

„Die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 –
Bild-Sprache-Korrelation im öffentlichen Raum“

Zur Konstitution einer spezifischen Ästhetik
am Beispiel der „Fabrik“-Darstellung

Von der Philosophischen Fakultät
der Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover
zur Erlangung des Grades
DOKTOR DER PHILOSOPHIE
(Dr. phil.)
genehmigte Dissertation
von

Detlev Rossa, M. A.
geboren am 10. Februar 1954 in Celle/Niedersachsen

2013

Referentin: Prof. Dr. Gabriele Diewald
Korreferent: Prof. Dr. Michael Erlhoff, Köln International School of Design
Tag der Promotion: 11. Juli 2013

Zusammenfassung in Deutsch

3 Schlagworte:

Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968

Bild-Sprache-Korrelation

Fabrik-Icon

Zusammenfassung:

Gegenstand dieser Arbeit ist die Analyse einer spezifischen Gruppe politischer Plakate, die im Mai/Juni 1968 in Paris entstanden. Verbindendes Element dieser 20 Motive ist das Thema „Fabrik“. Die Analyse ist explizit interdisziplinär angelegt, indem sie die unterschiedlichen Herangehensweisen der Kulturwissenschaft und der Linguistik zusammenführt. Ergänzend werden themenspezifisch politische, soziale und werbetheoretische Aspekte beleuchtet.

Ziel der Arbeit ist es, die Wirkungszusammenhänge der verwendeten visuellen und verbalen Zeichensysteme und ihre Vernetzung im Gesamtkommunikat der ausgewählten Plakat-Motive zu analysieren. Im Mittelpunkt der Detailanalysen steht die Interpretation des Fabrik-Icon.

In der Aufarbeitung der konkreten Entstehungsbedingungen dieser Plakat-Kunst werden u. a. der künstlerische Produktionsprozess in den besetzten Kunsthochschulen und die Rolle des Künstlers in den politischen Auseinandersetzungen untersucht. Produktion und Rezeption wie Codierung und Decodierung werden als gesamthafte Prozesse verstanden.

Die Arbeit belegt exemplarisch die spezifische Ästhetik der Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 und damit detailliert ihre Alleinstellungsmerkmale. Sie entwickelt gleichzeitig eine Analyse-Struktur, die sich der Interpretation anderer Objekte der politischen Plakat-Kunst generell anbietet.

Abstract in English

Key words:

Political Posters of May 1968 Paris

Visual Verbal Relationship

Factory Icon

Abstract:

The study focuses the analysis of a specific category of political posters produced and published in Paris 1968 during May and June. As connecting characteristic of this category twenty selected posters used a typical factory icon. The scientific approach is based on an interdisciplinary attempt which is built in a strong networking of cultural studies and linguistics completed by political, social and advertising aspects.

Effects of the relationship between visual and verbal sign systems used in composing an entire message and the specific interdependency of these systems in direction of the message are building the main topics. The factory icon is discussed in detail.

The reconstruction of the concrete conditions building the backgrounds to develop and produce these posters includes the artificial and technical process in the occupied art academies and the role of artists in the actual confrontation in Paris 1968. The way of production and reception is discussed as an overall process compared with the process of coding and decoding messages.

The study proves exemplarily the typical aesthetics of the Poster Art of May 1968 Paris and describes the distinctive attributes and their functions. As further result the study presents a structure to analyse political communication of posters in general.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	5
1 Einleitung.....	8
1.1 Problemstellung und Ziel der Untersuchung.....	8
1.2 Abgrenzungsfragen.....	11
1.3 Stand der bisherigen Forschung.....	12
1.4 Methode und Aufbau der Arbeit.....	14
1.5 Begriffliches.....	16
2 Die Plakat-Kunst als Mittel politischer Kommunikation.....	19
2.1 Das politische Plakat.....	19
2.2 Die aktuellen Forschungen zur politischen Plakat-Kunst.....	26
2.2.1 Politische Plakate als Teile der Bilderwelt.....	28
2.2.2 Die Ansätze von Roland Barthes.....	29
2.2.3 Die Ansätze von Gui Bonsiepe.....	34
2.2.4 Die Ansätze von Abraham Moles und Françoise Enel.....	35
2.2.5 Die Ansätze von Umberto Eco.....	37
2.2.6 Die Ansätze von Judith Arnold.....	40
2.2.7 Die Ansätze von Sascha Demarmels.....	43
2.2.8 Die Ansätze von Hartmut Stöckl.....	46
2.2.9 Die Ansätze von Ulla Fix und Barbara Sandig.....	53
2.3 Analyse-Modell zur Bedeutungskonstitution.....	55
2.3.1 Externe Konstituierungsfaktoren.....	55
2.3.2 Immanente Konstituierungsfaktoren.....	59
2.3.3 Vereinfachte Gesamtdarstellung des Analyse-Modells.....	62
2.4 Zusammenfassung.....	65
3 Bild-Sprache-Korrelation im Pariser Mai 1968.....	65
3.1 Chronologie des Pariser Mai 1968.....	65
3.1.1 Politische Protestbewegung als Kennzeichen der 1960er-Jahre.....	68
3.1.2 Die Ereignisse des Pariser Mai/Zeittafel.....	69
3.2 Ästhetik und Avantgarde.....	76
3.2.1 Décollagisten/Affichisten/Lettristen und der Nouveau Réalisme.....	76
3.2.2 Die Pop Art.....	81
3.2.3 Die französische Werbegrafik.....	82
3.2.4 Vorläufer der politischen Plakat-Kunst.....	83

3.2.5 Parallelentwicklungen und internationale Einflüsse.....	84
3.3 Die Orte der künstlerischen Produktion.....	86
3.3.1 Die Hochschul-Landschaft in Paris.....	86
3.3.2 Die Künstler an der ENSBA.....	89
3.3.3 Die Künstler an der ENSAD.....	91
3.3.4 Die Konkurrenz zwischen ENSBA und ENSAD.....	92
3.3.5 Die Technik der Plakat-Produktion.....	94
3.3.6 Die Anonymität der künstlerischen Produktion.....	97
3.3.7 Die Generalversammlung.....	99
3.3.8 Die Plakate und der Kunstbetrieb.....	102
3.3.9 Zusammenfassung.....	104
3.4 Die politischen Plakate des Pariser Mai 1968.....	105
3.4.1 Die Primärquellen: Nachdrucke der Plakat-Motive in Buchform.....	105
3.4.2 Zum Begriff „Plakate des Pariser Mai 1968“.....	110
3.5 Exemplarische Bild-Sprache-Korrelationen in den „Fabrik“-Motiven.....	113
3.5.1 Definition des Korpus.....	116
3.5.2 Die ausgewählten 20 Plakat-Motive im Überblick.....	117
3.5.3 Das visuelle und das verbale Zeichensystem.....	120
3.5.3.1 Die Fabrikhalle.....	123
3.5.3.2 Der Schornstein.....	124
3.5.3.3 Die Faust.....	125
3.5.3.4 Lexikalische Betrachtung.....	127
3.5.3.5 Syntaktische Betrachtung.....	129
3.5.4 Streiks und Betriebsbesetzungen.....	129
3.5.5 Die Detailanalyse des „Zentralmotivs“: Motiv 6.....	132
3.5.5.1 Separierung der Zeichensysteme.....	134
3.5.5.2 Die reduktive Methode.....	140
3.5.5.3 Die externen Konstituierungsfaktoren.....	145
3.5.5.4 Die immanenten Konstituierungsfaktoren.....	148
3.5.5.5 Zusammenfassung.....	153
3.5.6 Analyse der Motiv-Derivate.....	154
3.5.7 Exkurs 1: Eine Auswahl weiterer Plakat-Motive des Pariser Mai 1968.....	206
3.6 Die spezifische Ästhetik der „Fabrik“-Motive.....	216
3.6.1 Exkurs 2: Der Einfluss der Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 auf die internationale Plakat-Kunst.....	223

4 Zusammenfassende Betrachtung.....	225
Tabellenverzeichnis.....	227
Motiv-Verzeichnis.....	228
Abbildungsverzeichnis.....	263
Primärquellen-Verzeichnis.....	270
Literaturverzeichnis.....	271

„C'est le procédé de réalisation qui fit le style de 68.“¹

Éric Seydoux, Künstler an der École des Beaux-Arts de Paris

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Ziel der Untersuchung

Im Vergleich zu den konkurrierenden Trägern der massenmedialen Kommunikation, hier insbesondere dem Internet, dem Fernsehen, dem Hörfunk und der großen Menge an Printmedien, verfügt das Plakat im öffentlichen Raum über eine ungebrochen starke Präsenz und Sichtbarkeit. Diese Eigenschaft kennzeichnet das Plakat seit seiner Entstehung im 16. Jahrhundert. Über alle technologischen Veränderungen des Medienbereichs, die Entwicklung neuer Träger der Kommunikation und die einhergehenden Veränderungen im Mediennutzungsverhalten hinweg hat das Plakat seine Attraktivität auf Seiten des Absenders oder Werbetreibenden erhalten.

In Bezug auf die Menschen, die sich in der Öffentlichkeit bewegen, ist es eher wahrscheinlich, dass sie Plakate und ihre Inhalte/Aussagen wahrnehmen und im besten Fall auch ihre Botschaften aufnehmen und verstehen, als nicht davon berührt zu werden. An dieser Stelle beschreibt der Begriff der Öffentlichkeit den konkreten Raum, der in unserer Gesellschaft durch in der Regel frei zugängliche Straßen und Plätze außerhalb jeder Privatsphäre und außerhalb von gesondert geschützten Bereichen gebildet wird. Dieser Raum ist gleichzeitig die potenzielle Wirkungsstätte des Plakats als massenmedialem Objekt.

Im Kontext technologischer Veränderungsprozesse, die jeweils gesamtgesellschaftlich wie medientechnisch zu beschreiben sind, bleibt die Tatsache nicht unbeachtet, dass auch das Plakat im Rahmen seiner Entwicklung dennoch zahlreichen Veränderungen unterzogen wurde. Dies reicht vom Material und der eingesetzten Produktionstechnik über das Gesamterscheinungsbild² bis hin zur Verortung in der gesellschaftlichen Öffentlichkeit und zu den juristischen Rahmenbedingungen. Diese Aspekte werden im Rahmen der Arbeit jedoch nur insoweit detailliert angesprochen, als es zum Verständnis der hier zu analysierenden Plakat-Kunst notwendig erscheint.

Ausgehend von diesen noch sehr allgemeinen ersten Annäherungen an die Plakat-Thematik führen die folgenden Aussagen stufenweise auf das spezifische Thema der vorliegenden Arbeit hin.

1 Zitiert nach July (2008:50).

2 Vgl. hierzu die Ausführungen über künstlerische Stile, grafischen Aufbau, Typographie, Bildelemente usw..

Der bisher hier verwendete Plakat-Begriff enthält noch keinerlei Spezifikationen hinsichtlich Produzent, Thematik und Empfänger analog zum Basis-Kommunikationsschema „Sender – Botschaft – Empfänger“. Die Literatur unterscheidet grundsätzlich zwei Gruppen von Plakaten, deren Zuordnung das Untersuchungsergebnis der Absender-Intentionen bzw. der Thematik ist: kommerzielle und nicht-kommerzielle Plakate.

Die kommerziellen Plakate werden in der Regel synonym auch als Werbeplakate bezeichnet und sind nicht Gegenstand dieser Arbeit. Die Gruppe der nicht-kommerziellen Plakate teilt sich wiederum in Untergruppen wie künstlerische, soziale oder politische Plakate, wobei diesen Plakaten kein Angebot oder Verkauf einer kommerziellen Dienstleistung oder eines Produkts zugrunde liegt, sondern sie in ideeller (als Gegensatz zu kommerzieller) Absicht eingesetzt werden. Diese nicht-kommerziellen Plakate initiieren beim Empfänger in keinem Fall einen Kaufakt, sondern streben noch näher zu beschreibende Veränderungsprozesse an.

Als Gemeinsamkeit beider Plakat-Gruppen ist festzustellen, dass die Plakate unabhängig vom Thema und von der Intention in der Öffentlichkeit eine Kommunikationssituation herstellen, in der sie Menschen (vielfach Passanten, die sich zu Fuß auf Straßen und Plätzen bewegen) ansprechen, von denen der Absender annimmt, dass sie generell als Zielgruppe der gewählten spezifischen Botschaft in Frage kommen oder sogar die ideale Kernzielgruppe bilden.

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Plakat als Träger und Übermittler einer Botschaft lässt sich in unterschiedlichen Dimensionen differenzieren. Neben einer Untersuchung spezifischer historischer Perioden oder geographischer Regionen bilden die spezifischen Inhalte der Plakate weitere Vertiefungsmöglichkeiten. Die Analyse der Produktionstechnologie³, des Produzenten/Absenders, des gestalterischen Gesamteindrucks, des konkreten Einsatzes von Schrift, Bild und Grafik, der Wirksamkeit und Nachhaltigkeit, der Integration des Plakats in übergeordnete Kommunikationsprozesse und Kampagnen sowie letztlich der (Massen-)Wirksamkeit bildet wesentliche Schwerpunkte in der vorliegenden wissenschaftlichen Beschäftigung.

Im Zentrum dieser Arbeit steht eine Gruppe von Plakat-Motiven, die in den folgenden Dimensionen eindeutig definiert sind und damit das Korpus bilden:

Auf Basis der Grundeinteilung von Plakaten in „kommerziell“ und „nicht-kommerziell“ handelt es sich um nicht-kommerzielle Plakate, die wiederum als Untergruppe den Plakaten der politischen Kommunikation im weitesten Sinne zuzuordnen sind, kurz: politische Plakate. Wenn an dieser Stelle weiter im Hinblick auf den Absender differenziert wird, so handelt es sich bei den analysierten Plakaten nicht um Plakate der so genannten etablierten politischen Parteien, sondern um Plakate, die mit den Attributen „Protest-“, „außerparlamentarisch“ oder „autonom“ zu beschreiben sind, sich also zahlreichen Konventionen entziehen.

³ Auf einfacheren Stufen ist diese eher als Produktionstechnik zu bezeichnen.

In der zeitlichen Eingrenzung stellen die untersuchten Plakat-Motive Produkte aus einem Zeitraum dar, der an dieser Stelle noch unspezifisch mit Mai/Juni 1968 beschrieben werden kann. Der Begriff „Produkte“ verweist auf die Tatsache, dass diese Plakate in diesem Zeitraum faktisch auch hergestellt wurden. Die Verwendung erfolgte jeweils unmittelbar nach der Herstellung, sodass neben der Produktion auch die mögliche Wirksamkeit als Folge ihres Einsatzes in diesem oder einem erweiterten Zeitraum anzusiedeln ist.

In der geographischen Eingrenzung handelt es sich bei diesen Plakat-Motiven um Produkte, die im Zentrum und Großraum Paris hergestellt und eingesetzt wurden.

In der noch spezifischeren räumlichen Zuordnung handelt es sich um Plakate, die ausschließlich an den Pariser Kunsthochschulen „École nationale supérieure des Beaux-Arts“ (im Folgenden dieser Arbeit generell als ENSBA abgekürzt) und der „École nationale supérieure des Arts-Déco“ (im Folgenden ENSAD) hergestellt wurden⁴.

Diese vorgenommenen Grenzziehungen führen analog zu der in der Literatur verwendeten Begrifflichkeit zu den „Politischen Plakaten des Pariser Mai '68“⁵.

Auf der Basis der historischen Rekonstruktion und anhand detaillierte wissenschaftlicher Analysen dieser Plakat-Produktion zielt die vorliegende Arbeit auf die Klärung der Frage, über welche Mechanismen und in welchen Prozessen sich Bedeutung konstituiert. Aus dem Versuch der Anwendung aktueller Forschungsergebnisse auf das „Politische Plakat des Pariser Mai '68“ leitet diese Arbeit ein Analyse-Modell ab, das den Spezifika des politischen Plakats in angemessener Weise gerecht wird und damit in der weiteren Zielsetzung auch eine Grundlage für die Übertragbarkeit auf die politische Plakat-Kunst im Allgemeinen anbietet.

Die Arbeitshypothese dieser Arbeit lautet:

Die minimalistisch-puristische Verwendung spezifischer Bild- und Sprach-Elemente und deren umfassende Vernetzung in einem bimodalen Gesamttext liefert die Grundlage für die effektive Kommunikation und erzeugt in der vollzogenen Symbiose aus künstlerischer und politischer Aktion die spezifische Ästhetik, die noch heute als Ausdruck jener Zeit und ihrer gesellschaftlichen Auseinandersetzungen gilt und insoweit eindeutig zu identifizieren ist.

Die „Politischen Plakate des Pariser Mai '68“ werden in ihrer Bild-Sprache-Korrelation unter einem doppelten Blickwinkel betrachtet: Ausgehend vom fertigen Plakat als vollendetem Gesamttext, einem bimodalen Konstrukt aus bildlichen (piktoralen) und sprachlichen Teiltextrn, zielt diese Arbeit anhand von konkreten Beispielen einerseits auf die Rekonstruktion des

4 Vergl. dazu Abschnitt 3.3.

5 Zum Begriff des „Pariser Mai '68“ vergl. S. 66ff.

Produktionsprozesses des Gesamttextes und andererseits gleichzeitig auf die (idealtypische) Rekonstruktion der Rezeption dieses Gesamttextes. Die Produktion und das Verstehen als Gesamtheit der kognitiven Operationen werden dabei als zwei Seiten einer umfassenden Analyse betrachtet, deren Ergebnisse die weitestgehende Kongruenz der Kodierungs- und Dekodierungsprozesse dokumentieren.

