

ARCHIV-VERSION

Dokserver des Zentrums für Zeithistorische Forschung
Potsdam e.V.

<http://zeitgeschichte-digital.de/Doks>



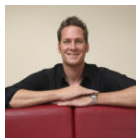
Tobias Ebbrecht-Hartmann

Visuelle Kommunikation in antisemitischen Diskursen

<https://doi.org/10.14765/zzf.dok-2216>

Archiv-Version des ursprünglich auf dem Portal *Visual-History* am 31.05.2021 mit der URL: <https://visual-history.de/2021/05/31/visuelle-kommunikation-in-antisemitischen-diskursen/> erschienenen Textes

Copyright © 2021 Clio-online – Historisches Fachinformationssystem e.V. und Autor/in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist zum Download und zur Vervielfältigung für nicht-kommerzielle Zwecke freigegeben. Es darf jedoch nur erneut veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der o.g. Rechteinhaber vorliegt. Dies betrifft auch die Übersetzungsrechte. Bitte kontaktieren Sie: <redaktion@zeitgeschichte-digital.de> Für die Neuveröffentlichung von Bild-, Ton- und Filmmaterial, das in den Beiträgen enthalten ist, sind die dort jeweils genannten Lizenzbedingungen bzw. Rechteinhaber zu beachten.


31. Mai 2021
Tobias Ebbrecht-Hartmann
Thema: Bildethik

VISUELLE KOMMUNIKATION IN ANTISEMITISCHEN DISKURSEN

Folgende Beiträge könnten Sie auch interessieren:

Visual-History:
Michaela Scharf:
Dokumentation und Demütigung:
Visual-History:
Isabel Enzenbach:
Antisemitismus in der zeitgenössischen Karikatur
Visual-History: **Sara Lipton:** Die erste antisemitische Karikatur?
Zeithistorische Forschungen:
Evelyn Runge, Annette Vowinkel:
Es bleibt kompliziert. Israel, Palästina und die deutsche Zeitgeschichte
Visual-History: **Felix Axster:**
Externalisierung, Othering, Rassismus

Der Arbeitsdefinition der International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA) zufolge handelt es sich beim Antisemitismus um „eine bestimmte Wahrnehmung von Jüdinnen und Juden, die sich als Hass gegenüber Jüdinnen und Juden ausdrücken kann. Der Antisemitismus richtet sich in Wort oder Tat gegen jüdische oder nichtjüdische Einzelpersonen und/oder deren Eigentum sowie gegen jüdische Gemeindeinstitutionen oder religiöse Einrichtungen.“^[1]

Ihren Ausdruck findet diese Wahrnehmung von Jüdinnen und Juden allerdings nicht nur in Worten und Taten, sondern auch in Bildern.^[2] Dabei handelt es sich sowohl um kollektiv geteilte mentale als auch um medial zirkulierende konkret-materielle Bilder. Wenn wir über die Bedeutung visueller Kommunikation in antisemitischen Diskursen sprechen, dann haben wir es einerseits mit Imaginationen zu tun, die als Stereotype, Vorurteile oder Weltverschwörungsphantasien gesellschaftliche (Miss-)Verhältnisse in Juden personifizieren und damit konkretisieren wollen. Andererseits dienen ganz reale Bilder, gedruckt oder digital, fotografiert, montiert oder gezeichnet, als Medien der Weitergabe und Kommunikation antisemitischer Einstellungen.^[3]

Daraus folgen einige Implikationen für eine Bildethik: Es ist notwendig, ein kritisches Bewusstsein über die Rolle und Funktion von Bildern in antisemitischen Diskursen zu schaffen und durch die Vermittlung von Medienkompetenz antisemitische Kommunikation durchschaubar zu machen. Außerdem sollten durch historisierende Bildanalysen solche Elemente herausgearbeitet werden, durch die antisemitische Bilder von anderen visuellen Aussagen unterschieden und abgegrenzt werden können.

