzung zwischen Symbolbegriff und Zeichenbeziehungsweise Signalbegriff vor, er argumentiert, dass Zeichen und Signale „Ausdrucks- und Appellationsfunktionen“ (Frotscher, 2006: 19) haben, während das Symbol eine Darstellungsfunktion einnimmt. Laut Breckner beziehen sich Symbole „nicht auf das Anzeigen eines Gegenstandes oder Sachverhaltes, sondern auf die *Vorstellung* von Gegenständen und Sachverhalten“ (Breckner, 2010: 38).

4.2. Politische Symbole

Auch in der Politik beziehungsweise in der politischen Kommunikation werden Symbole eingesetzt. Dies lässt sich bis zu den alten Ägyptern und den Römern zurückverfolgen, besonderen Aufschwung erhielt der Einsatz von politischen Symbolen seit dem 12. Jahrhundert (vgl. Diem, 1995: 41). Zu einem politischen Symbol kann laut Deichmann jedes Symbol werden, das „unmittelbar für die Legitimation politischer Herrschaft oder für den politischen Willensbildungsprozess und Entscheidungsprozess eingesetzt“

(Deichmann, 2007: 15) wird. Im politischen Kontext wird versucht, mittels Symbolen, „Sinnssysteme zu beeinflussen“ (a.a.O.: 14), um Macht zu sichern und politische Maßnahmen zu legitimieren. Politische Symbole können außerdem eine identitätsstiftende Wirkung bei den RezipientInnen haben und der Selbstdarstellung politischer HerrscherInnen dienen (vgl. Deichmann, 2007: 12; vgl. Sanina, 2012: 130). Politische Symbole bewirken einerseits ein Gemeinschaftsgefühl im Inneren, andererseits Repräsentationen nach Außen (vgl. Diem, 1995: 9).

Deichmann führt drei verschiedene Arten von politischen Symbolen an: Erstens nennt er symbolische Handlungen, also „Handlungsabläufe, Gesten, Mimik sowie Regeln, Normen und Riten in der politischen Interaktion, besonders diejenigen in politischen Institutionen“ (Deichmann, 2007: 15). Als Beispiele führt der Autor etwa Militärparaden, die die Macht und Größe eines Landes deutlich machen sollen, oder Rituale wie Pressekonferenzen an (vgl. a.a.O.: 15f). Die zweite Art von Symbolen sind laut Deichmann reale Symbole beziehungsweise Kunstobjekte: „Unter realen Symbolen sind alle Gegenstände zu verstehen, deren Anschauung oder deren Einbindung in einen Handlungsvollzug einen politisch-historischen Sinnzusammenhang aufzeigen soll. Sie können meist nur aus der Geschichte heraus interpretiert werden“ (a.a.O.: 16). Als Beispiele können etwa Denkmäler oder Bauten wie Kirchen genannt werden. Die dritte Form sind Regeln und Institutionen, es handelt sich dabei um Vergegenständlichungen (vgl. a.a.O.: 17).

4.3. Symbolische Politik

Politische Symbole kommen unter anderem im Rahmen von symbolischer Politik zum Einsatz. Diese greift auf konventionalisierte Motive und Darstellungsmuster zurück, etwa in Form von „händeschüttelnden Politikern, [...] oder Vertragsunterzeichnungen“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 137). Jessen definiert sie als „Politik der *Zeichen*: der Worte, Gesten und Bilder“ (Jessen, 2006: 3), im Gegensatz zu faktischer Politik, die von den politischen Taten lebt. Laut Deichmann kann dann von symbolischer Politik gesprochen werden, „wenn im politischen Kommunikations- und Entscheidungsprozess *bewusst politische Symbole eingesetzt werden*, aber auch dann [...] wenn sich symbolische Politik als *eigenständiger politischer Prozess* verselbständigt [Hervorh. im Orig.]“ (Deichmann, 2007: 27). Letztere Form zeichnet sich etwa durch folgende Aspekte aus:

Einerseits durch die Themenwahl von Parteien oder Regierungen, die den RezipientInnen wiederum bestimmte Deutungen nahe legen sollen (vgl. a.a.O.: 27f). Bei der Themenauswahl wird zudem Augenmerk darauf gelegt, von welchen Aspekten angenommen wird, dass sie in den Medien und der Öffentlichkeit bestmöglich verwertet und aufgenommen werden (vgl. a.a.O.: 36). Andererseits durch Personalisierungsstrategien als „besonders in den Wahlkämpfen übliche Form der symbolischen Politik“ (a.a.O.: 28), die eine Person ins Zentrum stellen, wobei Sachaspekte überschattet werden. Weiter führt Deichmann „*Wertbesetzung*“ (a.a.O.: 29) als weitere Form an, bei der „die politischen Auseinandersetzungen über komplexe politische Zusammenhänge auf grundlegende Wertmuster reduziert“ (ebd.) werden. Dörner konstatiert, dass symbolische Politik zwar häufig „mit interessegeleiteten Ersatz- und Täuschungspolitiken“ (Dörner, 1995: 56) arbeitet, dies aber auch als „notwendige Antwort auf den gesellschaftlich vorhandenen Bedarf an symbolischer Orientierung“ (ebd.) verstanden werden muss.

Egal in welcher Form die symbolische Politik auftritt, in der Regel wird das Ziel verfolgt, „Politikfelder zu besetzen oder im Rahmen der zur Diskussion stehenden Politik die spezifische Sicht [...] durchzusetzen“ (Deichmann, 2007: 29). Deichmann spricht von drei Hauptfunktionen symbolischer Politik: Erstens kommt es zur „*Komplexitätsreduzierung* komplexer politischer Prozesse [Hervorh. im Orig.]“ (a.a.O.: 26). Die politischen Prozesse und Aktivitäten werden mithilfe symbolischer Politik sichtbar gemacht und somit fassbarer. Zweitens sollen „die politischen Deutungen der Bürger“ (a.a.O.: 27) beeinflusst beziehungsweise – drittens – Deutungen geschaffen werden (vgl. ebd.). Besonders wenn traditionelle Gesellschaftsmilieus an Bedeutung verlieren, kommt symbolischer Politik zunehmende Bedeutung zu:

„Dabei kann die symbolische Politik u.a. *erstens Ersatz für tatsächliche Entscheidungen* sein [...]. *Zweitens* kann die symbolische Politik als eigenständiger Prozess spätere *notwendige Entscheidungsprozesse ,mental‘ vorbereiten*. *Drittens* kann symbolische Politik zur Mehrheitsbeschaffung dienen [Hervorh. im Orig.]“ (Deichmann, 2007: 29).

Folgt man dieser Argumentation, könnte die schwindende Bedeutung traditioneller Milieus aufgrund des Zusammenbruchs der Sowjetunion vermuten lassen, dass symbolische Politik in Russland auf nährhaften Boden stößt.

In theoretischer Hinsicht kommt besonders Murray Edelman in Bezug auf die Thematik symbolischer Politik Bedeutung zu. Edelman untersuchte, wie politische Kommunikation

funktioniert, dabei bezog er, was zuvor nicht beleuchtet wurde, „die symbolische Ebene politischer Prozesse“ (Grittman, 2007: 159) mit ein, nämlich Politik, die auf Öffentlichkeit ausgerichtet ist. Er unterscheidet zwei Typen von Symbolen: Einerseits Verweisungssymbole, die als objektive Aspekte definiert werden, beispielsweise Statistiken. Andererseits spricht er von Verdichtungssymbolen, welche in Zusammenhang mit Emotionen stehen. Erst „durch die Erfahrungsferne von Politik“ (ebd.) könne sich symbolische Politik überhaupt erst entwickeln. Als Hauptformen von symbolischer Politik nennt Edelman Riten und Mythen (vgl. a.a.O.: 160). Die meisten Menschen reagieren laut Edelman sehr stark auf „vereinfachende Symbole“, die eine reduzierte Komplexität der Wirklichkeit mit sich bringen (vgl. Edelman, 2005: 29). Beim Mythos handelt es sich um eine Art Erzählung, die der „Schaffung politischer Legitimation, [...] Orientierung, Identität und Sinnstiftung, [...] Versinnbildlichung und Begründung der Einheit politischer Gemeinwesen, [...] Komplexitätsreduktion“ (Arnold/Fuhrmeister/Schiller, 1998b: 18) dient. Edelman definiert den Mythos als „eine von einer großen Gruppe von Menschen geteilte Überzeugung, die nicht hinterfragt wird und Ereignisse und Handlungen einen bestimmten Sinn verleiht“ (Edelman, 2005: 110).

4.4. Körpersprache

Um mit Bildern größtmögliche Aufmerksamkeit zu erzielen, findet häufig ein Rückgriff auf „bewährte Ikonografien und Darstellungsweisen der Kunst und des Theaters“ (Paul, 2008c: 22) statt. Besondere Bedeutung kommt diesbezüglich der Körpersprache, genauer der „Mimik, Gestik und Körperhaltung“ (ebd.) zu. Diese verdichten sich zu symbolischen Darstellungsweisen.

„Vor allem bewährte Formen der Personendarstellungen (die Existenz von Figuren im Bild, die den Betrachter direkt anblicken, frontal auf ihn zulaufen oder auf etwas hindeuten sowie die Verteilung der Handlungsträger im Raum, ihre Beziehung zueinander oder zum Betrachter) avancierten auch in den neuen visuellen Medien zu probaten Mitteln, um Aufmerksamkeit herzustellen“ (Paul, 2008c: 22).

Neben den Mitteln der Körpersprache spielen auch das äußere Erscheinungsbild, unter anderem die Kleidung und Schmuck, der in der Regel als Statussymbol beziehungsweise als Zeichen für Reichtum interpretiert werden kann, eine Rolle (vgl. Frey, 1999: 54; vgl. Weinlich, 2002: 66). Problematisch kann bei der Interpretation allerdings werden, dass es eine unüberblickbare Vielzahl an mimischen und gestischen Elementen gibt, die von jedem Rezipienten beziehungsweise jeder Rezipientin subjektiv wahrgenommen wird

(vgl. Frey, 1999: 54). Die Bedeutung verschiedener Gesten verändert sich außerdem im Laufe der Zeit, da diese „in hohem Maß konventionell und stark an ihre Epoche gebunden“ (Weinlich, 2002: 34) sind.

Körpersprache wird zu verschiedenen Zwecken eingesetzt:

„zur Unterstützung der Sprache [...] als Ersatz für die Sprache [...] als Ausdruck für Emotionen [...] als Ausdruck interpersonaler Einstellungen [...] in Aussagen über die Person [...] in Riten und Zeremonien [...] in der Werbung, bei politischen Veranstaltungen und Demonstrationen [...] in den Künsten“ (Weinlich, 2002: 52).

Es ist außerdem anzuführen, dass Körpersprache auch häufig unkontrolliert und nicht geplant sondern intuitiv ist, etwa wenn Ekel mittels Mimik ausgedrückt wird (vgl. Weinlich, 2002: 53f).

Im Folgenden sollen einige ausgewählte Aspekte näher beleuchtet werden. Das erste Augenmerk soll auf den Kopf gerichtet werden. Zentrales Element ist der Blick, dessen Bedeutung wiederum durch „die Öffnungsweite der Augen, die Pupillengröße, die Länge eines Blickes und seine Blickrichtung“ (Weinlich, 2002: 54) bestimmt wird. Sind die Augen geöffnet und die Augenbrauen angehoben, wird dies mit einem klaren Blick, „Selbstsicherheit, Offenheit, Freundlichkeit und Sympathie“ (a.a.O.: 55) assoziiert, „weitaufgerissene Augen“ (a.a.O.: 54) signalisieren hingegen eher Angst und Schrecken. Hat eine Person ihre Augen eher geschlossen, lässt dies eher auf einen abgeschirmten Blick schließen (vgl. a.a.O.: 54f). Auch die Mimik ist ein zentrales Element in Bezug auf den Kopf einer Person. „Auffallend sind hier die Augenbrauen, die Haut sowie die Bewegungen der einzelnen Gesichtsbereiche wie Stirnrunzeln, Wangenpartie, Mund, Nase und Kinn“ (a.a.O.: 56). Gefühle können durch das Gesicht ausgedrückt werden:

„Hochgezogene Augenbrauen zeigen Erstaunen, Unwissenheit, in Verbindung mit einem Stirnrunzeln auch Verwirrung und Zweifel. Gesenkte und zusammengezogene Brauen zeugen von Zorn und Ärger oder auch von intensivem Überlegen oder Stutzen. Hochgezogene Brauen in Verbindung mit einem Lächeln oder Lachen können als freudige Überraschung oder freudiges Staunen gedeutet werden“ (Weinlich, 2002: 56).

Auch die Lippen sind aussagekräftig, so deuten etwa „Zusammen gepresste, schmale Lippen“ (Weinlich, 2002: 57) auf „Ablehnung und Mißtrauen, aber auch Eigensinn“ (ebd.) hin, ein „Auf-die-Lippen-Beißen“ (ebd.) verdeutlicht die Absicht, etwas nicht sagen zu wollen beziehungsweise zu sollen. Ein Lächeln kann sowohl „Gefallen und

Sympathie, aber auch Schadenfreude“ (ebd.) bedeuten. Die Kopfbewegung kann sowohl aufrecht als auch geneigt (sowohl nach hinten, vorne oder seitlich) sein (vgl. a.a.O.: 57f).

Neben dem Kopf ist der Körper als Ganzes und diesbezüglich vor allem die Gestik zentral. Am häufigsten wird dabei etwas mit den Händen ausgedrückt. Die Gestik kann aber auch „Bewegungen und Haltungen von Kopf, Armen, [...] Rumpf und Beinen“ (Weinlich, 2002: 59) einbeziehen. Die Handgestik ist auch in Hinblick auf das Verhältnis zum Rest des Körpers und zum Gesichtsausdruck zu deuten. Für das Verständnis von Gesten ist das Wissen um konventionalisierte Formen notwendig (vgl. a.a.O.: 60). Die Körperhaltung „variiert zwischen entspannt, aufrecht, angespannt, verkrampt, gebeugt, etc.“ (a.a.O.: 61). Mit einer aufrechten Haltung kann „Stolz, Kompetenz und Selbstsicherheit“ (ebd.) signalisiert werden, eine gebeugte Haltung zeugt hingegen eher von „Erschöpfung, Schwäche und Verletzlichkeit“ (ebd.).

4.5. Staatssymbolik

Der Einsatz von Staatssymbolik hat „eine jahrhundertelange Tradition“ (Keghel, 2008: 20) und kann als „unverzichtbares Accessoire von Nationalstaaten“ (ebd.) angesehen werden. Die enge Definition von Staatssymbolik beinhaltet „Flagge, Hymne und Wappen als Hauptelemente“ (a.a.O.: 21f), während eine weitere Definition auch andere Elemente miteinschließt, beispielsweise „Briefmarken, Banknoten und Münzen, Gebäude staatlicher Institutionen und von Staats wegen aufgestellte Denkmäler“ (a.a.O.: 22). Die Konzentration auf Staatssymbolik ist besonders dann groß, wenn eine Nation eine Krise durchmacht, so etwa in der Übergangszeit von der Sowjetunion zur Nationsbildung der einzelnen Nachfolgestaaten. Dies ist unter anderem damit zu erklären, dass Staatssymbole der Inklusion der Bevölkerung dienen: Sie haben Einfluss auf die Identität der BürgerInnen und repräsentieren bestimmte Werte, die von der ganzen Gesellschaft geteilt werden sollen. Neben dieser Funktion kommt den Symbolen auch die Aufgabe der „Repräsentation des Staates nach außen“ (a.a.O.: 22) zu, ein Staat zeigt mittels Staatssymbolik aber auch, auf welche Traditionen er Bezug nimmt. Staatssymboliken verschiedener Nationen weisen trotz dem Versuch der Einzigartigkeit häufig Parallelen auf, etwa durch die Verwendung gleicher oder ähnlicher Symbole (vgl. Keghel, 2008: 21ff).

Nationalen Symbolen kommt eine wichtige Bedeutung in Bezug auf politische Kommunikation zu. Die Nationalkultur eines Landes bezieht sich vor allem auf „kollektive Riten, [...] Schlüsselsymbole, [...] soziale Mythen und historisches Wissen. (Niedermüller, 1997: 119). PolitikerInnen versuchen, solche Mythen, Symbole und Rituale zu ihrem „Machtgewinn bzw. Machterhalt“ (Voigt, 1989b: 17) zu nutzen. Nationale Zugehörigkeit und Kultur kann außerdem in Bildern etwa durch die Anwendung eines bestimmten Stiles zum Ausdruck gebracht werden (vgl. Burke, 2010: 74).

4.5.1. Die Staatssymbolik Russlands

Putin begann bereits im Jahr 2000, in Bezug auf die Staatssymbolik auf eine Strategie des Einsatzes von sowohl vorrevolutionären Elementen als auch Aspekten aus der Sowjetzeit zurückzugreifen. Ein „Kurswechsel, der in die Richtung einer Rehabilitierung sowjetischer Symbole wies“ (Keghel, 2008: 75), hatte bereits unter Jelzin begonnen. Putin wollte diesbezüglich einen Mittelweg aus Kontinuität und Veränderung einschlagen. Während Jelzin die Sowjetzeit eher auszublenden versuchte, was wiederum zum Ausschluss einer ganzen Generation führte, wollte Putin sowjetische Symbole wieder im Alltag verankern (vgl. ebd.). Anfang Dezember 2000 hielt er eine Ansprache im Fernsehen, in der er die von ihm angestrebte „Reform der Staatssymbolik“ (a.a.O.: 105), über die einige Tage später in der Staatsduma abgestimmt wurde, bewarb. Putin verwies in seiner Rede auf die einzelnen Elemente des Reformpaketes: Das Staatswappen, für welches „der doppelköpfige Adler [...] vorgeschlagen“ (a.a.O.: 126) wurde, die Flagge, die Verwendung der roten Fahne als Armeeflagge sowie der Einsatz der Melodie der Sowjetthymne. Putin argumentierte das Paket mit Blick auf den „Respekt vor den sowjetisch geprägten Biografien von Männern und Frauen der älteren Generation“ (a.a.O.: 108) sowie mit dem „hohen Wert des Traditionsbewusstseins“ (ebd.). Die Staatsduma stimmte dem Reformpaket, welches einer Zweidrittelmehrheit bedurfte, mit großer Mehrheit zu (vgl. Keghel, 2008: 76; vgl. a.a.O.: 127). Die Armeeflagge wurde 2003 ein weiteres Mal reformiert (vgl. a.a.O.: 141). Die Reform der Staatssymbolik stellte für einige BeobachterInnen einen „typischen Fall von symbolischer Politik, wie sie für Putin kennzeichnend sei“ (a.a.O.: 77), dar. Diese sei dadurch geprägt,

dass er seine Aufmerksamkeit auf nebensächliche Themen lenke, wobei wichtige Fragen unbehandelt blieben, wovon aber abgelenkt werden sollte.

In Russland wurden in weiterer Folge Versuche unternommen, „den Respekt vor der neuen Staatssymbolik zu fördern und ihr zu größerer Popularität zu verhelfen“ (Keghel, 2008: 152). Beispielsweise wurde „ein Aktionsprogramm zur Information der Bevölkerung für die Jahre 2003/2004“ (a.a.O.: 153) geschaffen, welches etwa eine kostenlose Ausstellung zu den russischen Staatssymbolen beinhaltete. 2005 wurde „ein „Staatliches Programm zur patriotischen Erziehung der Bürger der Russländischen Föderation 2006-2010“ (a.a.O.: 154) verabschiedet, in dessen Rahmen beispielsweise Lehrbücher veröffentlicht wurden. Weiter wurden die Ziele verfolgt, die Staatssymbole in der Gesellschaft zu verankern, indem sie etwa „bei lokalen Festen, bei militärischen Ritualen und Veranstaltungen“ (a.a.O.: 155) und Ähnlichem verwendet werden sollten, aber auch die Verbreitung über das Internet wurde angestrebt. Es zeigt sich also, dass Symbolik in Russland ein Thema mit hoher Bedeutung ist, nicht zuletzt für Wladimir Putin.

Durch Putins Strategie der „Kombination aus der Symbolik des Zarenreiches, der Februar-Republik und der Sowjetzeit“ (Keghel, 2008: 237) kam es zu Widersprüchen, da die Werte, die den jeweiligen Symbolen innewohnen, teilweise unterschiedlicher Natur sind. So gehen die Trikolore und das Wappen auf das Zarenreich, die Hymnenmelodie und die Armeeflagge hingegen auf die Sowjetzeit zurück. Gleichzeitig macht die Kombination aber auch die Anschlussfähigkeit der Staatssymbolik aus, da alle Bevölkerungsgruppen auf gewisse Weise angesprochen werden und sich mit bestimmten Aspekten identifizieren können (vgl. a.a.O.: 237f). Rekurse auf Stalin unterlagen keinem Tabu mehr, sogar Putin selbst „würdigte das machtpolitische und staatsmännische Wirken des Diktators, wenngleich er einige seiner Fehler nicht verschwieg“ (Fleischmann, 2010: 27).

Neben der offiziellen Staatssymbolik kommt auch dem Einsatz von „nationalistischen Mythen“ (Mommsen, 2010: 457) und von „überkommene Klischees von der Fremdheit der westlichen Kultur und der Einzigartigkeit russischer kultureller Traditionen und Werte“ (ebd.) Bedeutung zu. Zentral ist auch die Bedeutung der russisch-orthodoxen Kirche sowie der Rolle des Staates als „weltpolitischer Akteur“ (a.a.O.: 458).

4.6. Natursymbolik

Das Naturverständnis ist sowohl zeit- als auch kontext- und kulturgebunden und bezieht sich maßgeblich auf Traditionen einer Gesellschaft. Vorneuzeitliche Perspektiven auf die Natur waren meist mit Ansichten verbunden, dass „die *Natur* [Hervorh. im Orig.] den Menschen beherrschte und sein Leben bedingte“ (Gerndt, 2002: 135). Mit Beginn der Neuzeit veränderte sich die Auffassung dahingehend, dass „der *Mensch* [Hervorh. im Orig.] die Natur prinzipiell beherrschen kann“ (ebd.). Seit Ende des 18. beziehungsweise Anfang des 19. Jahrhunderts wurden Bilder von Landschaften auch zur Repräsentation von Herrschaft eingesetzt. Durch das Gestalten der Natur kann symbolisiert werden, dass der beziehungsweise die MachthaberIn die Natur beherrschen kann. So konnten HerrscherInnen etwa visuell darstellen, dass sie über ein Territorium verfügten und versuchten so, ihre Macht zu legitimieren. Zur selben Zeit begann man außerdem, „bestimmten Landschaften bzw. Landschaftstypen symbolische Bedeutung für die jeweilige Nation“ (Bernhardt et al., 2009: 65) zuzuschreiben. Solche nationalen Zuschreibungen wurden verstärkt im 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts eingesetzt. Noch heute sind sie zentraler Bestandteil nationaler Identitäten (vgl. ebd.). Landschaften müssen als „Kulturlandschaften, in denen sich gesellschaftliche Ordnungssysteme und Kräfteverhältnisse spiegeln“ (a.a.O.: 69), angesehen werden. Aber auch die Definition von Natur innerhalb einer Gesellschaft ist kulturell determiniert und ein sich veränderndes Konstrukt (vgl. Gerndt, 2002: 125). Natur verfügt über einen Doppelcharakter, sie „erfreut und [Hervorh. im Orig.] ängstigt“ (a.a.O.: 133) zugleich, gleichzeitig ist sie aber auch selbst immer mehr gefährdet.

Die starke Kontextgebundenheit von Natur- und Landschaftsdarstellungen ist eine Hürde für die Interpretation solcher Visualisierungen. So ist etwa zu reflektieren, ob eine bestimmte Darstellung, beispielsweise einer Pflanze oder eines Tieres, lediglich zu Dekorationszwecken genutzt wurde, oder ob der Produzent beziehungsweise die Produzentin des Bildes bestimmte Assoziationen wecken wollte. Aufschluss kann der Bildkontext geben (vgl. Bernhardt et al., 2009: 69; vgl. Büttner/Gottdang, 2006: 130ff).

4.7. Herrschafts- und Macht symbolik

Timm Beichelt formulierte das Konzept der Herrschaftskultur, unter welchem er ein „symbiotisches Wechselverhältnis zwischen Regierenden und Regierten“ (Beichelt, 2004: 152) versteht. Er argumentiert, dass sowohl die regierten als auch die regierenden Personen über ein „(u.a. kulturell geprägtes) Herrschaftsverständnis“ (ebd.) verfügen. Das jeweilige Verständnis der anderen Gruppe bleibt allerdings verschlossen, weshalb auf Kommunikation durch Symbole zurückgegriffen werden muss. Diese Symbole entstehen wiederum „in Kommunikationsräumen mit jeweils bestimmten Machtverhältnissen“ (ebd.) und unterliegen der subjektiven Interpretation der KommunikationspartnerInnen. „Kultur ist damit definiert als Ansammlung individueller Interpretationssysteme im Hinblick auf intersubjektiv geteilte Symbole. Handelt es sich um politisch relevante Symbole, wird aus der Alltagskultur Herrschaftskultur“ (a.a.O.: 153).

Herrschafts- beziehungsweise Macht symbolen kommt besondere Bedeutung zu, wenn man davon ausgeht, dass erfolgreiche politische Persönlichkeiten nicht, beziehungsweise nicht nur, aufgrund von Argumenten überzeugen können, sondern auch deswegen, weil sie es verstehen, die Emotionen der Bevölkerung anzusprechen. Dies geschieht nicht zuletzt durch Symbolik (vgl. Edelman, 2005: 56): „Die Ausstrahlung des Amtsinhabers beruht im wesentlichen auf dem, was er für seine Anhänger symbolisiert“ (a.a.O.: 68). Herrschaft kann etwa, um einige klassische Attribute zu nennen, durch die Darstellung von „Krone, Zepter, Reichsapfel, Schwert, Schild“ (Brunn, 1989: 106) verdeutlicht werden.

5. Männlichkeit

5.1. Definition und Charakteristika des Männlichkeitsbegriffes

Im deutschen Sprachraum wurde der Begriff *Geschlecht* bis in die Mitte des 18. Jahrhunderts hinein als Bezeichnung für die Abstammung, eng verbunden mit dem sozialen Stand, verwendet. Ab dem Beginn des 19. Jahrhunderts wurde der Begriff „in erster Linie als männliches oder weibliches Geschlecht verstanden“ (Brandes, 2002: 47). Mit dieser Definition gingen Ansichten „eines naturgegebenen Gegensatzes von Mann und Frau“ (ebd.) inklusive besonderer, geschlechtsspezifischer Tugenden einher. Mit der „Abkoppelung des Sexualtriebs von der Biologie“ (Braun, 2006a: 30) wurde es möglich, Geschlecht als kulturell bedingt zu fassen. Heute gibt es verschiedenste Definitionen und Ansätze in Bezug auf Geschlecht sowie Männlichkeit und Weiblichkeit. Beynon führt etwa an, dass Männlichkeit wiederum aus „many masculinities“ (Beynon, 2002: 1) besteht. Weiter ist sie geprägt durch die vorherrschende Kultur, kulturelle und soziale Rahmenbedingungen sowie Faktoren wie Alter und Ethnie. Beynon führt an, dass es in der modernen Welt immer gängiger wird und auch treffender ist, von Männlichkeiten statt von Männlichkeit zu sprechen (vgl. a.a.O.: 1f). Scholz und andere TheoretikerInnen fassen Geschlecht und Männlichkeit als analytische Kategorie. Der Vorteil besteht laut Scholz darin, dass es aus so einer Perspektive möglich ist, „zwischen Männern und Männlichkeit(en) zu differenzieren und zu analysieren, welche Dimensionen ihres Handelns Geschlecht konstituieren“ (Scholz, 2012: 53). Männlichkeit ist nichts Statisches, sondern befindet sich in einem Prozess des Wandels (vgl. Beynon, 2002: 1f). Konstruktionen der Geschlechter sind außerdem stark unterbewusst verankert und beruhen „auf einem impliziten Wissen und werden durch Handlungsroutinen aktualisiert“ (Scholz, 2012: 53). Das macht es oft schwierig, vermeintlich männliche Verhaltensweisen zu entlarven. Dies muss in den Reflexionsprozess miteinbezogen werden. Eventuell werden Aspekte übersehen, da sie der Verfasserin der vorliegenden Arbeit durch ihre Sozialisierung als selbstverständlich erscheinen.

5.2. Männlichkeitsforschung

Im Folgenden soll ein kurzer Überblick über die wissenschaftliche Beschäftigung mit Geschlecht beziehungsweise besonders mit Männlichkeit(en) gegeben werden. Die Vielzahl von verschiedenen Perspektiven auf den Themenbereich und Ansätzen in Bezug

auf diesen ergab auch eine Diversität an Begriffen. Im weiteren Verlauf soll von Geschlechterforschung beziehungsweise von Männerstudien und Männerbeziehungsweise Männlichkeitsforschung die Rede sein (vgl. Walter, 2006: 91).

Die Männerforschung kann als Pendant zur Frauenforschung angesehen werden. Beide gehören dem übergeordneten Bereich der Geschlechterforschung an und überschneiden sich in vielen Bereichen. Männlichkeit und Weiblichkeit sind nur mit Blick aufeinander definierbar und somit auch erforschbar (vgl. Brandes, 2002: 18f). Die Erforschung von Männlichkeit ist unter anderem deswegen von zentraler gesellschaftlicher Bedeutung, weil für die Untersuchung von herrschenden Geschlechterordnungen auch „die das Geschlechterverhältnis dominierende Seite in den Blick genommen“ (Döge/Meuser, 2001b: 7) werden muss. Döge und Meuser führen an, dass die verstärkte Beschäftigung mit Männlichkeit sowohl in der Wissenschaft als auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen darauf zurückzuführen ist, dass „die traditionelle hegemoniale Position des Mannes in der Geschlechterordnung“ (ebd.) immer mehr in Frage gestellt wird. Brandes definiert die Männerforschung als „interdisziplinäre Forschung über Männer als Geschlechtswesen, über männliche Lebenswelten [...] und nicht zuletzt über die Konsequenzen männlicher Dominanz für beide Geschlechter“ (Brandes, 2002: 14). Er führt außerdem an, dass Männlichkeit etwas Konstruiertes ist und in „geschlechtlichem und vergeschlechtlichtem Handeln, *hergestellt [Hervorh. im Orig.]* wird“ (a.a.O.: 19).