In Anbetracht der besonderen Komplexität des politischen Plakats als Gesamttext und seiner Kommunikationsfunktion in gesellschaftlichen Prozessen verfolgt diese Arbeit einen wissenschaftlichen Ansatz, der auf einer fundamentalen Interdisziplinarität basiert und daraus seine Erkenntnistiefe gewinnen möchte. Mikroanalysen von (verbalen) Texten umfassen häufig sehr viele semantische und syntaktische Details, geben jedoch kaum Hinweise auf den für das Gesamtverständnis notwendigen gesellschaftlichen Kontext. Analysen dieses Kontextes sind wiederum auf der anderen Seite in der Regel kaum geeignet, die konkreten Mechanismen über die gesellschaftliche Relevanz und Wirksamkeit konkreter Texte detailliert abzuleiten. Die vorliegende Arbeit unternimmt den Spagat, mit einem hohen Maß an Gleichberechtigung und Gleichrangigkeit unterschiedliche Zeichensysteme und die aus ihnen resultierenden wissenschaftlichen und analytischen Instrumente in einer neuen Komplexität zusammenzuführen.

Im Weiteren nähert sich die Arbeit zwei zusätzlichen Zielen: der Sichtung, dem Zusammenführen und der Strukturierung unterschiedlichster Bausteine, Beschreibungen und Dokumente dieser Plakat-Kunst, um die Materiallage für weitere wissenschaftliche Arbeiten an diesem Themenkomplex zu optimieren und zum anderen mit den sicherlich beschränkten, aber vorhandenen Möglichkeiten einer Dissertation die Kreativität und politische Wirksamkeit von Kunst in einer historischen Phase gesamtgesellschaftlicher Umbrüche zu erinnern und auch zukünftig wachzuhalten.

1.2 Abgrenzungsfragen

Neben der notwendigen Beschränkung des Korpus auf eine im Umfang praktikable und auf der Inhaltsebene schlüssige Motiv-Menge ergeben sich weitere Herausforderungen hinsichtlich des thematischen und analytischen Zugangs zum Korpus. Generell bieten sich die folgenden zentralen wissenschaftlichen Wege an: die Kunstwissenschaften, die Kulturwissenschaften, die Sozialwissenschaften, die Kommunikations- und Medienwissenschaften und die Linguistik.

Sowohl diese Bandbreite als auch die schwierigen Grenzziehungen zwischen den einzelnen Wissenschaften bis hinein in begriffliche Mehrdeutigkeiten untermauern die gewählte Ausgangsposition eines fundamentalen interdisziplinären Ansatzes, um dem komplexen Medium des politischen Plakats in seinen Dimensionen analytisch gerecht zu werden. Ausführliche

Darstellungen der Einzelaspekte ziehen sich durch die gesamte Arbeit und sind dabei in den jeweiligen konkreten Bezügen zu den Plakat-Motiven formuliert. Den Schwerpunkt in der Bearbeitung des Themas bilden Einzeldisziplinen aus dem weiten Bereich der Linguistik. Dabei stehen insbesondere die semiotischen, semantischen und textlinguistischen Analyse-Modelle im Mittelpunkt⁶.

Weitere Abgrenzungen in der Bearbeitung des Themas werden im Hinblick auf die folgenden Aspekte vorgenommen:

Die Arbeit berührt nur am Rande Aussagen und Analysen zur politischen Plakat-Kunst 1968 in anderen Teilen Europas oder der Welt, ohne damit die wissenschaftliche Relevanz derartiger vergleichender Analysen zu negieren. Der Versuch der Übertragbarkeit der Ergebnisse zum Pariser Mai '68 auf kulturell und politisch differente Gesellschaften und Staaten kann zentrale Erkenntnisse sicherlich stärken.

Eine detailliertere Betrachtung der politischen und sozialen Veränderungsprozesse in Frankreich seit Anfang der Sechziger Jahre des vorigen Jahrhunderts oder gar generell in der gesamten westlichen Welt kann im Rahmen dieser Arbeit insofern nur ansatzweise vollzogen werden, als sie für das unmittelbare Verständnis thematischer Details oder politischer Hintergründe erforderlich ist. Auf der anderen Seite liegen hierzu bereits umfangreiche Analysen vor. Bezüglich der politischen Auseinandersetzungen des Pariser Mai '68 bietet das Buch von Ingrid Gilcher-Holthey mit dem Titel „Die Phantasie an die Macht' – Mai 68 in Frankreich“ eine sehr detailreiche und strukturierte Darstellung der Ereignisse und Hintergründe.

1.3 Stand der bisherigen Forschung

Die Vorarbeiten zu dieser Arbeit lieferten zahlreiche Erkenntnisse zu der Frage, inwieweit die politischen Plakate des Pariser Mai 1968 Gegenstand einer wissenschaftlichen Betrachtung waren und sind bzw. auf welche Zeiträume und konkreten Gegenstände sich die wissenschaftlichen Arbeiten zur Plakat-Kunst generell in den Jahrzehnten nach 1968 konzentrierten.

Unter quantitativen Gesichtspunkten ist hier festzustellen, dass die Schwerpunkte von Publikationen zum gewählten Forschungsgegenstand zum einen im Jahr 1968 selbst bis hinein in den Anfang der 1970er Jahre und zum anderen um das Jahr 2008 liegen, was in aller Regel in der 40. Wiederkehr der Ereignisse des Mai 1968 begründet ist und Anlass zu zahlreichen Retrospektiven bot. Die Veröffentlichungen im unmittelbaren Anschluss an die Ereignisse des Mai 1968 stellen in der Regel dokumentarische Wiedergaben der Plakat-Motive dar, die nur rudimentär textlich beschrieben oder kommentiert werden.

⁶ Zu den unterschiedlichen wissenschaftlichen Zugängen vergl. S. 11.

Die Publikationen um das Jubiläumsjahr 2008 sind hingegen schon umfangreicher mit Erläuterungen und Einordnungen versehen.

Wenn die Betrachtung den Bereich der Arbeiten zu dieser spezifischen historischen Phase in Frankreich verlässt und sich der Analyse politischer Plakat-Kunst generell zuwendet, tauchen im Zeitraum der letzten zehn Jahre insbesondere in der Schweiz wissenschaftliche Untersuchungen zu spezifischen Schweizerischen Plakaten auf. Hier konzentriert sich die wissenschaftliche Auseinandersetzung auf Sascha Demarmels („Ja. Nein. Schweiz. Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert“) und Judith Arnold („Rhetorik des Abstimmungsplakats – Zum Stil von Text- und Bildplakaten“).

Zur Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 liegt gegenwärtig nach dem Stand der vorbereitenden Recherchen keine umfassende wissenschaftliche Darstellung vor. Lediglich Einzelaspekte wie zum Beispiel der Bezug von Plakat-Motiven zur politischen Situation Frankreichs im 2. Weltkrieg beziehen sich auf diesen Untersuchungsgegenstand⁷.

Im deutschsprachigen Raum bildet das Buch von Louis F. Peters mit dem Titel „Kunst und Revolte“ immer noch das grundlegende Werk, obwohl es bereits im Jahr 1968 erschienen ist. Im französischen Sprachraum nimmt das Buch von Michel Wlassikoff aus dem Jahr 2008 allein auf Grund der Materialfülle und der Strukturierung in der Darstellung eine Sonderrolle ein.

Zusammenfassend ergaben die Recherchen zu dieser Arbeit, dass der gewählte Untersuchungsgegenstand, abgesehen von strukturell nicht eingebundenen Teilaspekten, bisher noch keiner wissenschaftlich orientierten Gesamtanalyse unterzogen wurde. Insoweit betritt diese Arbeit in weiten Teilen Neuland.

In der Herangehensweise an den gewählten Untersuchungsgegenstand bietet sich dennoch eine Reihe von Arbeiten und Analyse-Modellen an, die geeignet erscheinen, erste Strukturierungen zu stützen. Wenn mit Ausnahme der Ergebnisse von Sascha Demarmels und Judith Arnold das politische Plakat nicht im Mittelpunkt der Beschäftigung stand, lassen sich Ausführungen zum Werbe-Plakat oder allgemein zu Bild-Sprache-Kombinationen durchaus übertragen und anwenden.

Entscheidend in der Betrachtung sind hier der Grad struktureller Identitäten der unterschiedlichen Objekte/Muster und die Ableitung spezifischer Herausforderungen für das Analyse-Modell, um dem politischen Plakat in seinen besonderen Merkmalen gerecht zu werden. So nutzen zum Beispiel Plakate auf Grund der Kommunikationssituation in der Öffentlichkeit generell nur sehr beschränkte sprachliche Texte/Text-Volumina, und die verwendeten Bildelemente sind vielfach (bei den politischen Plakaten des Pariser Mai '68 nahezu durchgängig) nicht fotografischen Ursprungs, sondern als Zeichnung oder Grafik konstituiert.

⁷ Vergl. dazu Steiner (o. J.).

Als grundlegende Arbeiten zur Plakat-Kunst und zur Werbung gelten unter linguistischen Aspekten die Darstellungen von Roland Barthes und Umberto Eco, die beide auf der Grundlage der Zeichensysteme „Sprache“ und „Bild“ jeweils analytisch in denotierte und konnotierte Botschaften differenzieren und darauf Analyse-Kategorien aufbauen. Im französischen Sprachraum werden die Arbeiten von Barthes und Eco von Abraham Moles und Françoise Enel an der Universität Strasbourg mit spezifischem Blick auf die kommerzielle Kommunikation der französischen Werbung aufgegriffen und weiterentwickelt.

Die Arbeiten von Barthes und Eco werden ebenfalls von Jutta Arnold zum Ausgangspunkt genommen, um eine Dimensionalität des Plakats zu entwickeln und die Rhetorik der Schweizer Abstimmungsplakate zu beschreiben. Sascha Demarmels untersucht in ihrer Analyse zu den Abstimmungsplakaten die jeweilige semiotische, grammatische, semantische, pragmatische und textlinguistische Ebene.

Umfangreich reflektiert Hartmut Stöckl in seinen Arbeiten den aktuellen Forschungsstand zur Bild-Sprache-Analyse in der Linguistik. Auch er nutzt grundsätzlich die Sichtweisen von Barthes und Eco in Form von kombinierten unterschiedlichen Zeichensystemen, ergänzt sein Modell jedoch durch eine dritte Ebene, die er mit „Interface“⁸ beschreibt. Generell neue Analyse-Möglichkeiten erschließt Stöckl durch eine Öffnung hinsichtlich der Produktions- und Rezeptionsprozesse, die einer Bild-Sprache-Kombination als Gesamttext zugrunde liegen.

Inbesondere die umfassende Arbeit mit dem Titel „Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache – Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text“ von Stöckl bietet vielfältige Ansätze, die im Rahmen dieser Arbeit genutzt und zu einem spezifizierten Analyse-Modell hinsichtlich des Korpus weiterentwickelt werden.

1.4 Methode und Aufbau der Arbeit

Die grundsätzliche Methode dieser Arbeit besteht in der Entwicklung eines geeigneten linguistisch orientierten Theorie-Modells und dessen Anwendung auf den konkreten Untersuchungsgegenstand. Der erste Schritt liegt dabei in der Auseinandersetzung mit den auf die Thematik anwendbaren Erklärungsmodellen und in der Ableitung eines für das politische Plakat des Pariser Mai '68 geeigneten Modells. Mit der konkreten Anwendung erfolgt die Überprüfung der Tauglichkeit.

Der zweite Teil der Arbeit unter dem Titel „Die Plakat-Kunst als Mittel der politischen Kommunikation“ widmet sich der plakatspezifischen Theorie-Betrachtung. An seinem Ende steht das abgeleitete Theorie-Modell zur konkreten Analyse des gewählten Objekts.

⁸ Vergl. Stöckl (2004:242).

Im dritten Teil unter dem Titel „Bild-Sprache-Korrelation im Pariser Mai 1968“ erfolgt in der begründeten Ableitung der 20 ausgewählten Plakat-Motive aus der Grundgesamtheit der politischen Plakate des Pariser Mai die umfassende Beschreibung der künstlerischen Produktionsprozesse dieser Motive. Bei diesen Motiven handelt es sich um Darstellungen, deren gemeinsames Kennzeichen die „Fabrik“-Thematik ist. Das als Ergebnis des ersten Teils entwickelte Analyse-Modell des politischen Plakats wird auf die das Korpus bildenden 20 Motive angewendet, wobei unter ihnen das Zentralmotiv und seine Derivate identifiziert werden. Dabei erfolgen eine exemplarische Detailanalyse dieses Zentralmotiv in allen relevanten Dimensionen und die Übertragung der hier gewonnenen Erkenntnisse auf die abgeleiteten Motive.

Der zweite Teil der Arbeit gliedert sich in drei Abschnitte und beschreibt Forschungsstände, Theorien und Modelle. Der erste Abschnitt gibt einen Überblick über Geschichte, Funktion und Struktur der politischen Plakat-Kunst. Der Abschnitt dient auch der Darstellung der zentralen analytischen Zugänge zu Thematik und liefert Bewertungen zu Effizienz und Sinnhaftigkeit der unterschiedlichen Ansätze in Bezug auf die politischen Plakate des Pariser Mai '68.

Der zweite Abschnitt beschreibt anhand der aktuellen Analysen zu Schweizer Abstimmungsplakaten und der Vorläufer-Analysen den Forschungsstand zum politischen Plakat und setzt Erklärungsmodelle in Relation zur umfassenden linguistischen Darstellung der Bild-Sprache-Thematik.

Im abschließenden dritten Abschnitt des zweiten Teils wird ein Analyse-Modell entwickelt, das die zentralen Erkenntnisse aus dem vorigen Abschnitt aufnimmt, zusammenführt und als weiterentwickeltes neues Modell den Spezifika des politischen Plakats Rechnung trägt.

Der erste Abschnitt im dritten Teil beschreibt die historischen Rahmenbedingungen für die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai '68, zu der die gewählten 20 Motive als zentrale und typische Vertreter gehören.

Im zweiten Abschnitt wird der Versuch unternommen, das künstlerische und kommunikative Umfeld dieser historischen Periode in Frankreich zu skizzieren, um hieraus ebenfalls Schlüsse im Hinblick auf die politische Plakat-Kunst zu ziehen.

Der dritte Abschnitt unter dem Titel „Die Orte der künstlerischen Produktion“ stellt die konkreten Produktionsbedingungen dieser Plakat-Kunst und ihre Akteure in den Mittelpunkt. Ziel dieses Abschnitts ist es, die Spezifika dieser künstlerischen Aktivitäten in einem unmittelbar politischen Umfeld herauszustellen.

Der vierte Abschnitt widmet sich konkret den politischen Plakaten des Pariser Mai '68. Angesichts der Vielzahl auffindbarer Motive und daraus entwickelter Motiv-Varianten wird hier der Schritt einer begründeten Reduktion der detaillierten Analyse auf eine zentrale und vielfach verwendete Motiv-Gruppe vollzogen: die Motive zum Thema „Fabrik“. Ausgehend von der

Tatsache, dass die studentische Aufbruch-Bewegung sehr schnell die gesamte französische Gesellschaft umfasste und zu einem Generalstreik im Lande führte, hat der von der Studenten angestrebte Zusammenschluss mit den „Arbeitern“ und in zweiter Linie auch mit den „Bauern“ in der thematischen Schwerpunktsetzung der Plakat-Motive einen besonderen kommunikativen Stellenwert. Einzelne Plakat-Motive wurden im Mai 1968 unmittelbar von Gewerkschaften oder streikenden Arbeitergruppen in Auftrag gegeben. Die Darstellung der „Fabrik“ anhand reduzierter Basis-Elemente (Fabrikhalle, Schornstein), kombiniert mit Bild- und Sprachelementen aus dem Bereich der Arbeiterbewegung (die Faust, der Kampf um die Macht), bietet einer vertiefenden Analyse geeignetes Material, sich dem komplexen Verhältnis von sprachlicher Aussage und Anknüpfung/Verstärkung kollektiv verfügbarer Symbole zu widmen. Mit der expliziten Begrenzung auf dieses Themenfeld setzt sich diese Arbeit zum Ziel, auch weiterführenden Analysen zu spezifischen Motiven (zum Beispiel zu den Themen „öffentliche Medien/ORTF“, „CRS“, „Verunglimpfung des politischen oder gesellschaftlichen Gegners“, „De Gaulle“ usw.) Rahmen und Orientierungspunkte zu geben. Die bildliche Darstellung von „Fabrik“ ist im Übrigen, vermittelt auch in der Literatur über den Pariser Mai '68, vielfach ein Signet, eine Illustrierung der Inhalte und Ziele der damaligen Streikbewegungen.

Ein Aspekt dieser Arbeit widmet sich auch dem Phänomen der Pariser Wandzeitungen des Pariser Mai, der „Journaux Muraux“, die sich ebenfalls des „Fabrik“-Motivs im Kopf der ersten Seite bedienen.

Im fünften Abschnitt kommt das Analyse-Modell zur Anwendung. Schwerpunktmäßig erfolgt die Auseinandersetzung mit dem identifizierten Zentralmotiv. In einem zweiten Schritt zielt die Arbeit auf die Varianten dieses Motivs und stellt abschließend die Stärken und Schwächen des gewählten Ansatzes gegenüber.

Der sechste Abschnitt des dritten Teils beschreibt zusammenfassend die ästhetischen Spezifika der Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 und die Möglichkeiten der Übertragbarkeit auf Analysen politischer Plakat-Kunst im Allgemeinen.

In zwei Exkursen werden in kurzer Form einige für den Mai 1968 typische Plakat-Motive vorgestellt und internationale Wirkungen auf die politische Plakat-Kunst, die von den Pariser Plakaten ausgingen, behandelt.