Beim Antisemitismus handelt es sich nicht nur um eine spezifische Form des Denkens, eine Einstellung, die sich gegen eine bestimmte Gruppe von Menschen richtet, die als anders, fremd und im Falle des Antisemitismus auch als allmächtig imaginiert wird. Antisemitismus ist auch ein Kommunikationssystem, das hochgradig medial vermittelt ist. Medialität charakterisiert antisemitische Vorstellungen auf zwei Ebenen. Zum einen fungiert Antisemitismus selbst als Vermittlungsmedium. Er dient dazu, komplexe gesellschaftliche (Miss-)Verhältnisse in personalisierter Form zu „vermitteln“, indem Jüdinnen und Juden zum Ursprung und Urheber ökonomischer, politischer und sozialer Krisenerscheinungen gemacht werden. Zum anderen bedient sich die antisemitische Kommunikation einer Vielzahl moderner Massenkommunikationsmedien. Bilder aller Art nehmen darin eine besondere Rolle ein.



In Hannover beteiligten sich Hunderte von Menschen am 10. Oktober 2019, einen Tag nach dem Anschlag in Halle, an einer Mahnwache gegen Antisemitismus. Foto: [Bernd Schwabe](#), Quelle: [Wikimedia Commons](#), Lizenz: [CC BY-SA 4.0](#)

Eine zentrale Vermittlungsform antisemitischer Wahrnehmung sind Verschwörungsphantasien. Ihre Grundlage sind mediale Ausdrucksformen, in erster Linie Sprache und Bilder, die gegen die etablierte veröffentlichte Meinung als „alternative Wahrheiten“ in Stellung gebracht werden. Die Deutung und Umdeutung von Nachrichten und Bildern ist ein zentrales Element dieser Kommunikation, die sich einerseits gegen etablierte Medienorgane richtet, sich aber andererseits derselben Massenmedien bedient, um ihre Projektionen wirkungsvoll zu verbreiten. Bilder dienen dabei als anschaulich-konkrete Vereindeutigungen dessen, was Jüdinnen und Juden zugeschrieben wird.

Wir finden den Einsatz von Bildern als Ausdrucks- und Kommunikationsmedien antisemitischer Projektionen bereits in den Zeichnungen, Holzstichen und Gemälden des Mittelalters, in denen zumeist männliche Juden durch bestimmte Merkmale, beispielsweise spitze Hüte, gekennzeichnet und für gesellschaftliche Krisenerscheinungen wie die Pest verantwortlich gemacht wurden. Zentrale Figurationen des Antisemitismus, wie die Vorstellung von Jüdinnen und Juden als Kinder- und Ritualmörder oder der Vorwurf des Brunnenvergiftens, haben sogar eigene Motivgruppen antisemitischer Bildlichkeiten begründet.

Der Übergang vom religiös motivierten Antisemitismus zu einer modernen, pseudowissenschaftlich begründeten, rassistischen Version geht einher mit der Herausbildung neuer Massenmedien, insbesondere der gedruckten Presse, der Reklame und des Films. All diese Medien basieren auch auf der besonderen Wirkungsmacht von Bildern. Dabei kommt der Kombination von Text und Bild eine zentrale Bedeutung zu. Antisemitische Karikaturen arbeiten mit visuellen Markierungen und Personifizierungen, oft basierend auf bestimmten äußerlichen Merkmalen, die besonders hervorgehoben werden.^[4] Antisemitische Botschaften werden mehr oder weniger offen durch die Verbindung mit Bildunterschriften und Kommentaren vermittelt. Text und Bild ergänzen sich dabei und verfestigen bestimmte (mentale und gesellschaftlich geteilte) Bilder von „den“ Juden.

Der Film ermöglicht durch die Verbindung von visuellem Ausdruck, sichtbarer Präsenz des Schauspielkörpers, Dialog, Dramaturgie und Montage eine besonders intensive Form der Stimulierung und Regulierung antisemitischer Wahrnehmungen. Die

nationalsozialistische Filmproduktion variierte dabei ständig die Intensität solcher Darstellungen. In dem antisemitischen Propagandafilm „Der Ewige Jude“ (1940) sind es die suggestive Bildauswahl, der Kommentar und insbesondere die Montage, die antisemitische Botschaften vermitteln. Die durch Parallelmontage intendierte Identifikation von Jüdinnen und Juden mit Ratten ist dabei das offensichtlichste Charakteristikum auf der visuellen Ebene.[5]