Die Männerforschung hat ihren Ursprung in den 1970er Jahren in den USA, als „in Auseinandersetzung mit der feministischen Theoriebildung, den entstehenden *Gay Studies* und mit der *Geschlechtsrollentheorie [Hervorh. im Orig.]*“ (Walter, 2006: 91) erste Männerstudien veröffentlicht wurden. Maßgebliche Personen in diesem Prozess waren etwa Joseph H. Pleck und Jack Sawyer, die die männliche Geschlechtsrolle überdachten. Pleck widerlegte „die Vorstellung einer aus der Biologie des Mannes erwachsenden, quasi ‚natürlichen‘ oder ‚normativ-gesunden‘ Männlichkeit“ (ebd.). Etwa von der Mitte bis zum Ende der 1980er Jahre versuchte eine „neue Generation von Männerstudien“ (a.a.O.: 92), die Männerforschung als wissenschaftlichen Forschungsbereich zu etablieren. Während die Studien der Anfangszeit noch stark aus einer Perspektive von Betroffenen und dem Blick auf die Kehrseite von männlichen Geschlechtszuschreibungen geprägt waren, orientierten sich jene der 80er Jahre stärker an der „Unterschiedlichkeit männlicher Lebenszusammenhänge und –entwürfe“ (Döge/Meuser, 2001b: 17). Im deutschen Sprachraum fand die erste wissenschaftliche

Beschäftigung mit der Thematik Ende der 1970er Jahre statt, als die Frauenforschung sich mit der Frage auseinandersetzte, „ob bzw. in welcher Weise die Frauenforschung sich mit dem Thema Männlichkeit befassen soll“ (a.a.O.: 18). Eine eigenständige Männerforschung gab es in Deutschland ab Ende der 1980er Jahre.

Im folgenden Abschnitt sollen einige zentrale und für die Beantwortung der Forschungsfragen relevante Theorien und Ansätze angeführt werden.

Zunächst soll Talcott Parsons genannt werden, der im Rahmen seiner Geschlechtsrollentheorie stark auf die Identifizierung von Jungen eingeht, die sich nach dem Prozess der „Ablösung von der Mutter“ (Döge/Meuser, 2001b: 13) vor allem über die Beobachtung der Vaterrolle vollzieht. Dem Vater misst Parsons deswegen so hohe Bedeutung zu, weil ihm – so zumindest die Theorie - die Aufgabe zuteil wird, „den Kindern die Wertorientierungen der Erwachsenenwelt zu vermitteln“ (ebd.). Die Jungen nehmen diese Rolle an und identifizieren sich damit. Als Grundpfeiler der männlichen Geschlechtsrolle definiert Parsons „Heterosexualität, Reproduktionswilligkeit und Verantwortlichkeit für Ehe und Familie“ (a.a.O.: 14).

Ein weiteres zentrales Konzept ist Pierre Bourdieus Ansatz der „Männlichen Herrschaft“ (vgl. Scholz, 2012: 22). Bourdieu sieht „männliche Herrschaft als das ‚Paradigma aller Herrschaft‘“ (Döge/Meuser, 2001b: 15) an und misst der Interaktion unter Männern zentrale Bedeutung für die Konstruktion eines männlichen Habitus zu. Dies findet laut Bourdieu in verschiedensten gesellschaftlichen Teilbereichen statt, etwa in der Politik, der Wirtschaft, im Militär oder in der privaten Sphäre. In diesen männlich-konnotierten Räumen kommt Frauen „eine marginale, gleichwohl für die Konstitution von Männlichkeit nicht unwichtige Position“ (ebd.) zu. Als wichtige Aspekte nennt Bourdieu „die kompetitive Struktur von Männlichkeit und den homosozialen Charakter der sozialen Felder, in denen der Wettbewerb stattfindet“ (ebd.), welcher wiederum nur von Männern bestritten werden kann. Wie auch Connell, auf den noch näher eingegangen wird, versteht auch Bourdieu Männlichkeit als „in einer doppelten Abgrenzung bzw. Distinktion geformt [...]: gegenüber Frauen und gegenüber anderen Männern“ (ebd.), in beiden Bereichen spielen Hierarchien eine wichtige Rolle. Laut Bourdieu verspüren Männer das Bedürfnis, Dominanz über andere Männer, aber auch über Frauen, auszuüben, dies bezeichnet er als „libido dominandi“ (vgl. Döge/Meuser, 2001b: 15).

Vor allem für die feministische Theorie prägend, aber generell eine zentrale Theoretikerin innerhalb der Geschlechterforschung, ist Judith Butler. Sie beschäftigte sich in erster Linie mit dem „Zusammenhang von Macht, Geschlecht, Sexualität und Identität“ (Bublitz, 2002: 48). Butler konstatierte, dass Frauen keine homogene Gruppe sind, sondern durch „kulturelle, klassenspezifische und ethnische Differenzen“ (ebd.) gekennzeichnet sind. Es gebe außerdem keine einheitliche Feminismus-Bewegung, Geschlecht müsse „im Kontext hierarchischer Geschlechterbeziehungen radikal“ (a.a.O.: 50) überdacht werden. Zu Butlers Hauptüberlegungen gehört die These von der Performativität des Geschlechts.

„Performativität ist die Macht des Diskurses, durch ständige Wiederholungen Wirkungen zu produzieren. Die Materialisierung des Körpers als Geschlechtskörper geschieht durch wiederholte Zuschreibung und performative Handlung, als eine Abfolge normativierender Einschärfungen“ (Bublitz, 2002: 70).

Durch Rituale werden Konventionen und Normen weitergetragen und erhalten somit das „kulturelle Konstrukt heterosexueller Zweigeschlechtlichkeit“ (Bublitz, 2002: 72) aufrecht. Auf den Punkt gebracht könnte in Bezug auf das *doing gender* ausgeführt werden: „Geschlecht ist eher das, was Menschen zu bestimmten Zeiten *tun*, als das, was Menschen zu jeder Zeit und an jedem Ort, also universell, *sind* [Hervorh. im Orig.]“ (a.a.O.: 73).

In den 1980er Jahren wurde das Konzept der hegemonialen Männlichkeit entwickelt, richtungsweisend für die Theorie war vor allem Raewyn Connell. Die Theorie nimmt Bezug auf Gramscis Begriff der Hegemonie, welche definiert wird als „spezifische Herrschaftsform, die nicht auf Gewalt und Zwang beruht, sondern auf einem impliziten Einverständnis der Untergeordneten mit ihrer sozialen Lage“ (Meuser/Scholz, 2011: 60). Zu diesem Einverständnis kommt es durch kulturelle Normen und Werte. Zentrale Aspekte der hegemonialen Männlichkeit sind die ungleichen Geschlechterverhältnisse sowie verschiedene hierarchisierte Beziehungen zwischen Männern. „Nur eine, jeweils historisch konkrete Männlichkeit ist hegemonial, alle anderen Formen von Männlichkeit stehen in spezifischen Relationen zu ihr“ (ebd.). Männlichkeit wird „in den sozialen Praxen mittels Interaktionen zwischen Männern, aber auch zwischen Männern und Frauen erzeugt. Sie ist also eine Handlungspraxis. Die hegemoniale Männlichkeit fungiert in diesem Prozess als übergreifendes kulturelles Orientierungsmuster“ (a.a.O.: 61). Weiblichkeit kann laut der Theorie von Grund auf als untergeordnet angesehen werden,

es ist Frauen unmöglich, „hegemonialen Status“ (a.a.O.: 60) zu erlangen. Connell führt an, dass Frauen jedoch trotzdem über gewisse Macht verfügen können, dies nennt er „betonte Weiblichkeit“. Neben der Dominanz von Männern über Frauen ist jene von Männern über andere Männer konstituierend für männliche Macht. Connell spricht diesbezüglich von verschiedenen Beziehungsarten, nämlich von Hegemonie und Dominanz einerseits, andererseits von Unterordnung und Komplizenschaft sowie von Marginalisierung (vgl. ebd.). Männlichkeit wird als „Handlungspraxis“ (a.a.O.: 61) gefasst, die erst durch Interaktionen konstruiert wird. Besondere Bedeutung kommt gesellschaftlichen Eliten zu, welche bestimmte „Muster von Männlichkeit“ (a.a.O.: 62) verbreiten und zu hegemonialem Status bringen. Connells Konzept wurde vor allem wegen der Unschärfe der Begriffe kritisiert, die zum Einsatz kommen. Gleichzeitig führen Meuser und Scholz aber auch an, dass sich das Konzept vermutlich gerade deswegen als so anschlussfähig und erfolgreich erwiesen hat (vgl. a.a.O.: 61). Connell adaptierte sein Konzept selbst und reagierte auf Kritik. Er setzte seine Überlegungen in Bezug zur vorherrschenden Globalisierung fort und sprach von einer „Weltgeschlechterordnung“ (a.a.O.: 63), die dadurch gekennzeichnet ist, dass die nationalen Grenzen verschwimmen und inter- und multinationale Faktoren wichtiger werden. Neben die „lokalen Geschlechterordnungen“ (ebd.) tritt somit die Weltgeschlechterordnung.

„Das Resultat dieser Entwicklung ist ein in sich widersprüchliches Set von Geschlechterrelationen mit globaler Reichweite, aber ungleichen lokalen Auswirkungen. Hegemoniale Männlichkeit konstituiert sich unter diesen Rahmenbedingungen in den transnationalen Feldern als eine globalisierte Männlichkeit“ (Meuser/Scholz, 2011: 63).

Neben den Ansätzen und Theorien hat sich auch eine Richtung von Männerrechtlern herausgebildet, die eine „*Essentialisierung* [Hervorh. im Orig.] von Männlichkeit“ (Pohl, 2011: 121) betreiben. Diese nutzt neben biologistischen auch kulturalistische Argumente: Es „wird eine kulturanthropologische Antwort auf die Frage nach dem *Wesen* des Mannes angeboten“ (ebd.). Laut Hollstein ist der Mann etwa von seinem Wesen her „zielgerichtet, planend, aggressiv“ (ebd.), zentrale Charakteristika von Männlichkeit seien „Pioniergeist, Mut, Verantwortung, Kraft, Standfestigkeit, Grenzüberschreibung, Gedankentiefe, Erfindungsgeist und Menschlichkeit“ (ebd.). Neben Wesenszügen zählen auch körperliche Überlegenheit zu dem propagierten Männerbild (vgl. a.a.O.: 130).

Seit einiger Zeit ist die Rede von der sogenannten Krise des Mannes beziehungsweise der Männlichkeit.

„Mit dieser Metapher werden in durchaus dramatisierender Absicht all die Veränderungen zu fassen versucht, die dazu beitragen, dass die vormals weitgehend gefestigte gesellschaftliche Dominanz des männlichen Geschlechts wenn auch nicht verschwunden ist, so doch zu bröckeln begonnen und auf jeden Fall die Evidenz des Selbstverständlichen verloren hat. Der Krisendiskurs bezieht sich auf so unterschiedliche, wenngleich nicht voneinander unabhängige Phänomene wie das Aufbrechen homosozialer Männerwelten im Berufssystem, die Prekarisierung männlicher Erwerbsbiographien, die wachsenden Bildungsrückstände der Jungen gegenüber den Mädchen, die veränderten Ansprüche an die Gestaltung der Vaterrolle, den schlechteren gesundheitlichen Status der Männer im Vergleich mit den Frauen. Die Krisenmetapher steht aber auch für Schwierigkeiten bei der Suche nach einer passenden Semantik männlicher Selbstreflexion über den eigenen geschlechtlichen Status angesichts der erwähnten Veränderungen“ (Meuser/Scholz, 2011: 56).

Der Krisendiskurs liegt unter anderem in den Veränderungen begründet, denen Männer seit dem 20. Jahrhundert entgegensehen. Anzuführen wären diesbezüglich etwa der Aufstieg des Feminismus beziehungsweise von Frauenbewegungen sowie der Homosexuellenbewegung, Kriegskonflikte wie der Erste und Zweite Weltkrieg, Veränderungen in der Arbeitswelt oder veränderte Sichtweisen auf Maskulinität (vgl. Beynon, 2002: 13ff).

Die Ansichten darüber, ob es sich wirklich um eine Krise der Männlichkeit handelt, gehen auseinander. Meuser und Scholz zufolge ist nicht von einer Krise zu sprechen, eher von einem Brüchig-Werden der „Grundlagen trtierter Männlichkeitskonstruktionen“ (Meuser/Scholz, 2011: 57) und einem „Strukturwandel von hegemonialer Männlichkeit“ (a.a.O.: 58). Der Strukturwandel der hegemonialen Männlichkeit findet laut Meuser und Scholz auf drei Ebenen statt: Einerseits kommt ihr der Status des Selbstverständlichen abhanden, es findet eine Reflexion des Geschlechterverhältnisses statt. Andererseits kommt es durch die Globalisierung zu neuen Rahmenbedingungen der Männlichkeitskonstruktion. Und drittens kommt es zu einer zumindest teilweisen Öffnung, die sich dadurch kennzeichnet, dass „Frauen und homosexuelle Männer, bei Connell per se untergeordnet, [...] Zutritt zu den sozialen Eliten“ (a.a.O.: 64) erlangen.

5.3. Männlichkeitsbilder

Die Erwartungen an Männer und ihre idealen Attribute setzen sich häufig aus widersprüchlichen Forderungen zusammen. So sind etwa „physische Stärke und körperliche Fertigkeiten dominante Bilder bezüglich männlicher Leistungsfähigkeit“ (Pleck, 2001: 27), belohnt werden aber häufig Aktivitäten und Leistungen, für deren Erreichen und Umsetzen „intellektuelle und zwischenmenschliche Kompetenzen“ (ebd.) nötig sind. Weiter wird Männern einerseits „größere emotionale Kontrolle als Frauen“ (a.a.O.: 27f) zugeschrieben, gleichzeitig sind sie anscheinend „leichter wütend und gewalttätig“ (a.a.O.: 28). Deborah S. David und Robert Brannon formulierten vier Männlichkeitsimperative: Erstens „*no Sissy stuff* [Hervorh. im Orig.] (nichts Weibisches)“ (Badinter, 1993: 160). Zweitens die Betrachtung des Mannes als „*the big wheel* [Hervorh. im Orig.] (eine wichtige Persönlichkeit)“ (ebd.), die wiederum an Macht, Status und Erfolg gemessen wird. Drittens, als „*the sturdy oak* [Hervorh. im Orig.] (die feste Eiche)“ (ebd.) bezeichnet, die Unabhängigkeit, und viertens der Imperativ „*Give 'em Hell* [Hervorh. im Orig.] (zum Teufel mit allen)“ (a.a.O.: 161), womit die AutorInnen die Fähigkeit meinen, „sich als stärker zu erweisen als die anderen, notfalls mittels Gewalt“ (ebd.). Würde ein Mann diese Imperative erfüllen, gelte er als Art Supermann (vgl. a.a.O.: 160f).

Das traditionelle Männlichkeitsverständnis konstituiert sich zu einem großen Teil über die Abgrenzung zu Frauen und zu Männern, die den Normen und Erwartungen nicht entsprechen, etwa zu homosexuellen Männern. Die Homophobie kann dahingehend als „Strategie, um die Anerkennung eines inakzeptablen Teil seiner selbst zu vermeiden“ (Badinter, 1993: 146), angesehen werden. Denkt man an Wladimir Putin, sind etwa homophobe Äußerungen und Maßnahmen als Aspekt dieser Strategie anzusehen. In Bezug auf diese Abgrenzungsstrategien ist ein wichtiger Aspekt die Außenpräsentation des eigenen Körpers und Erscheinungsbildes, das so männlich wie möglich sein soll (vgl. a.a.O.: 143).

Der Körper kann als Ort angesehen werden, der die Geschlechterordnung auf symbolische Weise darstellt. Der männliche Körper gilt seit jeher als die Norm, in der Antike bezeichnete er „den ‚ordentlichen‘, berechenbaren Körper, während der weibliche Körper [...] das Fremde, Unberechenbare und ‚Nicht-Ganz-Dazugehörige‘ symbolisierte“ (Braun, 2006a: 19). Der biologische Unterschied zwischen Männern und Frauen wurde

und wird „als die natürliche Rechtfertigung des gesellschaftlich konstruierten Unterschieds zwischen den Geschlechtern [...] und insbesondere der geschlechtlichen Arbeitsteilung“ (Bourdieu, 2005: 23) herangezogen. Er trägt somit zur Legitimierung männlicher Macht und zur Verbreitung eines männlichen und weiblichen Habitus bei (vgl. a.a.O.: 44ff). Männlichkeit wird über den Körper auch im Rahmen von Sport dargestellt. In Sportwettkämpfen werden „Überlegene Kraft – hervorgerufen durch körperliche Attribute, Fitness oder Teamwork – und überlegene Technik (durch Planung, Übung oder Eingebung) [...] zu Rezepten des Sieges“ (Spitaler, 2005: 43). Sport steht häufig in einem Zusammenhang mit „hypermasculinity and surplus aggressivity“ (Burstyn, 1999: 23). In dieser Hinsicht ist darauf hinzuweisen, dass Gewalt generell häufig einer Sexualisierung unterliegt, besonders wenn sie mit einem „strong, muscled male body“ (a.a.O.: 177) in Zusammenhang steht.

5.4. Männlichkeitsentwürfe in Russland

Zum besseren Verständnis soll als Hintergrundinformation kurz auf die Entwicklungen in Bezug auf Geschlecht innerhalb der Sowjetunion eingegangen werden. In der Sowjetunion wurde zunächst das Ziel verfolgt, „das Patriarchat abzuschaffen und die Familie, die Ur-Institution des Patriarchats, umzustrukturieren“ (Millett, 1985: 223). Diesbezüglich wurden mehrere Gesetze erlassen, die wiederum von Projekten begleitet wurden. So sollten etwa „freie Ehe und Scheidung [...] erlaubt, Verhütungsmittel und Möglichkeiten der Abtreibung zur Verfügung gestellt werden“ (ebd.). Die Frauen sollten nicht länger von ihren Männern abhängig sein. Im Dezember 1917 und Oktober 1918 wurden unter Lenin zwei Verordnungen zur Abschaffung der „Vorrechte der Männer über ihre Angehörigen“ (ebd.) erlassen. Daraus resultierte das Recht der Frauen „zu wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und sexueller Selbstbestimmung“ (ebd.). Das übergeordnete Ziel, das verfolgt wurde, war es, „politische und wirtschaftliche Gleichheit“ (ebd.) zu schaffen. Die Strategie ging allerdings nicht auf und wurde schließlich beendet. Als Gründe dafür können etwa politische und wirtschaftliche Probleme, aber auch die Tatsache angeführt werden, dass die marxistische Theorie zu wenig ideologische Anhaltspunkte für eine solche Reform bot (vgl. a.a.O.: 223f). Unter Stalin fand einer verstärkte Förderung der Familie sowie eine Rückbesinnung auf das Patriarchat statt. Neue, strengere Scheidungsgesetze wurden eingeführt und Frauen

wurden in die Rolle der Hausfrau und Mutter zurückgedrängt (vgl. a.a.O.: 231). Mit dem Zusammenbruch der Sowjetunion setzte „ein geradezu kitschiges Revival des Zweigeschlechtermodells“ (Nohejl, 2013b: 14) ein, „der hegemoniale Macho und die schöne Puppe“ (ebd.) konnten fortan als die gängigen stereotypen Formen von Männlichkeit und Weiblichkeit aufgefasst werden.

Geschlecht spielt auch im gegenwärtigen Russland eine nicht zu unterschätzende Rolle. Einerseits führt Nohejl an, dass die russische Frau „in ihrer Herzensbildung und ihrer emotional-moralischen Stärke und Integrität angeblich für das Russische schlechthin steht“ (Nohejl, 2013b: 7). Andererseits wird in Russland aber, vor allem in Krisensituationen, „auf der eigenen ‚Männlichkeit‘ und Stärke“ (a.a.O.: 10) beharrt. Das Streben nach der Differenz zwischen den Geschlechtern kann als „Ausdruck des Identitätsdilemmas moderner Subjektivitäten“ (a.a.O.: 8) angesehen werden. Als Antwort auf Unsicherheiten werden „traditionell maskuline Werte wie Durchsetzungsvermögen, physische Kraft und Größe“ (Maydell, 2013: 71) nach außen getragen. Das Idealbild des erfolgreichen und machohaften Mannes ist tief in der Gesellschaft verankert, Frauen kommt im Rahmen dieses Ideals eher die Rolle einer untergeordneten und passiven Begleiterin des Mannes zu, die „in erster Linie schön und hingabevoll zu sein“ (Nohejl, 2013c: 87) hat. In Russland wird seit einigen Jahren versucht, „Putin zur Inkarnation russischer hegemonialer Männlichkeit zu stilisieren“ (a.a.O.: 87f). Russland wird visuell häufig als Frau oder zumindest mit weiblichen Attributen charakterisiert. Die bisherigen russischen Präsidenten wurden im Gegensatz dazu als „maskulines Gegenstück eines femininen Russland oder russischen Volkes porträtiert“ (Rutten, 2013: 147). Von Putin werden ständig Bilder veröffentlicht, die einen Bezug zu Männlichkeit schaffen sollen (vgl. a.a.O.: 147f).

Ein weiterer Aspekt, dem laut Beatrix Kreß in der russischen Kultur eine zentrale Rolle zukommt, ist der Diskurs um den Faktor Glamour. Dieser spielt vor allem in Bezug auf Konsum eine zentrale Rolle, welcher sich daran orientieren, was die russische Oberschicht trägt und nutzt. Es geht in erster Linie um die äußere Erscheinung (vgl. Kreß, 2010: 129f). Bei Männern findet diesbezüglich vor allem eine „Kombination aus ausgesprochen teurer Kleidung und Attributen des Luxus auf der einen Seite und einer archaisch anmutenden Männlichkeit andererseits“ (a.a.O.: 141) statt. Diese zwei Seiten, die sich scheinbar widersprechen, sind laut Xenia Gussarowa typisch für Russland. Während Frauen sich auf einen Stil konzentrieren, der „Kindlichkeit“ (a.a.O.: 131) mit

dem „Herausstellen sexueller Reize“ (ebd.) vereint, wollen Männer mit ihrem Erscheinungsbild „ihr körperliches als auch finanzielles Potenzial“ (ebd.) nach außen hin zeigen. Das männliche Idealbild stimmt mit den Attributen in Bezug auf Glamour überein, denn Männer seien bemüht, ihre körperliche Kraft darzustellen, aber auch zu zeigen, dass sie finanziell gut gestellt sind, was wiederum durch „Statussymbole wie teure Kleidung, Schmuck, aber auch Autos, Yachten oder Jet-Skis“ (a.a.O.: 132) geschieht.

5.5. Männlichkeit und Militär

Eine wichtige Funktion in der Sozialisierung von Männern nimmt das Militär ein. Dies geschieht durch die Vermittlung von militärischen Werten wie auch durch ein Gefüge von Unterordnungs- (gegenüber höhergestellten Männern) und Solidaritätsverhältnissen (gegenüber anderen Soldaten) (vgl. Kreisky, 1994: 204f). Häufig wurde und wird das Militär „als Schule der Nation“ (Janshen, 2001: 76) bezeichnet. Apelt und Dittmer zufolge geschieht die militärische Sozialisation in drei Bereichen: Zunächst erfolgt die „Anerziehung von Eigenschaften wie Mut, Entschlossenheit, physische Fitness, Kampfgeist, Angriffslust und Kameradschaft“ (Scholz, 2012: 197), welche männlich konnotiert sind. Eine weitere Strategie ist die Feminisierung der Soldaten, welche im Laufe des Sozialisationsprozesses aufgehoben wird, durch die Bewältigung von gestellten Aufgaben werden die Rekruten schließlich zu Männern (vgl. Scholz, 2012: 197). Weiter kommt es zur Bildung „quasi-familialer Beziehungen militärischer Kameradschaft“ (a.a.O.: 198), diesbezüglich stellen etwa Vorgesetzte einen „Vater- und Mutterersatz“ (ebd.) dar.

Als zentrales Element der Militärkultur kann neben der Relevanz des Wertes Disziplin die Waffe angesehen werden. Als Mann gilt, wer Waffen trägt. „Sie verleiht Macht, wie viele Soldaten schon betont haben“ (Janshen, 2001: 79). Eng mit dem Soldatendasein wird die Rolle des Helden verknüpft. Die Heldenrolle verhaftet allerdings nicht nur im militärischen Raum, sie kann auch im zivilen Raum adaptiert werden. So finden sich Heldenfiguren in allen möglichen Kontexten, beispielsweise in Kinderbüchern. Gelegentlich nehmen auch Frauen eine Heldinnenrolle ein, „aber sie sind dann in der Regel nicht RepräsentantInnen [sic!] einer Frauenkultur, sondern bestätigen durch Anpassung eine tradierte Männerkultur“ (a.a.O.: 80).

6. Wladimir Putin

6.1. Biografische Eckpunkte

Wladimir Wladimirowitsch Putin wurde am 7.10.1952 im damaligen Leningrad als Kind einfacher Eltern geboren. Sein Vater war zunächst Soldat und später in einem Waggonbaubetrieb tätig, seine Mutter arbeitete unter anderem als Hausmeisterin und Putzfrau. Mit elf Jahren begann Putin mit den Kampfsportarten Sambo und Judo und wurde unter anderem Leningrader Judo-Meister im Jahr 1975. Putin studierte Jura, bereits während seines Studiums trat er der Kommunistischen Partei der Sowjetunion (KPdSU) bei. Nach seinem Abschluss arbeitete er ab 1975 knapp 20 Jahre lang für den KGB, den sowjetischen Geheimdienst. Im Rahmen dieser Tätigkeit lebte und arbeitete er von 1985 bis 1990 in der deutschen Stadt Dresden. 1983 heiratete Wladimir Putin seine Frau Ljudmila, mit der er in den Jahren 1985 und 1986 zwei Töchter bekam (vgl. Fleischmann, 2010: 7ff; vgl. Foxall, 2012: 138). Als er nach Leningrad zurückkehrte, warb ihn sein ehemaliger Universitätsprofessor Sobtschak, der mittlerweile als Direktor tätig war, für die Auslandskontakte der Universität an. Durch diesen, der schließlich zum St. Petersburger Bürgermeister aufstieg, wurde für Putin 1991 auch der Weg in die Stadtregierung geöffnet, in welcher er zunächst ebenfalls für die Auslandsbeziehungen zuständig war. Im Jahr 1994 wurde Putin zum „Vizebürgermeister der Newa-Metropole“ (Fleischmann, 2010: 9) gewählt. Als sein Mentor Sobtschak 1996 nicht zum Bürgermeister wiedergewählt wurde, wurde Putin in die Präsidialadministration geholt, konkret in die Vermögensabteilung. 1997 wurde er stellvertretender Leiter der Präsidialadministration. Im Juli 1998 ernannte der damals amtierende Präsident Jelzin ihn „zum Chef des Sicherheitsdienstes FSB [...], der Nachfolgeorganisation des KBG, und im März 1999 zum Vorsitzenden des Sicherheitsrats“ (a.a.O.: 10). Im August 1999 wurde Putin mit Unterstützung Jelzins schließlich „zum Regierungschef gewählt“ (ebd.) und einige Monate später zum Präsidenten ernannt. Mit 47 Jahren war Putin damit der jüngste Präsident, „er wirkte jung, sportlich und dynamisch, gab sich offen und locker, aber auch – wenn notwendig – zum Handeln entschlossen“ (a.a.O.: 11). Von 2000 bis 2004 sowie von 2004 bis 2008 übte Putin in zwei Amtszeiten das Amt des Präsidenten aus. Nachdem er von 2008 bis 2012 als Regierungschef unter dem Präsidenten Dmitri Medwedew fungierte, wurde er 2012 erneut zum Präsidenten gewählt (vgl. Mommsen, 2010: 427).

Putin verweist gelegentlich darauf, dass er aus einfachen Verhältnissen stammt und beschreibt sich selbst gerne als „unermüdlichen und pflichtbewussten Arbeiter [...], dem

es nur um das Wohl des Landes geht“ (Fleischmann, 2010: 260) und der kein Politiker im herkömmlichen Sinne sei, sondern eher eine Art Manager des Landes (vgl. Mommsen/Nußberger, 2007: 24). Im April 2014 wurde die Scheidung von Wladimir und Ljudmila Putin bestätigt, bereits 2008 kursierte das Gerücht über eine Trennung und über die Beziehung zwischen Putin und der Kunstturnerin Alina Kabajewa (vgl. Fleischmann, 2010: 257ff; vgl. Spiegel Online, 2.4.2014). Putin ist Christ und trifft sich laut Medienberichten häufig mit VertreterInnen der orthodoxen Kirche (vgl. Fleischmann, 2010: 242).