1.5 Begriffliches

Ausgehend vom konkreten Thema erscheint es für das weitere Verständnis sinnvoll, an dieser Stelle einige grundsätzliche Begrifflichkeiten zu formulieren:

Unter „Plakat“ wird im Sinne der Werbefachsprache und des allgemeinen Sprachgebrauchs ein gestaltetes Blatt Papier verstanden, das, angeklebt an Flächen im öffentlichen Raum (in aller Regel an Wänden oder eigens dafür vorgesehenen Werbeflächen), als Medium verwendet wird – unabhängig von Format, Papierbeschaffenheit und technischer wie inhaltlicher Gestaltung. Hinsichtlich der Auflage wird das einzelne konkrete Plakat immer als Teil einer bestimmten Produktionsmenge von Plakaten verstanden, also allgemein als Resultat eines Vervielfältigungsprozesses. Das Plakat kann sehr wohl auch als Kunstwerk verstanden werden, sofern reproduktionsfähige und faktisch reproduzierte Werke unter den gewählten Kunstwerk-Begriff fallen.

Unter „politischen Plakaten“ werden im Rahmen dieser Arbeit nur diejenigen Plakate verstanden, die als typisch für die Protestbewegung in den gesellschaftlichen Auseinandersetzungen im Sommer des Jahres 1968 in Paris gelten. Es sind Plakate, die nicht von einer politischen Partei im Sinne einer etablierten politischen Organisation geplant, entworfen, in Auftrag gegeben, produziert und verteilt worden sind, sondern von den politischen Kontrahenten dieser etablierten Parteien im Sinne einer politischen Kommunikation eingesetzt wurden.

Mit „Pariser Mai '68“ sind sowohl zeitliche wie auch geographische Eingrenzungen verknüpft⁹. Die Jahreszahl „'68“ bezieht sich als übliche Kurzform auf das Jahr 1968, der Monat „Mai“ wird analog zum allgemeinen Sprachgebrauch als Synonym für den Höhepunkt der damaligen Auseinandersetzungen in zahlreichen Ländern der westlichen Welt verstanden, wobei diese Auseinandersetzungen spätestens zum Jahresanfang 1968 begannen und mindestens bis in den Juni 1968 hineinreichten.

Der Begriff „Bild-Sprache-Korrelation“ wird an späterer Stelle eingehend dargestellt. Er bezieht sich grundsätzlich auf die Abhängigkeiten und wechselseitigen Beeinflussungen von sprachlichem Text und bildlich-grafisch-fotografischer (also nicht-sprachlicher) Darstellung.

In der Analyse der konkreten „Bild-Sprache-Korrelationen“ gewinnt der Begriff der Konnotation eine besondere Bedeutung. Zu den Grundlagenarbeiten der Konnotationsthematik zählt sicherlich die Arbeit von Gerda Rössler mit dem Titel „Konnotationen – Untersuchungen zum Problem der Mit- und Nebenbedeutung“. Im Vorwort beschreibt sie Konnotationen

„als unpräzise, vielfach bedingte und daher schwer beschreibbare Mit- und Nebenbedeutungen ..., denn sie sind nicht allein sprachlichen Einheiten zuzuordnen, sondern betreffen auch die vielfältigen psychischen Beziehungen, die zwischen sprachlichen Einheiten und den Sprachbenutzern bestehen können.“ (Rössler 1979:V)

9 Zu der exakten Beschreibung des behandelten Zeitraums vergl. S. 110.

In der Beschreibung ihres Grundmodells einer Konnotationsemiotik geht sie von drei Ansätzen aus, die der genaueren Beschreibung des Phänomens der Konnotation dienen können: dem semiotischen, dem kommunikationstheoretischen und dem semantischen Standpunkt:

„Je nachdem, ob das Sprachzeichen in der Semiotik als etwas Gegebenes oder kommunikationstheoretisch als etwas durch Transformationen sich Herausbildendes oder in der Semantik hinsichtlich seiner vielfach diachronisch und diatopisch bedingten Bedeutungen untersucht wird, gibt es unterschiedliche Konnotationskonzeptionen.“ (Rössler 1979:4)

Aus den drei Ansätzen, nach denen Konnotationen im semiotischen Sinn „Teilaspekte der pragmatischen Dimension des sprachlichen Zeichens“, im kommunikationstheoretischen Sinn einen „Vorgang der Bedeutungsverleihung“ und im semantischen Sinn „Aktualisierungen eines oder mehrerer Bedeutungselemente von sprachlichen Zeichen“ darstellen, definiert Rössler die Konnotationen „als potentielle begleitende Aktualisierungselemente eines semantischen Komplexes, d. h. einer gegebenen Signifikatseite.“¹⁰

Grundsätzlich bezieht sich ihre Arbeit jedoch einschränkend nur auf „die die Sprachzeichen betreffenden Konnotationsphänomene“ (Rössler 1979:3). Da die vorliegende Arbeit die Sprachzeichen nur als eine Seite der Gesamtbotschaft des politischen Plakats betrachtet, ist es notwendig, in diesem Kontext einen Konnotationsbegriff zu wählen, der der vernetzten Kommunikation mittels verbaler und visueller Zeichen(elemente) gerecht werden kann.

Insofern folgt diese Arbeit einer Konnotationskonzeption, die sich grundsätzlich auf die Analyse von Bild-Sprache-Phänomenen bezieht¹¹.

Unter „Fabrik“-Darstellung wird die bildliche Darstellung von Architektur und/oder Standort entwickelter industrieller Produktion verstanden, wie sie in der allgemeinen Wahrnehmung als typisch angesehen und als inneres Bild erinnert wird.

Die im Untertitel des Themas verwendete Begrifflichkeit „spezifische Ästhetik“ verweist auf die Beschreibung einer typischen künstlerischen Darstellungsweise im umfassenden Sinne eines Stils, wie er als gemeinsames Kennzeichen für eine Gruppe von Objekten erkennbar und identifizierbar ist.

¹⁰ Vergl. Rössler (1979:6).

¹¹ Vergl. die zitierten Ansätze von Barthes, Bonsiepe, Eco u. a..

2 Die Plakat-Kunst als Mittel politischer Kommunikation

2.1 Das politische Plakat

Der folgende Abschnitt beschreibt auf der Grundlage eines kurzen historischen Abrisses zur Entstehung der allgemeinen Plakat-Kunst die zentralen Charakteristika dieses Mediums und die notwendigen Voraussetzungen seiner Entwicklung und seines Durchbruchs.

Der Ursprung des Plakats reicht je nach Ansatz der Interpretation bis in das Mittelalter zurück¹². Andere Positionen setzen für das Plakat voraus, dass massenhaft bedruckte Papierbogen in der Öffentlichkeit zum Einsatz kommen. Davon kann dann erst mit der Entwicklung und Marktreife der Buchdruck-Kunst gesprochen werden.

Diese Arbeit folgt der Einschätzung von Johannes Kamps, der als Voraussetzungen für das Plakat-Wesen Auftraggeber, Produktion und Distribution sieht:

„Mit der Entwicklung des eigentlichen Plakatwesens darf jedoch erst – wenn man auch das technisch-logistische Umfeld einbezieht – seit der Aufstellung von speziellen Plakatsäulen oder Anschlagtafeln gerechnet werden. Dies erscheint besonders auch deswegen plausibel, weil das Plakat als solches eben ein auf druckgrafischem Wege seriell hergestelltes Werbemittel ist, für dessen massenhafte Verbreitung nicht zuletzt die Existenz und das Interesse potentieller Auftraggeber sowie geeignete Produktions- und Distributionswege vorausgesetzt werden müssen (...).“ (Kamps 1999:6)

Die Herausbildung der modernen Werbung, die sich u. a. des Plakats als Werbemittel bedient, sieht Kamps in der Zeit der aufkommenden industriellen Massenfabrikation im 19. Jahrhundert und unterstreicht damit die Bedeutung des öffentlichen Raumes:

„Die zunehmende Bedeutung des öffentlichen Raumes als Bühne der massiven Warenpräsentation, der kulturellen Selbstdarstellung und der politischen Agitation bereitete den gesellschaftlichen Boden für die Etablierung des modernen Werbewesens, das sich im Verlauf des 19. Jahrhunderts zunächst noch schrittweise, dann aber um so forcierter zu entwickeln begann.“ (Kamps 1999:8)

Unbeantwortet bleiben muss an dieser Stelle die historisch orientierte Frage, ob werbliche Inhalte, die sich auf Produkte beziehen, oder politische (am Anfang sehr wahrscheinlich obrigkeitsstaatliche) Inhalte die Plakat-Entwicklung begründet haben. In der allgemeinen Betrachtung der Plakat-Kunst üben die unterschiedlich gewichteten Inhalte der Plakate strukturell allerdings keine besonderen Einflüsse auf die grundsätzlichen Funktionen dieses Mediums aus.

¹² Vergl. Kamps (1999:6).

Sehr wohl aber werden Unterschiede zwischen der kommerziellen und politischen Plakat-Kunst im Hinblick auf Umfang und Tiefe der erfolgten Analysen festgestellt. Wenn Vera Horvat-Pintarić in ihrem Vortrag „Das Politische Plakat“ im Rahmen des Internationalen Symposions Essen im Oktober 1974 die politische Plakat-Kunst analysiert, so liefert sie zu diesem Aspekt zumindest einen Begründungsansatz:

„Nun darf es aber nicht verwundern, dass das politische Plakat noch nicht Gegenstand besonderer Untersuchungen war, denn die ganze Aufmerksamkeit galt bisher dem kommerziellen Plakat. Hier wurden indes beträchtliche wissenschaftliche und interdisziplinäre Erfahrungen gemacht, ermöglicht durch die erheblichen finanziellen Aufwendungen der Wirtschaft. Aber schließlich hat das kommerzielle Plakat den Verkauf und den Verbrauch anzuregen, d. h. es soll der Verwirklichung der konsumgesellschaftlichen Ziele dienen. Das jedoch ist nicht der Fall beim politischen Plakat und auch nicht beim Plakat, das im kulturellen Bereich wirken soll.“ (Horvat-Pintarić 1975:47)

Die ersten allgemein angelegten Recherchen zu dieser Arbeit ergaben zur Relevanz des politischen Plakats als wissenschaftlichem Untersuchungsgegenstand kein grundsätzlich anderes Bild.

Neben der groben Einteilung von Plakaten in kommerzielle, politische und kulturelle Plakate liefert Horvat-Pintarić erste Ansätze für die weitere Differenzierung der politischen Plakate, die an dieser Stelle für den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit hilfreich sind:

„...möchte ich bei der vorläufigen Klassifikation des politischen Plakats davon ausgehen, welche Einstellung zur Wirklichkeit in der Plakatbotschaft zum Ausdruck kommt. Wir könnten dann alle politischen Plakate in zwei Gruppen einteilen: 1. in solche, die das Bestehende in Abrede stellen, also am Bestehenden Kritik üben, und 2. in solche, die sich für die Erhaltung des Bestehenden einsetzen.“ (Horvat-Pintarić 1975:48)

Auf einer weiteren Ebene unterscheidet sie in der Gruppe der Plakate, die Kritik am Bestehenden üben, zwischen „Protestplakaten“ und „Aktionsplakaten“. Die Protestplakate als erste Untergruppe bringen die Unzufriedenheit mit dem Bestehenden und den Zuständen zum Ausdruck. Zur zweiten Untergruppe, der der Aktionsplakate, formuliert Horvat-Pintarić:

„In der zweiten Untergruppe, ..., könnten wir alle jene Plakate einordnen, die einer unmittelbaren organisierten politischen Aktion dienen und im Laufe bestimmter bedeutsamer Veränderungen in einer Gesellschaft entstehen. Ich denke dabei an die Revolutions- und Kriegsplakate, die z. B. während der Oktoberrevolution, des spanischen Bürgerkrieges, der faschistischen Okkupation (d. h. während der Widerstandsbewegung und der urbanen Guerilla) entstanden sind. Hierhin gehören auch alle Plakate, die während der revolutionären Aktionen im Jahre 1968 in verschiedenen amerikanischen und europäischen Städten auftauchten.“ (Horvat-Pintarić 1975:51)

Unbeachtet bleibt im Weiteren dieser Arbeit die Kategorie der Plakate, die dem Erhalt des Bestehenden dienen.

Kamps beschreibt in der Differenzierung von Plakaten drei ausgewählte Gattungen: das Warenplakat, das politische Plakat und das Filmplakat. Seine Definition des politischen Plakats ist umfassend:

„Zum politischen Plakat zählen vor allem Parteienplakate, Wahlplakate, allgemeine Staatspropaganda-Plakate, Kriegsplakate, Personenkultplakate, sozial engagierte Plakate mit politischen Themen, z. B. Friedensbewegung, Umweltschutz, Anti-Atomkraft, Protestplakate und Satireplakate politischen Inhalts, aber auch Plakate für politische Filme und parteipolitisch orientierte Presseorgane.“ (Kamps 1999:66/67)

Mit seiner Einordnung der politischen Plakate in den publizistischen Sektor betont Kamps den Charakter dieser Plakate als Medium der politischen Kommunikation¹³.

Im publizistischen Sektor spielt die sichtbare (d. h. für den Leser oder Betrachter erkennbare) Unterscheidung zwischen Redaktion und Werbung bzw. Public Relations bis heute eine große Rolle und sorgt für zahlreiche juristische Auseinandersetzungen. Während des Pariser Mai 1968 waren auf Seiten der Protestbewegung die Grenzen zwischen politischer Ansprache der Öffentlichkeit durch Plakate und der Information der Öffentlichkeit mittels Wandzeitungen faktisch aufgelöst¹⁴.

Neben der inhaltlich orientierten Differenzierung innerhalb der Gesamtgruppe aller Plakate lassen sich die Plakat-Motive auf der Grundlage einer groben gestalterischen Zuordnung auch inhaltlich-formalen Gruppen zuordnen. Kamps beschreibt diese wie folgt:

„Als rein inhaltlich-formale Gattungen sind die vier Grundarten des Plakats zu bezeichnen: (1) Bildplakat; (2) Textplakat; (3) Bild-Textplakat; (4) Text-Bildplakat. Das Bildplakat besteht nur aus bildlicher Darstellung ohne Text. Der abgebildete Gegenstand muss hier allgemeiner Natur sein und als solcher bildlich verständlich und bereits bekannt sein. Diese Art der Plakatwerbung ist äußerst selten. Im Gegensatz dazu verzichtet das Textplakat auf bildliche Darstellung, kann jedoch ornamentales Beiwerk oder einen grafisch gestalteten Rahmen besitzen. Für die Werbewirkung kann die grafische Gestaltung des werbenden Textes von besonderer Bedeutung sein, mitunter mag das Schriftbild selbst zum ‚Bild‘ werden. Das Textplakat muss dabei auch den Anforderungen, die man an die Plakatgestaltung allgemein stellt, entsprechen. Sein Text hat so kurz wie möglich zu sein, da der Mensch in der Regel nicht mehr als fünf Wörter auf einmal visuell erfassen kann. Deshalb empfiehlt sich bei längeren Texten eine rhythmische Gliederung. Ansonsten sollte der Text die Länge eines kurzen Slogans nicht überschreiten. In der Regel haben wir es aber mit Bild-Text bzw. mit Text-Bildplakaten zu tun, also mit Exemplaren, die die beiden Elemente Bild und Text in unterschiedlicher Gewichtung vor Augen führen und als Übermittler der Werbebotschaft einsetzen.“ (Kamps 1999:55)

¹³ „Das politische Plakat gehört weniger zum Bereich der Werbung als zum publizistischen Sektor.“ (Kamps 1999:67)

¹⁴ Vergl. die Ausführungen zu den „Journaux Muraux“ auf S. 196f. und 250ff..

Seine grundsätzliche Einschätzung, nach der das Bild und der Text in aller Regel die Bausteine der meisten Plakate bilden, bestätigt sich in der Betrachtung der Grundgesamtheit aller Plakate des Pariser Mai 1968.

Der hohe Stellenwert des Plakats, und hier im Engeren des politischen Plakats, ist, wenn man dies im Umkehrschluss aus der breit angelegten Verwendung ableitet, ungebrochen. Unabhängig von den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, der politischen Position des Urhebers und des gesamten Medienumfeldes ist das Plakat durchgängig ein Element jeder Kommunikations- und Kampagnen-Planung. Selbst politische Parteien oder Gruppierungen, die ansonsten ausschließlich auf die Online-Kommunikation setzen, verzichten nicht auf die Präsenz ihrer Inhalte und Botschaften mittels des klassischen gedruckten Plakats, das in der realen Öffentlichkeit zum Einsatz gebracht wird. Auch die breite Einführung neuer Medien – erinnert sei hier nur an die Entwicklung vom Radio über das Fernsehen bis zum Internet – hat der Bedeutung der Plakate keinen Abbruch getan. Sie haben sich durchgängig als resistent gegenüber technologischen Entwicklungen erwiesen.

Der Werbeplatz selbst, also der Ort, an dem das politische Plakat seine Wirkung entfaltet, ist seit über 100 Jahren unverändert. Dies gilt insbesondere für die Plakate der politischen Wahlwerbung der etablierten Parteien, die sich in strukturierten Zusammenstellungen an dafür vorgesehenen Flächen befinden. Die physischen Träger dieser Werbung sind in aller Regel so genannte 18/1-Großflächen (genormtes Format: Breite 356 cm und Höhe 252 cm) oder daraus abgeleitete kleinteiligere Formate.

Hinsichtlich der technischen Konstruktion sind einige Werbeplätze, vor allem für die kommerzielle Werbung, in den vergangenen Jahren aufwändiger geworden. Erwähnt seien an dieser Stelle Be- und Hinterleuchtungen, die für das Motiv auch bei Dunkelheit große Aufmerksamkeit erreichen, und Motivwechsel-Techniken, die das Werbemotiv im Wechsel mit anderen Motiven in eine sich kontinuierlich wiederholende Bewegung am selben Werbeplatz versetzen und dadurch zusätzlich die Aufmerksamkeit des Betrachters auf sich ziehen.