Ausstellung „Der ewige Jude“: Blick von der Uferstraße auf das Bibliotheksgebäude des Deutschen Museums, München 1937. Das riesige Plakat der Propagandaausstellung „Der ewige Jude“ wurde abends angestrahlt, sodass Passant*innen es auch bei Dunkelheit vom gegenüberliegenden Isarufer aus bemerken mussten. Foto: unbekannt, Quelle: [Deutsches Museum / Wikimedia Commons](#), gemeinfrei

Dies gilt auch für NS-Wochenschauen, wenn beispielsweise der Kommentar zu Aufnahmen von Pogromen 1939 im polnischen Bromberg von „Mordgesellen“ und Juden spricht, die sich „der Aufhetzung und Anstiftung zum Mord an Deutschen schuldig gemacht haben“, oder wenn die Kamera langsam die Gesichter einer Gruppe älterer Juden abschwemmt und damit ganz explizit „Judentypen“ konstruiert.[6] Die Filmwissenschaftlerin Gertrud Koch hat dies einmal mit der Formel „die Einstellung ist die Einstellung“ beschrieben:[7] Die Einstellung der Kamera reproduziert auch die Einstellung und Wahrnehmung derjenigen, die sie in einem bestimmten politischen, sozialen und ideologischen Kontext benutzen.

Andere Filme sind subtiler und deuten durch bestimmte physiognomische Merkmale oder Namen die jüdische Herkunft von negativ konnotierten Figuren an. Solche Figurationen finden sich beispielsweise in den Filmen „Bismarck“ (1940) oder „Titanic“ (1943), während ein Film wie „Jud Süß“ (1940) durch die Dramaturgie und Adaption melodramatischer Genre-Elemente antisemitische Gefühle stimuliert. Interessant ist in diesem Fall, wie der Film selbst die Frage von Sichtbarkeit und Unsichtbarkeit vermeintlich jüdischer Merkmale thematisiert und in eine schwelende Angst vor dem Nicht-Sichtbaren, Verschleierte und Uneindeutigen überführt.

Nach 1945 standen viele explizit antisemitische Darstellungen, zumindest in den beiden deutschen Nachfolgestaaten des „Dritten Reichs“, zunächst unter einem Tabu. Sie lebten allerdings als verinnerlichte, mentale Bildstereotype fort und konnten so immer wieder an

die Oberfläche treten. Nicht immer handelt es sich dabei um explizite Visualisierungen. Oft sind es Sprachbilder, wie z.B. die Metapher von der „Judenschule“, mit der eine als unordentlich diskreditierte Synagoge gemeint ist und in der sich die Redewendung „hier geht es zu wie in der Judenschule“ wiederfindet, oder Namen, wie beispielsweise die negative Konnotation des Namens Morgenthau im Kontext des durchweg verzerrt dargestellten sogenannten Morgenthau-Plans – benannt nach dem US-amerikanisch-jüdischen Finanzminister Henry Morgenthau, der Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg zum Zweck der Demilitarisierung in einen Agrarstaat verwandeln wollte –, durch die sich antisemitische Wahrnehmungen vermitteln.

Neben Stereotypen bekommen Anspielungen und Codes eine wichtige Bedeutung, in denen sich konkretisierende Verbildlichung und sprachliche Mehrdeutigkeit verbinden. Codes sind zwar in erster Linie sprachlich vermittelt, sollen aber bei den Rezipient*innen anschauliche Vorstellungen hervorrufen, mit denen entsprechende Wertungen verbunden werden. So wird z.B. das Bild der „amerikanischen Ostküste“ als Chiffre für jüdischen Einfluss in den USA genutzt, da in den östlichen Metropolen des Landes verhältnismäßig viele jüdische Einwohnerinnen und Einwohner leben und in New York außerdem die Börse beheimatet ist – weshalb auch oft der Code „Wallstreet“ als Hinweis auf eine angeblich jüdisch kontrollierte globale Finanzwirtschaft verwendet wird, oder der polemische Begriff der „Holocaustindustrie“, der suggerieren soll, die Opfer nutzten angeblich die Erinnerung an die NS-Vergangenheit aus, um sich Vorteile zu verschaffen.