6.2. Exkurs: Das PräsidentInnenamt

In Russland herrscht laut Verfassung „ein präsidentiell-parlamentarisches Mischsystem“ (Mommsen, 2010: 422). Die Präsidenten Jelzin, Putin und Medwedew sprachen von einem präsidentiellen System (vgl. ebd.). In der Praxis wird jedoch in hohem Maße von der Verfassung abgewichen, weshalb manche AutorInnen in Russland „ein ‚superpräsidentielles‘ Regime“ (a.a.O.: 424) ausmachen. Klar ist jedenfalls, dass das russische System von einer starken Fokussierung auf die Person des/der PräsidentIn gekennzeichnet ist, welcher mehr Macht zukommt als in einem parlamentarisch-präsidentiellen System. Der russische Präsident beziehungsweise die Präsidentin bestimmt die „Hauptrichtung der Innen- und Außenpolitik“ (Röhrich, 2006: 51) des Landes und nimmt die Rolle des Staatsoberhauptes ein, welches über die Verfassung und über die anderen politischen Organe wacht. Zudem kommt ihm beziehungsweise ihr die Rolle als „Oberbefehlshaber der Streitkräfte“ (Mommsen, 2010: 424) zu. Die Person im PräsidentInnenamt kann als einzige „die föderalen Gesetze [...] unterzeichnen und [...] veröffentlichen“ (a.a.O.: 425) und Referenden ausrufen sowie „Dekrete und Verfügungen [...] erlassen, die den Charakter von Bundesgesetzen besitzen“ (Röhrich, 2006: 51). Weiter kann der beziehungsweise die PräsidentIn „Gesetzesentwürfe in der Staatsduma einbringen und hat gegenüber den Bundesgesetzen ein suspensives Veto, das nur mit einer Zweidrittelmehrheit in beiden Kammern der Bundesversammlung zurückgewiesen werden kann“ (ebd.).

Die PräsidentInnen Russlands werden direkt und geheim gewählt (vgl. Röhrich, 2006: 51). Unter Medwedew wurde die Regierungszeit im Jahr 2009 von vier auf sechs Jahre verlängert. Kandidieren darf, wer mindestens 35 Jahre alt ist und seit zehn Jahren im

Staatsgebiet lebt. Zulässig sind höchstens zwei aufeinanderfolgende Amtszeiten. Die bisherigen russischen Präsidenten waren Boris Jelzin (dessen erste Amtszeit ab 1991 noch in der Sowjetzeit angesiedelt war und der 1996 wiedergewählt wurde), Wladimir Putin (zwei Amtszeiten in den Jahren 2000-2004 und 2004-2008), Dmitri Medwedew (2008-2012) und Putin in einer erneuten Amtszeit (seit 2012) (vgl. Mommsen, 2010: 427).

Um eine/n PräsidentIn abzusetzen „bedarf es [...] innerhalb von drei Monaten sowohl in der Staatsduma als auch im Föderationsrat einer Zweidrittelmehrheit; außerdem muss das Oberste Gericht einen Verfassungsbruch oder eine Straftat des Präsidenten festgestellt haben“ (Mommsen, 2010: 426). Für eine Absetzung des Präsidenten beziehungsweise der Präsidentin stellen sich also hohe Hürden. Der Person im PräsidentInnenamt kommt also enorme Macht zu und sie „ist praktisch jeglicher demokratischer Kontrolle entzogen“ (Röhrich, 2006: 54), was wiederum Machtmissbrauch Tür und Tor öffnet.

Während der beziehungsweise die PräsidentIn über große Macht und Befugnisse verfügt, ist das Parlament in Russland eher schwach. Es gliedert sich in zwei Kammern: die Staatsduma und den Föderationsrat. Die wichtigste Aufgabe des Parlaments ist die Gesetzgebung.

6.3. Russland unter Putin – Die gelenkte Demokratie

Wenn Putin sich auf den Zustand der Demokratie in Russland bezieht, verweist er einerseits häufig auf die Ähnlichkeiten, die zu westlichen Ländern bestehen, besonders auf „die Bedeutung eines funktionierenden Mehrparteiensystems, das Wirken von Nichtregierungsorganisationen und Bürgerinitiativen und die ungehinderte Arbeit der Medien für die Entwicklung eines demokratischen Staatswesens“ (Fleischmann, 2010: 41). Andererseits fordert er „für Russland auf Grund seiner historischen Entwicklung eine spezifische Form der Demokratie“ (a.a.O.: 42) ein. Diese Sonderform wird in beschönigender Form von Putin und anderen regierungsnahen Personen als souveräne Demokratie, ansonsten auch als gelenkte Demokratie und von GegnerInnen Putins mit den „kritischen Begriffen der ‚imitativen Demokratie‘ [...] bzw. der ‚manipulierten Demokratie‘“ (a.a.O.: 43) bezeichnet. Die politische Führung des Landes will sich damit „sowohl von den westlichen Demokratien wie auch von offen autoritären und halbautoritären Regimen absetzen“ (ebd.). So sollen zwar nach außen hin die

Charakteristika einer Demokratie klar ersichtlich sein, beispielsweise Wahlen und ein Mehrparteiensystem sowie Medienpluralismus, andererseits wird aber mit Repressionen gearbeitet (vgl. ebd.). Auf diese Weise kommt es zu einer „Mixtur aus Autokratie, Oligarchie und Demokratie“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 31).

Die gelenkte Demokratie muss vor dem Hintergrund der politischen Kultur Russlands gesehen werden, „die weitgehend Vorstellungen vom traditionell autoritären, bürokratischen und hierarchisch verfassten Staat verhaftet bleibt“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 22). Diesbezüglich ist auch zu reflektieren, dass „Putin [...] durch Schulung und Erfahrungen während seiner siebzehnjährigen Tätigkeit im sowjetischen KGB geprägt“ (ebd.) ist. Sowohl dieser als auch sein Vorgänger Jelzin verwiesen des Öfteren auf die politische „Kultur des Obrigkeitstaates“ (a.a.O.: 23), mit welcher sie die „Vorstellung von der alles überragenden Machtposition des Präsidenten und der Vorherrschaft der Exekutive über die Legislative“ (ebd.) in Verbindung bringen. Beide argumentierten, dass Russland an diese Form der Führung gewohnt sei, da auch im Zarenreich und in der Sowjetunion ein starker Herrscher gang und gäbe war (vgl. a.a.O.: 34). Die Autorität des Präsidenten wird also durch den Rückgriff auf Tradition gerechtfertigt. Putin legitimierte sein politisches Handeln außerdem häufig mit Verweis auf die „Gefahr des Terrorismus“ (Fleischmann, 2010: 12), der er als „Mann für *law and order* [Hervorh. im Orig.]“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 36) gegenüber treten musste.

Unter Putin wurden „Maßnahmen zur Einschränkung der Meinungsfreiheit, zur Disziplinierung der regionalen Oberhäupter und zur Rekrutierung von Spitzenbeamten aus Militär wie Sicherheitsorganen“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 23) gesetzt, bereits dies zeigt, „dass der neue Kurs in Richtung Zentralisierung und Militarisierung des Systems ging“ (ebd.). Putins Ziel, einen starken Staat zu schaffen, hängt mit dem Traum der „Wiederherstellung der Großmachtrolle Russlands“ (ebd.) sowie der wirtschaftlichen Steigerung zusammen. Das politische System wird geprägt durch „informelle Strukturen der Macht, während die staatlichen Institutionen geschwächt sind“ (Mommsen, 2010: 473). Zudem werden die Medien in ihrer Freiheit beschnitten und die Opposition ist in der gelenkten Demokratie starken Behinderungen oder gar Gefährdungen ausgesetzt (vgl. Kappeler, 2014: 46). So sehen sich die Mitglieder regimekritischer Parteien und Bewegungen etwa auch außerhalb der politischen Sphäre mit Sanktionen konfrontiert, beispielsweise kommt es zu Strafverfahren gegen Oppositionelle (vgl. Fleischmann, 2010: 57).

Die gelenkte Demokratie lebt von der sogenannten Vertikale der Macht. Dieser Begriff „bezieht sich auf die strikte Kommandokette, die sich vom Kreml ausgehend über alle staatlichen Organe erstreckt“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 32). Die Entmachtung der staatlichen Institutionen verläuft parallel zur „Schaffung bedeutungsloser institutioneller Klone“ (ebd.). So konzentriert sich die Macht bei der politischen Führung, deren Kontrollinstanzen mehr und mehr abgeschafft werden. Im Jahr 2000 wurden zunächst die Oberhäupter der Regionen und der Föderationsrat, welche unter Jelzin noch eine bedeutende Rolle spielten, entmachtet (vgl. a.a.O.: 36f). Der Föderationsrat beheimatet seither zu einem großen Teil „Spitzenvertreter des Wirtschaftsleben und zahme Politiker“ (Fleischmann, 2010: 16) und stellt somit keine Hürde mehr für den Präsidenten und seine Politik dar. Auch die Staatsduma wurde in ihren Befugnissen beschnitten, etwa durch die „Vormundschaft der Präsidialadministration“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 39). Letztere stellt eine Art „Ersatzregierung“ (Röhrich, 2006: 53) dar. Sie existiert parallel zur Regierung und deren VertreterInnen und schafft somit „eine Doppelung von Ämtern und Funktionen“ (ebd.). Damit erinnert sie stark „an das ehemalige Zentralkomitee der Kommunistischen Partei“ (ebd.). Röhrich spricht von einer „*Resowjetisierung* [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.) Russlands, welche sich für ihn ebenfalls durch die Ähnlichkeit „des Sicherheitsrates mit dem alten Politbüro“ (Mommsen, 2010: 430) festmachen lässt. Dieser hat als zentrale Aufgaben die „Koordination der Tätigkeit der Ministerien und Behörden“ (a.a.O.: 429) sowie Beraterfunktionen in Bezug auf innen- und außenpolitische sowie sicherheitspolitische Fragen (vgl. ebd.). Der Sicherheitsrat besteht sowohl aus PolitikerInnen als auch aus Mitgliedern der Oligarchie und untersteht dem Präsidenten (vgl. Mommsen, 2010: 430; vgl. Röhrich, 2006: 53). Den sogenannten „neuen Oligarchen“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 63) kommt mittlerweile generell besonderer Einfluss zu. Sie haben häufig leitende Positionen innerhalb der informellen Instanzen, der Exekutive oder wichtiger Unternehmen inne und stehen in einem engen Verhältnis zu Putin (vgl. a.a.O.: 63f). Die Vertikale der Macht übt auch erheblichen Einfluss auf die russische Justiz aus, die zwar nach außen hin sowohl unter Gorbatschow und Jelzin als auch unter Putin gestärkt wurde, die aber im Inneren durch „informelle Traditionen“ (a.a.O.: 106), beispielsweise Absprachen, bestimmt wird.

Putin trieb zudem die Gängelung der Medien immer mehr voran. Diese begann bereits kurz nach der erstmaligen Wahl Wladimir Putins zum Präsidenten. Er versuchte, „die Quellen öffentlicher Kritik zum Verstummen“ (Mommsen, 2010: 460) zu bringen.

Medien schienen für ihn bereits damals „eine Art Staatsfeind“ (ebd.) darzustellen. Es kam zu etlichen Schließungen von unabhängigen Medien. Zudem wurden die beiden Medienmogule Boris Beresowskij und Wladimir Gusinskij in Folge eines Strafverfahrens ins Exil getrieben, woraufhin Putin ein staatliches Medienmonopol schaffen konnte. „Im Ergebnis kontrollierte der russische Staat fünf große nationale Sender, Kanal Eins, *Rossija*, *TV-Zentr*, *NTW* und *Ren-TW* [Hervorh. im Orig.]“ (ebd.). Während *Ren-TW* immerhin noch teilweise kritisch berichtet, befassen sich die anderen vier Kanäle vorrangig auf sehr positive Weise mit „der Tätigkeit der Regierungsorgane“ (ebd.). Die Regierung und Putin werden nicht kritisiert und die Berichterstattung zeichnet sich durch etliche Tabus aus, beispielsweise darf nicht über „Exzesse militärischer Gewalt in Tschetschenien, Korruption in Regierungskreisen, die Übernahme wirtschaftlicher Führungsposten durch hochrangige Staatsbeamte“ (a.a.O.: 461) berichtet werden. Putin wird stattdessen „als strahlende Führungsfigur“ (ebd.) präsentiert. Nur wenige Jahre später war bereits der größte Teil der Medien unter Staatseinfluss. JournalistInnen sahen sich Behinderungen und Entlassungen, sowie Verfolgungen ausgesetzt. „In der Statistik der Journalistenmorde nimmt Russland weltweit einen der vorderen Plätze ein“ (Mommsen, 2010: 461). Im Rahmen der Vertikale der Macht und besonders als Werbemedium für das politische System und für Putin kommt besonders dem Fernsehen große Bedeutung zu, über das sich der Großteil der Bevölkerung informiert. Zentral ist „der direkte Dialog zwischen dem Präsidenten und den Bürgern“ (Mommsen/Nußberger, 2007: 55), welche in erster Linie über das Fernsehen organisiert werden, mittels „Telefonschaltungen und SMS“ (ebd.), und in denen Bürgernähe geschaffen wird (vgl. Mommsen, 2010: 461; vgl. Mommsen/Nußberger, 2007: 46ff; vgl. Fleischmann, 2010: 236ff). In den Printmedien sowie im Internet findet sich dennoch - im Gegensatz zu den meisten Fernsehkanälen – kritische Berichterstattung. Beispiele dafür sind etwa die auflagenschwachen Zeitungen „*Gazeta*, *Wremja Nowostej*, *Nowaja Gazeta* und *Kommersant* [Hervorh. im Orig.]“ (Mommsen, 2010: 461).

6.4. Die populärkulturelle und mediale Darstellung Putins

6.4.1. Personenkult

Die Begriffe *Personenkult* beziehungsweise *Persönlichkeitskult* sind in der Regel eher negativ behaftet, weil sie mit Menschenrechtsverletzungen und Diktaturen assoziiert

werden. Auf Grund dessen, und weil es im Falle Putins zwar Parallelen zum Personenkult, aber auch Unterschiede zu diesem gibt, sprechen Cassiday und Johnson stattdessen von einer *Putinmania* (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 693). Putin, der der russischen Bevölkerung zunächst unbekannt war, wurde bereits kurz vor seiner Wahl zum Präsidenten zum beliebten Medienmotiv. Schnell kam der Begriff des Personenkults für seine Darstellung und die Rezeption eben dieser auf. Grund dafür könnte sein, dass Putin sich als sehr anschlussfähig erwies, verschiedenste Personen und Personengruppen können in ihm Aspekte sehen, die für sie als positiv gelten (vgl. a.a.O.: 685f).

Im Sowjetkult war das Bild des Führers ein zentrales Element der Inszenierung und wirkte sich stark auf die nationale Identität aus (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 699f). Cassiday und Johnson sehen einen zentralen Unterschied in der Darstellungspraktik zwischen Putin und Stalin darin, dass der Kult um Putin nicht hauptsächlich auf Zwang zu basieren scheint, zumindest nicht im selben Ausmaß wie in der Sowjetzeit. Zwar wird in Russland unter Putin mit Einschränkungen aller möglichen Rechte gearbeitet, dennoch besteht nicht so eine große Kontrolle über das Leben der Menschen und deren Alltag wie es unter Stalin der Fall war. Es ist eher so, dass die Menschen, die Putin verehren, dies tun, weil sie sich Vorteile davon versprechen. Die weniger stark ausgeprägte Kontrolle kann unter anderem auch darauf zurückgeführt werden, dass das Internet für Putin eine wichtige Rolle spielt, dabei handelt es sich allerdings auch um ein Medium, welches nicht zentral kontrolliert werden kann (vgl. a.a.O.: 695ff). Die Autorinnen gehen davon aus, dass es bei der *Putinmania* nicht so sehr um Putin als Politiker und als „strong, national leader“ (a.a.O.: 697) geht, sondern eher um „the forms of communication and the symbolic practices it enables“ (ebd.). Generell stelle die kultähnliche Verehrung Putins einen Teil der „nostalgia for the Soviet past“ (ebd.) dar. Dies lässt sich etwa mit Hinweis auf die Bezugnahme auf sowjetische Symbole bestätigen.

Die sogenannte *Putinmania* äußert sich laut Cassiday und Johnson auch im Konsum der russischen Bevölkerung sowie in der Populäركultur. Bilder von Putin werden verkauft, es gibt Mode und Konsumgüter wie Vodka, die seinen Namen oder sein Porträt enthalten (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 700ff; vgl. Fleischmann, 2010: 28). Als wichtiger Aspekt in der Sozialisierung der jungen russischen Bevölkerung muss die Übernahme von Putins Biografie sowie Informationen zu seinem Wirken in den Schulplan angesehen werden (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 681). Im Jahr 2002 erschien der „Song *Takogo kak Putin* [Hervorh. im Orig.] (Einen wie Putin)“ (Rutten, 2013: 148), in dem dieser als

Traummann präsentiert wird. 2010 produzierte eine „Gruppe von Journalistikstudentinnen einen Pin up-Kalender“ (ebd.) anlässlich Putins Geburtstag. Dies sind nur einige Beispiele der Bezugnahme auf Putin innerhalb der russischen Populär- und Konsumkultur. Neben diesen gab es auch immer wieder Gegenreaktionen, die sich auf ironische Art und Weise auf die Hochstilisierung Putins bezogen (vgl. a.a.O.: 148f).

Umfragen zu Putin weisen seit seinem Amtsantritt als Präsident im Jahr 2000 ungebrochen hohe Sympathiewerte auf. Zwischen 2000 und 2004 konnte er etwa immer zwischen 70 und 80 Prozent erreichen, 2008 drückten 86 Prozent ihre Zustimmung aus. 2007 versuchte eine Bewegung, den Weg für Putin als nationalen Führer Russlands zu ebnen (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 683). Zu diesem Thema wollte das Lewada-Zentrum herausfinden ob die Bevölkerung Putin als nationalen Führer ansieht. 35 Prozent antworteten mit ja, 45 Prozent mit nein und 20 Prozent waren sich nicht sicher. Eine Befragung eines anderen Forschungsinstituts ergab, dass sich 60 Prozent einen nationalen Führer wünschen würden, 55 Prozent wollten Putin in dieser Rolle sehen (vgl. Fleischmann, 2010: 29). Auch bei seiner Wiederwahl zum Präsidenten im Jahr 2012 erhielt Putin 54 Prozent Zustimmungswerte (vgl. Foxall, 2012: 137). Während die Zustimmungswerte zu Putin dauerhaft hoch sind, werden bestimmte politische Leistungen, beispielsweise Putins Wirtschaftspolitik, kritisiert. Der russische Soziologe Jurij Lewada erklärt dies damit, „dass *Putin* [Hervorh. im Orig.] als ‚Präsident der Hoffnungen‘ und nicht als ‚Präsident der Leistungen‘ wahrgenommen werde“ (Mommsen, 2010: 457). Von Medien wurden Putin schon verschiedenste Titel zugesprochen, das „Times Magazine“ sah in ihm etwa die Person des Jahres 2007, „Vanity Fair“ bezeichnete ihn 2008 als einflussreichste Person der Welt, für „Forbes“ nahm er diesbezüglich im Jahr 2011 den zweiten Platz ein (vgl. Foxall, 2012: 137).

6.4.2. Mediale Inszenierung

Die mediale Inszenierung Wladimir Putins ist ein wichtiger Aspekt seiner Herrschaft und deren Legitimation. Besonders Fotografien erweisen sich als zentrales Medium und wirken sich wiederum stark auf die öffentliche Meinung aus (vgl. Foxall, 2012: 132ff; Mommsen/Nußberger, 2007: 53). Putin wird in den Medien als intelligent, kompetent, sportlich, fit und männlich dargestellt (vgl. Cassiday/Johnson, 2010: 686). An dieser Präsentation beteiligt sich auch der Kreml selbst, welcher „this manly image in human

interest stories“ (ebd.) verpackt oder mittels Fotografien verbreitet. So wird der Präsident „als Sportler, Kämpfer, Künstler und – fast schon metaphysisch – als Führer des Landes“ (Fleischmann, 2010: 27) dargestellt. Bilder des Präsidenten sind überall zu finden und daher tief im Alltag der Menschen verwurzelt (vgl. Foxall, 2012: 135). Öffentliche Auftritte gehören zu Putins Politikkonzept. Zum Beispiel führt er Testflüge von Kampffliegern durch, assistiert bei archäologischen Ausgrabungen oder fährt mit Motorradfans auf einer Harley Davidson. Die Aktivitäten, bei denen Putin gezeigt wird, sind meist männlich konnotiert, aber dazu später mehr (vgl. a.a.O.: 137).

Im Sommer 2007 wurden erstmals Urlaubsfotos von Putin in der Öffentlichkeit prominent. Aufgrund der Relevanz von Medien und Bildern in der heutigen politischen Kommunikation, ist diese Tatsache an sich noch nichts Ungewöhnliches. Auch von anderen PolitikerInnen existieren Fotos, die sie im Urlaub zeigen, so etwa die ehemaligen Präsidenten der USA und Italiens, George W. Bush und Silvio Berlusconi. Auch die Darstellungen eines leichtbekleideten Putins sind kein Novum. So gibt es etwa auch vom ehemaligen Premierminister Großbritanniens, Tony Blair, oder von Barack Obama, damals noch in der Funktion als Senator, Bilder, auf denen diese oberkörperfrei abgelichtet wurden. Der große Unterschied besteht einerseits darin, dass in den Fotos von Putin der russischen Landschaft sowie klischehaft männlichen Aktivitäten zentrale Bedeutung zukommt. Andererseits werden die Fotos, im Gegensatz zu denen von anderen PolitikerInnen im Urlaub, statt von JournalistInnen von offizieller Seite veröffentlicht (vgl. Foxall, 2012: 134ff). Laut Foxall werden die Fotografien durch letzteren Punkt Teil eines „discourse of state power“ (a.a.O.: 135).

Putins Urlaubsbilder wurden häufig im August veröffentlicht, dem Monat, in dem „most Russians traditionally head to their *dachas* [Hervorh. im Orig.] on summer vacation“ (Foxall, 2012: 141). Putin macht damit etwas, was der typische Russe tut und reiht sich als einfacher Mann in die Gesellschaft ein. Die Fotos, die Putin im August 2007 im Rahmen seines Urlaubs in der Republik Tuwa in Sibirien porträtieren, fanden weite Verbreitung. Auf den Fotos wird er sowohl mit anderen PolitikerInnen, als auch oberkörperfrei beziehungsweise in Kleidung mit Camouflage-Muster beim Fischen, Spazieren und beim Reiten gezeigt. Aus dem Urlaub existieren aber auch Fotos, auf denen Putin mit seinem Handy abgebildet ist, was deutlich machen soll, dass er auch im Urlaub immer erreichbar und arbeitsbereit ist (vgl. a.a.O.: 141ff).

Der zweite dokumentierte Urlaub fand im August 2009 erneut in Tuwa statt und wurde vielmehr als freier Tag dargestellt. Erneut finden sich Fotos eines halbnackten beziehungsweise militärische Kleidung und Sonnenbrille tragenden Putins. Der damalige Premier wurde unter anderem beim Reiten, beim Füttern eines Pferdes, beim Schwimmen oder beim Sitzen auf einem Ast fotografiert. Viel öfter als 2007 wird Putin mit Menschen aus der Umgebung gezeigt, etwa mit einem Hirten (vgl. Foxall, 2012: 145f). Im darauffolgenden Jahr verbrachte Putin seine Urlaubstage im August nicht in Tuwa, sondern in Jakutien, wobei er nicht mehr oberkörperfrei, aber noch in seiner Kleidung im Militärstil gezeigt wird. Es wurde mehr Wert auf Forschungsexkursionen gelegt und Putin traf sich mit WissenschaftlerInnen. Putin wird, etwa auf einem Foto, auf dem er mit zwei jungen Forscherinnen an einem Tisch sitzt, nun auch in einer anderen Rolle gezeigt, nämlich in einer Vaterrolle (vgl. a.a.O.: 145ff). Auch in den weiteren Jahren wurden Fotos von Putin bei privaten Aktivitäten auf den offiziellen Homepages veröffentlicht.

Putin verkörpert eine maskuline russische Identität (vgl. Foxall, 2012: 136). Dies muss unter anderem im Kontext dessen gesehen werden, was manche eine Krise der postsowjetischen Männlichkeit nennen. Die russischen Männlichkeitsentwürfe sind noch nicht gefestigt, was von politischer Seite dahingehend ausgenutzt wird, dass – durch Putin – versucht wird, einen bestimmten Typ von Männlichkeit in der Öffentlichkeit zu etablieren (vgl. a.a.O.: 138).

„Putin has a political identity and public image characterized by masculine sexual potency“ (Cassiday/Johnson, 2010: 690). Eine wichtige Rolle kommt dabei Putins Körper zu, der einer Sexualisierung unterliegt. Putins Männlichkeit und sein Körper stehen immer wieder im Zentrum der Fotografien und der Rezeption, dies kann auch als Art Abgrenzung von früheren politischen Machthabern gesehen werden. Während einerseits der männliche Körper idealisiert wird, wird bestimmtes Verhalten, das in Russland dem männlichen Klischee entspricht, wie etwa Alkoholkonsum und Rauchen, abgelehnt (vgl. ebd.). Frauen bewundern Putin für diese Eigenschaften und Putin weiß „seine hypermaskuline Reputation“ (Rutten, 2013: 148) zu nutzen.

Wladimir Putin wird vom Kreml als „Russian action hero“ (Foxall, 2012: 139) vermarktet. Ein Journalist bezeichnete den Präsidenten als eine Art russischen James Bond, Parallelen wie die Tätigkeit für einen Geheimdienst sowie die Verkörperung von hegemonialer Männlichkeit sind durchaus gegeben (vgl. ebd.). Dieses Image des

Superhelden findet seinen absurden Höhepunkt darin, dass es mittlerweile Actionfiguren von Putin gibt, etwa eine aus dem Jahr 2009, die den fischenden, oberkörperfreien Putin nachbildet. Foxall schreibt den Figuren das Potential zur Identifikation zu: „Through playing with the figurine, younger owners may even fantasise about being Putin“ (a.a.O.: 140). Die Fotografien nehmen eine politische Funktion ein, sie spiegeln Machtbeziehungen wider. Die Darstellung von Putin und seiner Männlichkeit, aber auch Putins Art und Weise, sich in der Öffentlichkeit zu präsentieren, fällt mit einem „masculinised and militarised image of Russia“ (a.a.O.: 151) zusammen.

7. Forschungsstand

Eine wissenschaftliche Erforschung von visuellen Medien fand lange Zeit nur in der Kunstgeschichte und der Philosophie statt. Andere wissenschaftliche Disziplinen begannen erst später mit der Erforschung von Bildern, meist auch nur auf Teilbereiche beschränkt und nicht interdisziplinär (vgl. Drechsel, 2005: 17f). So blieben viele Bereiche und Aspekte des großen Forschungsfeldes der visuellen Kommunikation „bis weit in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts hinein unerforscht“ (a.a.O.: 18). Drechsel sieht den Grund dafür „in der tendenziellen Bildfeindlichkeit der abendländischen Schriftkultur“ (ebd.) sowie in der Tatsache, dass die Hauptdisziplin in der Erforschung von Bildern, nämlich die Kunstgeschichte, sich vor allem auf Bilder konzentrierte, die als Kunst kategorisiert werden konnten (vgl. ebd.). Die Trennlinie zwischen Kunst und jenen Bildern, die nicht als Kunst bezeichnet wurden, wurde im 20. Jahrhundert allerdings immer weniger scharf. Es kam auch in anderen Disziplinen zu einer Beschäftigung mit Bildern, so etwa in der Medienwissenschaft oder den Cultural Studies, schlussendlich fand die Untersuchung von Bildern aber eigentlich in alle Disziplinen Eingang (vgl. a.a.O.: 19ff). In diesen Anfangsphasen gab es „zahlreiche pessimistische Zeitdiagnosen“ (a.a.O.: 19), die „das Anschwellen einer angeblich schädlichen Bilderflut“ (ebd.) behandelten. Mitchell spricht von einem „pictorial turn“, der sich in den 1990er Jahren in den Kulturwissenschaften vollzog (vgl. a.a.O.: 19). Burda weist auf einen „iconic turn“ hin, der in Anlehnung an den „linguistic turn“, welcher die Bedeutung von Sprache ins Zentrum stellt, die Frage erforscht, „was es bedeutet, dass unsere Wirklichkeit zunehmend eine Welt der Bilder wird“ (Burda, 2010: 17) und welche Auswirkungen dies auf unsere Einstellungen, Wahrnehmungen und unser Verhalten hat. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts setzte sich unter anderem der Philosoph Klaus Sachs-Hombach stark für die Etablierung einer Bildwissenschaft als autonome Disziplin ein. Diesbezüglich zu erwähnende Versuche sind etwa die Gründung eines Virtuellen Instituts für Bildwissenschaft sowie der von ihm erdachte bildtheoretische Ansatz, der sich „mit der Vermittlung zwischen Semiotik und Phänomenologie bzw. zwischen abstrakter und empirischer Bilderforschung befasst“ (Drechsel, 2005: 25).

Der Ursprung der Konzentration auf visuelle Kommunikation liegt allerdings schon weiter zurück, denn „Wechsel zwischen sprach- und bildbasierten Kulturformen“ (Burda, 2010: 17) gab es auch schon früher, so etwa in der Zentralität von Bildprogrammen im Christentum (vgl. ebd.). Allerdings ist anzuführen, dass früher eine viel stärkere

Ortsgebundenheit zu vermerken war, Bilder „hatten ihren Platz in Kirchen, Tempeln oder Villen“ (a.a.O.: 18). Mit der Erfindung der neuen Technik des Kupferstichs wurden Bildmedien transportfähig, mit dem Aufkommen der Fotografie und des Films wurden schließlich auch größere Menschenmengen erreicht. Zentral für die weitere Entwicklung war die Digitalisierung von Bildern, die etwa zur Jahrtausendwende einsetzte (vgl. Burda, 2010: 18f; vgl. Paul, 2008c: 21).

„In den digitalen Medien verschmolzen Sprache und Text, Audio und Video, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik zu einer neuen Kommunikationsform. [...] Die Digitalisierung von Bildern und das World Wide Web steigerten sowohl die Zahl der reproduzierten und kommunizierten Bilder als auch deren Zirkulationsgeschwindigkeit“ (Paul, 2008c: 21).

Eine intensive Auseinandersetzung mit visueller Kommunikation betrieb etwa Marion G. Müller. Sie schuf im Jahr 2003 mit dem Werk „Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden“ eine Art Lehrbuch zum Themenfeld (vgl. Müller, 2003: 7). Neben Ausführungen zu Bildern und Bildkommunikation im Allgemeinen entwickelt sie darin in Anlehnung an Erwin Panofsky eine Methode zur Analyse von Bildern, die außerhalb der Forschungen der Kunstgeschichte liegen. Diese Methodik wird auch in der vorliegenden Arbeit angewendet und noch näher erläutert.