Über den Bereich der klassischen Drucktechnik hinausgehend, werden Werbemotive seit geraumer Zeit auch auf so genannten digitalen Screens, großen leuchtenden Werbeflächen, gezeigt. Das Motiv selbst existiert hier nur noch als Datensatz und wird zentral innerhalb der entsprechenden digitalen Netzwerke gesteuert. Angesichts einer sich immer stärker atomisierenden und individualisierenden Form der Informationsaufnahme mit neuen Interaktionsmöglichkeiten zwischen Absender und Empfänger werden möglicherweise in der Zukunft die rechtlich zugelassenen öffentlichen Plakat-Flächen die letzten Werbeflächen sein, die über eine nennenswerte, wenn auch nicht interaktive Massenwirksamkeit verfügen.

Die aktuellen Ausprägungen der Werbeplätze bleiben weitgehend der kommerziellen Kommunikation vorbehalten, was seinen Grund im Wesentlichen auf der Kostenseite und in der Langfristigkeit großer Werbekampagnen hat. Für die politische Kommunikation der etablierten Parteien spielen diese Werbemöglichkeiten bisher keine Rolle. Die Kommunikation konzentriert sich jeweils stark auf die Wahltermine und nutzt zusätzlich zu vorhandenen klassischen Werbeplätzen eigene und seitens der Städte und Gemeinden zur Verfügung gestellte Wahlkampf-Werbeplätze.

Aber auch die Werbeplätze (als Orte des Klebens und Anbringens von Plakaten) für die politische Kommunikation nicht etablierter Gruppen sind in gewisser Weise unverändert: Das sogenannte „wilde“ und nicht genehmigte Plakatieren auf Flächen, insbesondere im öffentlichen städtischen Raum, ist ein durchgängiges Merkmal in den zahlreichen politischen Auseinandersetzungen der letzten Jahrzehnte.

Die besondere Rolle des Plakats leitet sich auch heute noch aus der Tatsache ab, dass es immer schon dort ist, wo Menschen sich „draußen“ (also außerhalb der Wohnung, des Hauses oder des Büros) bewegen und aufhalten, sofern es sich um Orte zur Platzierung der Plakat-Botschaft handelt, die über eine bestimmte Mindestfrequenz an Personen verfügen. Bezüglich dieser Eigenschaft des „draußen“ wird das Plakat in der Werbewirtschaft heute begrifflich der Gruppe der „Out-of-Home-Media“ zugeordnet. Kamps betont in diesem Zusammenhang die besondere Rolle der Ballungsräume:

„Bei allen Krisen und voneinander abweichenden Meinungen begegnet es uns täglich, ob auf dem U-Bahnsteig, an Bus- und Straßenbahnhaltestellen, an Ausfallstraßen, Parkstreifen oder auf Bahnhöfen, an Bauzäunen oder in Unterführungen. Plakate sind – zumal in großstädtischen Ballungsräumen – trotz gegenteiliger Behauptungen und trotz starker Konkurrenz durch andere Werbemittel von starker optischer, unausweichlicher Präsenz.“ (Kamps 1999:2)

Die Beschreibungen zur Bedeutung des Plakats und seines Stellenwertes in der öffentlichen Kommunikation legen nahe, dass die Forschung sich dieser Thematik in angemessenem Umfang angenommen hat und annimmt. Die Bilanz der Betrachtungen der vorliegenden Arbeiten fällt nach Auffassung von Kamps, der sich mit seiner Publikation „Plakat“ im Jahr 1999 diesem Element der Medienkommunikation gewidmet hat, durchaus gemischt aus. Dies unterstreichen seine Aussagen zu einer allgemeinen Theorie des Plakats sowie zu einer Kunsttheorie des Plakats:

„Die wenigsten plakatgeschichtlichen Arbeiten behandeln Theoriebildung. Ebenso selten werden Werbetheorien mittels Plakaten exemplifiziert;... Folglich existieren im allgemeinen fachlichen Bewusstsein keine literarisch fixierten Plakattheorien in der Art und Weise wie z. B. Filmtheorien oder eine Theorie des Kinos.“ (Kamps 1999:38)

und

„Woran es der Kunsttheorie des Plakats insgesamt mangelt, ist die Erstellung systematischer Gerüste, wie es z. T. seitens der Werbetheorie versucht wurde. Mit der Ikonologie besäße sie eigentlich ein Instrument, auch Bildinhalte zu definieren. Was auf praktisch-analytischer Basis gut funktioniert, scheint in theoretischer Hinsicht bislang kaum geleistet worden zu sein, so dass sich der Beitrag der Kunsttheorie zum Plakat überwiegend auf formale Problemstellungen reduziert.“ (Kamps 1999:40/41)

Wie Kamps feststellt, existieren sehr vielfältige Ausgangspunkte einer Theorie-Entwicklung:

„Zur Theorie des Plakats äußerten sich bis heute u. a. Kunstwissenschaftler, Werbefachleute, Psychologen, Kommunikationswissenschaftler, Publizisten, Medientheoretiker.“ (Kamps 1999:38)

Für Kamps konzentrieren sich dabei die Untersuchungen zum einen auf die aktuelle Werbeforschung und zum anderen auf die plakathistorischen Aspekte:

„Dabei lassen sich – grob gesagt – zwei Interessenssektoren unterscheiden. Das ist zunächst die Plakatforschung als Teil der jeweils aktuellen Werbeforschung. Dieser widmen und widmeten sich: Wirtschafts- bzw. Betriebswissenschaftler; sodann spezielle Werbeforscher bzw. Markt- und Konsumforscher; verstärkt Psychologen; Kommunikationswissenschaftler; Soziologen. Ein weiterer wichtiger Komplex ist die plakathistorische Forschung: Hier waren und sind vor allem beteiligt Historiker, Kunsthistoriker sowie Publizisten. ... Spezielle Untersuchungen zur Semiotik, Kommunikationstheorie und Werbepsychologie des Plakats publizierten Abraham A. Moles (Moles 1970) und Françoise Enel (Enel 1971 u. 1973) am Institut für Sozialpsychologie in Strasbourg.“ (Kamps 1999:75)

In seiner Darstellung der zahlreichen Theoriebildungsprozesse, die in einzelnen europäischen Ländern durchaus sehr unterschiedlich verliefen, erscheinen die folgenden Einzelaspekte im Hinblick auf das Thema dieser Arbeit wichtig: der Bezug des Plakats zum städtischen Umfeld¹⁵ und die Reduzierung der Ausdrucksmittel des Plakats als werbetheoretischer Aspekt¹⁶.

Inwieweit diese Ansätze als bewusste oder unbewusste Richtschnur in der Motiv-Entwicklung im Pariser Mai 1968 auffindbar sind, ist Gegenstand der späteren Detailanalysen.

Neue Ansätze aus kommunikations-, informations- und zeichentheoretischer Sicht erweiterten nach Kamps die Analyse- und Erkenntnismöglichkeiten:

¹⁵ „Eine Konstante der Plakattheorien von der Frühzeit an ist das visuelle Erleben des Rezipienten innerhalb der modernen Großstadt. Das Plakat treffe auf zerstreute, gehetzte Menschen, ...“ (Kamps 1999:39/40)

¹⁶ „Eine Begründung für die Forderung, das Plakat müsse, um zu wirken, mit den knappsten Ausdrucksmitteln arbeiten, sieht die Werbefachliteratur der 1920er Jahre in der Eigentümlichkeit des menschlichen Auges, bei flüchtigem Sehen nur eine bestimmte Fläche zu Bewusstsein zu bringen. Das außerhalb eines – gedachten – Kreises Liegende bleibt unbeachtet oder komme nur flüchtig zum Bewusstsein, da es sofort wieder aus der Erinnerung verschwinde. Man nennt diese Stelle, auf die sich der Blick unwillkürlich konzentriert, den Blickfang. Hingewiesen wird auch auf die Bedeutung sogenannter Bewegungslinien, die den Blick des Betrachters zwangsläufig auf den Blickpunkt hinführen: Bewegungslinien dieser Art ließen sich aber nur aus dem Künstlerentwurf selbst heraus entwickeln. Regeln dafür gebe es nicht. ... Das gute Plakat unterscheide sich vom schlechten dadurch, dass es einen sich sozusagen von selbst ergebenden Blickfang besitze. Als solcher könne entweder eine bildliche Darstellung oder ein gutes Schlagwort wirken.“ (Kamps 1999:48)

„In enger Verbindung mit der Plakattheorie der 1960er und 1970er Jahre entstanden auf dem Saussureschen Zeichenbegriff basierende und diesen erweiternde sozio-linguistische Kriterien. Plakate werden nunmehr als Zeichensysteme, Texte, jüngst auch als Paratexte, betrachtet.“ (Kamps 1999:52)

Die zentralen Erkenntnisse aus den Arbeiten von Roland Barthes und Umberto Eco in ihrer Relevanz zum Untersuchungsgegenstand sind Gegenstand in den Abschnitten 2 und 3 des zweiten Teils dieser Arbeit. Die Theorien dieser Autoren bilden auch die Grundlage für alle weiterführenden Theorien, wie sie, hier beispielhaft genannt, von Hartmut Stöckl, Sascha Demarmels und Judith Arnold formuliert worden sind. Sie fließen von daher auch in das im dritten Abschnitt des zweiten Teils beschriebene Analyse-Modell ein, soweit ihre Erkenntnisse, die sich zum Teil allgemein auf das Plakat oder spezifisch auf das kommerzielle Plakat als Untersuchungsgegenstand beziehen, als übertragbar in Bezug auf das politische Plakat dieser Arbeit gelten können.

2.2 Die aktuellen Forschungen zur politischen Plakat-Kunst

Im Mittelpunkt dieses Abschnitts stehen die Darstellung des aktuellen linguistisch-semiotischen Forschungsstandes zur Analyse politischer Plakate sowie die Herausarbeitung und Bewertung geeigneter Analyse-Instrumente bzw. Analyse-Aspekte, aus denen im dritten Abschnitt ein spezifisches Analyse-Modell zur Bearbeitung des Forschungsgegenstandes entwickelt wird.

Hingewiesen sei an dieser Stelle auf die generelle Forschungssituation in diesem Themenbereich. Neben dem bisherigen Fehlen eines so genannten Standardwerks, über das andere Mediengattungen vielfach verfügen, liegen lediglich Ausarbeitungen zu einzelnen Themen politischer Plakat-Kunst vor¹⁷.

Die Arbeiten aus den letzten Jahren beziehen sich erstaunlicher Weise schwerpunktmäßig auf politische Plakate der Schweiz. Hier sind insbesondere die Arbeiten von Judith Arnold und Sascha Demarmels zu erwähnen, die sich intensiv mit der Rolle der Linguistik und Semiotik im Hinblick auf dieses Medium beschäftigen und dabei die politischen Abstimmungsplakate in der Schweiz in das Zentrum ihrer Beschreibungen, Qualifizierungen und Analysen stellen. Als mögliche Begründung für diesen Schwerpunkt in der Schweiz ist die umfangreiche Dokumentierung und Archivierung von Plakat-Kunst zum Beispiel im „Museum für Gestaltung Zürich“ zu nennen. Die Existenz dieser Plakate und ihre Katalogisierung sind zentrale Voraussetzungen für eine intensive Beschäftigung.

Das Plakat als Medium ist u. a. durch seine physische Vergänglichkeit gekennzeichnet: Es ist für den öffentlichen Raum bestimmt und entfaltet hier seine Wirksamkeit. Im öffentlichen Raum unterliegt es aber auch dem Risiko, zerstört, entfernt oder einfach überklebt zu werden. Kommerzielle Plakate und die Plakate etablierter politischer Parteien verfügen dabei über größere Chancen, auch über längere Zeiträume, losgelöst von ihrem konkreten Wirkungsort (dem offiziellen Werbeplatz in der Öffentlichkeit), erhalten zu bleiben. Dabei ist auch die umfassende Archivierung von Werbemitteln aller Art in Unternehmen oder politischen Parteien im Allgemeinen üblich. Die eigenen Dokumentationen liefern der Forschung dazu umfangreiche Materialsammlungen. Bei den politischen Plakaten von Protestbewegungen besteht diese Möglichkeit in der Regel nicht, und nur wenige Exemplare gelangen in die Hände von Sammlern und Museen und werden so für die Nachwelt erhalten. Interessanterweise versuchten Sammler

¹⁷ „Die Einbettung des Plakats in die sozialgeschichtlichen Rahmenbedingungen wird zumeist nur anhand einzelner weniger Objekte vollzogen. Auf der anderen Seite existiert eine Fülle von Publikationen, in denen Plakate Dokumente des Alltagslebens sind, ohne dass ihre gestalterischen Aspekte ausführliche Berücksichtigung finden. Die Forschung auf kunsthistorischer Ebene verläuft analog zu den in dieser Fachdisziplin üblichen Methoden, lässt jedoch keinen roten Faden erkennen, da selbst eine schlüssige Stilgeschichte des Plakats nicht vorliegt. Auch umfassende Ikonographie-Studien, von gattungsbezogenen Einzeluntersuchungen abgesehen, fehlen in der Regel.“ (Kamps 1999:82/83)

schon während der laufenden Auseinandersetzungen im Mai und Juni 1968, sich Exemplare dieser politischen Plakate zu verschaffen.

Eine für diese Arbeit zentrale definitorische Fragestellung ergibt sich in der vorliegenden Literatur aus den unterschiedlichen Beschreibungen der Zeichen und Zeichensysteme, die in der Motiv-Entwicklung von Plakaten zum Einsatz kommen. Überwiegend werden in der Wissenschaft hier die Begriffe „Bild“ und „Text“ verwendet, um Zeichensysteme zu beschreiben, die, in unterschiedlicher Weise kombiniert, in Zeitschriften, Werbeanzeigen, Informationsmaterialien oder auch Plakaten verwendet werden¹⁸.

Die sprachliche Verknüpfung von „Text“ und „Bild“ in der Verbindung mit einem weiteren Substantiv (zum Beispiel „Theorie“, „Verknüpfung“ oder „Korrelation“) lässt logisch zwei Möglichkeiten zu: „Text-Bild“ oder „Bild-Text“. In der linguistischen Literatur wird vielfach die Kombination „Text-Bild“ oder die Abfolge „Text“ und „Bild“ gewählt. Damit werden gleichzeitig die Untersuchungsrichtung bzw. der theoretische Ausgangspunkt beschrieben.

Diese Arbeit weicht von der begrifflichen Festlegung „Text“ als Beschreibung der sprachlichen Komponenten der Plakat-Botschaft ab und folgt darin der Argumentation von Hartmut Stöckl, der die sprachliche Seite in der bimodalen Beziehung als ungenau bewertet:

„Eine spezifische Art Text – ein bi- bzw. multimodaler Text – kommt gerade durch die Verbindung von zwei oder mehreren Zeichensysteme erst zustande. Andererseits sind Bilder meiner Ansicht nach an und für sich bereits Texte, die auch in der kommunikativen Praxis alleine stehen können (...). Darüber hinaus gelten die sprachlichen Zeichen, zu denen das Bild in eine Beziehung gesetzt wird, nicht notwendigerweise als komplette Texte, sondern in den meisten Fällen wohl als Teile von Texten. Man könnte von verbalen und visuellen (Teil-)Texten sprechen, die in einer Sprache-Bild-Beziehung verknüpft werden. Mit dem hier gewählten Terminus akzentuiere ich die Tatsache, dass der Gesamttext, in den Sprach- und Bildzeichen eingebunden sind, in Produktion und Rezeption erst zustande kommen, wenn beide Codesysteme in einer Synthese integriert werden. Die hier zusammen kommenden Zeichentypen sind Bilder auf der einen Seite und Sprache auf der anderen Seite, nicht Wörter und nicht Texte.“ (Stöckl 2004:243/244)

Mit der Betonung der prinzipiellen Gleichrangigkeit der beiden Zeichensysteme als „Sprache“ und „Bild“ erhält der Begriff „Text“, zumal in der Kombination als „Gesamttext“ oder „Supertext“, eine eigenständige Dimension. Die Behandlung des „Textes“ steht danach immer für die Behandlung des „Gesamtkommunikats“ und lenkt den Blick auf das Produkt und die Botschaft als gesamthafte Erscheinung¹⁹.

18 Vergl. Titel linguistischer Veröffentlichungen wie „Text-Bild-Kommunikation – Bild-Text-Kommunikation“, „Zwischen Text und Bild: zur Funktionalisierung von Bildern in Texten und Kontexten“, „Das Text-Bild-Verhältnis in tätigkeitsleitenden Texten: Wissensdarstellung und Anforderungsanalyse“, „Studie zur Text-Bild-Montagetechnik“ oder „Neue Erzählformen im Bilderbuch: Untersuchungen zu einer veränderten Bild-Text-Sprache“.

19 Vergl. dazu auch die „generalisierte Auffassung von Sprache“, die Roland Barthes in den „Mythen des Alltag“ vertritt: „Eine Photographie ist für uns auf die gleiche Art und Weise Aussage wie ein Zeitungsartikel, die Objekte selbst können Aussage werden, wenn sie etwas bedeuten.“ (Barthes 1974:87)

Die sprachliche Abfolge der Begriffe „Bild“ und „Sprache“ folgt der eingeführten Betrachtung, wonach der die Gesamtbotschaft dominierende Teil jeweils an erster Stelle der begrifflichen Kombination genannt wird. Dabei ist die Frage der Dominanz eines Zeichensystems in einem Fall möglicherweise eindeutig zu beantworten, in einem anderen Fall jedoch vorbehaltlich einer angenommenen Nachvollziehbarkeit aus Sicht eines ideellen Rezipienten zu formulieren. „Bild-Sprache-Bezüge“ gelten, wenn das Bild als künstlerisch gestaltetes Zeichen in der flächenmäßigen Ausdehnung auf dem Plakat und in der mutmaßlichen Wahrnehmung des Betrachters erstrangig ist. Im umgekehrten Fall, der eindeutigen Dominanz des sprachlichen Anteils, stellt sich also ein „Sprache-Bild-Bezug“ her.