Die zunächst oft abgewehrte Erinnerung an die deutschen Verbrechen fungierte (und fungiert) dabei gleichzeitig als Resonanzboden und Hülle für antisemitische Bilder. In der unmittelbaren Nachkriegszeit dominierte dabei ein Zustand, den der Historiker Wulf Kansteiner als „kommunikatives Schweigen“^[8] bezeichnet und der ganz eigene Sprachbilder hervorgebracht hat, in denen Bezüge zu Jüdinnen und Juden verdeckt kommuniziert werden.

Besonders zentral ist dabei die rhetorische Figur der Täter-Opfer-Umkehr, die zu einem zentralen Element des sekundären Antisemitismus nach 1945 wurde und sich später auch in visualisierter Form, zumeist mit Hilfe der Technik der Gegenüberstellung oder Parallelmontage, wiederfand. Jüdinnen und Juden werden dabei zu neuen Täter*innen: entweder, indem sie für die Schuldgefühle der Deutschen verantwortlich gemacht werden und man ihnen unterstellt, sie wollten mit der Erinnerung an die deutschen Verbrechen dem Ansehen Deutschlands schaden, oder indem Jüdinnen und Juden, meist personifiziert in der Politik des Staates Israel, für heutige Formen der Ausgrenzung und Diskriminierung und für reale oder eingebildete Gewalttaten angeprangert werden. Diese Umkehr dient einerseits der Entlastung der ehemaligen Täter*innen und andererseits der negativen Stigmatisierung heute lebender Jüdinnen und Juden.

In Form von geschichtsrevisionistischen Karikaturen und abwertenden Bildstereotypen ist die Täter-Opfer-Umkehr insbesondere zu einem Kernaspekt des sogenannten israelbezogenen Antisemitismus geworden. Dabei vermischen sich visuelle Elemente aus der klassischen antisemitischen Bildrhetorik mit Ikonen des Holocaust, beispielsweise der ikonischen Aufnahme eines unbekannt jüdischen Jungen mit erhobenen Händen aus dem Warschauer Ghetto, die in dem sogenannten Stroop-Bericht überliefert wurde, in dem der SS-Gruppenführer Jürgen Stroop die von ihm befehligte Niederschlagung des Aufstands dokumentierte.^[9]

Insbesondere in rechtsextremen Kommunikationsstrategien hat in den vergangenen Jahren ein Phänomen an Bedeutung gewonnen, das die Sprachwissenschaftlerin Ruth Wodak als „kalkulierte Ambivalenz“ bezeichnet.^[10] Eine solche kalkulierte Ambivalenz basiert auf Mehrdeutigkeit, die es möglich macht, einerseits eindeutige Botschaften an das eigene Umfeld zu vermitteln und andererseits im öffentlichen Diskurs antisemitische Konnotationen zu leugnen. Auf diese Weise ist es möglich, Tabubrüche zu provozieren und durch die anschließende Leugnung noch weitere Medienöffentlichkeiten zu generieren.

Ein Beispiel dafür ist eine Karikatur, die der damalige Obmann der rechtsextremen Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) und spätere Vizekanzler Heinz-Christian Strache angesichts der EU-Finanzkrise 2012 auf Facebook postete. Sie zeigt einen verzerrt-

karikierten Banker, der durch eine krumme Nase und Manschettenknöpfe in Form von Davidsternen als jüdisch markiert ist.[11] Strache leugnete diese eindeutig antisemitischen Elemente, die offensichtlich einer bereits in den 1920er Jahren in den USA entwickelten Karikatur beigefügt worden waren. Erst Jahre später, im Vorfeld eines Besuchs des österreichischen Bundeskanzlers Sebastian Kurz 2018 in Israel, löschte Strache das Bild von seiner Seite.[12]

Solche klassisch antisemitischen Elemente wie krumme Nasen und andere physiognomische Verzerrungen, aber auch die stigmatisierende Verwendung des Davidsterns können als untrügliche visuelle Formen antisemitischer Anspielungen in Karikaturen und anderen Bildern dienen. Außerdem sind antisemitische Formen in solchen Bildformationen zu erkennen, die Motive des mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Antisemitismus wie den Kindermord oder das Brunnenvergiften wieder aufnehmen und aktualisieren. Schließlich sind es Visualisierungen der Täter-Opfer-Umkehr, insbesondere durch Parallelmontagen, die solche Bilder als Träger antisemitischer Kommunikationen ausweisen. Im Zeitalter sozialer Medien sind es dabei insbesondere digitale Bildformen wie Memes, die zu leicht teilbaren Trägern antisemitischer Botschaften werden.