Ein Vorreiter der Beschäftigung mit Bildern war der US-amerikanische Politologe Murray Edelman, der sich mit politischer Symbolik befasste (vgl. Drechsel, 2005: 67; vgl. Müller, 2004: 338). Im deutschsprachigen Raum wurde daran erst später im Rahmen der politischen Kulturforschung angeknüpft, die Beschäftigung damit ließ aber schnell wieder zugunsten von „nicht-visuellen empirischen Methoden“ (Müller, 2004: 338) nach. Auch der Politologe Herfried Münkler setzte sich mit Visualität auseinander. Eine Definition des Bildbegriffs nimmt er allerdings nicht vor, sondern verwendet stattdessen die abstrakteren Begriffe *Metapher* und *Visibilisierung* (vgl. ebd.). Kroeber-Riel beschäftigte sich ebenfalls ausgiebig mit Bildkommunikation, sein Buch „Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung“ aus dem Jahr 1996 konzentriert sich aber, wie der Titel schon sagt, vor allem auf Werbung und Werbestrategien. Burke befasst sich in seinem 2010 erschienenen Buch „Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen“ „in erster Linie mit Bildern, die als historische Quellen benutzt werden“ (Burke, 2010: 9). Weiter ist Gerhard Paul anzuführen, der im Jahr 2008 zwei Sammelbände unter dem Titel „Das Jahrhundert der

Bilder“ herausgab. Die beiden Bücher stellen eine Auseinandersetzung mit Bildlichkeit von 1900-1949 sowie von 1949 bis zum Datum der Veröffentlichung dar. Paul sieht die Werke als eine Art Bilderatlas, der das Ziel verfolgt,

„den Bilderkanon des kulturellen Gedächtnisses genauer zu bestimmen und zugleich die Geschichte des 20. und beginnenden 21. Jahrhunderts aus der Perspektive zentraler Bildmedien, visueller Produktionen und Praxen (d.h. ihres sozialen Gebrauchs) zu rekonstruieren“ (Paul, 2008b: 9).

Er geht dabei davon aus, dass das 20. Jahrhundert maßgeblich von Bildmedien mitbestimmt wurde.

Doelker schlägt zur Systematisierung von Bildern und deren Analyse eine Orientierung „an der verbalsprachlichen Grammatik“ (Doelker, 2002: 104) vor. Dies auf Bilder umzulegen, bringt jedoch Schwierigkeiten mit sich, da sich die einzelnen Elemente eines Bildes nicht so einfach abspalten lassen, denn es „sind [...] nicht die Rasterpunkte, die Bilder zusammensetzen, so wie Laute Wörter konstituieren, sondern solche Bilder sind trotz ihrer (für die technische Reproduktion erforderlichen) Rasterung als Kontinuum lesbar“ (a.a.O.: 106). Stattdessen bezeichnet Doelker Aspekte wie Punkte, Linien, Flächen und Körper als Grundelemente von Bildern. Weiter führt er Aspekte wie Volumen, Helligkeit, Farbe und Bewegung an (vgl. ebd.). Um Bilder sinngerecht interpretieren zu können, bedarf es allerdings auch einer Einbeziehung der kontextuellen Ebene. Beispielsweise verwenden bestimmte KünstlerInnen häufig ähnliche oder die selben Motive und behandeln ähnliche Themen, was wiederum Schlüsse bezüglich der Bedeutung zulässt, die diese Aspekte für den oder die KünstlerIn haben (vgl. a.a.O.: 126ff).

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft beschäftigt sich seit jeher auch mit politischen Fragestellungen. „Dort, wo diese Disziplin ihren engeren Objektbereich verlässt, sich nicht mehr nur mit der Geschichte und der Struktur der Medienkommunikation befasst, geht es häufig um *Politik* [*Hervorh. im Orig.*]“ (Schönbach, 2002: 114). Eine empirische Erforschung begann in den 1940er Jahren in den USA und setzte später auch in Europa ein. Besondere Relevanz kommt diesbezüglich der Erforschung von Wahlkommunikation zu. Untersucht wurden etwa politische Einstellungen der WählerInnen, Images der KandidatInnen und politischen Parteien und Wahlkampfthemen (vgl. a.a.O.: 115ff). Ulrich Sarcinelli löste 1987 mit seiner Habilitationsschrift „Symbolische Politik: Zur Bedeutung symbolischen Handelns in der

Wahlkampfkommunikation der Bundesrepublik Deutschland“ eine stärkere Auseinandersetzung mit der Thematik der symbolischen Politik in der Kommunikationswissenschaft aus (vgl. Müller, 2004: 338). Ebenfalls relevant war und ist die Propagandaforschung, die etwa von Carl I. Hovland betrieben wurde. Nach dessen Tod verlor der Forschungsbereich an Beliebtheit, um in den 1980ern erneut an Bedeutung zu gewinnen, nun aber eher unter Bezeichnungen wie „politische Werbewirkungsforschung“ (Schönbach, 2002: 126) und ähnlichem.

Bedeutung im Rahmen von Bildlichkeit kommt auch Studien zur visuellen Gestaltung von Pressefotografien zu, welche sich häufig auf wahrnehmungpsychologische Aspekte beziehen. Mandell und Shaw kamen etwa zur Erkenntnis, „dass eine Kameraperspektive, die von der Normalsicht abweicht – also eine Unter- oder Aufsicht – als Verzerrung wahrgenommen wird“ (Grittman, 2007: 87). Weitere Elemente, die persuasive Absichten vermuten lassen können, sind die Kameraperspektive sowie Einstellungsgrößen. „Vor allem Close-Ups könnten eine Intimität erzeugen, die Schwächen und Verletzlichkeiten der aufgenommenen Personen deutlich zeigten“ (a.a.O.: 88). Seltener stehen laut Grittman Bildmotive im Zentrum. Als eine der wenigen Studien kann jene von Carl Glassman und Keith Kenney aus dem Jahr 1994 genannt werden, die die US-Präsidentschaftswahlkämpfe der Jahre 1984, 1988 und 1992 untersuchten. Die Untersuchung stellte eine Bildinhaltsanalyse in zwei Tageszeitungen aus den USA dar. Die Autoren schufen eine Typologie der Bildmotive (vgl. ebd.). Dabei stützten sie sich auf Literatur in Bezug auf politische Wertvorstellungen, die in den USA vorherrschend waren, und definierten etwa sieben Rollen, die in Zusammenhang mit dem „Leitbild des Politikers als ‚common man‘“ (a.a.O.: 141) standen: „beloved leader“, „dynamic speaker“, „media star“, „Glad-to-see-you candidate“, „athlete/outdoorsman“, „father figure“ und „family figure“ (ebd.). Die Autoren sahen ihre These bestätigt, dass der Mythos des *common man* in Bezug auf Präsidentschaftskandidaten vorherrschend war. In diesem Zusammenhang ist auch noch einmal auf Marion G. Müller hinzuweisen, die 1997 eine „Analyse der visuellen Wahlkampfstrategien amerikanischer Präsidentschaftskandidaten über einen Zeitraum von 1828 bis 1996“ (ebd.) unter Verwendung der ikonografischen Methode durchführte und zu ähnlichen Ergebnissen wie Glassman und Kenney kam. Generell kann konstatiert werden, dass sich die Erforschung von Pressefotografien vor allem auf die „visuelle Zurschaustellung von Macht“ (a.a.O.: 144) konzentriert, also auf Fotografien, die von den Dargestellten vor- und mitinszeniert wurden.

Auch Wilke schuf im Jahr 2004 im Rahmen einer Untersuchung der Wahlkampfberichterstattung in überregionalen deutschen Zeitungen eine Typologie, dabei bezog er sich auf den Zeitraum 1949 bis 2002. Er definierte die Kategorien „*Porträtaufnahmen [Hervorh. im Orig.]*“ (Wilke, 2004: 216), „*Gemeinschaftsbilder [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 217), „*Wahlkampfauftritte [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 218), „*Fernsehauftritte [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 221), „*Private Bilder [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 222), „*Symbolische Fotos [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 225), „*Synkretistische Bilder [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 226), „*Meta-Bilder [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 227) und „*Selbstreferenzielles Bild [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.).

Michael Diers führte eine Studie zum „politischen Gegenrepertoire“ (Grittman, 2007: 143) des Fotos vom US-amerikanischen Präsidenten Bill Clinton, dem israelischen Ministerpräsidenten Jitzhak Rabin und dem damaligen Vorsitzenden der Palästinensischen Befreiungsorganisation, Jassir Arafat, aus dem Jahr 1993 durch, welches die drei Männer am 13. September beim Handschlag zeigt, der im Kontext der Unterzeichnung des Nahost-Grundlagenvertrags stand. Diers nimmt in seiner Studie auf die ikonografische Tradition und die Motivtraditionen der Fotografie Bezug (vgl. ebd.).

Auch Grittman veröffentlichte eine im Bereich der Visualisierungsstrategien angesiedelte Studie, in der sie versuchte, „allgemeine Bildtypen und Darstellungskonventionen“ (Grittman, 2007: 294) herauszuarbeiten. In ihrer quantitativen Inhaltsanalyse untersuchte sie innerhalb von vier künstlichen Wochen im Zeitraum 2000-2001 politische Pressefotografien in verschiedenen Qualitätszeitungen (vgl. a.a.O.: 294ff). Grittman kam unter anderem zu folgenden Ergebnissen: Als Kontext für die Pressefotografien dienten meist Nachrichten und Berichte, die Bilder stammten zum großen Teil von Nachrichtenagenturen. Die Fotografien wurden als authentische Abbildungen präsentiert. Als die drei Hauptgegenstände der Fotografien definiert die Autorin „Personen-, Ereignis- bzw. Situationsfotos und Sachaufnahmen“ (a.a.O.: 391), wobei die zweite Gruppe am häufigsten vorkam (vgl. a.a.O.: 388ff).

Ernst Seidl untersuchte eine Auftragsfotografie von Mitterrand, welche Seidl einer Darstellungstradition zuordnete, die HerrscherInnen mit Büchern darstellten und die in Frankreich bereits im 19. Jahrhundert existierten. Neben dem Rückgriff auf das traditionelle Motiv lehnt sich das Foto aber „auch an die moderne Darstellung französischer Staatsmänner als Privatpersonen an“ (Grittman, 2007: 142). Seidl zeigt in

seiner ikonografischen Analyse des Bildes die „Motivgeschichte“ (ebd.) sowie den „Bedeutungsrahmen [...] Mitterands (Selbst-)Darstellung“ (ebd.) auf. Durch den Untersuchungsgegenstand, die Auftragsfotografie, lässt sich außerdem eine Verbindung zu Forschungen über Herrscherbildnisse knüpfen beziehungsweise kann die Studie als Weiterführung solcher gesehen werden (vgl. Grittman, 2007: 142f; vgl. Seidl, 1998: 335ff). Ebenfalls auf die Darstellung Mitterands bezog sich Marion G. Müller, die dessen Image als Spaziergänger sowie ein Plakat mit Landschaftsdarstellungen im Hintergrund motivgeschichtlich untersuchte (vgl. Müller, 1998: 327ff).

Anne Ulrich befasste sich in ihrem Text „Souverän inszeniert. Schlagbilder und Topoi in Silvio Berlusconis visueller Rhetorik“ aus dem Jahr 2006 mit Berlusconis visueller Darstellung, insbesondere im Rahmen der Wahl am 13. Mai 2001 und dem vorausgehenden Wahlkampf Berlusconis (vgl. Ulrich, 2006). Weiter ist Hoffmans Text aus dem Jahr 2011 anzuführen, indem George W. Bushs Einsatz des Cowboy-Images diskutiert wird und in dem der Autor konstatiert, dass die Wahl des nach außen getragenen Images auch Aufschluss auf die Art und Weise der Politik und des Regierens gibt (vgl. Hoffman, 2011: 323).

Die Beschäftigung mit Symbolen steht in einem engen Zusammenhang mit der Analyse von politischen Fotografien. Laut Siegfried Kracauer sind Fotos ohne Einbeziehung der Bildsymbolik kaum analysierbar. Robert Castel führt an, dass die Bedeutung, die Symbole haben, aber maßgeblich von den RezipientInnen abhängt (vgl. Hägele, 1997: 461) Um Bildsymbole analysieren zu können, bedarf es des richtigen Instrumentariums. Erwin Panofsky nahm sich in den 1930er Jahren dieser Aufgabe an und forderte „ein Vorgehen nach Art der Archäologen“ (a.a.O.: 462), um sich „möglichst von der Oberfläche in die Tiefe des Objekts“ (ebd.) vorarbeiten zu können und schließlich die Symbole und die Bedeutung eines Fotos deuten zu können. Auf wissenschaftlicher Ebene beschäftigte sich lange vor allem die Kunstgeschichte mit Symbolen im Kontext von Bildlichkeit (vgl. ebd.).

Visuelle und symbolische Kommunikation spielt auch im Bereich Geschlecht eine wichtige Rolle, da Bilder Vorstellungen davon, wie Frauen und Männer scheinbar sind oder zu sein haben, reproduzieren und „beiläufig und selbstverständlich vermitteln“ (vgl. Scholz, 2012: 62). In Bezug auf die Untersuchung von geschlechterbezogenen Darstellungen ist Ruttens Aussage von Bedeutung, in der sie bezüglich Genderdeutungen

in Russland darauf hinweist, dass „geschlechtlich aufgeladene politische Bilder im postsowjetischen Russland [...] bislang nur geringes Forschungsinteresse hervorgerufen“ (Rutten, 2013: 130) haben. Als Beispiel einer der wenigen Bücher dazu kann das unter anderem von Regine Nohejl 2013 herausgegebene Buch „Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit“ angeführt werden, welches Beiträge einer gleichnamigen Tagung versammelt (vgl. Nohejl, 2013b: 7). Zu Wladimir Putin ist etwa Eberhard Fleischmanns 2010 erschienenes Buch „Das Phänomen Putin“. Der sprachliche Hintergrund“ anzuführen, welches sich mit Putin als Politiker und seiner Person an sich befasst, aber auch die Sprache Putins sowie dessen Art, zu sprechen, zum Thema macht (vgl. Fleischmann, 2010: 3ff). Wichtige Impulse bezog die vorliegende Arbeit außerdem aus Andrew Foxalls Artikel aus dem Jahr 2012. Er befasst sich darin mit Fotografien Wladimir Putins und der Visualität in der russischen politischen Kultur.

Zu den einzelnen behandelten Themenbereichen finden sich auch einige Diplomarbeiten und Dissertationen. Einige zentrale Arbeiten sollen hier kurz angeführt werden. Besonders die Verbindung von Symbolen und Politik wurde mehrfach untersucht: So beschäftigte sich etwa Klaus Hochrainer in seiner Diplomarbeit aus dem Jahr 1990 mit Konzepten der symbolischen Politik (vgl. Hochrainer, 1990). Auch Leopold Klupp widmete seine Dissertation aus dem Jahr 2011 dem Zusammenhang zwischen Symbolen und Politik und der Bedeutung, die Symbolen in der Politik zukommt sowie deren Wirkung auf die BetrachterInnen, deren Einfluss auf Denken und Handeln und die Beeinflussung von Entscheidungen mittels Symbolen (vgl. Klupp, 2011: 4). Birgit Chmel untersuchte 2007 in ihrer Diplomarbeit die „Bedeutungsursprünge“ (Chmel, 2007: 10) der „gegenwärtig gebräuchlichen Symbole im persuasiven Bereich der Politik“ (ebd.) sowie von Zeichen und Symbolen im Allgemeinen. Michaela Griesbeck verfasste 1998 eine Dissertation mit dem Titel „Werbesemiotik. Evaluierung einer Marketingforschungsmethode“, in der sie sich mit semiotischen Theorien auseinandersetzte (vgl. Griesbeck, 1998: 7).

Im Jahr 2013 befasste sich Milena Borovska unter dem Titel „„Russland und der starke Mann“ – Das Image der Präsidenten der Russischen Föderation in österreichischen und russischen Tageszeitungen – eine Kritische Diskursanalyse“ mit der Darstellung russischer Präsidenten. Borovska wollte herausfinden, ob und inwiefern sich deren Image in russischen und österreichischen Medien unterscheidet und welche Bedeutung persuasiver Kommunikation sowie historisch begründeten Deutungsmustern zukommt.

Mittels einer kritischen Diskursanalyse nach Siegfried Jäger untersuchte die Autorin je eine künstliche Woche in den Präsidentschaftswahlkampfjahren 1991, 1996, 2000, 2004 und 2008 (vgl. Borovska, 2013: 11). Analysiert wurden 35 Artikel der russischen Tageszeitung „Izwestija“ sowie 66 Artikel der österreichischen Tageszeitung „Der Standard“. Die Analyse führte zu folgenden Erkenntnissen: Die Berichterstattung wies je nach Wahl und Zeitung verschiedene Schwerpunkte auf (vgl. a.a.O.: 159; a.a.O.: 323). „Jelzin wandelte sich vom strahlenden Demokraten in einen launigen Greis. Putin entwickelte sich von der skeptisch betrachteten Zukunftshoffnung in einen Patriarchen der kaum einer Kritik unterliegt. Medwedew war und bleibt ein Zwischenpiel bzw. ein treuer Gefährte“ (a.a.O.: 327). Die russischen Artikel waren besonders durch die Diskreditierung der politischen GegnerInnen gekennzeichnet, die österreichischen Artikel ließen den historischen Kontext meist außen vor (vgl. a.a.O.: 328).

EMPIRISCHER TEIL

8. Empirische Vorgehensweise

8.1. Marion G. Müllers Methode der visuellen Inhaltsanalyse

Die Forschungsfragen sollen einerseits mithilfe der Verknüpfung bereits vorliegender Literatur zu den einzelnen Themenaspekten beantwortet werden, andererseits durch das Hinzuziehen einer qualitativen Bildanalyse. Konkret wird die Methodik der visuellen Inhaltsanalyse nach Marion G. Müller eingesetzt. Folgt man Mikos' Definition einer Analyse, so kann diese als „systematische, methodisch kontrollierte und reflektierte Beschäftigung [...] verstanden werden“ (Mikos, 2005: 460), die darauf abzielt, Bedeutungen herauszuarbeiten.

Müller konstatiert, dass die Methode der Ikonologie, die besonders mit dem Namen Erwin Panofsky assoziiert wird, auch für die Sozialwissenschaft und deren Forschungsgegenstände angewendet werden kann (vgl. Wolf, 2006: 120). Sie unterscheidet drei Ebenen, die je nach Forschungsfragen und Methoden im Zentrum stehen, wobei sie anführt, dass ein „ganzheitlicher Kommunikationsansatz [...] idealerweise alle drei Ebenen visueller Kommunikation untersuchen“ (Müller, 2003: 14) würde und die Ebenen zudem in der Praxis meist ineinanderfließen. Die drei Ebenen sind jene der Produktionsanalyse, der Produktanalyse sowie der Wirkungsanalyse (vgl. ebd.). Die Produktionsanalyse konzentriert sich auf das „Warum und [...] Wie der Entstehung“ (a.a.O.: 15), darunter können etwa Arbeitsbedingungen der Fotografen, Kontextinformationen über die Auswahl und Produktion der Fotografien sowie die Motivation der ProduzentInnen fallen. Hier wird meist auf einen „historisch-sozialwissenschaftlichen Ansatz, der nach den Entstehungsbedingungen sowie dem Wandel der spezifischen Produktionsbedingungen und –kontexte fragt“ (ebd.), aufgebaut. Die zweite Ebene, jene der Produktanalyse, die in der vorliegenden Arbeit untersucht werden wird, konzentriert sich auf die „Bedeutungsebene des analysierten Bildes“ (ebd.). Ausgangspunkt der Untersuchung ist hier das Bildmaterial, welches in verschiedensten Aspekten beschrieben wird. Dabei kommt etwa „Form, Größe, Produktionstechnik, Materialität und Motiv“ (ebd.), in diesem Zusammenhang auch Vorbildern, zentrale Bedeutung zu. Neben der Untersuchung der Motivgeschichte können parallel auch Interviews mit den BildproduzentInnen durchgeführt werden. Methodisch stützt sich die Produktanalyse vor allem auf „zeichentheoretische [...], psychologische [...] als auch

kunsthistorische [...] Ansätze“ (a.a.O.: 16). Müller fasst zusammen: „**Die Produktanalyse untersucht Materialität und Motiv des Bildes. Sie fragt nach den bildimmanenten Bedeutungen: Was ist auf dem Bild wie dargestellt? [Hervorh. im Orig.]**“ (ebd.). Die dritte Ebene ist jene der Wirkungsanalyse, in welcher der Rezeption, den Wahrnehmungen und Wirkungen beim Rezipienten beziehungsweise der Rezipientin zentrale Bedeutung zukommt. Meist wird auf dieser Ebene quantitativ gearbeitet (vgl. ebd.).

Als ersten Schritt führt Müller die Beschreibung des Bildes an, der den Grundstein für die Interpretation darstellt (vgl. Müller, 2003: 33). Dieser Schritt korrespondiert mit dem Phänomensinn in Panofskys Modell. Die Analyse stützt sich auf die subjektive Erfahrung, wird aber durch das Vergleichen „mit ähnlichen Motiven und Darstellungsstilen“ (a.a.O.: 34) einer Korrektur unterzogen, um die erste Beschreibung des Bildes nachvollziehbar zu machen. Der zweite Schritt, jener der Bildanalyse, „ist im Wesentlichen Bedeutungszuweisung“ (a.a.O. 42). Es findet eine Stützung auf schriftliche Quellen statt, die den Kontext des Bildes erschließen lassen. Der dritte Schritt stellt schließlich die Interpretation des Bildes dar. Benötigt werden Kontextinformationen sowie, im konkreten Fall der Produktanalyse, Wissen über die motiv-, gestaltungs- und typengeschichtlichen Aspekte in Bezug auf das Bild (vgl. a.a.O.: 54f). In der vorliegenden Arbeit wurden die ersten beiden Schritte, da diese sich in der Praxis überschneiden (vgl. a.a.O.: 43), kombiniert und unter der Bezeichnung *beschreibende Analyse* bearbeitet.

Müller weist darauf hin, dass eine Problematik in der Frage besteht, ob Bilder im Original oder lediglich als Kopie vorliegen, was häufig der Fall ist. Dies muss in der Analyse reflektiert werden (vgl. Müller, 2003: 64).

8.2. Forschungsdesign

Für die Auswahl der zu analysierenden Fotografien wurden Kriterien festgelegt, um eine exemplarische Auswahl nachvollziehbar und transparent zu machen. Einerseits ist man bei der Auswahl darauf angewiesen, „welche Fotografien überhaupt verfügbar sind“ (Mietzner/Pilarczyk, 2003: 26). Andererseits wurden mit Blick auf das konkrete Erkenntnisinteresse weitere Kriterien festgelegt, die eine Auswahl ermöglichen: Analysiert werden sollen Fotos, auf denen Putin nicht im typischen Präsidentenamt

gezeigt wird, sondern bei scheinbaren Freizeitaktivitäten, bei denen seine private Seite zum Vorschein gebracht werden soll. Die Fotos sollen aufgrund der Relevanz des Rückgriffes auf russische Landschaften in der medialen Präsentation Putins sowie der Bedeutung von Natur für Männlichkeitsentwürfe in Russland (vgl. Maydell, 2013: 83). einen Bezug zu Natur aufweisen. Außerdem sollen Fotos analysiert werden, auf denen der Präsident allein abgebildet ist und auf denen klar ersichtlich ist, dass es sich um Wladimir Putin handelt. Um möglichst wenig Verfälschungen zu erhalten, sollen die Fotos direkt von offiziellen Homepages Putins beziehungsweise des Kremls bezogen werden. Nach Sichtung der offiziellen Homepages wurde die persönliche Website von Wladimir Putin (eng.putin.kremlin.ru) als Hauptquelle ausgewählt. Auf dieser befanden sich zum Zeitpunkt der Herstellung des Materialkorpus Fotos von Juli 2010 bis März 2015, die verschiedenste Aktivitäten des Präsidenten festhalten. Die anderen offiziellen Homepages werden deswegen nicht als Quellen herangezogen, da sie bis auf wenige Ausnahmen nur Fotografien von offiziellen Anlässen enthalten, Putin also in der klassischen Präsidentenrolle zeigen und somit nicht den Anforderungen entsprechen (archive.government.ru/en; archive.kremlin.ru/eng; en.kremlin.ru). Da besonders Putins Urlaubsfotos aus den Jahren 2007 und 2009 große Aufmerksamkeit erregten, wurden auch Fotos aus diesen beiden Urlauben in den Materialkorpus aufgenommen. Die Bilder aus dem Urlaub des Jahres 2007 stammen ebenfalls von einer offiziellen Homepage des Kreml (archive.kremlin.ru), da sich für das Jahr 2009 keine Quelle von offizieller Seite fand, werden zwei Fotos aus diesem Urlaub von der Nachrichtenseite Reuters bezogen. Dies geschah mit Blick auf deren Bekanntheit und auf das Vorkommen in anderen Medien und wissenschaftlichen Artikeln.

Nachdem der Materialkorpus feststand - 98 Fotografien entsprachen zum Zeitpunkt der Auswahl, am 23.05.2015, den Anforderungen -, kam in der abschließenden Auswahl jenen Fotos besondere Bedeutung zu, zu denen sich in der theoretischen Aufarbeitung und Literatur bereits Anknüpfungspunkte abzeichneten, so etwa Traditionen von Herrschaftsdarstellungen oder Motivtraditionen. Mit der Auswahl wird versucht, die Variation der verschiedenen dargestellten Rollen und Aktivitäten darzustellen sowie eine möglichst große Bandbreite an Aspekten aufzuzeigen. Schlussendlich wurden fünf Fotografien ausgewählt, welche im weiteren Verlauf analysiert werden. Den Fotografien wurde, um ein besseres Verständnis zu gewährleisten, ein sinngemäßer Titel zugeteilt.

9. Analyse der ausgewählten Fotografien

9.1. Der reitende Putin



Abbildung 1: Der reitende Putin (2009)

Beschreibende Analyse

Auf dem Foto ist ein Mann zu sehen, der mit nacktem Oberkörper auf einem braunen Pferd reitet. Bei dem Mann mittleren Alters handelt es sich um Wladimir Wladimirowitsch Putin, den derzeitigen Präsidenten der Russländischen Föderation. Dieses Amt hatte er bereits von 2000 bis 2008 inne und erlangte es erneut im Jahr 2012. Von 1999 bis 2000 und von 2008 bis 2012 war er als Ministerpräsident Russlands tätig. Er ist 63 Jahre alt, geschieden und hat zwei Töchter. Vor seiner Tätigkeit als Politiker war er im russischen Geheimdienst tätig. Die Fotografie zeigt Putin im Rahmen seines (vermeintlichen) Sommerurlaubs im August 2009 in der Republik Tuwa, also zu jener Zeit, als er vorübergehend als Ministerpräsident tätig war. Er trägt eine schwarze Sonnenbrille, durch die seine Augen verdeckt werden, eine dunkelgrüne Hose und hellbraune Stiefel, in die er seine Hose gesteckt hat. An seinem rechten Handgelenk ist eine Uhr oder ein Armband zu sehen. Das Pferd trägt ein Zaumzeug und einen Sattel, unter dem eine Decke liegt. Putin sitzt in aufrechter Haltung auf dem Pferd. Die Zügel

hält er straff angezogen. Das Pferd, welches symbolisch etwa für „Unzerstörbares, sexuelle Energie, Gedankenfreiheit“ (Frotscher, 2006: 235) steht, befindet sich in Bewegung. Das Pferd wirft einen Schatten, Putin ist auf dem Schatten nur bedingt sichtbar beziehungsweise nicht als solcher zu erkennen. Pferd und Reiter sind von einer seitlichen Ansicht zu sehen. Der Blick wird zuerst auf den Reiter gelenkt, da dieser im Zentrum des Bildes verortet ist.

Das Hauptmotiv, das sich in der querformatigen Fotografie ausmachen lässt, ist jenes des Reiters, womit er sich in die Tradition von ReiterInnendarstellungen einreicht. Abbildungen von Pferd und ReiterIn sind gängige „Metaphern des Regierens“ (Bernhardt et al., 2009: 149), die sich in „zahlreichen Abbildungen und Herrscher/innenbildnissen“ (ebd.) finden. Zu diesen Darstellungen zählen neben Bildern auch Statuen, welche die Machthabenden als ReiterInnen zeigen (vgl. Burke, 2010: 77). Dass Reiten zu Putins Hobbies zählt, wurde bereits kurz nach der letzten Jahrhundertwende bekannt, er bekam außerdem mehrere Pferde von Personen aus dem In- und Ausland geschenkt. Ein weiterer auffälliger Aspekt im Foto ist der nackte Oberkörper Wladimir Putins. Der derzeitige Präsident wurde bereits im Jahr 2007 oberkörperfrei beim Angeln fotografiert (vgl. Fleischmann, 2010: 27). Wie bereits angeführt, existieren auch Darstellungen von anderen PolitikerInnen, auf denen diese leicht bekleidet sind, von Putin wird dieser Aspekt allerdings stärker forciert als bei seinen ZeitgenossInnen. Der Einsatz von „Nacktheit im Kontext der Politik erzeugt einen hohen Aufmerksamkeitswert“ (Müller, 2003: 72) und bricht bestehende Tabus.