In wenigen Fällen erschienen im Pariser Mai 1968 auch reine Bild-Plakate²⁰. Andere Plakate sind reine Sprach-Motive, bei denen jeweils eine spezifische typographisch-künstlerische Gestaltung festzustellen ist (Übergang von Sprache zu Bild). Bei den wenigen reinen Bild-Motiven wurde eine entsprechende Modifikation (also zum Beispiel die Gestaltung von Bild-Elementen in Richtung einer Buchstaben-Lesbarkeit) im Rahmen der Recherchen zu dieser Arbeit nicht gefunden.

2.2.1 Politische Plakate als Teile der Bilderwelt

In der Analyse der aktuellen Forschungssituation zum politischen Plakat bezieht sich diese Arbeit explizit auf die Ansätze von Judith Arnold und Sascha Demarmels. Beide wiederum greifen u. a. auf die Theorien und Darstellungen von Roland Barthes bzw. Umberto Eco zurück. Den historischen Hintergrund bilden dabei die Arbeiten von de Saussure, Pierce und anderen Semiotikern. Die historischen Entwicklungen einer allgemeinen Zeichentheorie sind explizit nicht Gegenstand dieser Arbeit. Im Mittelpunkt stehen hier aktuell vorliegenden Erkenntnisse, soweit sie sich bereits dem politischen Plakat oder dem Werbeplakat widmen.

Eine Ausnahme in diesem Vorgehen stellt sich jedoch ein, wenn Forschungsstände der Linguistik, die sich allgemein auf das Verhältnis von Bild und Sprache (anders ausgedrückt: von visuellem und sprachlichen Text) beziehen, in der engeren Betrachtung des Forschungsgegenstandes auf die Plakat-Kunst als übertragbar erscheinen. Dies gilt u. a. für die Erkenntnisse von Barthes und Eco wie auch von Stöckl. Insoweit führt diese Arbeit Ansätze zusammen, die sich spezifisch auf ausgewählte Plakat-Kunst und generalistisch auf so genannte multimodale Gesamttexte²¹ im Sinne einer konkreten Bild-Sprache-Konstellation beziehen.

20 Vergl. das Motiv des CRS-Polizisten mit Schutzschild auf S. 213ff., das auch ohne Buchstaben produziert wurde.

21 Zum Begriff der Multimodalität vergl. Stöckl (2004:18ff.).

Die für diese Arbeit relevanten Forschungsansätze und Erkenntnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

2.2.2 Die Ansätze von Roland Barthes

In seiner Arbeit „Rhetorik des Bildes“ aus dem Jahr 1964 widmet sich Roland Barthes der Frage, wie der Sinn in das Bild gelangt, wo dieser Sinn endet und was jenseits von ihm liegt, falls er endet. In der Semiologie der Bilder ergibt sich für ihn eine zentrale Fragestellung:

„Kann die analogische Abbildung (die ‚Kopie‘) richtige Zeichensysteme hervorbringen, ...? Ist ein analogischer – und nicht ein digitaler – ‚Code‘ vorstellbar?“ (Barthes 1990:28)

Das von ihm angewandte Verfahren nennt er eine „Spektralanalyse der Botschaften“ (ebenda). Die Eignung des Begriffes „Spektralanalyse“ stellt sich in besonderer Weise dadurch ein, weil dieser Begriff u. a. die physikalische Zerlegung des Lichts in einzelne Frequenz- und damit Farbbereiche assoziiert und damit eine in der Tat tiefgehende Analyse beschreibt. Sein Untersuchungsgegenstand stammt aus dem Bereich der Werbung und stellt ein Werbebild des italienischen Teigwaren-Herstellers Panzani dar. Mit der Wahl eines Werbebildes will Barthes sicherstellen, dass das Bild intentional ist und damit einen zentralen Teil der Werbebotschaft darstellt.

In Bezug auf die Analyse politischer Plakat-Motive ist eine Vergleichbarkeit und möglicherweise weitgehende Übertragbarkeit insofern sichergestellt, weil drei wesentliche Gemeinsamkeiten erfüllt sind:

Erstens handelt es sich beim Werbeplakat wie beim politischen Plakat jeweils um ein physisches Objekt in der Zweidimensionalität, das in seiner Erscheinung fixiert ist und sich nicht verändert (festes/feststehendes Bild im Gegensatz zum bewegten Bild).

Zweitens bestehen beide prinzipiell aus einer Konstellation von bildlichen und sprachlichen Elementen.

Und drittens sind beide ein Medium zur Kommunikation einer Botschaft an eine beschreibbare Zielgruppe.

Die Panzani-Werbung liefert sofort „eine erste Botschaft sprachlicher Substanz“ (Barthes 1990:29). Zur Entzifferung dieser Botschaft reicht die Kenntnis der Schrift/der Schriftzeichen und in diesem Fall der französischen Sprache.

Bei Ausblendung der sprachlichen Botschaft, also aller sprachlichen Zeichen, bleibt das Bild als „eine Reihe diskontinuierlicher Zeichen“ (ebenda). In der Analyse des Bildes identifiziert Barthes insgesamt vier Zeichen, deren Lesen und Verstehen unterschiedlich komplexe Kenntnisse erfordert.

Diese reichen von einem „Wissen, das sozusagen in den Bräuchen einer sehr weitreichenden Zivilisation verankert ist“ (ebenda) über national geprägtes Wissen („Kenntnis gewisser touristischer Stereotypen“ (ebenda)) bis hin zur Entstehung einer Vorstellung, die sich aus der gedrängten Zusammenstellung der gezeigten Objekte ergibt, und einer Wahrnehmung eines ästhetischen Signifikats, das wiederum ein ausgeprägtes Kulturwissen voraussetzt.

Darüber hinaus kann nach Barthes noch eine weitere Information identifiziert werden: „Eben diejenige, die uns sagt, dass es sich hier um eine Werbung handelt ...“ (Barthes 1990:31). Das Werbebild, oder genauer die Anzeige, liefert eine Information, die auf die generelle Zuordnung und Identifikation des Gesamtobjekts verweist.

Dieser eher am Rande von Barthes formulierte Gedanke erscheint insofern bedeutsam, als der Rezipient zum Beginn der Wahrnehmung eines Objekts einen in der Regel eindeutigen Hinweis zur Einordnung und zum generellen Verständnis-Bereich erhält, ohne den das letztlich richtige Verständnis mit hohen Risiken behaftet wäre. Auch ein politisches Plakat muss also bereits im ersten Schritt als politisches Plakat und damit als politische Botschaft verstanden werden.

Barthes folgert aus den vier Zeichen, die ein kohärentes Ganzes bilden, eine „zweite Botschaft bildlicher Natur“ (ebenda), stellt aber auch fest, dass nach Abzug dieser Zeichen aus dem Bild noch eine Informationsmenge verbleibt (in diesem konkreten Beispiel sind dies fotografierte Objekte):

„Die Signifikate dieser dritten Botschaft werden von den wirklichen Objekten der Szene gebildet und die Signifikanten von eben diesen fotografierten Objekten, denn es ist evident, dass bei der analogen Darstellung die Beziehung zwischen der bedeuteten Sache und dem bedeutenden Bild nicht mehr ‚arbiträr‘ ist (wie etwa in der Sprache) und folglich keine Notwendigkeit besteht, als Relais ein drittes Glied in Gestalt eines psychischen Bildes des Objekts einzufügen. Die Besonderheit dieser dritten Botschaft liegt darin, dass die Beziehung zwischen Signifikat und Signifikant gleichsam tautologisch ist;...“ (Barthes 1990:31)

Barthes spricht bei dieser dritten Botschaft von einer „Botschaft ohne Code“ (Barthes 1990:32). Zur Entschlüsselung dieser Botschaft ist ein „beinahe anthropologisches Wissen“ (ebenda) die Voraussetzung. So ergeben sich für Barthes drei Botschaften:

„eine sprachliche,
eine kodierte bildliche und
eine nicht-kodierte bildliche Botschaft“ (ebenda).

Die dritte Botschaft, die Barthes auch als „buchstäbliche Botschaft“ bezeichnet, ist „Träger‘ der ‚symbolischen‘ Botschaft“ (Barthes 1990:33), also der kodierten bildlichen Botschaft. In der Terminologie von Konnotationssystemen differenziert Barthes für seine Analyse in die sprachliche Botschaft,

das denotierte Bild und
das konnotierte Bild“ (ebenda)

Der sprachlichen Botschaft weist er in Bezug auf die zweifache bildliche Botschaft zwei Funktionen zu, „eine der Verankerung und eine Relaisfunktion“ (Barthes 1990:34), und er sieht das Bild grundsätzlich also polysemisch:

„... es impliziert eine unterschwellig in seinen Signifikanten vorhandene ‚fluktuierende Kette‘ von Signifikaten, aus denen der Leser manche auswählen und die übrigen ignorieren kann.“ (ebenda)

Die sprachliche Botschaft ist dabei für ihn eine Technik zur „Fixierung der fluktuierenden Kette der Signifikate“ (ebenda). Für die symbolische Botschaft stellt Barthes fest:

„Auf der Ebene der ‚symbolischen‘ Botschaft steuert die sprachliche Botschaft nicht mehr die Identifikation, sondern die Interpretation, sie bildet eine Art Schraubstock, der die konnotierten Bedeutungen daran hindert, entweder in allzu individuelle Regionen auszuschwärmen (das heißt, er begrenzt die Projektionsmacht des Bildes) oder in dysphorische Werte;...“ (Barthes 1990:35)

Er spricht in diesem Zusammenhang auch von der „Wahl der richtigen Wahrnehmungsebene“ (ebenda).

Dem buchstäblichen Bild begegnet man nach Barthes zumindest in der Werbung nie im Reinzustand:

„Die Merkmale des buchstäblichen Bildes sind also nicht substantiell, sondern immer nur relational; es handelt sich zunächst, wenn man so will, um eine Restbotschaft, die aus dem besteht, was vom Bild übrig bleibt, wenn man (geistig) die Konnotationszeichen ausgelöscht hat (...);“ (Barthes 1990:37)

Den Buchstaben des Bildes definiert er als

„... ersten Grad des Intelligiblen (unterhalb dieses Grads würde der Leser nur Linien, Formen und Farben wahrnehmen), aber dieses Intelligible bleibt aufgrund seiner Dürftigkeit virtuell, da jede beliebige, aus einer realen Gesellschaft stammende Person immer über ein höheres Wissen als das anthropologische Wissen verfügt und mehr wahrnimmt als den Buchstaben;...“ (ebenda)

Vom buchstäblichen Bild ausgehend, gelangt Barthes über die Betrachtung der Fotografie mit ihrer absolut analogen Beschaffenheit als Botschaft ohne Code zur Zeichnung, die er im Gegensatz zur Fotografie als codierte Botschaft sieht:

„Die kodierte Natur der Zeichnung tritt auf drei Ebenen hervor: Zunächst zwingt die Reproduktion eines Objekts oder einer Szene durch die Zeichnung zu einer bestimmten Menge *geregelter*

Transpositionen; es gibt keine Natur der gemalten Kopie, und die Transpositions-codes sind historisch (insbesondere was die Perspektive betrifft); außerdem zwingt die Operation des Zeichnens (die Kodierung) sofort zu einer gewissen Teilung zwischen dem Signifikanten und dem Insignifikanten: Die Zeichnung reproduziert nicht *alles* und oft sogar recht wenig, bleibt aber dennoch eine starke Botschaft, während die Fotografie zwar ihr Sujet, ihre Bildeinstellung und ihren Winkel wählen, aber nicht *innerhalb* des Objekts eingreifen kann (außer bei Fotomontagen); anders ausgedrückt, ist die Denotation der Zeichnung weniger rein als die Denotation der Fotografie, da es nie eine Zeichnung ohne Stil gibt; und schließlich muss das Zeichnen, wie alle Codes erlernt werden (...).“ (Barthes 1990:38)²²

Mit dieser Analyse liefert Barthes wichtige Erkenntnisse zu den Spezifika der Zeichnung in den für diese Arbeit gewählten Plakat-Motiven, die sich nur in drei Ausnahmefällen einer fotografischen Gestaltung bedienen. Nach Barthes stellt die „Machart' einer Zeichnung“ (ebenda) bereits eine Konnotation dar.

Nach der Identifikation der einzelnen Zeichen im untersuchten Panzani-Werbebild wendet sich Barthes der Wahrnehmung zu:

„Die Variation der Lektüren ist allerdings nicht anarchisch, sie hängt von den unterschiedlichen, auf das Bild angewendete Wissensarten ab (einem praktischen, nationalen, kulturellen, ästhetischen Wissen), und diese Wissensarten lassen sich einteilen, einer Typologie zuordnen; es sieht ganz so aus, als ob sich das Bild mehreren Menschen zur Lektüre anböte, und diese Menschen können durchaus in einem einzigen Individuum koexistieren: *ein und dieselbe Lexie mobilisiert verschiedene Lexiken.*“ (Barthes 1990:41)²³

In der individuellen Lektüre des Werbebildes entspricht jedes Zeichen

„einem Korpus von ‚Einstellungen‘: dem Tourismus, dem Haushalt, der Kenntnis der Kunst, von denen manche in einem Individuum natürlich fehlen können. Es gibt eine Pluralität und eine Koexistenz der Lexiken innerhalb eines Menschen; die Zahl und die Identität dieser Lexiken bilden gewissermaßen den *Ideolekt* jedes einzelnen. Das Bild wäre in seiner Konnotation somit aus einer Architektur von Zeichen konstruiert, die aus einer variablen Tiefe von Lexiken (von Ideolekten) stammen,...“ (Barthes 1990:41/42)²⁴

Mit dem Begriff „Italianität“ (aus französischer Sprachsicht gedacht) beschreibt Barthes beispielhaft ein umfassendes Konnotationssignifikat, das einem Korpus von Einstellungen entspricht. Er benutzt in diesem Zusammenhang den Begriff „Konnotationsssem“, das von jeglichem Kontext abgeschnitten ist und damit „einem *exponierten* Sinn“ (Barthes 1990:43, Hervorhebung im Original) entspricht. Als Konnotationsssem ist die „Italianität“

22 Hervorhebungen im Original.

23 Hervorhebungen im Original.

24 Hervorhebungen im Original.

„... nicht Italien, sie ist das kondensierte Wesen all dessen, was italienisch sein kann, von den Spaghetti bis zur Malerei.“ (Barthes 1990:43)

Den gemeinsamen Bereich der Konnotationssignifikate nennt Barthes „Ideologie“²⁵. Der allgemeinen Ideologie entsprechen nach seiner Terminologie Konnotationssignifikanten, die er als Konnotatoren bezeichnet und die wiederum in ihrer Gesamtheit eine Rhetorik bilden:

„Die Rhetorik erscheint somit als die signifikante Seite der Ideologie.“ (Barthes 1990:44)

Für die Analyse des Korpus dieser Arbeit sind die folgenden Ansätze und Erkenntnisse bedeutsam:

1. In der gesamthaften „Lektüre“ des Plakats lassen sich einzelne Zeichen analysieren, die wiederum drei unterschiedlichen Botschaften zuzuordnen sind.
2. Neben der Isolierung der sprachlichen Zeichen und der denotierten bildlichen Buchstaben hängt der Erkenntnisprozess, das Verstehen der Plakat-Botschaft, maßgeblich vom konnotierten symbolischen Bild als zusätzlichem Assoziationselement ab.
3. Plakate treffen auf vorgeprägte Rezipienten.
4. Die Überredungs-/Beeinflussungsfunktion erfolgt über die Rhetorik, also die visuell-verbale rhetorischen Figuren.
5. Nicht zu vernachlässigen ist die Frage nach den elementaren Grundvoraussetzungen des Erkenntnisprozesses in Bezug auf die sprachliche Botschaft: die Kenntnis von Schrift und Typografie sowie die Kenntnis der verwendeten Sprache/Nationalsprache.
6. Die Analyse der Verarbeitung der grundlegenden Information, dass es sich beim wahrgenommenen Objekt um ein politisches Plakat und nicht um ein anderweitiges Objekt oder Medium handelt.
7. Die Fragestellung, ob sich das reine Bild im hier untersuchten Korpus als Reihe diskontinuierlicher Zeichen darstellt oder sich auf der denotierten buchstäblichen Ebene sehr wohl Linearitäten (möglicherweise analog zur Linearität der verwendeten sprachlichen Zeichen) nachweisen lassen. Dies würde sich dann auf die Lektüre- und Erkenntnisrichtungen auswirken.
8. Der im Vergleich zur Fotografie bei der Zeichnung bzw. im Prozess des Zeichnens vollzogene Kodierungsprozess und damit die Konsequenz, dass eine Zeichnung ohne Stil nicht vorstellbar ist und die Zeichnung selbst bereits eine Konnotation darstellt.

25 Vergl. Barthes (1990:43).

2.2.3 Die Ansätze von Gui Bonsiepe

Nach der grundlegenden Arbeit von Roland Barthes gilt der Aufsatz von Gui Bonsiepe mit dem Titel „Visuell/verbale Rhetorik“ aus dem Jahr 1966 im Kontext dieser Arbeit als zweite wissenschaftliche Grundlagenarbeit. In dieser Arbeit entwickelt er eine Methode, die Rhetorik „für die Behandlung von Werbeinformationen“ (Bonsiepe 1966:23) einzusetzen. Das Ziel seiner Arbeit beschreibt er so:

„Herstammend aus der Antike ist die Rhetorik mit einer altertümlichen Aura behaftet. Auf den ersten Blick scheint sie sich nicht für die Behandlung von modernen rhetorischen Phänomenen zu eignen, nämlich für die Behandlung von Werbeinformationen. Daß dergleichen dennoch möglich ist, daß eine moderne Rhetorik ein brauchbares deskriptives und analytisches Instrument für Phänomene der Werbung sein kann, wird darzulegen sein.“ (Bonsiepe 1966:23)

Bonsiepe entwickelt für die Werbung, also für die kommerziell orientierte Form der Kommunikation, einen umfassenden Katalog von rhetorischen Figuren, die er in zwei Hauptklassen gliedert: die der syntaktischen Figuren und die der semantischen Figuren. Seine Definition lautet:

„Eine syntaktische Figur liegt vor, wenn mit der Zeichengestalt operiert wird. Eine semantische Figur liegt vor, wenn mit dem Relatum operiert wird.“ (Bonsiepe 1966:26)

Eine semantische Figur entsteht auf der Ebene der Zeichenbedeutungen, die Bonsiepe als „Relata“ bezeichnet. Seine zwei Hauptklassen differenziert er jeweils in drei Unterklassen. Obwohl er sich von den „bis zum Extrem getriebenen Differenzierungen der klassischen Rhetorik vereinfachend und sichtlich“ (Bonsiepe:26) unterscheiden möchte, gelang er am Ende zu einem Katalog verbaler rhetorischer Figuren mit insgesamt 24 unterschiedlichen Figuren, die bereits wieder eine hohe Komplexität darstellen und für die Behandlung der gewählten Plakat-Motive nur in Einzelfällen²⁶ angewendet werden können.