Diese enge Verbindung antisemitischer Codes mit neuen medialen Formen ist allerdings von einem Paradox durchzogen. Zum einen sind die als „jüdisch kontrolliertes Manipulationsinstrument“ projizierten modernen Massenmedien (und auch die heutigen Neuen Medien) ein zentrales Element antisemitischer Verschwörungsphantasien. Diese antisemitische Figur zieht sich von antisemitischen Angriffen auf Journalist*innen in der Weimarer Republik und dem alt-neuen Slogan von der „Lügenpresse“ bis hin zur Projektion des angeblich jüdisch kontrollierten Hollywoods und der Personifizierung der Sozialen Medien und ihrer Durchdringung privater wie öffentlicher Sphären in der Person von Mark Zuckerberg, gerne auch in Form einer Krake.[13]

Zum anderen haben sich (mehr oder weniger offen) als Antisemiten agierende Agitatoren immer schon in besonders eloquenter Weise der jeweils neuen Medien zur Verbreitung ihrer Botschaften bedient. Dies galt in der Vergangenheit für das Massenmedium Buch, dann für das Zeitungswesen, man denke nur an das antisemitische Hetzblatt „Der Stürmer“, für die Reklame und für den Film. Heute sind die sozialen Medien und alternative, vielfach vernetzte Online-Nachrichtenportale die vorherrschenden „Medien des Antisemitismus“. Dies hat entscheidende Auswirkungen auf die Struktur der medienbasierten antisemitischen Kommunikation, insbesondere auf die Verwendung von Sprache und Bild, und die enge Verflechtung beider Vermittlungsformen.

[1] Die deutschsprachige Definition findet sich unter: The International Holocaust Remembrance Alliance (IHRA), Arbeitsdefinition von Antisemitismus, <https://www.holocaustremembrance.com/de/resources/working-definitions-charters/arbeitsdefinition-von-antisemitismus> [28.05.2021].

[2] Zur weiteren Veranschaulichung bettet die IHRA die Definition in folgende Kontexte ein und betont dabei auch die Bedeutung von Bildern: „Erscheinungsformen von Antisemitismus können sich auch gegen den Staat Israel, der dabei als jüdisches Kollektiv verstanden wird, richten. Allerdings kann Kritik an Israel, die mit der an anderen Ländern vergleichbar ist, nicht als antisemitisch betrachtet werden. Antisemitismus umfasst oft die Anschuldigung, die Juden betrieben eine gegen die Menschheit gerichtete Verschwörung und seien dafür verantwortlich, dass ‚die Dinge nicht richtig laufen‘. Der Antisemitismus manifestiert sich in Wort, Schrift und Bild sowie in anderen Handlungsformen, er benutzt unheilvolle Stereotype und unterstellt negative Charakterzüge.“

[3] Vgl. zum Beispiel: Isabel Enzenbach, Ein antisemitisches Gespenst im Advent. Der Adventskalender der „Deutschen Apotheker Zeitung“, in: Visual-History, 23.12.2019, <https://visual-history.de/2019/12/23/ein-antisemitisches-gespenst-im-advent/>, sowie insgesamt das von Isabel Enzenbach herausgegebene Themendossier: Antisemitische Bilder – Herstellung, Gebrauch, Effekte, in: Visual History, 17.12.2018, <https://visual-history.de/2018/12/17/themendossier-antisemitische-bilder-herstellung-gebrauch-effekte/>

[28.05.2021].

[4] Vgl. dazu: Isabel Enzenbach, Antisemitismus in der zeitgenössischen Karikatur. Das Beispiel der Netanjahu/Netta-Zeichnung in der „Süddeutschen Zeitung“, in: Visual History, 17.12.2018, <https://www.visual-history.de/2018/12/17/antisemitismus-in-der-zeitgenoessischen-karikatur/> [28.05.2021].