Die Landschaft besteht einerseits aus einer flachen Ebene, auf der sich Reiter und Ross bewegen. Diese ist fleckenweise von kurzem Gras bewachsen, darunter ist grauer Boden zu sehen, es liegen einige Steine auf der Ebene. Andererseits sind graubraune Felsen und Felswände zu sehen, die teilweise auch von Gras überwachsen sind. Im Hintergrund sieht man Berge, den blauen Himmel sowie weiße und graue Wolken. Die Republik Tuwa, in der das Foto aufgenommen wurde, befindet sich in Sibirien. Russlands raue und robuste Landschaft wird dargestellt. Landschaften werden seit der Jahrhundertwende vom 18. zum 19. Jahrhundert zur Repräsentation von Herrschaft eingesetzt. Es wird symbolisiert, dass der Machthaber die Natur beherrschen kann und Herr über das Territorium ist. Die Felsen und Berge, die im Bild zu sehen sind, lassen sich symbolisch auch durch ihre „Nähe zum Himmel, zur Gottheit“ (Diem, 1995: 49) analysieren. Berge können außerdem, da sie von der Erde in den Himmel ragen, als „Symbol für das Weltzentrum,

die Weltachse“ (Zerbst/Kafka, 2003: 68) aufgefasst werden. Sie stehen außerdem für „Beständigkeit, Ewigkeit, Festigkeit, Ruhe und Unerschütterlichkeit“ (a.a.O.: 69).

In der landschaftlichen Darstellung dominieren die Farben grün und grau, sowie der blaue, mit weißen Wolken bedeckte Himmel, der sich davon abhebt und einen Eindruck von Weite und Ferne schafft. Grün als „Farbe der Vegetation und [...] Natur“ (Schüler, 2006: 36) versinnbildlicht auch Freiheit sowie das Leben und die Hoffnung, aber auch Gesundheit und Jugendlichkeit (vgl. Schüler, 2006: 37; vgl. Heller, 1999: 72ff). Grau wirkt hingegen trüb und langweilig (vgl. Heller, 1999: 217ff). Putin sticht schon allein wegen der hellen Farbe seiner Haut aus dem Bild heraus. Auf die Farben soll deswegen nicht näher eingegangen werden, da vermutet werden kann, dass die Landschaft eher aus anderen Gründen, etwa dem rauen Eindruck, als Ort für das Foto gewählt wurde, nicht aufgrund der speziellen Farben, die sich dort finden.

Interpretation

Mit der Fotografie wird der Versuch unternommen, Wladimir Putin von einer privaten Seite darzustellen. Das Foto soll authentisch und ungestellt wirken, was auch dadurch unterstützt wird, dass Putin keinen Blickkontakt zu den RezipientInnen aufbaut. Dadurch vermittelt das Foto aber auch einen etwas distanzierten Eindruck. Das Foto wirkt wie aus dem Geschehen heraus aufgenommen, beziehungsweise macht es den Eindruck, dass es so wirken *soll*, obwohl es auch den Gedanken auslöst, dass es sich dabei um eine Inszenierung handelt. Dies macht insofern Sinn, als dass durch die Privatheit des Fotos vermutlich eher eine Nähe zu den BürgerInnen aufgebaut werden kann, als mit Hilfe eines formelleren Fotos. Dass Putin nicht in der Rolle des typischen Politikers im Anzug dargestellt wird, korrespondiert auch mit dem von ihm schon mehrmals angeführten Verweis auf seine Abstammung aus einfachen Verhältnissen, und mit seinem angestrebten Image als Mann des Volkes.

Der Blick soll nun auf das Hauptmotiv der Fotografie, die ReiterInnendarstellung, welche, wie bereits erwähnt, metaphorisch für das Regieren stehen kann, gerichtet werden. Da unzählige ReiterInnendarstellungen existieren, kann nicht festgestellt werden, auf die Abbildung welcher HerrscherIn sich die Fotografie Putins bezieht, beziehungsweise ob sie sich überhaupt explizit und bewusst auf eine solche stützt.



Abbildung 2: „Napoleon zu Pferde, den St. Bernhard hinansprengend“ (Jacques-Louis David, 1800/1801)

Ein sehr bekanntes Beispiel ist die Darstellung von Napoleon Bonaparte als Reiter. Visualisierungen wie etwa jene von Jacques-Louis David (*siehe Abbildung 2*) sollten Napoleons „politischen Machtanspruch [...] repräsentieren“ (Burda, 2007: 557). Napoleon wurde als siegreicher Feldherr dargestellt, in diesem Kontext könnte auch die Intention dahinter vermutet werden, diese Rolle auf Putin zu übertragen, der ebenfalls als erfolgreicher und starker Machthaber präsentiert werden soll. Das Motiv hat auch eine identitätsstiftende Wirkung und könnte zu einem gesteigerten Gemeinschaftsgefühl führen, da die Darstellung von Pferd und Reiter auch auf dem Staatswappen Russlands zu finden ist (*siehe Abbildung 3*). Da der Staatssymbolik generell schon das Potential zu Inklusion und Identifikation zugesprochen wird, liegt diese Vermutung mehr als nahe. Über die Staatssymbolik findet hier eine Verknüpfung zwischen Putin und Russland statt. Putin wird dadurch zudem mit russischen Werten und Traditionen in Verbindung gebracht, was wiederum identitätsstiftende Wirkung vermuten lässt und in Zusammenhang mit Nationalismus und Patriotismus steht. Es ist auch zu bedenken, dass Personalisierung von Herrschaft in Russland Tradition hat, diese wurde bereits im Zarenreich und später auch in der Sowjetunion eingesetzt (vgl. Kappeler, 2014: 52). Auf gewisse Art und Weise wirkt Putin auf dem Foto wie eine martialische Heldenfigur aus vergangenen Zeiten.



Abbildung 3: Russisches Staatswappen

Parallelen finden sich auch zum Cowboy-Image, welches besonders in den USA von einigen Präsidenten stark forciert wurde. So wurde etwa George Washington reitend, in Militärkleidung, dargestellt, aber auch andere Präsidenten wie Theodore Roosevelt, Lyndon Johnson, Ronald Reagan und George W. Bush griffen auf das Image zurück. Die mythische Figur des Cowboys ist den US-AmerikanerInnen durch Bücher und Filme in einer idealisierten Art und Weise bekannt, so konnte eine Verknüpfung zu Eigenschaften wie Stärke, Mut und Heldenmut geschaffen werden. Das Image sollte auch etwas über die ausgeführte Politik aussagen, etwa dass schnell und bestimmt gehandelt wird und der Machthabende bereit ist, dass Land zu beschützen und für das Gute zu kämpfen (vgl. Hoffman, 2011: 322ff). Diese Eigenschaften finden sich auch in der Fotografie des reitenden Putin wieder. Neben der ohnehin sehr dominanten Darstellung des russischen Präsidenten, symbolisiert auch das Pferd unter anderem Unzerstörbarkeit und Stärke, was wiederum auf seinen Reiter übertragen werden kann (vgl. Frotscher, 2006: 235). Pferden haftet außerdem etwas Majestätisches an. Auch die Symbolik, die von den Bergen ausgeht, nämlich „Beständigkeit, Ewigkeit, Festigkeit, Ruhe und Unerschütterlichkeit“ (Zerbst/Kafka, 2003: 69) vermittelt Charakteristika, die dem Präsidenten zugeschrieben werden könnten. Die Landschaft zeichnet sich außerdem durch die schroffen Spitzen der Felsen aus, welche heroisch und gefährlich wirken. Auch die Wolken wirken bedrohlich, sie scheinen die Vorboten eines Gewitters zu sein, es zieht sich was zusammen. Alles in allem wird eine Atmosphäre der Angst geschaffen, möglicherweise geschah dies bewusst mit dem Ziel der Einschüchterung. Die den Politiker umgebenden Berge, die symbolisch als „Nähe zum Himmel, zur Gottheit“ (Diem, 1995: 49) gedeutet werden können, sowie

der Gesamteindruck des Bildes, wirken, als würde Putin einer auf dem Foto nicht sichtbaren Höhe zureiten. Dies könnte sowohl als ein Reiten in Richtung Gottes als auch ein Zureiten auf die Macht gedeutet werden.

Das Foto des reitenden Putin lebt von der Darstellung von Dominanz, welche auch dadurch zustande kommt, dass Putin im Zentrum des Bildes verortet ist. Putins Körpersprache verweist auf seinen Machtanspruch. Durch die aufrechte Haltung und das Einnehmen von Platz wird „Stolz, Kompetenz und Selbstsicherheit“ (Weinlich, 2002: 61) symbolisiert. Die aufrechte Haltung seine Kopfes unterstützt diesen Eindruck und verweist auch darauf, dass er Problemen nicht aus dem Weg geht (a.a.O.: 101). Putins aufrechte Haltung wirkt kontrolliert und selbstbeherrscht, durch die Beherrschung der Reittechnik und die Zügelhaltung dominiert er aber auch das Pferd. Dadurch, dass Putin das zentrale Bildelement darstellt, welches klar heraussticht und die Aufmerksamkeit auf sich zieht, wird auch seine Dominanz über die Natur ausgedrückt. Dass Putin die Zügel so straff hält, kann als Verweis auf die straffe und strenge Politik gedeutet werden, die er in Russland im Rahmen der gelenkten Demokratie führt. Auch zu jener Zeit, als er als Premier tätig war, stellte er nämlich den starken Mann Russlands dar und hatte maßgeblichen Einfluss auf die politischen Handlungen. Das Pferd, das auch als Symbol für Gedankenfreiheit steht (vgl. Frotscher, 2006: 235), stellt damit in gewisser Art und Weise auch ein Paradoxon dar, da unter Putin die Meinungsfreiheit in Russland stark eingeschränkt wurde. Die Symbolik der Berge als eine Art Weltzentrum (vgl. Zerbst/Kafka, 2003: 68) verweist ebenfalls auf die politische Ebene, nämlich auf den Anspruch, ein weltpolitisch zentraler Akteur zu sein. Die Farbe Grün, die unter anderem die Hoffnung symbolisiert, könnte so gedeutet werden, dass Russland unter Putin die Hoffnung auf eine positive Zukunft hat.

Putin möchte nicht nur als politischer Hoffnungsschimmer und Mann des Volkes gesehen werden, sondern streicht auch seine tierliebe Ader heraus, so betonte er etwa bereits mehrmals, dass er zuhause mehrere Tiere habe, unter anderem Hunde und ein Pferd (vgl. Fleischmann, 2010: 264). Die Alltagsthese, dass Tiere sofort das Wesen eines Menschen erkennen, sowie die Schlussfolgerung, dass jemand, der tierlieb ist, auch ein guter Mensch sein muss, liegt hier allzu nahe.

Putin soll außerdem jugendlich, fit und gesund wirken. Dies zeigt sich nicht zuletzt durch die Präsentation seines nackten Oberkörpers. Es soll ausgedrückt werden, dass er, trotz

seiner 63 Jahre, auf seinen Körper achtet und nichts an Stärke eingebüßt hat. Durch den Aspekt der Nacktheit erfährt das Bild außerdem eine Aufmerksamkeitssteigerung, es sticht aus der Flut von Bildern heraus, da es überrascht, einen Politiker auf diese Weise zu sehen. Die Darstellung des gesunden, starken Körpers verweist auf eine potente Männlichkeit. So bezeichnen etwa die MännerrechtlerInnen, die eine Essentialisierung von Geschlecht betreiben, die körperliche Überlegenheit als ein zentrales Attribut des männlichen Wesens. Auch Selbstkontrolle wird häufig als solches genannt. Andrew Foxall führt in seiner Diskussion der Urlaubsbilder Putins an, dass häufig Orte ausgewählt wurden, die Männer auf die Probe stellen, im Rahmen derer sie Kraft und Stärke beweisen müssen (vgl. Foxall, 2012: 141). Neben der Nacktheit und der Verkörperung der Rolle des Machos wird auch durch die Symbolik des Pferdes, welches unter anderem für sexuelle Energie steht (vgl. Frotscher, 2006: 235), ein Bezug zu Sexualität geschaffen und in weiterer Folge eine sexualisierte Form der Männlichkeit ausgedrückt.

9.2. Der schwimmende Putin



Abbildung 4: Der schwimmende Putin (2009)

Beschreibende Analyse

Das querformatige Foto bildet einen Mann ab, der in einem Fluss oder See schwimmt. Dass es sich dabei um das Meer handelt, kann aufgrund der Farbe des Wassers eher ausgeschlossen werden. Der Mann, der auf dem Bild dargestellt ist, kann als der derzeitige Präsident Russlands, Wladimir Wladimirowitsch Putin, identifiziert werden. Die Fotografie stammt, wie das erste analysierte Foto, aus dem Sommerurlaub in der Republik Tuwa im August 2009. Zu diesem Zeitpunkt war Putin als Ministerpräsident auf der politischen Bühne tätig. Auf dem Foto sind lediglich Putins Kopf, seine Arme sowie der obere Teil seiner Brust zu sehen. Er ist von vorne abgebildet, sein Kopf ist allerdings leicht zur Seite gedreht und er blickt an den BildbetrachterInnen vorbei. An der rechten Hand trägt er eine Uhr oder ein Armband. Putin schwimmt mit geöffnetem Mund und nutzt scheinbar die Butterfly-Schwimmtechnik, bei der beide Arme gleichzeitig nach vorne und dann nach hinten gezogen werden. Putin streckt beide Arme waagrecht und seitlich vom Körper weg, seine Finger sind geschlossen und die Handgelenke leicht nach unten geneigt. Sowohl bei den Armen als auch der Schulterpartie sind deutliche Muskeln sichtbar. Um Putin herum ist das Wasser weiß und aufgewühlt, was auf seine Bewegung schließen lässt. Zudem sind um ihn herum auch Wasserspritzer zu sehen. Das Bild wirkt durch die Bewegung dynamisch. Das Wasser hat eine grünliche Farbe. Am oberen Bildrand, also hinter dem Schwimmer, sind graue, große Steine zu sehen. Dahinter ist das Foto unscharf, es könnte aber ein Wald sein, der hier noch zu sehen ist. Putin befindet sich etwas unter der Bildmitte, dennoch fällt der Blick zuerst auf ihn, da er sich einerseits farblich durch seine helle Haut von der Landschaft abhebt, andererseits mit seinen ausgestreckten Armen fast die ganze Breite des Fotos einzunehmen vermag. Farblich dominieren in der Landschaft das Grüne des Wassers und die grauen Steine im Hintergrund. Wie bereits im Rahmen der Analyse des ersten Fotos angeführt, symbolisiert die Farbe Grün die Natur, aber auch Freiheit, Gesundheit und Jugendlichkeit (vgl. Schüler, 2006: 36f).

Wasser, das zentrale Element in der Fotografie, steht symbolisch für den „Ursprung allen Lebens und Sinnbild der Fruchtbarkeit“ (Zerbst/Kafka, 2003: 425), „für Tod und Wiedergeburt, Reinigung und Erneuerung“ (ebd.). Es gilt als „weibliches Element“ (ebd.). In religiösem und mythischem Kontext wird Wasser auch häufig mit „Chaos oder [...] Urmaterie, aus der alles entstanden ist“ (ebd.) in Verbindung gebracht. Durch Geschichten von Fabelwesen, die im Wasser leben, kommt es teilweise auch zu

Zuschreibungen der Bedrohlichkeit. Der Fluss symbolisiert „den beständigen Wechsel aller Formen, das Dahinfließen und Vergehen des Lebens, die Welt der Veränderungen, Tod und Erneuerung; aber auch [...] ein Leben spendendes und Leben erhaltendes Element“ (a.a.O.: 183). Flüsse können symbolisch auch Initiationsphasen verdeutlichen, „von einem Zustand in einen anderen“ (a.a.O.: 184).

Das Hauptmotiv in der Fotografie ist jenes des Schwimmens. Dieses findet sich als Zeichen von Kraft und Stärke sowie als Mittel der Herrschaftslegitimation auch bei anderen HerrscherInnen, etwa bei Karl dem Großen, Benito Mussolini oder Mao Zedong (vgl. Bredekamp, 2014: 10ff). Wie bereits im ersten Foto fällt auch hier wieder der Aspekt der Nacktheit ins Auge. Putins Körpersprache verweist mit seinen großen Bewegungen der Arme auf „dominantes Territorialverhalten“ (Weinlich, 2002: 101), auf ein Gefühl von „Sicherheit und Selbstbewußtsein“ (ebd.). Auch seine aufrechte Kopfhaltung verstärkt dieses Bild und symbolisiert, dass er sich nicht vor Problemen versteckt (vgl. ebd.).

Interpretation

Auch mit dieser Fotografie wird versucht, Putin in einer privaten Rolle darzustellen. Durch den Blick am Betrachter beziehungsweise der Betrachterin vorbei, wird der Eindruck einer authentischen Aufnahme verstärkt. Putin wirkt sehr platzeinnehmend, aber auch ausdauernd und durch seine Bewegung dynamisch. Putin wird als Sportler präsentiert, was auch einen Kontrast zu seinen Vorgängern schafft. Im Gegensatz zu diesen will Putin jung, sportlich, gesund und entschlossen wirken. Besonders seit er zum zweiten Mal das Amt des Präsidenten angetreten ist, im Jahr 2004, legt Putin auf das Image als Sportler Wert, unter anderem wird er als erfolgreicher Judokämpfer stilisiert (vgl. Fleischmann, 2010: 27ff). Das sportliche Image wird in der Fotografie dadurch verstärkt, dass Putins Muskeln deutlich sichtbar sind und er dadurch kräftig und leistungsfähig wirkt. All diese Charakteristika – Kraft, Stärke, Leistung und Entschlossenheit – können als Teil der Machtdemonstration interpretiert werden, da Herrschaft nur von einer starken Persönlichkeit durchgesetzt werden kann. Der Bezug zum Sport lässt sich außerdem dadurch erklären, dass die „Abläufe im Sport [...] als nachvollziehbar“ (Bernhardt et al. 2009: 105) gelten, ganz im Gegensatz zu politischen Prozessen, welche häufig als intransparent und komplex wahrgenommen werden. Sport als Alltagsphänomen verfügt über einen antipolitischen Charakter (vgl. Spitaler, 2005:

15). Durch das Zeigen des männlichen, muskulösen und im Rahmen des ausgeübten Sportes aktiven Körpers wird ein Bezug zu idealisierten Männlichkeitsdarstellungen geschaffen. Durch die körperliche Präsenz wird Kraft symbolisiert. Als wichtiger Aspekt der Darstellung von Männlichkeit kann im Kontext Russlands auch der Rückgriff auf die Werte „Einfachheit, [...] Naturverbundenheit und ursprüngliche Kraft“ (Maydell, 2013: 83) gelten, welche durch das Schwimmen, einen Sport, für den nur ein Gewässer und der eigene Körper notwendig sind, verkörpert werden.

Der Bezug zum Wert der Ursprünglichkeit wird noch deutlicher, wenn man genauer auf die symbolische Bedeutung von Wasser eingeht. Es steht unter anderem für den Ursprung des Lebens. Wasser ist als „Sinnbild der Fruchtbarkeit“ (Zerbst/Kafka, 2003: 425) aber auch ein weiblich konnotiertes Element. Putin bewegt sich also in einem symbolisch weiblichen Element, geht mit diesem eine Wechselwirkung ein. Einerseits birgt Wasser Bedrohungen, was auch einen gewissen Mut Putins vermuten lässt, da er dies in Kauf nimmt und trotzdem schwimmt. Andererseits scheint er die Schwimmtechnik klar zu beherrschen, wodurch er der Bedrohung wiederum trotzt und Stärke beweist. Er beherrscht das Wasser und somit, wenn der Aspekt der weiblichen Konnotation weiter gesponnen wird, auch das weibliche Geschlecht. Der Fluss symbolisiert Veränderung und Erneuerung, was im Rahmen des Wechsels ins Premierminister-Amt ein Jahr vor Aufnahme des Fotos interpretiert werden könnte. Der Fluss kann zudem als das „wichtigste raumgliedernde Element Rußlands“ (Kappeler, 2014: 11) angesehen werden und weist dadurch einen starken Bezug zum Land auf. Die Darstellung der Landschaft, die mit Russland assoziiert wird, schlägt auch auf die Darstellung Putins über, der somit zum festen Bestandteil dieser russischen Landschaft und in weiterer Folge zum nicht wegzudenkenden Bestandteil Russlands wird.

Mit dem Rückgriff auf das Motiv des Schwimmens reiht sich Putin in eine sehr weit zurückreichende Darstellungstradition ein, durch die HerrscherInnen versuchten, „ihre kraftvolle Unversehrtheit zu dokumentieren“ (Bredekamp, 2014: 13) und in der es maßgeblich um die „Beziehung zwischen Wasser, Körper und Macht“ (a.a.O.: 17) geht. Dabei darf nicht vergessen werden, dass durch die Bezugnahme auf ähnliche Repräsentationen immer auch eine Beziehung zu den gezeigten Personen hergestellt wird, mit Blick auf Machtdarstellungen auch auf deren Herrschaft. Das Motiv des Schwimmens findet sich bereits bei Karl dem Großen, für dessen Herrschaftsausübung der Körper ein zentraler Aspekt war (vgl. a.a.O.: 9f). Mit dem Schwimmen wurde unter anderem

angestrebt, „körperliche Dominanz“ (a.a.O.: 28) zu repräsentieren. Während bei Karl dem Großen das Schwimmen noch häufig mit anderen Personen zusammen geschah, wodurch dem Gemeinschaftsgefühl eine wichtige Bedeutung zukam, schwimmt Putin, zumindest in diesem Bildausschnitt, alleine. Ihm scheint es also eher um die Darstellung von Dominanz und Kraft zu gehen, nicht so sehr um den Aufbau eines Gemeinschaftsgefühls (vgl. a.a.O.: 33).



Abbildung 5: Der schwimmende Benito Mussolini (1930)

Später griff Benito Mussolini das Motiv auf (*siehe Abbildung 5*). Er versuchte häufig, „den politischen Körper Italiens mit Hilfe seiner Körperkraft zu symbolisieren“ (Bredekamp, 2014: 13), unter anderem durch den Akt des Schwimmens. Mussolini legte generell viel Wert auf seine Außenwirkung, er präsentierte sich der Bevölkerung in verschiedenen Rollen, so etwa als „Held, Soldat, [...] Bestie, Künstler, Staatsmann“ (Meyer, 1998: 82f). Diese Darstellung von verschiedenen Rollen findet sich auch bei Putin, welcher sich etwa in der Rolle des Sportlers, dann wieder als ernstzunehmender Politiker und zu anderer Gelegenheit als tierlieber Mann des Volkes präsentiert. Auch der Bezug zu Russland in den Repräsentationen Putins ist klar ersichtlich, was darauf hinweist, dass er eine ähnliche Strategie wie Mussolini verfolgt, nämlich den eigenen Körper als Verweis auf den russischen Staatskörper einzusetzen.

Das wohl bekannteste Beispiel im Rahmen der Motivtradition ist Mao Zedong, der „seinen Körper als Ausweis seiner Führungsstärke“ (Bredekamp, 2014: 13) einsetzte. Das Motiv des Schwimmens entdeckte Mao Mitte der 1950er Jahre für sich, als er in verschiedenen Flüssen, unter anderem im Yangtze, vor großen Teilen seiner Anhängerschaft schwamm (*siehe Abbildung 6*). Mao sagte in einem drei Jahre später

durchgeführten Interview, dass er trotz seines Alters von damals 66 Jahren „noch Geist und einige Kraft“ (Bredekamp, 2014: 14) besäße.



Abbildung 6: Der schwimmende Mao Zedong (1956)

Im Jahr 1966, als Mao sich der Gefahr ausgesetzt sah, seine politische Macht einzubüßen, schwamm er erneut im Yangtze. Das Spektakel wurde „als eine öffentliche Performance“ (Bredekamp, 2014: 15) umgesetzt, welche der Öffentlichkeit bewusst machen sollte, „dass Mao über außerordentliche körperliche und geistige Kräfte verfügte“ (ebd.). Die inszenierte Aktion erreichte sein Ziel: Mao konnte seinen Machtanspruch sichern und kurz darauf wurde „die von Mao geplante Kulturrevolution“ (a.a.O.: 16) ausgerufen. Auf symbolische Art und Weise hatte er durch seine Schwimm-Aktion eine „Lizenz zum Handeln“ (a.a.O.: 17) erworben. Möglicherweise verfolgt Putin mit dem Rückgriff auf das Motiv des Schwimmens ebenfalls das Ziel, seine Macht zu legitimieren und zu stärken. Damals in der Position des Premierministers, kam ihm dennoch zentrale Macht zu, und möglicherweise bereitete er sich insgeheim schon darauf vor, 2012 erneut für das Präsidentenamt zu kandidieren.

9.3. Putin mit Gewehr

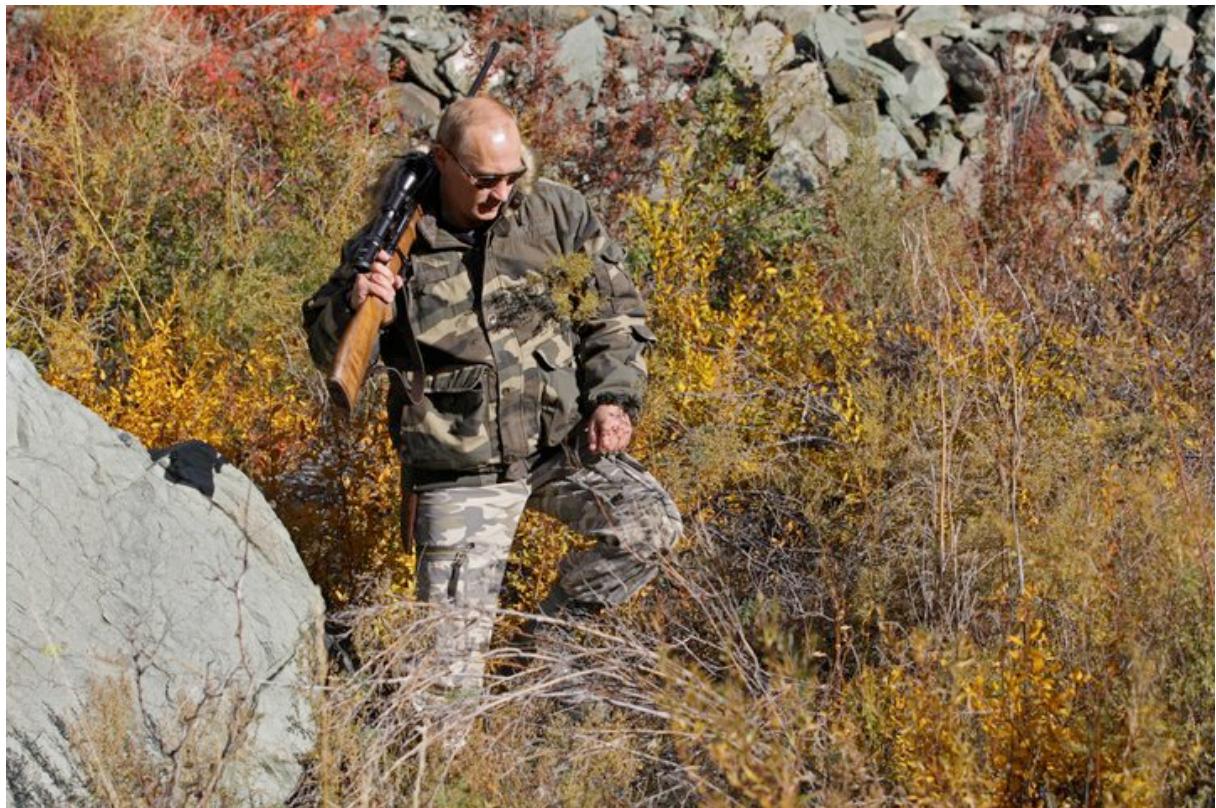


Abbildung 7: Putin mit Gewehr (2010)

Beschreibende Analyse

Bei dem Mann, der auf dem querformatig aufgenommenen Foto abgebildet ist, handelt es sich um Wladimir Wladimirowitsch Putin, den derzeitigen Präsidenten Russlands. Die Fotografie wurde im Oktober 2010 aufgenommen. Zu diesem Zeitpunkt war Putin als Ministerpräsident tätig. Das Foto wurde laut Bildunterschrift der offiziellen Homepage des Präsidenten, auf der das Bild veröffentlicht wurde, im Rahmen des Besuches mehrerer Naturschutzgebiete aufgenommen. Um welches Gebiet es sich dabei genau handelt, wurde nicht angegeben. Putin trägt sowohl Hose als auch Jacke im Camouflage-Muster. Die Jacke ist geschlossen, nur oben im Halsbereich leicht geöffnet. An seinem Gürtel hat er etwas angebracht, das als Messeretui identifiziert werden kann. In der rechten Hand trägt er ein Gewehr mit braunem Griff, welches er geschultert hat. Putins Augen werden von einer dunklen Sonnenbrille verdeckt. Seinen Blick scheint Putin auf den Boden zu richten, der einen unebenen Eindruck macht beziehungsweise wie ein Abhang wirkt. Der Politiker ist von vorne abgebildet, hat seinen Kopf aber ein wenig zur Seite gedreht. Es kommt also zu keinem Blickkontakt mit den BetrachterInnen der

Fotografie oder zu einem Blick aus dem Foto heraus. Fotos, auf denen Putin Kleidung im Militärstil trägt, existieren beispielsweise bereits aus den Jahren 2007 und 2009. Foxall spricht in Bezug auf diese, besonders in Kombination mit dem Zeigen des nackten Oberkörpers, von einer Form der „militarised masculinity“ (Foxall, 2012: 142).