Nach Bonsiepe bietet die verbale Rhetorik den Zugang zur visuellen Rhetorik:

„Wie bereits erwähnt, erstreckt sich die klassische Rhetorik allein auf sprachliche Gegebenheiten. Auf Plakaten, in Annoncen, in Film- und Fernsehspots befinden sich jedoch in der Mehrzahl der Fälle sprachliche und nicht-sprachliche Zeichen nebeneinander, und zwar nicht unabhängig, sondern in enger Interaktion. Sinnvoll ist es also, nach typischen Bild/Wort-Kombinationen, nach typischen Zeichenrelationen, nach visuell/verbalen rhetorischen Figuren zu fragen.“ (Bonsiepe 1966:31)

²⁶ Dies gilt zum Beispiel für die Figur der Isophonie als Gleichklang und Wiederholung ähnlich klingender Worte.

Und weiter: „Das Gebiet der visuellen Rhetorik ist eine tabula rasa.“ (Bonsiepe 1966:31)

Prägend ist in seiner folgenden Definition der visuell/verbalen rhetorischen Figur der Begriff „übersummativ“, der auch begründet, warum der kombinierte Einsatz verbaler und visueller Zeichensysteme eine Verstärkung der kommunikativen Wirkung bedeutet:

„Eine visuell/verbale rhetorische Figur wäre demnach eine Kombination von zwei Zeichentypen, deren kommunikative Effektivität auf dem Spannungsverhältnis der semantischen Eigenschaften beruht. Die Zeichen addieren sich nicht mehr schlicht, sondern wirken in wechselseitiger Beziehung übersummativ.“ (Bonsiepe 1966:32)

Am Ende der sich anschließenden Analyse von mehr als zwanzig Werbemotiven beschreibt Bonsiepe aber auch eine Grenze seines Verfahrens, nämlich den Bezug auf den sozialen Kontext der analysierten Kommunikation:

„Die visuell/verbale Rhetorik ist als ein deskriptives, analytisches Verfahren mikrologisch ausgerichtet. Sie sieht auf syntaktische und semantische Beziehungen zwischen visuellen und verbalen Zeichen, nicht aber auf diese Bedeutungen in ihrem sozialen Kontext. Hier setzt die Inhaltsanalyse an. Sie interpretiert das, was sich über den rhetorischen Figuren erhebt: Die Imagierie des milchigen Terrors der persuasiven Kommunikation.“ (Bonsiepe 1966:40)

Die Inhaltsanalyse verweist auf den Prozess der Bedeutungskonstitution, die letztlich, wenn auch individuell realisiert, eine Folge des gesamtgesellschaftlichen Bezugssystems ist.

2.2.4 Die Ansätze von Abraham Moles und Françoise Enel

Die Arbeiten von Barthes und Bonsiepe bildeten in den folgenden Jahren auch den Bezugsrahmen für die Arbeiten von zwei französischen Wissenschaftlern am Institut für soziale Psychologie der Universität Strasbourg: Abraham A. Moles und Françoise Enel. Beide legen den Schwerpunkt auf die Anwendung der semiotisch orientierten Ansätze auf das französische Werbe-Plakat.

In seinem Aufsatz „La situation sociale de l'affiche“ aus dem Jahr 1969 untersucht Moles die Bedeutung von Plakaten in Bezug auf die Massenkommunikation in einem urbanen Umfeld. Für ihn stellt das Plakat eine Botschaft des Kollektivs an das Individuum dar. Diese Botschaft enthält wiederum die zwei untrennbar miteinander verbundenen Elemente, die semantische und die ästhetische Botschaft:

„En bref, l'affiche est l'exemple type d'un message de la collectivité à l'individu, comportant deux parts nécessaires, indissolublement liées dans le message, mais qu'il convient d'étudier séparément:

...

- le message sémantique ou dénotatif, objectivable et traduisible, exprimé de façon claire au récepteur, au spectateur, par une combinaison de signes connus;
- le message esthétique ou connotatif, subjectif et personnel, mais partagé par un très grand nombre d'individus et qui, depuis l'introduction des techniques du 'différentiel sémantique', est devenu mesurable ou repérable dans un quelconque espace de coordonnées.“ (Moles 1969:79/80)

Moles beschreibt im Weiteren die Auswirkungen auf das Individuum auf Grund der massenhaften Präsenz des Motivs in der Öffentlichkeit, die letztlich in den Köpfen der Rezipienten ein eigenständiges Element herausbildet:

„...: par sa répétition en multiples copies situées en différents lieux, l'affiche se décalque peu à peu dans les cerveaux des membres de la société pour y constituer un élément de la culture.“ (Moles 1969:80)

Neben der ökonomischen Botschaft des kommerziellen Plakats für den Rezipienten, nämlich ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erwerben, bildet die „Message culturel“ für Moles die zweite wichtige Komponente in der Botschaft des Plakats:

„Mais, d'un autre côté, elle (Anmerkung des Autors: l'affiche) construit des *réflexes conditionnés*, slogans et stéréotypes qui s'impriment dans la culture individuelle et, par là, prennent une valeur autonome, indépendante de leur sujet.“ (Moles 1969:81)²⁷

Dieser kulturelle Teil der Botschaft fließt in das gesamtgesellschaftliche Umfeld ein, das Moles mit der „Culture esthétique contemporaine“ (ebenda) bezeichnet.

In ihrem 1971 erschienenen Buch mit dem Titel „l'affiche – fonctions langage rhétorique“ nimmt Françoise Enel unter anderem in ihrer „Rhétorique du Signifiant“ die Figurenlehre von Guy Bonsiepe²⁸ auf. In ihrer sich anschließenden „Rhétorique du Signifié“, der Rhetorik der Bedeutungsebene, untersucht Enel die Mechanismen, mit Hilfe derer unter dem Mantel der denotativen Botschaften versteckte Botschaften, Einstellungen und Sichtweisen auf die Welt und die Gesellschaft transportiert werden. Nach ihrer Auffassung verweist das Bedeutungssystem des Plakats auf drei unterschiedliche Strukturen:

„...:

„celle des objets réels
celle du message sémantique
celle du message esthétique ou culturel.“ (Enel 1973:86)

²⁷ Hervorhebungen im Original.

²⁸ Vergl. Enel (1973:80ff.).

In ihren Ausgangsüberlegungen funktioniert die Aussage des Plakats auf drei Ebenen, dem „système des objets réels“ (Enel 1973:55), dem „système du langage“ und dem „système de l'image“ (Enel 1973:56). Für Enel bildet das System des Bildes die wichtigste Ebene:

„Avant d'être un texte qu'il faut lire, l'affiche est d'abord une image qui s'imprime dans notre psychisme, sans exiger la participation active de notre conscience. L'image relève du niveau de la forme. Ses moyens d'expression sont des symboles, que l'artiste assemble en respectant un certain nombre d'impératifs (clarté, intelligibilité...). Comme le code linguistique, l'image est soumise à des règles, et le système qui regroupe ses différentes unités constitue pratiquement un langage autonome possédant son répertoire propre, ses lois de combinaisons, ses interdits...“ (Enel 1973:56)

Enel folgt der Auffassung von Barthes zur besonderen Funktion der Sprache in der Gestaltung der Botschaft. Auch sie weist der Sprache die Aufgabe zu, die Richtung des intendierten Plakat-Verständnisses zu definieren:

„Le texte va imposer, parmi les lectures possibles de l'affiche, celle que le publicitaire a voulu faire passer. Il offre donc certaines garanties, en diminuant la probabilité d'un mauvais déchiffrement de l'image, qui risque d'aller à l'encontre du but recherché par la publicité, et de comprendre l'intégrité de l'image de la marque.“ (Enel 1973:57)

Auch wenn sich Enel (wie Moles) explizit der werblichen Botschaft und dem Werbeplakat widmet und dabei insbesondere die verfolgten ökonomischen Ziele der kommerziellen Produktkommunikation zwischen dem Produzenten einer Ware und ihrem Konsumenten im Blick hat, zeigen ihre strukturellen Darstellungen die Parallelität der zwei verwendeten Zeichensysteme: dem „système de texte publicitaire“ und dem „système de l'image“ (Enel 1973:60). Die Differenzierung der beiden Systeme auf den Ebenen des „signifiant“ und des „signifié“ findet allerdings keine Verbindung zueinander im Bereich der „message sémantique“ und der der „message esthétique“ von Werbesprache und Bild.

2.2.5 Die Ansätze von Umberto Eco

In seiner „Einführung in die Semiotik“ widmet sich Umberto Eco im zweiten Teil unter dem Titel „Zu einer Semiotik der visuellen Codes“ der Werbung: „Einige Proben: die Reklame-Botschaft“. In seiner Zielsetzung bezüglich der „Reklamekommunikation“ (Eco 1972:267) formuliert er:

„...: wir müssen uns mit den ikonographischen Codes, mit den Codes des Geschmacks und der Sensibilität, mit den rhetorischen Codes (und folglich mit den rhetorisch visuellen Figuren, Prämissen und Argumenten), mit den stilistischen Codes und mit eventuellen Codes des Unbewussten beschäftigen.“ (Eco 1972:267)

Nach seiner Auffassung ist die Forschung zum Erscheinungszeitpunkt seiner Arbeit von einem „vollständigen Katalog aller rhetorisch-visuellen Kunstmittel“ (Eco 1972:269) noch weit entfernt, er verweist jedoch auf die Arbeiten von Barthes und Bonsiepe.

Für die Reklame-Botschaft sieht Eco die emotionalen und die ästhetischen Komponenten im Vordergrund. Für die emotionale Funktion differenziert er in referentielle, phatische, metasprachliche und imperative Aspekte, bei der ästhetischen Komponente sieht er vorrangig den Gebrauch der rhetorischen Figur, die er „Tropus“²⁹ nennt.

In Bezug auf die Reklamecodes spricht Eco von einem „doppelten Register“:

„... Die Reklamecodes funktionieren auf einem doppelten *Register*: a) einem *verbalen* und b) einem *visuellen*. Es ist ausführlich gezeigt worden (Barthes, 1964 ...), dass das verbale Register hauptsächlich die Funktion hat, die Botschaft zu *verankern*, weil die visuelle Botschaft oft als zweideutig und als begrifflich verschieden zu fassen scheint.“ (Eco 1972:271)³⁰

In seiner Analyse der visuellen Codifizierung unterscheidet Eco die ikonische, die ikonographische, die tropologische, die topische und die entymematische Ebene.

Die Bedeutung der ikonischen Ebene in diesem Kontext relativiert er:

„Eine Codifizierung der ikonischen Zeichen gehört nicht zur rhetorischen Untersuchung der Reklame, so wie im verbalen Register die Untersuchung der denotativen Werte der verschiedenen verbalen Ausdrücke nicht dazugehört. Man kann als gegeben annehmen, dass eine bestimmte Konfiguration eine Katze oder einen Stuhl darstellt, ohne dass wir uns fragen, warum und auf welche Weise.“ (Eco 1972:272)

Auf der ikonographischen Ebene differenziert er zwischen der „Codifizierung ‚historischen‘ Typs“ (ebenda) und des „publizitären Typs“. Diese zweite Gruppe ist das Resultat eines Prozesses:

„Die Gewohnheit der Reklame hat konventionalisierte *Ikonogramme* in Umlauf gesetzt.“³¹ (Eco 1972:272)

Die tropologische Ebene „umfasst die visuellen Äquivalente der verbalen Tropen“ (Eco 1972:272). Einschränkend aber stellt Eco auch fest:

„Andererseits hat die Reklamesprache typische Tropen der visuellen Kommunikation eingeführt, die nur schwer auf präexistente verbale Tropen zurückgeführt werden können.“ (Eco 1972:273)

29 Vergl. Eco (1972:270).

30 Hervorhebungen im Original.

31 Hervorhebungen im Original.

Zu den Beispielen einer visuellen Realisierung klassischer Tropen zählt Eco in enger Anlehnung an Bonsiepe die Hyperbel und die Litotes³². Die Visualisierung oder Literarisierung der Metapher sieht er ebenfalls auf dieser Ebene, ebenso die doppelte Metonymie als andere typische visuelle Figur.

Als dominante rhetorische Figur identifiziert Eco die Antonomasie:

„Jede einzelne Größe, die auf dem Bild erscheint, ist meistens durch eine mitgemeinte Antonomasie der Vertreter der eigenen Gattung oder der eigenen Art. Ein Mädchen, das Bier trinkt, tritt auf als ‚alle Mädchen‘. Man kann sagen, dass das Anführen des einzelnen Falles den Wert eines Exemplums, eines Autoritätsarguments annimmt. Jedem Einzelnen geht ideell jenes logische Zeichen voraus, das *universeller Quantifikator* heißt und das das Symbol *x*, dem es vorangestellt wird, als ‚alle *x*‘ verstehen lässt. Dieser Mechanismus stützt sich auf psychologische Identifikationsprozesse (und folglich auf außersemiotische Mechanismen). Aber der Identifikationsprozess wird von rhetorischen Kunstgriffen ermöglicht, die das vorgelegte Einzelne konventionell als universell und exemplarisch erkennbar machen (und wir sind wieder bei einem semiotischen Mechanismus).“ (Eco 1972:274)³³

Die topische Ebene „umfasst sowohl den Bereich der sogenannten *Prämissen* als auch den der argumentierenden *loci* und *Topoi*, die allgemeine Rubriken waren, unten denen Gruppen von möglichen Argumentationen vereinigt wurden“ (Eco 1972:274)³⁴

Zur enthymematischen Ebene lautet die Hypothese von Eco,

„..., dass wegen der typischen Polyvalenz des Bildes und wegen der Notwendigkeit, es in einer verbalen Rede zu verankern, die eigentliche rhetorische Argumentation nur vom verbalen Text oder von der gegenseitigen Beeinflussung von verbalem und visuellen Register durchgeführt wird. In diesem Fall würden die beteiligten Ikonogramme, so wie sie tropische Felder evozieren, gewöhnlich *enthymematische Felder* evozieren, d. h. sie würden schon konventionalisierte Argumentationen, die von einem ausreichend codifizierten Bild ins Gedächtnis zurückgerufen werden, stillschweigend mitmeinen.“ (Eco 1972:275)³⁵

In seinen Schlussbemerkungen zur Analyse der Reklamekommunikation formuliert Eco eine zentrale Frage bezüglich der Wirksamkeit der publizitären Rede:

„Mit anderen Worten: begehrt man eine Sache, weil man kommunikativ dazu überredet wird, oder akzeptiert man kommunikative Persuasionen in Bezug auf diejenigen Sachen, die man schon beehrte?“ (Eco 1972:291)

32 Vergl. Eco (1972:273).

33 Hervorhebungen im Original.

34 Hervorhebungen im Original.

35 Hervorhebungen im Original.

Was hier im Hinblick auf die kommerzielle Werbung ausgesagt wird, kann entsprechend auch auf die politische Kommunikation übertragen werden.

Aus Sicht der Fragestellung dieser Arbeit sind die folgenden Ansätze von Eco verfolgenswert:

1. Die Wirksamkeit von Reklamecodes aus der Verbindung von verbalen und visuellen Registern, wie Eco sie nennt, und daraus abgeleitet eine dreigeteilte Untersuchungsmethode (visuelles Register, verbales Register, Beziehungen zwischen den Registern).
2. Der Rückgriff auf konventionalisierte Ikonogramme, auf die beim Rezipienten auf Grund von Gewohnheiten der Reklamekommunikation zurückgegriffen wird.
3. Die Reklamekommunikation nutzt eine Sprache, die bereits vorher gesprochen wird und deshalb weitestgehend verstanden wird.
4. Kritisch erscheint der Verzicht auf die Analyse der ikonischen Ebene: Warum und auf welche Weise eine bestimmte Konfiguration ein Objekt darstellt, ist eine durchaus sinnvolle Frage, da über die Transformation des Objekts in eine Darstellung, mit Ausnahme des Weges der reinen Fotografie, bereits Veränderungen einhergehen.³⁶

2.2.6 Die Ansätze von Judith Arnold

Arnold untersucht in ihren Arbeiten aus dem Jahr 2007 zum Schweizer Abstimmungsplakat u. a. die folgenden Aspekte:

- das Abstimmungsplakat als deliberative Redegattung
- der Aufbau von Text- und Bildplakaten
- die Argumentation von Text- und Bildplakaten
- die verbale und visuelle Topik
- der Stil von Text- und Bildplakaten und
- die Ethik von Text- und Bildplakaten.