[5] Vgl. zum Beispiel: Régine Mihal Friedman, Juden – Ratten. Von der rassistischen Metonymie zur tierischen Metapher in Fritz Hipplers Film *Der ewige Jude*, in: Frauen und Film, Heft 47 (September 1989), S. 24-35.

[6] UfA-Tonwoche Nr. 471, 14.09.1939, <https://archive.org/details/1939-09-14-UfA-Tonwoche-471> [03.04.2021].

[7] Gerdrud Koch, Die Einstellung ist die Einstellung. Visuelle Konstruktionen des Judentums, Frankfurt a.M. 1992.

[8] Wulf Kansteiner, Losing the War, Winning the Memory Battle. The Legacy of Nazism, World War II, and the Holocaust in the Federal Republic of Germany, in: Richard Ned Lebow/Wulf Kansteiner/Claudio Fogu (Hg.), The Politics of Memory in Postwar Europe, Durham/London 2006, S. 102-146, hier S. 108.

[9] Siehe das Foto z.B. auf der Website des United States Holocaust Memorial Museum, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/photo/jews-captured-by-german-troops-during-the-warsaw-ghetto-uprising> [28.05.2021]. Vgl. auch Dan Porat, The Boy. A Holocaust Story, New York 2010, und Richard Raskin, A Child at Gunpoint. A Case Study in the Life of a Photo, Aarhus 2004. Zum visuellen Arrangement des Stroop-Berichts vgl. u.a. Tobias Ebbrecht, Geschichtsbilder im medialen Gedächtnis. Filmische Narrationen des Holocaust, Bielefeld 2011, S. 115 und 176-177.

[10] Ruth Wodak, Politik mit der Angst. Zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse, Wien 2016.

[11] Vgl. die Website des österreichischen Instituts für Holocaust Education des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung „erinnern.at“: „Warum ist die Karikatur auf der HC Strache-Facebookseite antisemitisch?“, http://www.erinnern.at/bundeslaender/oesterreich/e_bibliothek/antisemitismus-1/warum-ist-die-karikatur-auf-der-hc-strache-facebookseite-antisemitisch [28.05.2021].

[12] Vgl. Ofer Aderet, Anti-Semitic Cartoon Removed From Far-right Austrian Vice Chancellor's Facebook Page, in: Haaretz, 10.06.2018, <https://www.haaretz.com/world-news/europe/.premium-anti-semitic-cartoon-removed-from-austrian-vice-chancellor-s-facebook-1.6161269> [28.05.2021].

[13] Vgl. Joachim Huber, Zuckerberg, eine Krake. Antisemitismus-Vorwurf nach „SZ“-Karikatur, in: Tagesspiegel, 25.02.2014, online unter <https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/medien/zuckerberg-eine-krake-antisemitismus-vorwurf-nach-sz-karikatur/9538414.html> [28.05.2021].

Dieser Artikel ist Teil des Themendossiers: Bildethik. Zum Umgang mit Bildern im Internet, hg. von Christine Bartlitz, Sarah Dellmann und Annette Vowinckel

Themendossier: Bildethik. Zum Umgang mit Bildern im Internet



Das Themendossier „Bildethik. Zum Umgang mit Bildern im Internet“ wird Beiträge präsentieren, die sich aus wissenschaftlicher, archivalischer und musealer Perspektive Fragen der Bildethik in Dokumentations- und Forschungsprojekten, Zeitschriftenredaktionen, Online-Archiven, Museen und Ausstellungen widmen.



Visual History

Zitation

Tobias Ebbrecht-Hartmann, Visuelle Kommunikation in antisemitischen Diskursen, in: Visual History, 31.05.2021, <https://visual-history.de/2021/05/31/visuelle-kommunikation-in-antisemitischen-diskursen/>

DOI: <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-2216>

Link zur [PDF-Datei](#)

Nutzungsbedingungen für diesen Artikel

Copyright (c) 2021 Clio-online e.V. und Autor*in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Visual-History“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber*in vorliegt.

Bitte kontaktieren Sie: <bartlitz@zzf-potsdam.de>