Putin bewegt sich in einer Landschaft, deren zentrales Element Sträucher sind, die in gelber, grüner und roter Farbe blühen. Die Farben lassen darauf schließen, dass es sich um eine Herbstlandschaft handelt, dass das Foto auf Oktober 2010 datiert wurde, bestätigt diese Hypothese. Im Hintergrund sind graue Felsbrocken beziehungsweise Steine zu sehen. Im linken unteren Bildrand ist ein großer, grauer Stein abgebildet, der sich farblich durch seine Helligkeit abhebt. Putin befindet sich ein wenig links von der Bildmitte. Im Gegensatz zu den ersten beiden Fotografien sticht er hier nicht auf den ersten Blick heraus, was daran liegen mag, dass Putin sich diesmal nicht farblich abhebt. Dies ist auf seine Militärkleidung zurückzuführen, welche unter anderem auch Tarnzwecke verfolgt. Die dominierenden Farben der Landschaft – rot, grün, gelb und grau – sollen nur sehr kurz in Bezug auf ihren Symbolgehalt angesprochen werden, da angenommen werden kann, dass die Landschaft nicht aufgrund der speziellen Farben als Setting für das Foto gewählt wurde. Gelb steht in einem hellen Ton für das „Licht der Sonne [...] für den Intellekt, für Intuition, Glauben und Güte“ (Zerbst/Kafka, 2003: 154), in einem dunkleren Ton für „Verrat [...] Eifersucht, Geiz, Heimlichkeit, Treuebruch, Ungläubigkeit“ (ebd.). Im Foto finden sich verschiedene Farbnuancen. Generell hat Gelb verschiedene Bedeutungen, so wird die Farbe in manchen Kulturen positiv konnotiert, während sie in Europa eher „mit sozial Randständigen und Geächteten in Verbindung“ (Schüler, 2006: 35) steht. Die Farbe Grün ist die „Farbe der Vegetation und der Inbegriff für Natur“ (a.a.O.: 36). Rot steht symbolisch für „Feuer, Sonne, Königswürde, Liebe, Freude, Festlichkeit, Leidenschaft, Glut, Wildheit, sexuelle Erregung, Gesundheit, Kraft, Blutgier, Zorn, Rache, Glauben, Edelmut. Rot kann jedoch auch die Farbe der Einöde und des Unglücks sein“ (Zerbst/Kafka, 2003: 155). Die Farbe Grau ist symbolisch nicht besonders relevant, da sie eher Langeweile ausdrückt (vgl. Heller, 1999: 217ff).

Das Hauptmotiv der Fotografie ist das des Jägers beziehungsweise der Jagd. Die Jagd kann einerseits die „Überwältigung und Tötung eines Tiers“ (Zerbst/Kafka, 2003: 252) symbolisieren, was in weiterer Folge „für die Überwindung der animalischen Instinkte oder des Bösen stehen kann“ (ebd.). Andererseits kann sie symbolisch auch für „die Jagd nach dem (edlen) Wild oder die Verfolgung einer Spur als Sinnbild für das Streben der

Seele nach Höherem, nach Gott“ (ebd.) stehen. Im Rahmen von Märchen und Mythen kommt dem Helden häufig die Aufgabe zu, „mit wilden oder übernatürlichen Tieren“ (ebd.) zu kämpfen, die das Böse symbolisieren. Weiter kann der Jäger aber „auch den Teufel symbolisieren“ (ebd.). Das Gewehr als Vehikel für die Jagd sowie das Schießen an sich können „männliche Sexualsymbole sein, aber auch Aggressivität und Hass bedeuten“ (a.a.O.: 197).

Interpretation

Die Fotografie erweckt aufgrund Putins Körpersprache den Eindruck, dass dieser sich in Bewegung befindet und das Bild aus dem Geschehen heraus aufgenommen wurde. Obwohl ein gesenkter Kopf grundsätzlich zwar „Ergebenheit und Demut aber auch Unsicherheit und Schuldbewußtsein“ (Weinlich, 2002: 91) ausdrücken kann, wird angenommen, dass Putin seinen Blick auf den Boden gerichtet hat, um einen sicheren Tritt in der unebenen Landschaft zu haben.

Die militärische Kleidung kann als Zeichen der Zugehörigkeit und der Sympathie für die Streitkräfte gewertet werden, welche im Rahmen der gelenkten Demokratie unter Putin eine zentrale Rolle einnehmen. Putin bezieht sich immer wieder auf die Armee, etwa in Hinblick auf erzielte Erfolge. Der russische Präsident nutzt in diesem Zusammenhang gerne das Wort *innovativ*, welches auch in Verbindung mit Modernität und Professionalität steht (vgl. Fleischmann, 2010: 235). Dies ist auch insofern von Interesse, da das russische Militär zwar auch Frauen in seinen Reihen hat, die Soldatinnen werden jedoch mithilfe von Strategien, wie etwa dem Wettbewerb um den Titel der *Miss Russian Army* in traditionelle Geschlechterrollen gedrängt (vgl. Foxall, 2012: 149). Dadurch findet wiederum auch eine Abgrenzung von Männlichkeit statt. Die Militärikultur ist geprägt durch eines ihrer zentralen Elemente, die Waffe. Diese „verleiht Macht“ (Janshen, 2001: 79). Mit Blick auf die im Italien des 16. Jahrhundert beginnende Tradition in der Malerei, Personen mit Gegenständen abzubilden, die einen Bezug zu deren Charakteristika oder Biografien darstellen, kann die Waffe in der Fotografie auch als Verweis auf Putins Geheimdienst-Vergangenheit sowie auf dessen Befürwortung des Krieges und Rolle als Oberbefehlshaber der russischen Streitkräfte interpretiert werden (vgl. Kopp-Schmidt, 2004: 130; vgl. Kappeler, 2014: 45f). Durch die Waffen – das Gewehr und ein Messer, das im Messeretui vermutet werden kann – und die militärisch anmutende Kleidung wird Putin in einer wehrhaften Rolle dargestellt. Es wird

Kampfbereitschaft ausgedrückt. Was hier geschieht, ist eine Vermischung der Rolle des politischen Machthabers mit jener des Kriegers, des Feldherren, der notfalls auch jederzeit imstande und bereit ist, höchstpersönlich und wenn nötig auch militärisch einzutreten. Das Bild von Putin „als siegreicher Feldherr im Tschetschenienkrieg, als Garant einer *law and order*-Politik und als das strahlende integere Gegenbild zu *Jelzins* korrupter Mannschaft [Hervorh. im Orig.]“ (Mommesen, 2010: 427) wurde auch durch die Medien stark verbreitet. Symbolisch kann ein Gewehr für die männliche Sexualität stehen (vgl. Zerbst/Kafka, 2003: 197). Die Assoziation der Abbildung mit der Rolle des Soldaten kann aber auch dahingehend gedeutet werden, dass Putin – nicht zuletzt durch die Waffe – Macht über ihm Unterlegene hat und eine Gefahr für diese darstellen kann.

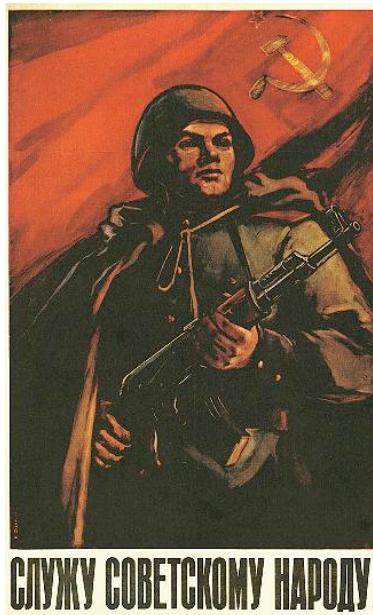


Abbildung 8: „Soldat mit Waffe“ (Nikolai Denisov, 1955)

Die Darstellung Putins als Soldat erinnert an ein Bild aus dem sozialistischen Realismus, nämlich an Nikolai Denisovs propagandistisches Plakat „Soldat mit Waffe“ (siehe Abbildung 8), welches neben der Darstellung eines Soldaten und einer sowjetischen Flagge den Spruch „Ich diene dem sowjetischen Volk!“ zeigt. Der Spruch lässt sich insofern auch auf Putin übertragen, da dieser immer wieder darauf hinweist, ein Mann des Volkes zu sein, welchem er als Präsident dient. Steffen Burkhardt sah bereits Parallelen zwischen diesem Plakat und einer Fotografie, die Putin beim Angeln zeigt. Er führte zu dieser Gelegenheit an, dass „zwei zentrale Bildtraditionen der kommunistischen Stildoktrin“ (Burkhardt, 2007: 26) hier widergespiegelt werden würden, nämlich der „Körperkult [...] und [...] Wehrbereitschaft“ (ebd.). Diese beiden Aspekte finden sich

auch in der vorliegenden Fotografie deutlich, wodurch ein Bezug zur Sowjetunion geschaffen wird. Auch im Rahmen seiner Beschäftigung mit der Staatssymbolik bezieht sich Putin auf sowjetische Symbole und versucht, diese im Alltag der Menschen zu verankern (vgl. Keghel, 2008: 75). Ebenso scheint er sich im Rahmen seines Images als körperbetonter, wehrhafter Mann sowjetischer Traditionen zu bedienen. Putin verkörpert also unter anderem ein traditionelles Männlichkeitsbild, welches „physische Stärke und körperliche Fertigkeiten“ (Pleck, 2001: 27), aber auch Durchsetzungsfähigkeit und im Notfall den Rückgriff auf Gewalt beinhaltet (vgl. Badinter, 1993: 161). Putin kann auch als Verkörperung des in Russland idealisierten erfolgreichen und machohaften Mannes angesehen werden (vgl. Nohejl, 2013c: 87).

Das Motiv der Jagd kann als Beherrschung der gesamten Umwelt, inklusive aller Menschen, Tiere und der Natur gedeutet werden, also als umfassender Machtanspruch Putins. Auch die Symbolik für ein „Streben der Seele nach Höherem, nach Gott“ (Zerbst/Kafka, 2003: 252) ist anschlussfähig, da Putin seine Religiosität immer wieder zum Thema macht, etwa indem er sich mit WürdenträgerInnen trifft. Im Rahmen dieser Interpretation kann Putin als eine Art Auserwählter gefasst werden, der gegen das Böse kämpft und sein Land sowie die russische Bevölkerung beschützt. Insofern verkörpert er, als Jäger dargestellt, auch eine gewisse Heldenrolle. Als Russlands Mann für Recht und Ordnung steht er in einem Kontrast zur rauen, chaotisch und wild wirkenden Landschaft (vgl. Mommsen/Nußberger, 2007: 36). Mit dem Aufgreifen des Jagdmotives stellt Putin außerdem einen Bezug zur russischen Kultur her, da die Jagd lange ein wichtiger Zweig der nationalen Wirtschaft war (vgl. Kappeler, 2014: 11).

9.4. Putin auf einer Yacht



Abbildung 9: Putin auf einer Yacht (2011)

Beschreibende Analyse

Auf dem querformatigen Foto ist Wladimir Wladimirowitsch Putin, der derzeitige Präsident Russlands, zu sehen. Das Foto wurde im August 2011 aufgenommen, laut Bildunterschrift auf der Homepage des Kreml im Rahmen eines Besuches des russischen Walaam-Klosters. Zu diesem Zeitpunkt war Putin als Ministerpräsident tätig. Putin trägt einen dunkelgrauen Anzug, darunter ein schwarzes Hemd, dass er in die Hose gesteckt und oben leicht geöffnet trägt. Er trägt außerdem einen schwarzen Gürtel mit silberner Schnalle, eine schwarze Armbanduhr an der rechten Hand, schwarze Schuhe sowie eine dunkle Sonnenbrille, die seine Augen verdeckt. Kleidung kann zur Symbolisierung von „Macht und Status“ (Weinlich, 2002: 79) beitragen, besonders einen „dunklen, perfekt sitzenden, augenscheinlich teuren Anzug“ (ebd.) kann man dazu einsetzen, um wichtig und kompetent zu wirken (vgl. a.a.O.: 79f).

Putin befindet sich auf einer Yacht, welche auf der linken Bildhälfte zu sehen ist. Die Yacht ist weiß, mit silberner Reling und mit einem braunen Holzboden. Eine Glastür führt vom Deck in einen Innenraum. Putin steht unter einem weißen Dach an einer weißen Außenwand der Yacht, die oben eine Aussparung hat, so dass er seinen Blick über das Gewässer schweifen lassen kann. Er stützt sich mit seinem linken Arm an der Wand ab, die Hand hebt er ein wenig hoch. Die rechte Hand hat er in seine Hosentasche gesteckt. Dies „kann sowohl Arroganz als auch Unsicherheit vermitteln“ (Weinlich, 2002: 89). Putins Oberkörper ist im Schatten, während sich sein Unterkörper im Sonnenlicht befindet. Putin ist im Seitenprofil zu sehen und wendet seinen Blick von den BetrachterInnen des Fotos ab. Sein Gesichtsausdruck ist ernst. Er ist leicht von unten fotografiert worden.

Unmittelbar neben der Yacht ist das Wasser weiß und aufgewühlt, was darauf schließen lässt, dass sich diese in Bewegung befindet. Auf der rechten Bildhälfte sind dunkelblaues Wasser, ein strahlend blauer Himmel ohne Wolken und ein Wald zu sehen. Es handelt sich bei dem Gewässer vermutlich um einen Fluss, da auf beiden Seiten des Gewässers Bäume und Wald zu sehen sind, das Gewässer fließt dazwischen hindurch. Ganz hinten im Wasser sind kleine, weiße Punkte zu sehen, man kann allerdings nicht erkennen, worum es sich dabei handelt. Es kann vermutet werden, dass es andere Schiffe sind. Der Wald kann als zentraler Bestandteil der russischen Landschaft angesehen werden. Berufe, die mit ihm verbunden sind, „stellten lange bedeutende Wirtschaftszweige dar“ (Kappeler, 2014: 11). Wasser, das zweite zentrale Landschaftselement im Bild, steht, wie bereits bei der Analyse der zweiten Fotografie angesprochen, für Leben, Fruchtbarkeit, Reinigung aber auch für Bedrohung, der Fluss für Veränderung (vgl. Zerbst/Kafka, 2003: 425; vgl. a.a.O.: 183). Die dominierenden Farben im Bild sind blau und weiß. Blau gilt als „Farbe der Tiefe, Weisheit, Loyalität, Treue, Klugheit, Beständigkeit, Großmut“ (Zerbst/Kafka, 2003: 155), sie steht aber auch für „Leere, ursprünglich Einfachheit und unendlichen Raum“ (ebd.). Auch Weiß steht unter anderem für das Einfache, außerdem für „Erleuchtung, Reinheit, Unschuld, Gottesfurcht, Heiligkeit, Erlösung“ (a.a.O.: 153).

Das Hauptmotiv ist jenes der Schifffahrt, das mit der „Metapher [...] des Staatsschiffs, das vom Herrscher oder seinem Regierungschef gelenkt wird“ (Burke, 2010: 69) korreliert und ein beliebtes Motiv in der Darstellung von HerrscherInnen ist. Der Politiker kann in dieser Hinsicht als Steuermann des Schiffes angesehen werden, wobei dieser „den Kurs bestimmen“ (Münkler, 1994: 129) muss.

Interpretation

Die Fotografie wirkt inszeniert. Es scheint fast so, als wolle Putin den BetrachterInnen des Fotos vermitteln, dass er reich, erfolgreich, mächtig und höher gestellt ist als diese. Er wirkt wie der Inbegriff der Perfektion. Durch seinen Anzug, durch den er seinen guten Geschmack und sein Stilbewusstsein auszudrücken vermag, und seinen ernsten Gesichtsausdruck erscheint Putin in der Rolle eines typischen Politikers, nicht, wie so oft in anderen Fotografien, als Mann des Volkes. Er hebt sich klar von der Rolle des einfachen Mannes ab. Das Gefühl der Distanz und Unnahbarkeit wird durch seinen von den BetrachterInnen abgewendeten Blick auf den Fluss, beziehungsweise vielleicht auch auf das, was am Ufer liegt, noch verstärkt. Dadurch, dass das Foto aus einer Untersicht aufgenommen wurde, wirkt Putin höhergestellt als die BetrachterInnen, sie sind nicht auf gleicher Augenhöhe mit ihm. Das Fotografien aus der Untersicht stellt eine beliebte Technik dar, auf die auch andere MachthaberInnen, wie zum Beispiel Adolf Hitler oder Josef Stalin zurückgriffen, um „größer und heroischer“ (Burke, 2010: 82) zu wirken. Bezieht man sich auf den Gesamteindruck des Bildes, so lässt sich in Bezug auf die Körpersprache Putins eher der Überlegung folgen, dass die Hand in der Hosentasche Arroganz ausdrückt, und nicht Unsicherheit (vgl. Weinlich, 2002: 89).

Durch Putins Erscheinungsbild wird eine andere Seite des Männlichkeitsideals verkörpert als in den bisher analysierten Bildern. Zentrale Elemente von Männlichkeit sind laut David und Brannon nämlich unter anderem Macht, Status und Erfolg (vgl. Badinter, 1993: 160). In der russischen Kultur äußert sich dieses angestrebte Image im äußeren Erscheinungsbild und im Konsumverhalten, durch welche eine gute finanzielle Lage verdeutlicht wird (vgl. Kreß, 2010: 129ff). Putin drückt dies hier mit einem teuer erscheinenden Anzug und dem Fahren auf einer Yacht aus, beides kann als Präsentieren von Statussymbolen interpretiert werden.

Das Bild weist einen gewissen Kontrast zwischen Tradition und Modernität auf. Einerseits wird den BetrachterInnen die Ursprünglichkeit der russischen Landschaft durch die idyllische Umgebung vermittelt. Putin ist umgeben von Wald und einem Fluss, beide stellen zentrale Faktoren der russischen Landschaft dar. Der Wald war lange Zeit von größter Relevanz für die Wirtschaft, Flüsse tragen zur Gliederung des Landes bei (vgl. Kappeler, 2014: 11). Auch durch den Kontext, nämlich den Besuch eines Klosters, wird der Eindruck der Wichtigkeit von Werten unterstützt. Durch das Zeigen dieser Landschaft

findet eine Bezugnahme auf traditionelle russische Werte statt. Auf der anderen Seite steht die moderne Yacht sowie Putin in seinem schicken Anzug, was wiederum eine Bezugnahme auf neue Werte wie Luxus darstellt. Er scheint auszudrücken, dass für ihn die russische Einzigartigkeit relevant ist, dass er die Werte und Traditionen seiner Nation hochhält.

Durch den Rückgriff auf das Motiv des Staatsschiffes, welches vom Herrscher gelenkt wird, wird aber außerdem auch ganz deutlich, dass Putin auch zur Zeit der Aufnahme, in der er als Premierminister tätig war, das Ruder in der Hand hielt. Obwohl er zum Zeitpunkt der Aufnahme nicht das Amt des Präsidenten inne hatte, lenkte er doch das Staatsschiff. Auf die politische Metapher des Staatsschiffes griff bereits Platon zurück, jedoch zur Kritik an der „athenischen Demokratie“ (Münkler, 1994: 130). Er kritisierte, dass alle Bürger am Politikgeschehen partizipieren sollten, anstatt dass dieses von Spezialisten gehandhabt werde. In diesem Zusammenhang konstatierte er, dass das Staatsschiff von Personen gelenkt werde, die keine Ahnung von Schifffahrt hätten, während jene, die dazu fähig wären, sich nicht mit den Regeln des Machtkampfes auskennen würden (vgl. a.a.O.: 129f).



Abbildung 10: Sowjetisches Propagandaplakat (1933)

Die Metapher vom Politiker als Steuermann fand bereits bei Josef Stalin Verwendung. Auf einem Propagandaplakat aus dem Jahr 1933 (siehe Abbildung 10) ist dieser am Ruder eines Schiffes abgebildet, hinter ihm weht die sowjetische Flagge. Der Bildtext in der rechten, unteren Ecke besagt: „Der Kapitän der Länder der Sowjets steuert uns von Sieg zu Sieg“. Die Verbindung zur Sowjetunion muss im Zusammenhang damit interpretiert

werden, dass Putin mehrfach versuchte, sowjetische Symbole im russischen Alltag zu verankern und wiederaufleben zu lassen (vgl. Keghel, 2008: 75).

9.5. Putin mit Hunden



Abbildung 11: Putin mit Hunden (2013)

Beschreibende Analyse

Bei dem Mann, der auf dem Foto mit zwei Hunden abgebildet ist, handelt es sich um den russischen Präsidenten Wladimir Wladimirowitsch Putin. Das Foto ist Teil einer Bilderreihe des Präsidenten mit den Hunden. Die Bildunterschrift auf der Homepage des Präsidenten offenbart als Kontext einen Spaziergang in der Region Moskau im März 2013. Auf dem ausgewählten Foto liegt Putin auf dem schneebedeckten Boden. Schnee symbolisiert im „Christentum wegen seiner Farbe und Kälte ein Sinnbild der jungfräulichen Reinheit [...] kann aber auch für innere Kälte stehen“ (Zerbst/Kafka, 2003: 369). Zu sehen sind nur Putins Kopf und Oberkörper, der Rest wird von den Hunden verdeckt beziehungsweise liegt außerhalb des Bildausschnittes. Im Hintergrund sind verschwommen zwei Baumstämme zu erkennen, die Landschaft, die sich vom weißen

Boden abhebt, ist dunkel. Mit Blick auf die anderen Bilder der Reihe wird klar, dass es sich bei der Landschaft um einen Wald handelt. Da es eine Nahaufnahme ist, nehmen der Präsident und die Tiere den größten Teil des Bildes ein. Vor Putin liegt der kleinere, rötlich-braune Hund. Der größere, braun-weiße Hund steht hinter dem kleineren und über Putins Oberkörper, er scheint Putin anzusehen. Beide Hunde tragen ein Halsband. Der Präsident hält jeweils eine Hand vor die Schnauzen der Hunde, es wirkt, als würde er sie füttern. Putin trägt eine rot-weiße Jacke, auf dem rechten Arm ist die russische Trikolore weiß-blau-rot zu sehen. Auf dem linken Arm ist ein Teil eines goldenen Emblems erkennbar. Unter Hinzuziehen der anderen Fotos vom Spaziergang wird die These bestätigt, dass es sich hierbei um das russische Staatswappen (*siehe Abbildung 3*) handelt. Die Jacke scheint einen Bezug zum Sport aufzuweisen, nähere Informationen dazu sind jedoch nicht auffindbar.

Der Präsident wirkt durch seine Körperhaltung entspannt, was „Überlegenheit, Selbstsicherheit“ (Weinlich, 2002: 102) ausdrücken kann. Putin hat seinen Mund leicht geöffnet und lächelt. Er ist den BetrachterInnen der Fotografie zugewendet und richtet seinen Blick in die Kamera. Blickkontakt kann sowohl Interesse, „innige Zuneigung“ (a.a.O.: 55) als auch „kritische Betrachtung“ (ebd.) ausdrücken. Blickkontakt in Kombination mit einem Lächeln „zeigt Selbstsicherheit, Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit“ (a.a.O.: 102). Ein Lächeln kann außerdem für „Gefallen und Sympathie, aber auch Schadenfreude“ (a.a.O.: 57) stehen. Der Blick aus dem Bild heraus wurde beispielsweise auch „auf den alliierten Weltkriegs- und den antisemitischen Plakaten der Nationalsozialisten, später dann auf dem Mao-Porträt am Platz des Himmlischen Friedens in Peking“ (Paul, 2008c: 22) eingesetzt, um eine direkte Verbindung zu den RezipientInnen zu schaffen.

Das Abbilden von Personen mit Hunden hat Tradition. In der italienischen Renaissance stand „ein großer Hund in einem Männerbildnis normalerweise für Jagd und damit für aristokratische Männlichkeit, während ein kleiner Hund im Porträt einer Frau oder eines Ehepaars wahrscheinlich Treue symbolisiert“ (Burke, 2010: 30f). Generell gilt der Hund als „ältestes Haustier, Jagdhelfer, Begleiter und Wächter des Menschen und Hüter seiner Herden“ (Zerbst/Kafka, 2003: 237). Während er zu früheren Zeiten noch „häufig mit dem Tod und der Unterwelt in Verbindung gebracht“ (ebd.) wurde, steht er seit dem Mittelalter vor allem für die Treue (vgl. a.a.O.: 238).

Interpretation

Das Foto wirkt wie ein Schnappschuss aus dem Alltag. Es scheint einfach einen Mann abzubilden, der mit zwei Hunden in einer Schneelandschaft spielt. Der Präsident wird als tierlieb und sanft porträtiert. Putin hält selbst Hunde, nämlich „seine Labradorhündin Koni“ (Fleischmann, 2010: 264) sowie „zwei Pudel“ (ebd.). Er weiß, wie er mit den Tieren umgehen muss, und die beiden Hunde auf dem Foto scheinen ihm zu vertrauen. Seine Handbewegung lässt darauf schließen, dass Putin die Tiere füttert. Insofern nimmt er sowohl die Rolle des Herrn Jedermann ein, jene des „netten Nachbarn von nebenan, dem Mann von der Straße“ (Voigt, 1999: 64), der mit seinen Hunden spazieren geht. Er verkörpert aber in gewisser Weise auch eine Mutterrolle, welche mit „Wohlwollen, Teilnahme, [...] und Liebenswürdigkeit“ (a.a.O.: 66) in Verbindung steht. Er versorgt die Hunde mit Futter und spaziert mit ihnen, damit es ihnen an nichts fehlt. Es könnte durchaus sein, dass Putin dieses Bild nach außen tragen und auf die Bevölkerung als Ganzes projizieren möchte: Er, das Oberhaupt des Staates, Vater und Mutter zugleich, kümmert sich darum, dass es allen gut geht. In dieser Annahme schwingt auch der Aspekt der Machtdemonstration mit. Er drückt seine Überlegenheit aus, dies geschieht etwa durch die entspannte Körperhaltung (vgl. Weinlich, 2002: 73; vgl. a.a.O.: 102). Der Blickkontakt kann, wie bereits in der Analyse erläutert, sowohl Interesse als auch Zuneigung oder kritisches Beäugen bedeuten, wobei durch das Lächeln angenommen werden kann, dass es sich eher um eine zuneigende Geste handelt (vgl. Weinlich, 2002: 55). Mit dem Lächeln könnte Putin außerdem deutlich machen wollen, dass man ihm vertrauen kann (vgl. a.a.O.: 102). Außerdem könnte damit das Ziel verfolgt werden, Sympathie bei der Bevölkerung zu erzielen.

Dass Putin mit Hunden abgebildet ist, kann als Einreihen in eine lange Tradition interpretiert werden. Hunde als Symbole für die Jagd und Treue finden sich auch in anderen HerrscherInnenbildern (vgl. Burke, 2010: 30f; vgl. Zerbst/Kafka: 2003: 237f). Neben Putin haben beziehungsweise hatten auch viele andere Führungspersönlichkeiten Hunde als Haustiere. Als Beispiele sind etwa Barack Obama und John F. Kennedy anzuführen. Der Symbolgehalt des Hundes als Tier der Jagd stellt außerdem wiederum einen Bezug zur Männlichkeitsthematik dar, denn traditionellerweise kam den Männern die Rolle des Jägers zu. Putin wird als Mann porträtiert, der einer traditionellen Rolle entspricht. Die Entspanntheit, mit der Putin mit den beiden Hunden abgebildet ist, steht in Kontrast zur Symbolik des Schnees, der Kälte ausdrückt (vgl. Zerbst/Kafka, 2003: 369).

Durch die Jacke, die Putin trägt, wird als weiterer Aspekt im Bild ein Bezug zu Nationalismus und Patriotismus geschaffen. Dies geschieht durch das Zeigen der russischen Flagge sowie des Wappens, welche auch als Eckpfeiler von Putins Beschäftigung mit der russischen Staatssymbolik angesehen werden können. Hinzu kommt, dass Putin eine Jacke zu Tragen scheint, die einen Bezug zu einer Sportmannschaft aufweist, was ebenfalls Nationalstolz ausdrücken würde (vgl. Bernhardt et al., 2009: 107). Rot als Farbe der Kleidung stand außerdem lange für das Ausdrücken eines Machtanspruchs (vgl. Schüler, 2006: 33).

9.6. Gesamtinterpretation

Unterzieht man die untersuchten Bilder einer Gesamtinterpretation, ergeben sich folgende relevante Aspekte: Zunächst fällt auf, dass eine starke Bezugnahme auf Motivtraditionen erfolgt, die mit Machtdarstellungen in Zusammenhang stehen. So stellen sowohl die Reiterdarstellung als auch jene des Steuermannes und des Schwimmers Mittel der Herrschaftslegitimation und –demonstration dar. Auch das Abbilden von Führungspersönlichkeiten mit Hunden hat Tradition. Darstellungen in einer wehrhaften Rolle, wie etwa in der Fotografie von Putin mit einem Gewehr, schaffen Bezüge zur Rolle des Soldaten, militärischen Oberbefehlshabers und Feldherren (vgl. Bernhardt et al., 2009: 149; vgl. Burke, 2010: 69; vgl. Münkler, 1994: 129).

Neben den Rollen des Soldaten und Feldherren wird Wladimir Putin in den Fotografien auch als eine Art Held, der die Bevölkerung beschützt, als Jäger sowie als Sportler oder in einer fürsorglichen Mutter- beziehungsweise Vaterrolle porträtiert. Mit Ausnahme der vierten Fotografie grenzt sich Putin in seiner Präsentation vom typischen PolitikerInnenimage ab, stattdessen positioniert er sich als Mann des Volkes, der seinen Bezug zur Bevölkerung nicht verloren hat. Lediglich in der Fotografie, die Putin auf einer Yacht zeigt, hebt Putin sich von der einfachen Bevölkerung ab und wird einer Höherstellung unterzogen.

Ein zentraler Faktor in den untersuchten Fotografien ist die Darstellung von Dominanz. Putin beherrscht sowohl die gezeigten Landschaften, beispielsweise in Form des Wassers, in dem er schwimmt, als auch das Pferd, auf dem er reitet. In seiner Rolle als Jäger wird die Dominanz über die Natur und die Tierwelt erneut deutlich. Durch die Positionierung

im Zentrum der Fotografien beziehungsweise die Präsentation auf sehr platz einnehmende Art und Weise, wird der Eindruck verstärkt. Nicht zuletzt kommt in diesem Zusammenhang auch der Körpersprache eine zentrale Bedeutung zu, denn auch durch Aspekte wie eine aufrechte Haltung, große Bewegungen oder die straffe Zügelhaltung beim Reiten, kann Dominanz demonstriert werden.

Auffallend ist, dass Putin in vier von fünf Fotografien an den BetrachterInnen vorbei blickt. Er nimmt keinen Blickkontakt auf, was den Eindruck der Ungestelltheit verstärkt, aber auch eine gewisse Distanz schafft. In drei Fotografien trägt der russische Präsident eine Sonnenbrille, was den Eindruck der Distanziertheit noch verstärkt. Dies kann auch im Rahmen von Machtbeziehungen gesehen werden, da Putins Blick sowie seine Augen nur für jene Personen sichtbar sind, denen er diese zeigen will. Lediglich auf dem Foto, das Putin mit den zwei Hunden zeigt, blickt er direkt aus dem Bild heraus und schafft damit eine größere Nähe.