Zum Beginn ihrer wissenschaftlichen Auseinandersetzung muss auch Arnold feststellen, dass die Forschungslage in diesem Bereich unbefriedigend ist:

„Die Medienwissenschaft hat es bisher versäumt, das Medium Abstimmungsplakat zu untersuchen, und auch linguistische Ansätze zur Beschreibung dieser Textsorte wurden bisher vernachlässigt. Dabei könnte gerade die Sprachwissenschaft dazu beitragen, Kategorien für die weitere

³⁶ Vergl. dazu die Ausführungen von Barthes (1990:38) zum Codierungsprozess beim Zeichnen.

interdisziplinäre Forschung zu gewinnen. Dies zeigen frühe Ansätze der Semiotik, die Werbepлакate nach rhetorischen Aspekten untersuchen. Wegweisend sind die Vorarbeiten von Roland Barthes (1964), Gui Bonsiepe (1966) und Umberto Eco (1972).“ (Arnold 2004:1)

Ihre Arbeiten setzen folglich auch bei den Anfängen der rhetorischen Reklameanalysen (Barthes, Bonsiepe und Eco) an.

Generell und einschränkend in Bezug auf das Thema und den Gegenstand dieser Arbeit ist festzustellen, dass es sich, abweichend von den Plakaten des Pariser Mai 1968, bei den von Arnold untersuchten Schweizer Abstimmungsplakaten um Plakate politischer Parteien und somit um Plakate offizieller und formalisierter Wahlkämpfe handelt. Das grenzt umfassende Übertragungsmöglichkeiten ihrer Ergebnisse unter Umständen ein. Weiterhin handelt es sich bei den Schweizer Abstimmungsplakaten um deutlich stärker sprachbetonte und damit textreichere Motive im Vergleich zum Forschungsgegenstand dieser Arbeit.

Die von Arnold entwickelten Analyse-Strukturen, die letztlich auf den bereits dargestellten Arbeiten und Ergebnissen von Barthes und Eco basieren, sind jedoch geeignet, ein weiter reichendes Analyse-Modell zu entwickeln und zu beschreiben.

Die Auseinandersetzung mit den Arbeiten von Arnold beschränkt sich im Folgenden auf diejenigen Aspekte, die strukturell und insoweit losgelöst von ihrem konkreten Untersuchungsgegenstand einen Fortschritt bedeuten können.

Arnold stellt ihrer Arbeit „Das Abstimmungsplakat als deliberative Redegattung – Begründung der klassischen Rhetorik als text- und bildanalytischer Zugang“ die folgende These voran:

„Entsprechend ist das politische Plakat - ... - im Aufbau, im Stil und in der Argumentationsstruktur als politische Rede gestaltet. Ausgehängt in urbanen Zentren für die flüchtige Aufnahme der Passanten fand das Plakat zu immer reduzierteren Formen in Text und Bild, die im Kern jedoch ihre ursprüngliche Funktion und Struktur erhalten haben.“ (Arnold 2004:2)

Im Folgenden beschreibt Arnold das Abstimmungsplakat als „verschriftliche Form der politischen Rede“ (Arnold 2004:2). Zur Begründung ihrer These differenziert Arnold die Plakat-Analyse in die rhetorische Beschreibungen der Text- und Bildanteile. Wie generell in der Plakat-Kunst ist nach Arnold auch bei den Abstimmungsplakaten eine zunehmende Reduktion der Anzahl der Texteinheiten im Sinne von Sprache festzustellen³⁷. Diese Reduktion verstärkt nach ihrer Auffassung die Bedeutung der Bildanteile:

„Bei der Reduktion auf das Wesentliche ist zudem anzunehmen, dass das Bild nicht nur emotionalisierenden Dekorationszwecken dient, sondern ein integraler Bestandteil (Anmerkung des Autors: gemeint ist sicherlich „einen integralen“) bildet. Denn bei einer Textsorte, die auf

³⁷ Vergl. Arnold (2004:6).

größtmögliche Reduktion bedacht ist, kann für entbehrliche Bild- oder Textelemente kein Platz sein.“ (Arnold 2004:6)

In der Auseinandersetzung mit der „Rhetorik des Bildes“ von Barthes erarbeitet Arnold eine Übersicht zu den „Dimensionen des (Plakat-)Bildes nach Roland Barthes (1964)“ (Arnold 2004:8). Darin ist nach Barthes ein dreistufiges Analyse-Vorgehen vorgeschlagen: die Analyse der sprachlichen Botschaft, der denotierten Bildbotschaft und der konnotierten Bildbotschaft.

In Ergänzung zu den drei von Barthes vorgeschlagenen Analyse-Ebenen und unter Integration der von Eco formulierten rhetorischen Analyse-Kategorien³⁸ gelangt Arnold zu einem Analyse-Modell, das sich in vier Ebenen differenzieren lässt: „Dimensionen des Plakats in Anlehnung an Barthes (1964) und Eco (1972)“ (Arnold 2004:13).

Darin wird unter der Rubrik „Zeichensystem“ in „Sprache (verbales Register)“ (Arnold 2004:13) und „Bild (visuelles Register)“ (ebenda) unterschieden und in beiden Zeichensystemen in die Ebenen „denotiert“ und „konnotiert“ differenziert.

Das differenzierte Modell von Eco fasst Arnold wie folgt zusammen:

„Die verschiedenen Analyse-Ebenen des Bildes bei Eco sollten daher in der konnotierten Bild-Ebene von Barthes zusammengefasst werden. Diese Ebene würde das ganze rhetorische Inventar umfassen, also Figuren, Tropen und Schlussregeln. Diese wären zudem als Variablen zu begreifen, da sie nur fallweise auf den Plakaten vorhanden sind. Auf diese Weise wäre eine Überkomplexität in der Kategorisierung vermieden und das Problem der Trennschärfe vorerst behoben. Zudem würde damit bereits der nächste Analyseschritt vorbereiten, die die Konnotatoren in ihrer Gesamtheit betrachtet, um die Ideologie hinter der Rhetorik des Bildes zu erfassen (...).“ (Arnold 2004: 13)

Als weitere Forschungsaufgabe formuliert Arnold, „ein Inventar der politischen Semantik und Bildsymbolik anzulegen, gewissermaßen eine Topik der politischen Kultur der Schweiz“ (Arnold 2004:13).

Dieser Aspekt kann auf die gesamte Betrachtung der politischen Plakat-Kunst und damit auch auf die Detailanalyse von Plakaten des Pariser Mai 1968 angewendet werden.

Aus den Arbeiten von Arnold ergeben sich die folgenden Ansätze:

1. Das Analyse-Modell differenziert sowohl in der verbalen wie in der visuellen Sprache in die denotierten und konnotierten Botschaften.
2. Das verbale und das visuelle Register sind grundsätzlich gleichrangige Zeichensysteme.

38 Vergl. Eco (1972:272ff.).

3. Das zu entwickelnde Modell darf in seiner Wirkungs- und Erklärungskraft nicht durch eine zu stark ausgeprägte Komplexität der Einzelelemente und -kategorien beeinträchtigt werden.

2.2.7 Die Ansätze von Sascha Demarmels

In ihrem Buch „Ja. Nein. Schweiz. Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert“ widmet sich Demarmels wie Arnold der Analyse Schweizer Abstimmungsplakate. Als Zielsetzungen ihrer Arbeit formuliert sie:

„....:
medienlinguistische Einordnung des Plakates vor einem kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund
Systematisierung der Ausprägungen dieser Kommunikationsform unter multimodaler Perspektive
Verifizierung der aufgestellten Kriterien an Beispielanalysen
Auseinandersetzung mit den bislang unter sprachwissenschaftlichen Perspektiven noch nicht untersuchten Emotionalisierungsstrategien“ (Demarmels 2009:30)

Ihr Augenmerk richtet sie dabei auf die Emotionalisierungsstrategien, die sie als Basis der politischen Werbung sieht³⁹. Dem Bild kommt danach eine besondere Rolle zu:

„Das Bild ist ein wichtiger Bestandteil der Plakatbotschaft und muss bei einer Analyse unbedingt mitbedacht werden.“ (Demarmels 2009:30)

Im ersten Teil ihrer Arbeit behandelt Demarmels die theoretischen Voraussetzungen, gegliedert in den „Forschungsstand“, die „Kommunikationsform Plakat“ und das „Modell für Emotionalisierungsstrategien“⁴⁰.

Bezüglich der linguistischen Ansätze zur Plakat-Kunst liefert sie eine ergänzende Einschätzung zur aktuellen Forschungssituation dieses Themas und resümiert:

„Auch für sprachwissenschaftliche Untersuchungen hat das Plakat bisher keine große Rolle gespielt. Interesse wurde unter anderem gezeigt an den Bereichen ‚Sprache und Politik‘ (...) und Textlinguistik, wo in neuerer Zeit zu den klassischen Themen der Kohärenz/Kohäsion, Textfunktion und -sorte die Diskussion des Zusammenhangs von Text und Bild hinzugekommen ist.“ (Demarmels 2009:40/41)

Im Kapitel zum „Forschungsstand Sprache und Bild“ liefert Demarmels Hinweise auf notwendige interdisziplinäre Forschungsansätze⁴¹. In der engeren Beschreibung der sprachwissenschaftlichen

39 Vergl. Demarmels (2009:29).

40 Vergl. Demarmels (2009:7/8).

41 Vergl. Demarmels (2009:58ff.).

Ansätze differenziert sie zum einen in das „Text-Bild-Verhältnis“ und bezieht sich hier wie u. a. auch Arnold auf die Arbeiten von Barthes⁴² und Stöckl.

Die weiteren Zusammenfassungen widmen sich den Themen „Semiotik vs. Textlinguistik“, „Multimodalität“ und „Medienlinguistik“.

Ausgehend von einer Multimodalität des Plakats schlägt Demarmels die folgende terminologische Lösung vor:

„Für die vorliegende Arbeit wird mit der Unterscheidung von *verbalem Text* in Abgrenzung zu *visuellem Text* gearbeitet, wobei *Gesamttext* alle Komponenten oder Modalitäten miteinschließt, d. h. das Gesamtkommunikat bezeichnet. Der Begriff *Text* kann sich damit sowohl auf die verbale, wie auch auf die visuelle Ebene beziehen.“ (Demarmels 2009:64)⁴³

Bezüglich der Arbeiten von Stöckl schreibt sie:

„STÖCKL (2004) hat eine strukturierte Übersicht über das Verhältnis von Text und Bild im massenmedialen Kommunikat vorgelegt. Sie liefert ein Instrumentarium zur Typologisierung von Text-Bild-Verhältnissen und etabliert damit das Bild als Forschungsgegenstand der Textlinguistik.“ (Demarmels 2009:63)

Im Abschnitt „Kommunikationsform Plakat“ liefert Demarmels unter den Codierungsmöglichkeiten⁴⁴ eine hilfreiche Gliederung der grundlegenden Codes und ergänzenden Kriterien:

grundlegende Codes:	Bild
	Schrift
	Farbe
ergänzende Kriterien:	Format
	Großflächigkeit
	Typographie
	(formale) Bildbeschreibung
Text und Bild:	quantitative Verteilung
	Anordnung
	Text-Bild-Verhältnis
Textbausteine:	Schlagzeile
	Fließtext

42 Vergl. Demarmels (2009:62).

43 Hervorhebungen im Original.

44 Vergl. Demarmels (2009:77ff.).

Slogan

Bild

Intertextualität

Unter der Voraussetzung, dass wie bei den behandelten Schweizer Abstimmungsplakaten auch bei den politischen Plakaten des Pariser Mai 1968 die Emotionalisierung der Rezipienten neben anderen Faktoren wie zum Beispiel einer weitgehend sachlichen Information im Vordergrund steht, bietet sich die Übernahme des Begriffs „Emotionalisierungsstrategie“ von Demarmels an:

„Eine Emotionalisierungsstrategie ist der gezielte Einsatz von visuellen und/oder verbalsprachlichen Mitteln mit dem Ziel, bei den Rezipienten Emotionen auszulösen, welche eine weitere, bestimmte Handlung beziehungsweise Haltung gegenüber einem Gegenstand oder Sachverhalt nach sich ziehen soll.“ (Demarmels 2009:93/94)

Daraus ergeben sich als Basis weiterer Analyse-Instrumente bzw. -Ebenen die fünf von Demarmels identifizierten Ebenen⁴⁵:

- die semiotische Ebene
- die grammatikalische Ebene
- die semantische Ebene
- die pragmatische Ebene und
- die textlinguistische Ebene.

Auf der semiotischen Ebene arbeitet Demarmels mit den drei Zeichentypen „Ikon“, „Index“ und „Symbol“⁴⁶. Auf der grammatikalischen Ebene steht u. a. der ausgeprägte Nominalstil im Mittelpunkt. Die semantische Ebene zielt auf assoziative Freiräume:

„Assoziative Freiräume werden beispielsweise durch implizite Wortkombinationen geschaffen, das heißt, durch die Nennung eines bestimmten Wortes wird ein Wortfeld angedeutet, das nicht mehr genannt werden muss und dessen konkrete Ausmalung dem Rezipierenden überlassen bleibt.“ (Demarmels 2009:96)

Hinsichtlich der rhetorischen Stilmittel bezieht sich Demarmels auf Eco⁴⁷. Die pragmatische Ebene behandelt u. a. Sprachhandlungsmuster in der öffentlichen politischen Kommunikation⁴⁸. Auf der textlinguistischen Ebene lassen sich zentrale Bildfunktionen untersuchen⁴⁹.

45 Vergl. Demarmels (2009:94ff.).

46 Vergl. Demarmels (2009:94).

47 Vergl. Demarmels (2009:98).

48 Vergl. Demarmels (2009:99).

49 Vergl. Demarmels (2009:100/101).

Aus der Analyse ihres Korpus lassen sich insbesondere im Abschnitt „Text-Bild-Verknüpfung“⁵⁰ weitere Kriterien auf den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit übertragen. Diese sind:

- Bild-/Text-Dominanz
- Text-Bild-Abhängigkeiten wie kommentierend, selegierend und strukturierend⁵¹
- Verankerungs- und Relaisfunktion
- Symbolisierung, Assoziation, Konkretisierung
- Argumentation, Koreferenz, Objektbezug und verbale Verankerung.

Zusammenfassend bietet die Arbeit von Demarmels ein umfangreiches Repertoire an Kategorien, Instrumenten und Beschreibungen von Analyse-Ebenen.

Hervorzuheben sind an dieser Stelle alle Kriterien, die aus einer starken Nähe zum physischen Material des politischen Plakats abgeleitet sind, sowie die Differenzierung linguistischer Analyse-Ebenen.

2.2.8 Die Ansätze von Hartmut Stöckl

In seinem umfassenden und im Jahr 2004 erschienen Buch „Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache: Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text“ verfolgt Stöckl u. a. die „Absicht, Bilder als legitimes Untersuchungsobjekt in der Textlinguistik salonfähig zu machen und einem verbreiteten linguistischen Logozentrismus entgegenzuwirken.“ (Stöckl 2004:V)

Den „linguistischen Anspruch auf das Bild“ (Stöckl 2004:V) sieht er neben den Tatsachen, dass die Schrift eine sekundäre mediale Realisierung des Sprachsystems darstellt und Sprache selbst in vielen Teilen bildlich ist, vor allem durch folgenden Sachverhalt begründet:

„Zum einen hat die medientechnisch bedingte ‚Bilderflut‘, insbesondere in öffentlichkeitswirksamer Massenkommunikation, die semiotische Landschaft verändert. Texte sind heute überwiegend Konglomerate verschiedener Zeichensysteme. Der Gebrauch der Zeichenressource Sprache wird durch Bilder, Textgraphisches, Musik, Geräusche etc. ergänzt, geprägt und überformt. Schrift in der Fläche favorisiert das gedruckte Bild, wobei bereits der typographischen Gestaltung eines Textes, d. h. seiner gesamten textgraphischen Realisierung, ein starkes bildliches Moment zukommt. Den Sprachgebrauch in solchen bimodalen Texten adäquat zu studieren, bedeutet eine Hinwendung zum Bild, dessen Bedeutung in den Sinn des Gesamttextes eingreift und die Verwendungsweisen von Sprache (mit-)bestimmt. Prozesse der Textproduktion und Textrezeption wie auch des Wandels traditioneller und neu entstehender Textsorten können ohne eine systematische Aufarbeitung der Ressourcen und Regeln visueller Kommunikation kaum ‚gedacht‘ werden.“ (Stöckl 2004:V)

50 Vergl. Demarmels (2009:138/139).

51 Vergl. Demarmels (2009:139).

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem materiellen Bild muss nach Stöckl interdisziplinär erfolgen. Dabei verweist er unter anderem auf die Kunstwissenschaft, die Philosophie, die Informatik und die Anthropologie:

„Deren Erkenntnisse werden kaum außerhalb der disziplinären Grenzen rezipiert, stünden aber prinzipiell als Konstituenten einer Bildwissenschaft zur Verfügung. Zum anderen gibt es stärker miteinander verbundene Teildisziplinen, die eine mehr oder weniger einheitliche Sichtweise auf Bilder eint. Sie betrachten Bilder in erster Linie als Zeichenphänomene, die zur zielgerichteten, meist massenmedial vermittelten Kommunikation verwendet werden. In diesen engeren Kreis gehören z. B. die Semiotik, die Kommunikations- und Medienwissenschaften, die (Text-)Linguistik und die Kulturwissenschaften.“ (Stöckl 2004:11)

Für die Bildanalyse sieht Stöckl fünf wichtige Ansätze:

„Medienwissenschaften – Inhaltsanalyse
Bildsemiotik/Bildsemantik – Ikonographie
Sozialsemiotik
,Visual Culture'
Multimodalität – Design – Stil“ (ebenda)

In Bezug auf die Medienwissenschaften bemängelt er,

„dass die Inhaltsanalyse das Bild nur als darstellendes mediales Objekt betrachtet, Produktionsaspekte, eine Analyse kommunikativer Situationen und Modellierungen der Rezeption von Bildern aber völlig außer Acht lässt. Insofern fehlt der inhaltsanalytischen Sicht auf das Bild die Gesamtperspektive, die die Dynamik sozialer Praktiken des Produzierens und Rezipierens von Zeichen erfasst.“ (Stöckl 2004:13)