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Bezugnahme auf russische Werte und Traditionen. Putin greift auf Aspekte zurück, die als typisch für die russische Gesellschaft beziehungsweise für Russland gelten. Dazu gehört etwa der orthodoxe Glaube, der im Rahmen der Yachtfahrt zu einem Kloster verdeutlicht wird (vgl. Kappeler, 2014: 15). Neben den eher traditionelleren werden auch neuere Werte widergespiegelt, etwa Luxus, welcher durch den Anzug und die Yacht visualisiert wird. Weiter wird auf bedeutungsreiche Landschaften zurückgegriffen, besondere Bedeutung kommt dem Wald, welcher einen zentralen Stellenwert in Russland einnimmt, sowie Flüssen, die als „wichtigste raumgliedernde Elemente“ (a.a.O.: 11) gelten, zu. Damit wird in den Fotografien auch ein Bezug zum Land geschaffen. Dies kann im Rahmen eines „Erstarken des Patriotismus und russischen Nationalismus“ (Mommesen/Nußberger, 2007: 28) gesehen werden, welche von der „betonten Rückkehr zu den besonderen nationalen Werten und zur Verteidigung des eigenen Weges“ (ebd.) geprägt sind. Durch Putins Rückgriff auf russische Werte kann angenommen werden, dass er diesen nicht zu unterschätzende Bedeutung beimisst und den besonderen Wert Russlands betonen will. Der Bezug zur Nation sowie der Versuch der Inklusion und Identifikation finden sich auch im Rahmen der Bezugnahme auf russische Staatssymbole. Unter anderem geschieht dies durch das Abbilden der Trikolore und des Staatswappens auf Putins Jacke im fünften Bild oder durch die Paralallen, die zwischen der Reiterdarstellung und dem Staatswappen

bestehen. Auf diese Weise wird auch eine Verbindung zwischen Putin und Russland geschaffen.

In einigen der Fotografien schwingt eine Atmosphäre der Bedrohlichkeit mit. Diese wird vor allem durch die Landschaft ausgelöst, so etwa durch die schroffen Spitzen der Felsen und die Wolken als Anzeichen für ein nahendes Gewitter im ersten Bild. Auch dem Element Wasser haftet etwas Bedrohliches, Gefährliches an und durch das Tragen der Waffe im dritten Foto wird Putin selbst zur potentiellen Gefahr. Möglicherweise dient diese geschaffene Atmosphäre der Einschüchterung der BetrachterInnen.

Putin demonstriert sowohl Stärke und Jugendlichkeit als auch Gesundheit und Sportlichkeit. Er beherrscht verschiedene Sporttechniken, in den untersuchten Fotos etwa Reiten und Schwimmen, für die Selbstbeherrschung notwendig ist. Dabei wird viel Wert auf die Präsentation seines Körpers gelegt, welche im Kontext des Ausdrückens potenter Männlichkeit interpretiert werden kann. Zwei Fotografien zeigen Putin mit nacktem Oberkörper, was auf eine Sexualisierung schließen lässt. Ein Bezug zu Sexualität wird auch durch verschiedene Symbole geschaffen, so steht das Pferd unter anderem für sexuelle Energie und Wasser für Fruchtbarkeit, auch das Gewehr und das Schießen sind „männliche Sexualsymbole“ (Zerbst/Kafka, 2003: 252). Aspekte einer wehrhaften Männlichkeit finden sich in der dritten Fotografie, in der Putin ein Gewehr und Kleidung im Camouflage-Muster trägt. Ein davon abweichendes Männlichkeitsbild verkörpert der Präsident im vierten Foto, im Rahmen dessen das Augenmerk auf den, ebenfalls Männlichkeit verdeutlichenden, Faktoren Macht, Status und Erfolg liegt (vgl. Badinter, 1993: 160).

10. Beantwortung der Forschungsfragen

Die erste Forschungsfrage lautete: „*Auf welche Weise wird Wladimir Putins Macht in Fotografien demonstriert und legitimiert?*“ Nach der empirischen Untersuchung fünf ausgewählter Fotografien sowie einer ausführlichen Beschäftigung mit bereits existierender Literatur zu den einzelnen Themenaspekten, kann die Forschungsfrage nun wie folgt beantwortet werden.

Zunächst ist daraus hinzuweisen, dass Macht etwas Abstraktes ist und deshalb der Repräsentation bedarf. Dies kann unter anderem mit Hilfe von Bildern geschehen. Im Rahmen der visuellen Darstellung des russischen Präsidenten Wladimir Putin finden sich häufig Parallelen zu bestehenden Motiven und Vorbildern. Die analysierten Fotografien beziehen sich zu einem großen Teil auf Motivtraditionen, die mit Machtdarstellungen in Zusammenhang stehen und als Mittel der Herrschaftslegitimation gelten. Anzuführen ist diesbezüglich zunächst der Rückgriff auf die ReiterInnendarstellung. Putin reiht sich damit in eine Darstellungstradition ein, wobei Abbildungen von Pferd und ReiterIn metaphorisch für das Regieren stehen können und somit einen Machtanspruch verdeutlichen. Des Weiteren wird auf das Motiv des Schwimmens zurückgegriffen, welches ebenfalls eine Darstellungstradition im Rahmen von Macht und Herrschaft darstellt. Diesbezüglich ist anzunehmen, dass Putin, wie es bereits Mussolini tat, versucht, den Staatskörper durch den eigenen Körper zu repräsentieren. Ein weiteres Motiv, das aufgegriffen wird, ist jenes des Staatsschiffes, welches vom Herrscher als Steuermann gelenkt wird. Diesbezüglich ist auffallend, dass Putin zur Zeit der diesbezüglichen Aufnahme als Premierminister tätig war, aber dennoch das Ruder in der Hand hielt und das Staatsschiff lenkte. Außerdem finden sich in den Bildern das Motiv der Jagd, welches mit der Beherrschung der Umwelt in Verbindung steht, sowie die Darstellung des Präsidenten mit Hunden, welche ebenfalls eine gewisse Tradition in der Abbildung von Führungspersönlichkeiten hat. Vorbildern kommt insbesondere deshalb große Bedeutung zu, weil sie Assoziationen im Betrachter beziehungsweise der Betrachterin wecken. Rückgriffe finden sich auch häufig auf Werke der bildenden Kunst. Im Rahmen der vorliegenden Analyse wurden ebenfalls Vorbilder in der Kunst gefunden, nämlich das Gemälde des reitenden Napoleon und zwei sowjetische Propagandaplakate. Es ist allerdings nicht klar, ob diese Bezugnahmen bewusst geschehen sind. Auf jeden Fall finden sich aber gewisse Ähnlichkeiten und Parallelen.

Ein weiterer Aspekt, den Putin für die Machtdemonstration nutzt, ist das Einnehmen verschiedener Rollen. So wird er einerseits in den Rollen des Soldaten, des erfolgreichen Feldherren und des Jägers, als Mann für Recht und Ordnung, porträtiert. Diesbezüglich wird er mit einer wehrhaften Rolle in Verbindung gebracht. Andererseits findet sich in den Darstellungen die Rolle des einfachen Mannes, des volksnahen Präsidenten, der sich typischen PolitikerInnendarstellungen erwehrt. Er wird diesbezüglich als (fast) normaler Bürger dargestellt, der Sport betreibt und ein Herz für Tiere hat. Putin betont in Hinblick darauf auch öfters, dass er aus einfachen Verhältnissen stammt und bezeichnet sich selbst als „unermüdlichen und pflichtbewussten Arbeiter [...], dem es nur um das Wohl des Landes geht“ (Fleischmann, 2010: 260). Es zeigen sich auch Parallelen zu einer fürsorglichen Mutter- beziehungsweise Vaterrolle. Außerdem verkörpert Putin die Rolle des Helden, der die Bevölkerung beschützt, gegen das Böse kämpft und Russland in eine bessere Zukunft führt. Der Präsident wird als eine Art Superheld porträtiert, der alles kann. Das fünfte Bild, das Putin auf einer Yacht zeigt, hebt sich von den anderen Fotografien insofern ab, als dass es ihn in der Rolle des Politikers zeigt. Es findet eine gewisse Höherstellung statt. Symbolisiert wird Status und Luxus. In den russischen Medien findet sich aufgrund vieler Restriktionen kaum kritische Berichterstattung, stattdessen wird Putin „als strahlende Führungsfigur“ (Mommesen, 2010: 461) gezeigt. Die präsentierten Selbstbilder und angestrebten Images weisen auch immer eine Verbindung zu der ausgeführten Politik auf. So kann beispielsweise die straffe Zügelhaltung des reitenden Putin in der ersten Fotografie als Zeichen der restriktiven Politik gewertet werden, welche Putin im Rahmen der gelenkten Demokratie ausübt.

Putin legt in seiner Darstellung Wert auf den Bezug zu russischen Traditionen, Werten und zur nationalen Identität. Er greift auf Aspekte zurück, die als typisch für die russische Gesellschaft beziehungsweise für das Land gelten. Dazu gehören etwa der orthodoxe Glaube, die Staatssymbolik und landschaftliche Elemente, insbesondere Flüsse und Wälder, welchen in Russland zentrale Bedeutung zukommt. Diese Verbindung zum Land hat identitätsstiftende Wirkung und kann in einem patriotischen Kontext gesehen werden. Dass Putin bezüglich der Staatssymbolik einen Mittelweg aus Kontinuität und Veränderung präferiert, der sowohl vorrevolutionäre als auch sowjetische Elemente mit einschließt, spiegelt sich auch im Umgang mit Werten wider, wobei sowohl traditionellen als auch modernen Werten Bedeutung zukommt. Durch die Mixtur kommt es zwar zu Widersprüchlichkeiten, durch sie ist aber auch die große Anschlussfähigkeit Putins für

verschiedenste Bevölkerungsgruppen zu erklären. Durch Putins Rückgriff auf russische Werte kann angenommen werden, dass er diesen nicht zu unterschätzende Bedeutung beimisst und den besonderen Wert Russlands betonen will. Auch für seine direkte Herrschaftslegitimation bezieht er sich auf Traditionen, nämlich auf jene der Hierarchie und der starken HerrscherInnen in Russland, mit denen er seinen Machtanspruch begründet.

Als weitere Strategie kann die Personalisierung von Herrschaft angeführt werden. Mittels der „Verkörperung aktueller Kompetenz, Autorität und Führung“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 198) wird die abstrakte Politik konkretisiert. Diese Strategie hat in Russland eine lange Tradition, da sie bereits im Zarenreich und nicht zuletzt in der Sowjetunion Anwendung fand. Auch Putin reiht sich in diese Tradition ein. In Bezug auf Strategien zur positiven Selbstdarstellung kommt im Rahmen der analysierten Fotografien besonders der assertiven Selbstdarstellung Bedeutung zu. Folgende prototypische Handlungen finden sich in den Bildern wieder: Ein „*Sich beliebt machen*“ (Laux/Schütz, 1996: 47) durch den Gewinn von Sympathie, etwa durch das an den Betrachter beziehungsweise die Betrachterin gerichtete Lächeln in der fünften Fotografie, das „*Sich als kompetent darstellen [Hervorh. im Orig.]*“ (a.a.O.: 48), indem man auf die eigenen Fähigkeiten verweist, das „*Sich als Vorbild darstellen [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.) sowie „*Andere einschüchtern [Hervorh. im Orig.]*“ (ebd.) um „als gefährlich, bedrohlich, mächtig oder stark zu erscheinen“ (ebd.). Der letzte Punkt wird etwa durch eine gewisse Atmosphäre der Bedrohung widergespiegelt, die in einigen der Fotografien mitschwingt. Besonders die Landschaft, unter anderem die schroffen Spitzen der Felsen, die Wolken als Vorboten eines Gewitters oder das Wasser als bedrohliches Element, aber auch der Waffe tragende Putin als Bedrohung an sich, tragen zu diesem Eindruck bei. Dies dient möglicherweise der Einschüchterung der BetrachterInnen.

Eine weitere Strategie stellt der Rückgriff auf die (vermeintlich) private Sphäre dar. Diesbezüglich ist zu reflektieren, dass in der vorliegenden Magisterarbeit der Fokus auf Fotografien lag, welche die Voraussetzung erfüllen, im privaten Kontext angesiedelt zu sein. Die Fotografien sollen authentisch wirken, dennoch haftet ihnen der Eindruck der Inszenierung an. Durch die privaten Darstellungen wird versucht, Nähe zu den BürgerInnen herzustellen. Auf diese Weise kann ein Blick hinter die Kulissen gewährt werden und eine „*pseudoprivat Kulisse „guter Bekannter“*“ (Meyer/Ontrup/Schicha, 2000: 136) geschaffen werden, was wiederum zu Identifikation und Sympathie führen

kann. Ein Teilbereich der privaten Sphäre ist Sport, welcher über einen antipolitischen Charakter verfügt und mit Gesundheit in Verbindung steht. Putin bedient sich des Rückgriffs auf Elemente, die nicht unmittelbar mit Politik in Zusammenhang stehen, um einen Bezug zur Bevölkerung zu schaffen und so seine Macht zu legitimieren. Er versucht sich selbst als Person zu stilisieren, die über Eigenschaften verfügt, die als positiv gelten, etwa Sportlichkeit, Ausdauer, Gesundheit, Kraft und Jugendlichkeit. Er hat Kenntnisse über verschiedene Sporttechniken, in den untersuchten Fotografien etwa das Reiten und das Schwimmen, für die Selbstbeherrschung notwendig ist. Damit reiht er sich in eine Tradition ein, im Rahmen derer politische Macht durch physische Repräsentation dargestellt und untermauert wird.

Die Darstellung von Dominanz kann als weiteres zentrales Element in Putins visueller Präsentation angesehen werden. Dominanz ist laut Weinlich ein grundlegender Aspekt von Macht (vgl. Weinlich, 2002: 73). In den analysierten Fotografien äußert sich dieser Faktor sowohl in der Beherrschung der dargestellten Landschaften und der Natur als auch der Tierwelt. Die Beherrschung der Natur dient schon lange als Mittel zur Machtlegitimation und zum Deutlichmachen der Beherrschung eines Territoriums. Dominanz wird des Weiteren durch die zentrale beziehungsweise platzeinnehmende Positionierung Putins im Großteil der Fotos ausgedrückt. Diesbezüglich spielt auch die Körpersprache eine wichtige Rolle, da Aspekte wie eine aufrechte Haltung und große Bewegungen Dominanz demonstrieren können. Auch Kleidung, etwa ein teuer wirkender Anzug, aber auch militärische Uniformen, können diese Funktion einnehmen. Außerdem ist diesbezüglich auf das Blickverhalten einzugehen. Es fällt auf, dass Putin in vier von fünf Fotografien keinen Blickkontakt mit den BetrachterInnen aufnimmt, lediglich im fünften Bild blickt der Präsident direkt aus dem Bild heraus. In drei Fotos trägt er eine Sonnenbrille, was wiederum die Macht der selbstbestimmten Entscheidung widerspiegelt, wer seine Augen sehen darf und wer nicht.

Die zweite Forschungsfrage (*„Welche Rolle spielt Männlichkeit im Rahmen der visuellen Machtdemonstration Wladimir Putins?“*) lässt sich folgendermaßen beantworten: In den analysierten Fotografien finden sich sowohl konventionalisierte Männlichkeitsdarstellungen als auch männlich konnotierte Handlungsweisen. Durch diese Selbstpräsentation reproduziert der russische Präsident Geschlechterkonstruktionen, welche häufig unterbewusst verankert sind und deshalb gar nicht erst als solche wahrgenommen werden. Die Aspekte der Dominanz und der Hierarchien finden sich

sowohl in der Machtdemonstration Putins als auch im Modell der männlichen Herrschaft von Bourdieu sowie in Connells Ansatz der hegemonialen Männlichkeit. Putins Bezugnahme auf Männlichkeit ist auch im Lichte der russischen Auseinandersetzung mit Geschlecht zu sehen. Während unter Lenin zunächst Versuche zur Abschaffung des Patriarchats unternommen wurden, fand unter Stalin eine Rückbesinnung auf traditionelle Geschlechterverhältnisse statt, welche schließlich nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion nicht an Gültigkeit verloren. Dass russische Männlichkeitsideale noch nicht stark gefestigt sind, öffnet Putin Tür und Tor, um ein bestimmtes Geschlechterbild in der Öffentlichkeit zu etablieren. Das Idealbild des erfolgreichen Machos ist tief in der russischen Gesellschaft verankert und wurde in den letzten Jahren nicht zuletzt durch Putin visualisiert. Manche Bilder von ihm erinnern an eine Form von „**hyper-masculinity** [Hervorh. im Orig.]“ (Beynon, 2002: 12), also an eine stark übertriebene Form der Männlichkeit.

Die Forschungsfrage 2a („**Was für ein Männlichkeitsbild wird von Wladimir Putin verkörpert?**“) kann unter Bezugnahme auf verschiedene Aspekte beleuchtet werden. Zunächst ist anzuführen, dass Putin ein idealisiertes russisches Männerbild verkörpert, nämlich jenes des erfolgreichen Machos. Bestimmte Verhaltensmuster, die männlichen Klischees entsprechen, etwa Alkoholkonsum und Rauchen, werden abgelehnt, was Putin Bewunderung einbringt. In der dritten Fotografie, die Putin mit Waffe und in Kleidung im Camouflage-Muster zeigt, verkörpert dieser eine wehrhafte Form von Männlichkeit. Abweichend davon präsentiert er sich im vierten Bild als erfolgreicher Mann im Anzug. Diese verschiedenen Seiten sind im Rahmen der idealisierten männlichen Präsentation zu sehen, die durch eine „Kombination aus ausgesprochen teurer Kleidung und Attributen des Luxus auf der einen Seite und einer archaisch anmutenden Männlichkeit andererseits“ (Kreß, 2010: 141) geprägt ist. Beide Elemente finden sich in Darstellungen des russischen Präsidenten.

Die Forschungsfrage 2b lautete: „**Auf welche Weise findet die Symbolisierung von Männlichkeit statt?**“. Neben der Präsentation von vermeintlich männlichen Aktivitäten wie Jagen kommt diesbezüglich an erster Stelle dem männlichen Körper Bedeutung zu. Der gesunde und starke Körper nimmt für Putin eine zentrale Rolle ein, was dadurch deutlich wird, dass er sich bereits mehrmals mit nacktem Oberkörper fotografieren ließ. Die Bilder wurden von offizieller Seite veröffentlicht. Der Körper kann als zentraler Aspekt im Rahmen der Geschlechterdarstellung angesehen werden. Seit jeher ist der

männliche Körper die Norm, während die Frau eine untergeordnete, am Mann orientierte Rolle einnimmt. Der männliche Körper wird unter anderem durch Sport dargestellt und mit Kraft und Stärke in Verbindung gebracht. So auch im Rahmen von Putins Bildpolitik. Sport steht in gewisser Weise auch mit Aggressivität und Gewalt in Verbindung. Mit der Präsentation des entblößten Körpers dürfte einerseits das Ziel der Aufmerksamkeitssteigerung verfolgt werden, andererseits ist aber auch eine klare Sexualisierung Putins zu beobachten. Durch die Präsentation des Körpers wird potente Männlichkeit ausgedrückt. Der Bezug zu Sexualität findet sich auch in der Symbolik der analysierten Bilder, so etwa in der Darstellung des Pferdes, welches unter anderem sexuelle Energie symbolisiert oder des Gewehres, welches ebenfalls für männliche Sexualität steht. Die Stereotype, die damit in Zusammenhang stehen und die von Putin dargestellt werden, stehen in Verbindung zu den in der vorliegenden Arbeit angeführten Vorstellungen von MännerrechtlerInnen. Laut diesen sind Aggressivität, Zielgerichtetetheit, Mut, Kraft und körperliche Überlegenheit zentrale männliche Charakteristika. All diese werden auch in den analysierten Fotografien verdeutlicht.

Die dritte Forschungsfrage (*„Welche Rolle spielen militärische Symbole in der Machtdemonstration Wladimir Putins und finden sich Elemente einer militarisierten Männlichkeit?“*) lässt sich wie folgt beantworten: Besonders in der dritten Fotografie, welche Putin mit einem Gewehr zeigt, findet sich die Darstellung einer wehrhaften Form von Männlichkeit. Ein Element ist das Tragen von militärisch konnotierter Kleidung. Dieser Aspekt lässt sich auch in anderen Fotografien des russischen Präsidenten beobachten, welche im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht analysiert wurden. Das Tragen einer Uniform kann sowohl als Ausdruck von Zugehörigkeit als auch als Zeichen der Sympathie für die Streitkräfte aufgefasst werden. Dem Militär kommt in Russland im Rahmen der gelenkten Demokratie eine zentrale Bedeutung zu, außerdem ist Putin als Präsident der oberste Befehlshaber der Armee. Diese stellt ein männlich konnotiertes Feld dar. Zentrales Element ist die Waffe, welche sich im Rahmen der analysierten Fotos in Form des Gewehres findet. Putin scheint jederzeit bereit zu sein, höchstpersönlich und mit Gewalt einzugreifen. Mit seiner Waffe stellt er eine potentielle Bedrohung dar und symbolisiert seine Macht und Autorität. Eigenschaften, welche im Rahmen der Militärkultur zentral sind, etwa physische Kraft, Disziplin und Angriffslust, kommt auch in den Fotografien Putins Bedeutung zu. Insofern kann auch von einer Form der militarisierten Männlichkeit gesprochen werden.

11. Conclusio

Wie gezeigt wurde, kommt der medialen Darstellung und Inszenierung Wladimir Putins im Rahmen der Demonstration und Legitimation seiner Macht zentrale Bedeutung zu. Nicht zuletzt mittels Fotografien wird versucht, ein ganz spezielles Bild des Präsidenten in der Öffentlichkeit zu verankern. Dies ist damit zu erklären, dass Bilder unsere Wahrnehmungen und Handlungen maßgeblich beeinflussen können, viele Darstellungsaspekte wie Mimik und Gestik stoßen bei den BetrachterInnen auf bereits verinnerlichtes Vorwissen. Bilder weisen außerdem eine enge Verbindung zu Emotionen auf und können der Aufmerksamkeitssteigerung dienen. Für RezipientInnen ist es häufig schwierig, den Grad der Inszenierung einzuschätzen, da in den wenigsten Fällen die gesamten Kontextinformationen eines Bildes vorliegen. Auch darüber, was Putins hinter den Fotografien liegende Kommunikationsabsichten waren, lässt sich nur spekulieren. Klar ist aber, dass er Bilder im Rahmen seiner politischen Kommunikation für sich zu nutzen weiß, sei dies nun als Mittel der Machtlegitimation, als Vehikel zur Identitätsstiftung oder zur Selbstdarstellung. Cassiday und Johnson formulierten den Satz: „Not only does Putin seem to be a Russian everyman, but everyone also has the potential to become a Putin“ (Cassiday/Johnson, 2010: 692). Dies weist auf die Möglichkeit der Imitation hin, welche besonders in Bezug auf das propagierte Männlichkeitsbild bedeutsam ist. Dieses ist im Rahmen eines stark hierarchischen Geschlechterverhältnisses zu sehen und könnte auf diese Weise in der Öffentlichkeit Verbreitung finden.

Interessant ist, dass auch die Fotografien aus jener Zeit, in der Putin als Premierminister Russlands tätig war, einen großen Machtanspruch verdeutlichen. Dies lässt darauf schließen, dass Putin auch damals, als er nicht die Rolle des Präsidenten einnahm, den mächtigsten Mann Russlands darstellte. Zudem können die Bilder als symbolische Vorbereitung auf eine erneute Präsidentschaft angesehen werden, sozusagen als Ebenen des Weges zum politischen Ziel. Putins Themensetzung scheint durchdacht und punktgenau gesetzt zu sein. Folgt man etwa der Auflistung von Themen, die laut Hejl besondere Aufmerksamkeit erzielen, lassen sich in den analysierten Fotografien folgende Aspekte ausmachen: die Darstellung eines prominenten Akteurs, der Bezug zu Gewalt sowie zu Machtkampf und Sexualität (vgl. Hejl, 1999: 115).

Die analysierten Bilder stellen lediglich einen kleinen Ausschnitt eines großen Ganzen dar. Von Putin existieren unzählige Fotografien, die ihn noch in vielen anderen Kontexten

und Rollen zeigen, als Beispiel können etwa die Teilnahme an Forschungsexkursionen, Sportveranstaltungen oder Gespräche mit der Bevölkerung angeführt werden. Zudem muss reflektiert werden, dass bei Fotografien stets der gewählte Ausschnitt und die Perspektive bedeutsam sind. Was um den Bildausschnitt herum geschieht, entzieht sich unserem Blick. Die Analyse wurde zudem selbstverständlich durch das Vorwissen sowie die Wahrnehmung der Verfasserin beeinflusst.

Inszenierungen haftet, wie bereits erwähnt, ein Doppelcharakter an. Sie können sowohl sichtbar machen als auch verschleiern. Während in Demokratien eher versucht wird, Legitimation zu erzielen, bezwecken Autokratien häufig eine unkritische Zustimmung. Es ist fraglich, wie es sich im Rahmen der gelenkten Demokratie in Russland verhält, die sowohl, vor allem nach außen hin, demokratische als auch restriktive Elemente vereint. Folgt man Warnkes Aussage, dass die Selbstinszenierung besonders den Inszenierenden selbst dienen könnte, nämlich als Stabilisator der eigenen Herrschaft (vgl. Warnke, 1994: 170), und Goffmans These, dass eine Person bestimmte Selbstbilder verinnerlichen kann, wenn sie diese nur lange genug nach außen hin demonstriert (vgl. Weinlich, 2002: 93), könnte Putin selbst als wichtigstes Publikum seiner eigenen Bildpolitik entlarvt werden. Möglicherweise hat der russische Präsident sein nach außen getragenes Image schon so verinnerlicht, dass die Hoffnung auf einen Sinneswandel aussichtslos ist.

12. Bibliographie

Arnold, Sabine R. / Fuhrmeister, Christian / Schiller, Dietmar (Hg.) (1998a): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht. Böhlau Verlag, Wien, Köln, Weimar.

Arnold, Sabine R. / Fuhrmeister, Christian / Schiller, Dietmar (1998b): Hüllen und Masken der Politik. Ein Aufriß. In: Arnold, Sabine R. / Fuhrmeister, Christian / Schiller, Dietmar (Hg.) (1998a): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht. Böhlau Verlag, Wien, Köln, Weimar. S. 7-25.

Badinter, Elisabeth (1993): XY. Die Identität des Mannes. Piper, München.

Barthes, Roland (1990): Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

BauSteineMänner (2001): Kritische Männerforschung. Neue Ansätze in der Geschlechtertheorie. Argument Verlag, Hamburg.

Beichelt, Timm (2004): Herrschaftskultur. Symbolisierung von Politik am Beispiel der bundesdeutschen Außenpolitik. In: Schwellung, Birgit (Hg.) (2004a): Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft. Theorien, Methoden, Problemstellungen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 151-173.

Bereswill, Mechthild / Neuber, Anke (Hg.) (2011a): In der Krise? Männlichkeiten im 21. Jahrhundert. Westfälisches Dampfboot, Münster.

Bernhardt, Petra / Hadj-Abdou, Leila / Liebhart, Karin / Pribersky, Andreas (2009): Europäische Bildpolitiken. Politische Bildanalyse an Beispielen der EU-Politik. Facultas Verlags- und Buchhandels AG, Wien.

Beynon, John (2002): Masculinities and Culture. Open University Press, Buckingham, Philadelphia.

Boeckmann, Klaus (1994): Unser Weltbild aus Zeichen. Zur Theorie der Kommunikationsmedien. Wilhelm Braumüller, Wien.

Bohnsack, Ralf (2007): Zum Verhältnis von Bild- und Textinterpretation in der qualitativen Sozialforschung. In: Frieberthäuser, Barbara / Felden, Heide von / Schäffer, Burkhard (Hg.) (2007): Bild und Text. Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft. Verlag Barbara Budrich, Opladen, Farmington Hills. S. 21-47.

Bohnsack, Ralf (2014): Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. 9., überarbeitete und erweiterte Auflage. Verlag Barbara Budrich, Opladen, Toronto.

Borovska, Milena (2013): „Russland und der starke Mann“ – Das Image der Präsidenten der Russischen Föderation in österreichischen und russischen Tageszeitungen – eine Kritische Diskursanalyse. Magisterarbeit, Universität Wien.

Borso, Vittoria / Liermann, Christiane / Merziger, Patrick (Hg.) (2010a): Die Macht des Populären. Politik und populäre Kultur im 20. Jahrhundert. transcript Verlag, Bielefeld.

Borso, Vittoria / Liermann, Christiane / Merziger, Patrick (2010b): Transfigurationen des Politischen. Von Propaganda-Studien zu Interaktionsmodellen der Medienkommunikation – eine Einleitung. In: Borso, Vittoria / Liermann, Christiane / Merziger, Patrick (Hg.) (2010a): Die Macht des Populären. Politik und populäre Kultur im 20. Jahrhundert. transcript Verlag, Bielefeld. S. 7-31.

Bourdieu, Pierre (2005): Die männliche Herrschaft. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Brandes, Holger (2002): Der männliche Habitus. Band 2: Männerforschung und Männerpolitik. Leske + Budrich, Opladen.

Braun, Christina von / Stephan, Inge (2006): Gender-Studien. Eine Einführung. 2., aktualisierte Auflage. Verlag J. B. Metzler, Stuttgart, Weimar.

Braun, Christina von (2006a): Gender, Geschlecht und Geschichte. In: Braun, Christina von / Stephan, Inge (2006): Gender-Studien. Eine Einführung. 2., aktualisierte Auflage. Verlag J. B. Metzler, Stuttgart, Weimar. S. 10-52.

Breckner, Roswitha (2010): Sozialtheorie des Bildes. Zur interpretativen Analyse von Bildern und Fotografien. transcript Verlag, Bielefeld.

Bredenkamp, Horst (2014): Der schwimmende Souverän: Karl der Große und die Bildpolitik des Körpers. Eine Studie zum schematischen Bildakt. Verlag Klaus Wagenbach, Berlin.

Brednich, Rolf Wilhelm / Schmitt, Heinz (Hg.) (1997): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Waxmann Verlag, Münster [u.a.].

Brunn, Gerhard (1989): Germania und die Entstehung des deutschen Nationalstaates. Zum Zusammenhang von Symbolen und Wir-Gefühl. In: Voigt, Rüdiger (Hg.) (1989a): Symbole der Politik, Politik der Symbole. Leske + Budrich, Opladen. S. 101-123.

Bublitz, Hannelore (2002): Judith Butler zur Einführung. Junius Verlag, Hamburg.

Burda, Hubert (2007): Wer sieht sich wie und möchte welches Bild von sich? Über die Selbstinszenierung in Bildnissen von Jan van Eyck bis Andy Warhol. In: Helas, Philine / Polte, Maren / Rückert, Claudia / Uppenkamp, Bettina (Hg.) (2007): Bild/Geschichte. Akademie Verlag, Berlin. S. 549-563.

Burda, Hubert (2010): In medias res. Zehn Kapitel zum Iconic Turn. Petrarca Verlag, München.

Burke, Peter (2010): *Augenzeugenschaft. Bilder als historische Quellen*. Verlag Klaus Wagenbach, Berlin.

Burkhardt, Steffen (2007): Der Krieger. Putin und der sozialistische Körperkult. In: Cicero – Magazin für politische Kultur, 09/2007, S. 26-28.

Burstyn, Varda (1999): *The Rites of Men: Manhood, Politics, and the Culture of Sport*. University of Toronto Press, Toronto, Buffalo, London.

Büttner, Frank / Gottdang, Andrea (2006): *Einführung in die Ikonographie. Wege zur Deutung von Bildinhalten*. Verlag C. H. Beck, München.

Cassiday, Julie A. / Johnson, Emily D. (2010): Putin, Putiniana and the Question of a Post-Soviet Cult of Personality. In: *The Slavonic and East European Review*, Vol. 88, Nr. 4, S. 681-707.

Chmel, Birgit (2007): *Zeichen und Symbole – Auswirkungen historischer Vorgänge der Bedeutungszuweisungen für den symbolischen Zeichengebrauch im persuasiv-kommunikativen Aspekt der Politik*. Diplomarbeit, Universität Wien.

Deichmann, Carl (2007): *Symbolische Politik und politische Symbole. Dimensionen politischer Kultur*. Wochenschau Verlag, Schwalbach.

Diem, Peter (1995): *Die Symbole Österreichs. Zeit und Geschichte in Zeichen*. Verlag Kremayr & Scheriau, Wien.

Diers, Michael (1997): *Schlagbilder. Zur politischen Ikonographie der Gegenwart*. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.

Doelker, Christian (2002): Ein Bild ist mehr als ein Bild. *Visuelle Kompetenz in der Multimedia-Gesellschaft*. 3., durchgesehene Auflage. Klett-Cotta, Stuttgart.

Döge, Peter / Meuser, Michael (Hg.) (2001a): *Männlichkeit und soziale Ordnung. Neuere Beiträge zur Geschlechterforschung*. Leske + Budrich, Opladen.

Döge, Peter / Meuser, Michael (2001b): Geschlechterverhältnisse und Männlichkeit. Entwicklung und Perspektiven sozialwissenschaftlicher Männlichkeitsforschung. In: Döge, Peter / Meuser, Michael (Hg.) (2001a): *Männlichkeit und soziale Ordnung. Neuere Beiträge zur Geschlechterforschung*. Leske + Budrich, Opladen. S. 7-27.

Dörner, Andreas (1995): *Politischer Mythos und symbolische Politik. Sinnstiftung durch symbolische Formen am Beispiel des Hermannsmythos*. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Dörner, Andreas (2001): *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Drechsel, Benjamin (2005): *Politik im Bild. Wie politische Bilder entstehen und wie digitale Bildarchive arbeiten*. Campus Verlag, Frankfurt/Main.

Drechsel, Benjamin (2007): Was ist ein politisches Bild? Einige Überlegungen zur Entwicklung der Politikwissenschaft als Bildwissenschaft. In: Mitterbauer, Helga / Tragatschnig, Ulrich (Hg.) (2007): Moderne. Kulturwissenschaftliches Jahrbuch 2 (2006). Themenschwerpunkt: Iconic Turn? StudienVerlag, Innsbruck, Wien, Bozen. S. 106-121.

Edelman, Murray (2005): Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns. 3., erweiterte Auflage. Campus Verlag, Frankfurt, New York.

Ehrenspeck, Yvonne / Schäffer, Burkhard (Hg.) (2003): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch. Leske + Budrich, Opladen.

Fleischmann, Eberhard (2010): Das Phänomen Putin. Der sprachliche Hintergrund. Leipziger Universitätsverlag, Leipzig.

Flick, Uwe / Kardorff, Ernst von / Steinke, Ines (Hg.) (2013): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.

Foxall, Andrew (2012): Photographing Vladimir Putin: Masculinity, Nationalism and Visuality in Russian Political Culture. In: Geopolitics, Vol. 18, Nr. 1, S. 132-156.

Frey, Siegfried (1999): Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik. Verlag Hans Huber, Bern [u.a.].

Friebertshäuser, Barbara / Felden, Heide von / Schäffer, Burkhard (Hg.) (2007): Bild und Text. Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft. Verlag Barbara Budrich, Opladen, Farmington Hills.

Friedrich, Thomas / Schweppenhäuser, Gerhard (2010): Bildsemiotik. Grundlagen und exemplarische Analysen visueller Kommunikation. Birkhäuser, Basel, Boston, Berlin.

Frotscher, Sven (2006): 5000 Zeichen und Symbole der Welt. Haupt Verlag Bern, Stuttgart, Wien.

Gerndt, Helge (2002): Kulturwissenschaft im Zeitalter der Globalisierung. Volkskundliche Markierungen. Waxmann Verlag, Münster.

Grathoff, Richard (2002): Symbolic Types in Political Actions: A Phenomenological Perspective on Symbols, Powers and Politics. In: Halas, Elzbieta (Hg.) (2002): Symbols, Power and Politics. Peter Lang, Frankfurt am Main. S. 33-45.

Griesbeck, Michaela (1998): Werbesemiotik. Evaluierung einer Marketingforschungsmethode. Dissertation, Universität Wien.

Grittmann, Elke (2007): Das politische Bild. Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie. Herbert von Halem Verlag, Köln.

Hägele, Ulrich (1997): Bildsymbol und Wirklichkeit. Über den öffentlichen Umgang mit Fotografie. In: Brednich, Rolf Wilhelm / Schmitt, Heinz (Hg.) (1997): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Waxmann Verlag, Münster [u.a.]. S. 459-471.

Halas, Elzbieta (Hg.) (2002): *Symbols, Power and Politics*. Peter Lang, Frankfurt am Main.

Harper, Douglas (2013): Fotografien als sozialwissenschaftliche Daten. In: Flick, Uwe / Kardorff, Ernst von / Steinke, Ines (Hg.) (2013): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg. S. 402-416.

Hejl, Peter M. (1999): Unterhaltung als Information, Information als Unterhaltung. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (1999): *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 108-124.

Helas, Philine / Polte, Maren / Rückert, Claudia / Uppenkamp, Bettina (Hg.) (2007): *Bild/Geschichte*. Akademie Verlag, Berlin.

Heller, Eva (1999): *Wie Farben wirken. Farbpsychologie – Farbsymbolik – Kreative Farbgestaltung*. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.

Hochrainer, Klaus (1990): „Symbolische Politik“-Konzepte. Erklärungshilfen für System- und Sozialintegration? Diplomarbeit, Universität Wien.

Hoffman, Karen S. (2011): Visual Persuasion in George W. Bush's Presidency: Cowboy Imagery in Public Discourse. In: *Congress & the Presidency*, Vol. 38, Nr. 3, S. 322-343.

Hofmann, Wilhelm (1999): *Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik*. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden.

Hofmann, Wilhelm (2006): *Bildpolitik – Sprachpolitik*. LIT Verlag, Berlin.

Ismayr, Wolfgang (Hg.) (2010): *Die politischen Systeme Osteuropas*. 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Janshen, Doris (2001): Militärische Männerkultur in der Spannung von Konversion und Reversion. Zur Konstitution der Geschlechterverhältnisse. In: Döge, Peter / Meuser, Michael (Hg.) (2001a): *Männlichkeit und soziale Ordnung. Neuere Beiträge zur Geschlechterforschung*. Leske + Budrich. Opladen. S. 73-85.

Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich (2002): „Politische Kommunikation“ als Forschungs- und als politisches Handlungsfeld: Einleitende Anmerkungen zum Versuch der systematischen Erschließung. In: Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Saxer, Ulrich (Hg.) (2002): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonanteil*. 1. Auflage, Nachdruck. Westdeutscher Verlag, Opladen, Wiesbaden. S. 13-21.

Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Saxer, Ulrich (Hg.) (2002): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonanteil*. 1. Auflage, Nachdruck. Westdeutscher Verlag, Opladen, Wiesbaden.

Jessen, Jens (2006): Symbolische Politik. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), 20/2006. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. S. 3-6.

Kappeler, Andreas (2014): Russische Geschichte. 6., aktualisierte Auflage. Verlag C. H. Beck, München.

Keghel, Isabelle de (2008): Die Staatssymbolik des neuen Russland. Traditionen – Integrationsstrategien – Identitätsdiskurse. LIT Verlag, Münster.

Kepplinger, Hans Mathias (2002): Politische Kommunikation als Persuasion. In: Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Sacher, Ulrich (Hg.) (2002): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonanteil. 1. Auflage, Nachdruck. Westdeutscher Verlag, Opladen, Wiesbaden. S. 362-369.

Klupp, Leopold (2011): Politik im Spiegelfeld von Symbolen. Dissertation, Wien.

Knieper, Thomas / Müller, Marion G. (Hg.) (2004): Visuelle Wahlkampfkommunikation. Herbert von Halem Verlag, Köln.

Kopp-Schmidt, Gabriele (2004): Ikonographie und Ikonologie. Eine Einführung. Deubner Verlag für Kunst, Theorie & Praxis, Köln.

Köstler, Andreas / Seidl, Ernst (Hg.) (1998): Bildnis und Image. Das Portrait zwischen Intention und Rezeption. Böhlau Verlag, Köln, Weimar, Wien.

Kreisky, Eva (1994): *Das ewig Männerbündische?* Zur Standardform von Staat und Politik. In: Leggewie, Claus (Hg.) (1994): Wozu Politikwissenschaft? Über das Neue in der Politik. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt. S. 191-211.

Kreß, Beatrix (2010): Schlüsselkonzepte der russischen Kultur und geschlechtliche Stereotypisierungen: *стереотип* und *гламур*. In: Zeitschrift für Slawistik, Vol. 55, Nr. 2, S. 127-143.

Kroeber-Riel, Werner (1996): Bildkommunikation. Imagerystrategien für die Werbung. Verlag Franz Vahlen, München.

Laux, Lothar / Schütz, Astrid (1996): „Wir, die wir gut sind“. Die Selbstdarstellung von Politikern zwischen Glorifizierung und Glaubwürdigkeit. Deutscher Taschenbuch Verlag, München.

Leggewie, Claus (Hg.) (1994): Wozu Politikwissenschaft? Über das Neue in der Politik. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.

Maydell, Renata von (2013): Von Bären und Fäusten. Zur Aktualität traditioneller Männlichkeitsentwürfe in Russland. In: Nohejl, Regine et al. (Hg.) (2013a): Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit. Verlag Otto Sagner, München, Berlin, Washington/D.C.. S. 71-87.

Meuser, Michael / Scholz, Sylka (2011): Krise oder Strukturwandel hegemonialer Männlichkeit? In: Bereswill, Mechthild / Neuber, Anke (Hg.) (2011a): In der Krise? Männlichkeiten im 21. Jahrhundert. Westfälisches Dampfboot, Münster. S. 56-80.

Meyer, Thomas (1998): Politik als Theater. Die neue Macht der Darstellungskunst. Aufbau-Verlag, Berlin.

Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Meyer, Thomas / Ontrup, Rüdiger / Schicha, Christian (2000): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.

Mietzner, Ulrike / Pilarczyk, Ulrike (2003): Methoden der Fotografieanalyse. In: Ehrenspeck, Yvonne / Schäffer, Burkhard (Hg.) (2003): Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch. Leske + Budrich, Opladen. S. 19-37.

Mikos, Lothar (2005): Film-, Fernseh- und Fotoanalyse. In: Mikos, Lothar / Wegener, Claudia (Hg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. S. 458-466.

Mikos, Lothar / Wegener, Claudia (Hg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Millett, Kate (1985): Sexus und Herrschaft. Die Tyrannie des Mannes in unserer Gesellschaft. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg.

Mitterbauer, Helga / Tragatschnig, Ulrich (Hg.) (2007): Moderne. Kulturwissenschaftliches Jahrbuch 2 (2006). Themenschwerpunkt: Iconic Turn? StudienVerlag, Innsbruck, Wien, Bozen.

Mommsen, Margareta (2010): Das politische System Russlands. In: Ismayr, Wolfgang (Hg.) (2010): Die politischen Systeme Osteuropas. 3., aktualisierte und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 419-479.

Mommsen, Margareta / Nußberger, Angelika (2007): Das System Putin. Gelenkte Demokratie und politische Justiz in Russland. Verlag C. H. Beck, München.

Müller, Marion G. (1998): *La force tranquille...* Die stille Macht der Bilder. In: Köstler, Andreas / Seidl, Ernst (Hg.) (1998): Bildnis und Image. Das Portrait zwischen Intention und Rezeption. Böhlau Verlag, Köln, Weimar, Wien. S. 327-335.

Müller, Marion G. (1999): Politische Vision. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (1999): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 15-28.

Müller, Marion G. (2003): Grundlagen der visuellen Kommunikation. Theorieansätze und Analysemethoden. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Müller, Marion G. (2004): Politologie und Ikonologie. Visuelle Interpretation als politologisches Verfahren. In: Schwellung, Birgit (Hg.) (2004a): Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft. Theorien, Methoden, Problemstellungen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. S. 335-351.

Müller, Marion G. (2011): Ikonografie und Ikonologie, visuelle Kontextanalyse, visuelles Framing. In: Petersen, Thomas / Schwender, Clemens (2011): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch. Herbert von Halem Verlag, Köln. S. 28-56.

Münkler, Herfried (1994): Politische Bilder, Politik der Metaphern. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.

Niedermüller, Peter (1997): Politik, Kultur und Vergangenheit. Nationale Symbole und politischer Wandel in Osteuropa. In: Brednich, Rolf Wilhelm / Schmitt, Heinz (Hg.) (1997): Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur. Waxmann Verlag, Münster [u.a.]. S. 113-123.

Nohejl, Regine et al. (Hg.) (2013a): Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit. Verlag Otto Sagner, München, Berlin, Washington/D.C..

Nohejl, Regine (2013b): Einführung. Nation und Gender in der russischen Kultur. In: Nohejl, Regine et al. (Hg.) (2013a): Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit. Verlag Otto Sagner, München, Berlin, Washington/D.C.. S. 7-17.

Nohejl, Regine (2013c): *Éto ja – Édička*. Die seltsame Karriere des Éduard Limonov oder Das russische Problem mit der Männlichkeit. In: Nohejl, Regine et al. (Hg.) (2013a): Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit. Verlag Otto Sagner, München, Berlin, Washington/D.C.. S. 87-127.

Panofsky, Erwin (2006): Ikonographie und Ikonologie. Bildinterpretation nach dem Dreistufenmodell. DuMont, Köln.

Paul, Gerhard (Hg.) (2008a): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen

Paul, Gerhard (2008b): Der Bilderatlas – ein Streifzug durch unser kulturelles Gedächtnis. In: Paul, Gerhard (Hg.) (2008a): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen. S. 9-14.

Paul, Gerhard (2008c): Das Jahrhundert der Bilder. Die visuelle Geschichte und der Bildkanon des kulturellen Gedächtnisses. In: Paul, Gerhard (Hg.) (2008a): Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen. S. 14-40.

Petersen, Thomas / Schwender, Clemens (2011): Die Entschlüsselung der Bilder. Methoden zur Erforschung visueller Kommunikation. Ein Handbuch. Herbert von Halem Verlag, Köln.

Pilarczyk, Ulrike (2007): Fotografie als Quelle erziehungswissenschaftlicher Forschung. In: Friebertshäuser, Barbara / Felden, Heide von / Schäffer, Burkhard (Hg.) (2007): Bild und Text. Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft. Verlag Barbara Budrich, Opladen, Farmington Hills. S. 217-239.

Pleck, Joseph H. (2001): Die männliche Geschlechtsrolle. Definitionen, Probleme und Quellen der Veränderung. In: BauSteineMänner (Hg.) (2001): Kritische Männerforschung. Neue Ansätze in der Geschlechtertheorie. Argument Verlag, Hamburg. S. 27-38.

Pohl, Rolf (2011): Männer – das benachteiligte Geschlecht? Weiblichkeitsabwehr und Antifeminismus im Diskurs über die Krise der Männlichkeit. In: Bereswill, Mechthild / Neuber, Anke (Hg.) (2011a): In der Krise? Männlichkeiten im 21. Jahrhundert. Westfälisches Dampfboot, Münster. S. 104-136.

Pribersky, Andreas / Unfried, Berthold (Hg.) (1999): Symbole und Rituale des Politischen. Ost- und Westeuropa im Vergleich. Peter Lang, Frankfurt am Main.

Röhrich, Wilfried (2006): Die politischen Systeme der Welt. 4., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Verlag C. H. Beck, München.

Rutten, Ellen (2013): Putin auf Panties. Die Sexualisierung Russlands in der spätsowjetischen und postsowjetischen Kultur. In: Nohejl, Regine et al. (Hg.) (2013a): Genderdiskurse und nationale Identität in Russland. Sowjetische und postsowjetische Zeit. Verlag Otto Sagner, München, Washington/D.C.. S. 127-157.

Sachs-Hombach, Klaus (2006): Illokutionäre Kraft und kommunikative Verbindlichkeit. Anmerkungen zur Differenz sprachlicher und visueller Kommunikation. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (2006): Bildpolitik – Sprachpolitik. Untersuchungen zur politischen Kommunikation in der entwickelten Demokratie. LIT Verlag, Berlin. S. 181-197.

Sachs-Hombach, Klaus / Schirra, Jörg R. (1999): Zur politischen Instrumentalisierbarkeit bildhafter Repräsentationen. Philosophische und psychologische Aspekte der Bildkommunikation. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (1999): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 28-40.

Sanina, Anna (2012): Competing for a citizen: “Visible“ and “invisible“ forms of state identity in Russia. In: Journal of Eurasian Studies, Vol. 3, Nr. 2, S. 126-146.

Saxer, Ulrich (2002): System, Systemwandel und politische Kommunikation. In: Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Saxer, Ulrich (Hg.) (2002): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonanteil. 1. Auflage, Nachdruck. Westdeutscher Verlag, Opladen, Wiesbaden. S. 21-65.

Scholz, Sylka (2012): Männlichkeitssoziologie. Studien aus den sozialen Feldern Arbeit, Politik und Militär im vereinten Deutschland. Westfälisches Dampfboot, Münster.

Schönbach, Klaus (2002): Politische Kommunikation – Publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven. In: Jarren, Otfried / Sarcinelli, Ulrich / Sacher, Ulrich (Hg.) (2002): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonanteil. 1. Auflage, Nachdruck. Westdeutscher Verlag, Opladen, Wiesbaden. S. 114-138.

Schüler, Bernd (2006): Farben als Wegweiser in der Politik. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), 20/2006. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. S. 31-38.

Schwellung, Birgit (Hg.) (2004a): Politikwissenschaft als Kulturwissenschaft. Theorien, Methoden, Problemstellungen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Schwemmer, Oswald (2006): Die Macht der Symbole. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), 20/2006. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. S. 7-14

Seidl, Ernst (1998): Das Paradox und sein Bild. Francois Mitterrands Staatsportrait. In: Köstler, Andreas / Seidl, Ernst (Hg.) (1998): Bildnis und Image. Das Portrait zwischen Intention und Rezeption. Böhlau Verlag, Köln, Weimar, Wien. S. 335-350.

Singer, Heike (1999): Die Sichtbarkeit des Privatlebens. Zur Darstellung der Persönlichkeitssphäre von Politikern in den Massenmedien. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (1999): Die Sichtbarkeit der Macht. Theoretische und empirische Untersuchungen zur visuellen Politik. Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. S. 249-262.

Spiegel Online (2.4.2014): Ende einer Ehe: Die Putins sind geschiedene Leute. Abrufbar unter: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/wladimir-putin-laesst-sich-von-ehefrau-ljudmila-scheiden-a-962271.html> [14.7.2015].

Spitaler, Georg (2005): Authentischer Sport – inszenierte Politik? Zum Verhältnis von Mediensport, Symbolischer Politik und Populismus in Österreich. Peter Lang, Frankfurt am Main.

Ulrich, Anne (2006): Souverän inszeniert. Schlagbilder und Topoi in Silvio Berlusconis visueller Rhetorik. In: Hofmann, Wilhelm (Hg.) (2006): Bildpolitik – Sprachpolitik. Untersuchungen zur politischen Kommunikation in der entwickelten Demokratie. LIT Verlag, Berlin. S. 137-157.

Voigt, Rüdiger (Hg.) (1989a): Symbole der Politik, Politik der Symbole. Leske + Budrich, Opladen.

Voigt, Rüdiger (1989b): Mythen, Rituale und Symbole in der Politik. In: Voigt, Rüdiger (Hg.) (1989a): Symbole der Politik, Politik der Symbole. Leske + Budrich, Opladen. S. 9-39.

Voigt, Rüdiger (1999): Mythen, Rituale und Symbole in der Politik. In: Pribersky, Andreas / Unfried, Berthold (Hg.) (1999): Symbole und Rituale des Politischen. Ost- und Westeuropa im Vergleich. Peter Lang, Frankfurt am Main. S. 55-75.

Volli, Ugo (2002): Semiotik. Eine Einführung in ihre Grundbegriffe. A. Francke Verlag, Tübingen, Basel.

Walter, Willi (2006): Gender, Geschlecht und Männerforschung. In: Braun, Christina von / Stephan, Inge (2006): Gender-Studien. Eine Einführung. 2., aktualisierte Auflage. Verlag J. B. Metzler, Stuttgart, Weimar. S. 91-111.

Warnke, Martin (1994): *Politische Ikonographie*. Hinweise auf eine sichtbare Politik. In: Leggewie, Claus (Hg.) (1994): Wozu Politikwissenschaft? Über das Neue in der Politik. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt. S. 170-179.

Weber, Stefan (Hg.) (2010): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. 2., überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz.

Weinlich, Alice (2002): Körpersprache von Politikern. Machtdemonstration und Selbstdarstellung. agenda Verlag, Münster.

Wilke, Jürgen (2004): Die Visualisierung der Wahlkampfberichterstattung in Tageszeitungen 1949 bis 2002. In: Knieper, Thomas / Müller, Marion G. (Hg.) (2004): Visuelle Wahlkampfkommunikation. Herbert von Halem Verlag, Köln. S. 210-231.

Withalm, Gloria (2010): Zeichentheorie der Medien. In: Weber, Stefan (Hg.) (2010): Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. 2., überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. S. 124-145.

Wolf, Claudia Maria (2006): Bildsprache und Medienbilder. Die visuelle Darstellungslogik von Nachrichtenmagazinen. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Zerbst, Marion / Kafka, Werner (2003): Das große Lexikon der Symbole. Zeichen, Schriften, Marken, Signale. Herausgegeben von Prof. Dr. Rainer Dierkesmann. E.A. Seemann Verlag, Leipzig.

13. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der reitende Putin (2009)

In: <http://www.reuters.com/news/picture/putins-macho-image?articleId=USRTR2UVJN>, Bild Nr. 1 [24.07.2015].

Abbildung 2: „Napoleon zu Pferde, den St. Bernhard hinansprengend“ (Jacques-Louis David, 1800/1801)

In: http://www.getty.edu/art/exhibitions/david/enlarge_bonaparte_alps.html [24.07.2015].

Abbildung 3: Russisches Staatswappen

In: <http://eng.flag.kremlin.ru/> [24.7.2015].

Abbildung 4: Der schwimmende Putin (2009)

In: <http://www.reuters.com/news/picture/putins-macho-image?articleId=USRTR2UVJN>, Bild Nr. 2 [24.07.2015].

Abbildung 5: Der schwimmende Benito Mussolini (1930)

In: Bredekamp, Horst (2014): Der schwimmende Souverän: Karl der Große und die Bildpolitik des Körpers. Eine Studie zum schematischen Bildakt. Verlag Klaus Wagenbach, Berlin. S. 14.

Abbildung 6: Der schwimmende Mao Zedong (1956)

In: Bredekamp, Horst (2014): Der schwimmende Souverän: Karl der Große und die Bildpolitik des Körpers. Eine Studie zum schematischen Bildakt. Verlag Klaus Wagenbach, Berlin. S. 15.

Abbildung 7: Putin mit Gewehr (2010)

In: <http://eng.putin.kremlin.ru/2010-10>, Bild Nr. 1 [24.07.2015].

Abbildung 8: „Soldat mit Waffe“ (Nikolai Denisov, 1955)

In: http://www.focus.de/fotos/auch-der-soldat-mit-waffe-aus-dem-jahr-1955-schaut-stolz-in-die-ferne_mid_239443.html [13.08.2015].

Abbildung 9: Putin auf einer Yacht (2011)

In: <http://eng.putin.kremlin.ru/2011-08>, Bild Nr. 17 [30.07.2015].

Abbildung 10: Sowjetisches Propagandaplakat (1933)

In: <http://www.bpb.de/izpb/189565/stalinismus?p=all> [13.08.2015].

Abbildung 11: Putin mit Hunden (2013)

In: <http://eng.putin.kremlin.ru/2013-03>, Bild 29 [30.07.2015].

14. Lebenslauf

Lebenslauf Katja Fenkart

Ausbildung

Seit 2012	Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
2009 bis 2013	Bachelorstudium Politikwissenschaft, Universität Wien
2008 bis 2011	Bakkalaureatsstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien
2003 bis 2007	B.O.RG Dornbirn-Schoren – Bildnerischer Zweig
1999 bis 2003	BRG Dornbirn-Schoren
1995 bis 1999	Volksschule Haselstauden

Praktika und Berufserfahrung

Seit August 2012	Studentische Mitarbeiterin in der Fachbereichsbibliothek Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Informatik
Juli 2011	Praktikum beim Kurier (Ressort: Chronik)
August 2010	Praktikum bei den Vorarlberger Nachrichten (Ressort: Lokal)
Juli 2010	Praktikum bei der Wiener Zeitung (Ressort: Außenpolitik)
Juli bis August 2009	Praktikum in der Textagentur Café Europe
Juli bis August 2009	Praktikum im Pressebüro Seegrund

15 Abstract

Im Zentrum der vorliegenden Magisterarbeit steht die mediale Inszenierung des russischen Präsidenten Wladimir Putin. Konkret sollte die Frage beantwortet werden, welche visuellen Mittel der Machtdemonstration von Putin eingesetzt werden und welche Bedeutung in diesem Zusammenhang dem Rückgriff auf Männlichkeitssymbolik zukommt. Mit Blick auf dieses Erkenntnisinteresse wurden folgende Forschungsfragen formuliert: Auf welche Weise wird Wladimir Putins Macht in Fotografien demonstriert und legitimiert? Welche Rolle spielt Männlichkeit im Rahmen der visuellen Machtdemonstration Wladimir Putins? Was für ein Männlichkeitsbild wird von Wladimir Putin verkörpert? Auf welche Weise findet die Symbolisierung von Männlichkeit statt? Und schließlich: Welche Rolle spielen militärische Symbole in der Machtdemonstration Wladimir Putins und finden sich Elemente einer militarisierten Männlichkeit? Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wurde einerseits auf Literatur bezüglich visueller und politischer Kommunikation, Bildpolitik, Symbolik sowie Männlichkeit zurückgegriffen. Außerdem wurde auf Putins Biografie, seine mediale und populärkulturelle Darstellung sowie auf die gelenkte Demokratie in Russland eingegangen. Andererseits wurde eine visuelle Inhaltsanalyse nach der Methodik von Marion G. Müller durchgeführt. Untersucht wurden fünf ausgewählte Fotografien. Für die Auswahl wurde das Hauptkriterium festgelegt, dass die Fotografien Putin nicht in der typischen Präsidentenrolle, sondern von einer privaten Seiten zeigen sollen. Mit der endgültigen Auswahl von fünf Fotografien aus dem gesamten Materialkorpus wurde versucht, eine möglichst große Bandbreite an Aspekten aufzuzeigen. Mit Blick auf die forschungsleitende Frage sowie die konkreten Forschungsfragen sind folgende zentralen Ergebnisse zu nennen: Die analysierten Fotografien weisen Parallelen zu Motivtraditionen auf, die mit Machtdarstellungen in Zusammenhang stehen. Des Weiteren wird Putin in verschiedenen Rollen gezeigt. Es finden sich Bezugnahmen auf russische Traditionen, Werte und die nationale Identität. Weitere Strategien der Präsentation von Macht stellen die Personalisierung von Herrschaft und die Darstellung von Dominanz dar. Zudem wird versucht, durch das Image des einfachen Mannes eine Verbindung zur Bevölkerung zu schaffen. In den Fotografien finden sich konventionalisierte Männlichkeitsdarstellungen. Als wichtiger Aspekt der Repräsentation von Männlichkeit kann der Körper identifiziert werden. Auch Aspekte einer militarisierten Form von Männlichkeit konnten gefunden werden.