Bezüglich der Bildsemantik gibt Stöckl den Hinweis auf „bestimmte Darstellungskonventionen“ (Stöckl 2004:13), die neben dem Erfahrungswissen in der Erschließung von Denotationen unterstützend wirken. Das konnotative Bildverstehen wird nach Stöckl dadurch gewährleistet,

„dass bestimmte dargestellte Bildelemente erwartbare kulturelle Assoziationen aktivieren oder aber mit gewissen Darstellungstechniken (z. B. Perspektiven, Farben, Beleuchtungen, Bildkomposition) symbolische Bedeutungen verbunden werden (...).“ (Stöckl 2004:14)

Neben der Denotation und der Konnotation „als zwei Bedeutungsebenen des Bildes in der Semiotik“ (ebenda) benennt Stöckl eine dritte Bedeutungsschicht, die der assoziativen Bedeutungen:

„Zusätzlich zu diesen beiden Bedeutungsschichten kennt die Ikonographie eine dritte, den sogenannten ‚iconological symbolism‘. Hierunter versteht man assoziative Bedeutungen, die ein

Betrachter in der aktuellen Rezeption individuell konstruiert und die sich der Konvention und Normierung widersetzen.“ (Stöckl 2004:14)

Wichtig erscheint Stöckl nun die Kombination von Semiotik und Ikonographie:

„Die Dreiteilung von möglichen Bildbedeutungen in Denotation, Konnotation und Assoziation ist das Ergebnis einer Verschränkung semiotischer und ikonographischer Ansätze zur Bildsemantik. Für die Analyse visueller Kommunikation ist sie grundlegend, denn sie reflektiert Bildinhalt, Bildsymbolik und individuelle Bildassoziationen als Grundpfeiler jeder Bedeutungstheorie des Bildes.“ (Stöckl 2004:14)

Kritisch äußert er sich bezüglich der Arbeiten von Barthes hinsichtlich einer vermeintlich statischen Betrachtungsweise:

„Strukturalistische Semiotik a la Roland Barthes ist naturgemäß statisch – hier wird von einer festgelegten Bedeutung ausgegangen, die bei Kenntnis des Zeichensystems und seiner Konventionen vom Rezipienten ‚automatisch‘ verstanden wird.“ (Stöckl 2004:15)

In der Anknüpfung an Kress und van Leeuwen unterscheidet Stöckl in der sozialsemiotischen Sichtweise drei Ebenen:

- die Ebene der visuellen Sachverhaltsdarstellung,
- die Ebene der gestalterischen Mittel des Bildes und
- die Ebene der Prinzipien des Bildaufbaus und der Anordnung von Bildern⁵²

Zusammenfassend bewertet Stöckl die Sozialsemiotik als durchaus weiterführend:

„Insgesamt betrachtet ist die sozialsemiotische Sicht auf visuelle Kommunikation sehr hilfreich, weil sie die Analyse von Bildern systematisiert und im Sinne einer kritischen Diskursanalyse auch die Grundlage für eine Bildergebrauchskritik liefert.“ (Stöckl 2004:16)

Für wegweisend erachtet Stöckl die wissenschaftliche Auseinandersetzung unter multimodalen Aspekten: die „systematische Beschäftigung mit multimodaler Kommunikation“ (Stöckl 2004:18). Diese stellt sicher, auch die Interaktion von Bildern mit der Sprache als weiterem semiotischen System zu analysieren. Stöckl spricht davon, „dass Bilder häufig in komplexe Supertexte eingebunden sind“ (Stöckl 2004:13). Als zugehörig zum multimodalen Text sieht er auch den Designbegriff, „..., da hier das Gestalten als Nutzbarmachen von Zeichenressourcen – von Sprache

⁵² Vergl. Stöckl (2004:15).

über Bilder und Graphik hin zu Layout und Typographie – im Sinne eines komplexen funktionsorientierten Prozesses thematisiert wird“ (ebenda).

Als Vermittler zwischen Inhalt und Ausdrucksebene spielt nach Stöckl das Design eine zentrale Rolle in der Betrachtung der Multimodalität:

„V. a. im und durch das Design erfolgt die Verbindung verschiedener Zeichenmodalitäten.“ (Stöckl 2004:20)

In seinen weiteren Analysen zur multimodalen Kommunikation bezieht sich Stöckl auf die vier von Kress und van Leeuwen formulierten Grundpfeiler: 'discourse', 'design', 'production' und 'distribution'. Diese sieht er als „Phasen multimedialer Textproduktion und -interpretation“ (Stöckl 2004:19).

Die Arbeit von Stöckl erstreckt sich auf insgesamt drei grundlegende Fragestellungen, wobei die erste bezüglich der Typizität des materiellen Bildes und die dritte bezüglich der Verbindung von sprachlich verfassten und materiellen Bildern für das vorliegende Thema nicht relevant sind. Für diese Arbeit steht die Beantwortung der zweiten Frage im Mittelpunkt:

„Die zweite Frage wendet sich den generellen Bezügen von Bild und Sprache zu und modelliert Rezeptions- und Kognitionsaufgaben, die sich aus Sprache-Bild-Kombinationen ergeben (...).“ (Stöckl 2004:20)

Zu den „Leitlinien einer Theoretisierung des Bildes und einer Analyse visueller Kommunikation“ (Stöckl 2004:21) zählt, dass die Bildbedeutung u. a. vom Wissen des Rezipienten abhängig ist:

„Bildbedeutung ist prinzipiell auf drei Ebenen anzunehmen: auf denotativer, konnotativer und assoziativer. Sie ist abhängig vom Wissen des Rezipienten über die dargestellten Objekte, Sachverhalte oder Situationen sowie vom Wissen über Darstellungs- und Gestaltungskonventionen. Die Beurteilung von konkreten Bildbedeutungen auf allen drei Ebenen ist nur im Rückgriff auf Kommunikationssituationen, Text- bzw. Bildsorte, sowie Ko- und Kontext möglich. Sprache kommt als primäre Semantisierungshilfe in Betracht.“ (Stöckl 2004:21)

Im Weiteren ist davon auszugehen, dass visuelle Kommunikation „ein starkes Maß an Vagheit“ (ebenda) beinhaltet.

Bilder setzen den Rezipienten und den Produzenten in eine Relation, stellen etwas dar und wirken als ganzheitliche Komposition⁵³. Die Analyse visueller Kommunikation beinhaltet die Rahmenbedingungen wie Produktion und Entstehungsgeschichte sowie die Analyse aller konstituierenden Einzelelemente:

53 Vergl. Stöckl (2004:22).

„Eine Bildanalyse hat es mit sichtbaren, ganzheitlichen Gestalten zu tun, die zumeist Teil einer multimodalen Textstruktur sind. Untersuchungen des Designs und Stils solcher komplexen Texte verlangen die analytische Zerlegung der Ganzheit auf möglichst vielen Ebenen ohne die Gestalt aus dem Blick zu verlieren. Der Brücke zwischen Bild und Sprache gebührt dabei besondere Aufmerksamkeit, wie auch der Visualität der Schrift und der Organisation des Gesamttextes in der Fläche des Layout.“ (Stöckl 2004:22)

Die von Stöckl aufgestellten Leitlinien eignen sich in besonderer Weise zur Analyse der gewählten Plakat-Motive, weil sie sowohl von der ganzheitlichen Wirksamkeit des politischen Plakats als Super- oder Gesamttext ausgehen als auch die zentralen Prozesse der Produktion/Kodierung auf der Künstlerseite wie auch die Dekodierung und (Re-)Konstitution von Bedeutung auf der Empfängerseite in den Mittelpunkt stellen.

Grundsätzlich geht Stöckl davon aus, Bilder als Texte zu verstehen und zu behandeln:

„Bildern Textstatus zuzuerkennen trägt zum einen ihrer hohen strukturellen und semantischen Komplexität Rechnung und stellt sie damit – im metaphorischen Sinne einer ‚Bildsprache‘ – dem sprachlichen Text als oberste Stufe der Zeichenintegration an die Seite.“ (Stöckl 2004:96)

Die von ihm untersuchten Texte im Sinne einer bimodalen Gesamtheit aus visuellen und verbalen Texten⁵⁴ stammen aus den Bereichen illustrierter Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sowie Werbeanzeigen, sind also Bestandteile einer massenhaften Kommunikation. Ohne dass Stöckl in seiner Arbeit explizit auch das politische Plakat als Element der Massenkommunikation behandelt, ergeben sich sowohl aus der kommunikativen Gesamtsituation als auch aus einer oberflächlich betrachteten Gestaltung Ähnlichkeiten oder Identitäten, die den Versuch und die Sinnhaftigkeit der Übertragung nahelegen und rechtfertigen.

Das Verhältnis der beiden Zeichenkomplexe zueinander und in Bezug auf die bimodale Gesamtheit erscheint dabei komplex und bedarf einer exakten Analyse, die im Zentrum des dritten Teils dieser Arbeit steht. Stöckl schreibt zur Verknüpfung der beiden Teiltexzte:

„Herauszustreichen wäre, dass sowohl die visuellen als auch die verbalen Zeichenkomplexe als Texte an und für sich interpretiert werden können. In der Rezeption werden sie allerdings in unterschiedlichem Maße ineinander integriert und zu einem Gesamttext synthetisiert. Wichtig ist auch, dass die visuellen Texte Kotexte der verbalen sind und umgekehrt. Beide werden ihrerseits wieder vom Kontext des Supertexts beeinflusst.“ (Stöckl 2004:97)

In seiner Untersuchung von Bildern als Texten beleuchtet Stöckl zahlreiche Aspekte, die er „Textualitätskriterien“⁵⁵ nennt und die in die Entwicklung des Analyse-Modells dieser Arbeit

54 Vergl. Stöckl (2004:97).

55 Vergl. Stöckl (2004:100).

einfließen. Dazu zählen „bildliche Kohäsivität“, worunter er u. a. Farbkontinuität, Formähnlichkeit und Komplementarität sowie graphische Nähe und Verbundenheit⁵⁶ zählt, bildliche Kohärenz, Situationalität, Akzeptabilität, Informativität und Intertextualität. Auf die sich anschließende Erörterung von Merkmalen, die das Konzept der Textualität von Bildern ergänzen oder vertiefen, wird im Detail nicht eingegangen.

Zu den Aspekten mit hoher Relevanz zählt in diesem Zusammenhang die Kulturalität⁵⁷, weil hier im Gebrauch von Bildzeichen die „Konventionen der jeweiligen Kommunikationsgemeinschaft“ (ebenda) deutlich werden. Stöckl spricht hier u. a. auch von der

„professionellen, sozialen, ideologischen und mentalitätsbegründeten Zugehörigkeit von Textproduzenten und -rezipienten zu Kommunikationskulturen“ (Stöckl 2004:102),

einem Zusammenhang, der insbesondere für die Kommunikation von Protestbewegungen wie der des Pariser Mai 1968 gilt.

Weitere zentrale Merkmale sind die Medialität/Flächigkeit, die Gestalthaftigkeit/tendenzielle Simultaneität in der Rezeption⁵⁸ und der Bild-Welt-Abgleich⁵⁹.

Basierend auf den Ausführungen von Stöckl zu den „Grundlagen der Typisierung von Bildern“⁶⁰ und seinem „Konzept der Bildsorte“⁶¹ ergibt sich eine Reihe von Kategorien, die an dieser Stelle nur zusammenfassend referiert werden, um sie im folgenden Abschnitt ausführlich im Hinblick auf den Forschungsgegenstand zu interpretieren.

Zu diesen Kategorien gehören:

Abbildungspraktiken und kognitive Operationen: Fragen der Abbildungstechnik und der Darstellungspraktik sowie der individualisierenden und generalisierenden Bilder bilden hier besondere Teilaspekte.

Medial-technische Beschaffenheit und Funktionalität: Farb- und Formaspekte sowie Herstellungsaspekte, Funktionen bzw. Verwendungszwecke sind hier weitere Gesichtspunkte.

56 Vergl. Stöckl (2004:97).

57 Vergl. Stöckl (2004:101).

58 Hier verweist Stöckl auch auf die graphische Oberflächenerscheinung von verbalen Texten durch Layout und Design.

59 Vergl. Stöckl (2004:102/103).

60 Vergl. Stöckl (2004:115ff.).

61 Vergl. Stöckl (2004:122ff.).

Bildqualitäten: In diesen Komplex gehören auch Fragen nach dem Ort der Bildverwendung und der „Komplexität visueller Zeichenkonfigurationen in bildlichen Darstellungen“⁶², also Fragen nach dem Schwierigkeitsgrad des Lesens und Verstehens.

Prozesse des Sehens und Sichtbarkeit: Perspektive, Blickwinkel und Sichtweise stehen hier im Mittelpunkt.

Mediale Koppelung der Bilder im Gebrauch: Dies berührt u. a. mit der Bild-Sprache-Relation das zentrale Thema dieser Arbeit im Hinblick auch auf die Verankerung des Bildes im sprachlichen Umfeld.

Mentalität, Speicherung und Übertragungskanäle: Hier geht es u. a. um die Frage der jeweiligen technischen Möglichkeiten in der Produktion und Rezeption.

In seinem Modell der „Ebenen und Kriterien der Bildtypologisierungskompetenz“⁶³ führt Stöckl seine Überlegungen zusammen. Dabei wählt er die Darstellungsmöglichkeit auf den drei Ebenen:

„Textkonstitutive Faktoren“,
„Textverwendungsfaktoren“ und
„Textrezeptionsfaktoren“.

Diese Ebenen können unter dem prozessualen Aspekt von Texten als Produktion, Gebrauch und Rezeption beschrieben werden.

Unter linguistischem Gesichtspunkt schreibt Stöckl dazu:

„Linguistisch betrachtet hieße das, dass sich Ebene 1 mit syntaktischen und semantischen, d. h. Formaspekten des ‚Bilderkodes‘ beschäftigt. Ebene 2 thematisiert die pragmatische Funktionalität von Bildern. Ebene 3 schließlich fokussiert einige mentale Operationen, die Textrezipienten bei der perzeptiven und kognitiven Verarbeitung von Bildern in Gang setzen müssen.“ (Stöckl 2004:124)

Als Analyse-Raster seiner Untersuchungen von Werbebildern über Illustriertenbilder bis zur Karikatur nutzt Stöckl die Darstellung „Typologierungs-Merkmale ausgewählter Bildsorten“⁶⁴.

62 Vergl. Stöckl (2004:118).

63 Vergl. Stöckl (2004:124/125).

64 Vergl. Stöckl (2004:138ff.).

In einem ersten Schritt kann diese Struktur auch auf das politische Plakat übertragen werden. Während Stöckl hier jedoch folgerichtig aus seinem Ansatz das Sprache-Bild-Thema nur als „Kopplung mit anderen Zeichensystemen“⁶⁵ betrachtet und damit die Differenzierungen des verbalen Textes nicht umfassend Eingang in die Untersuchung finden, beschreibt der dritte Abschnitt des zweiten Kapitels in expliziter Beschränkung auf das politische Plakat in einem neuen Modell eine Darstellung der visuellen und verbalen Teiltexthe sowie des multimodalen Gesamttextes.

2.2.9 Die Ansätze von Ulla Fix und Barbara Sandig

Ausgehend von der Position, dass die heutige Gesellschaft und ihre Kommunikation in immer stärkerem Maße neben der Sprache durch das Bild geprägt sind, sieht es Ulla Fix als eine der Aufgaben der Linguistik an,

„... zu untersuchen, wie bildliche und sprachliche Zeichen zusammenwirken und ineinandergreifen und wie die Ergebnisse dieser Prozesse rezipiert werden.“ (Fix 2000:XIII)

Angesichts der Tatsache einer zunehmenden Verquickung von Sprachtexten und Bildtexten in den unterschiedlichsten Erscheinungsformen von Werbung hält sie den semiotischen Ansatz für besonders geeignet,

„..., macht er doch die simultane Betrachtung diskursiver und präsentativer Bedeutungsangebote möglich.“ (Fix 2000:XIII)

Unter dem diskursiven Bedeutungsangebot versteht sie Sprache, weil diese

„... zur Darstellung von gedanklichen Entwicklungen, zum Ausdruck von Argumentationen ...“ (Fix 2000:XII)

fähig ist und damit einem „zeitlichen Nacheinander“ (ebenda) folgt, während die Darstellungsweise als Bild ein präsentatives Bedeutungsangebot bildet, das nach ihrer Auffassung „... in einem simultanen Akt des Sehens ...“ (ebenda) ganzheitlich erfasst werden muss.

Die Existenz einer Grammatik von präsentativen Darstellungsweisen ist nach ihrer Auffassung strittig. Die in dieser Arbeit erfolgten Analysen der visuellen Zeichen in den Plakat-Motiven lassen durchaus auf eine gewisse Art von Linearität schließen. Diese Linearität wird im Prozess des

65 Vergl. Stöckl (2004:140/141).

Sehens nicht ganzheitlich und simultan im eigentlichen Sinne aufgenommen. Unabhängig vom Einstieg in das Lesen der visuellen Zeichen erfolgt dieses Lesen in einem, wenn auch extrem schnellen Nacheinander der Einzelwahrnehmungen.

In ihrem Aufsatz „Textmerkmale und Sprache-Bild-Texte“ gibt Barbara Sandig⁶⁶ einen Überblick über eine Reihe von Textmerkmalen, deren Nachweise in den Einzelanalysen dieser Arbeit erfolgen.

Neben der Kohäsion, die als „Mittel der Verflechtung der Textoberfläche“ (Sandig:7) zum Beispiel die räumliche Nähe von visuellen und verbalen Elementen in einem Motiv und die Realisierung der verbalen und visuellen Zeichen auf dem Papierbogen mit demselben Pinsel und derselben Farbe als Zeichen für Zusammengehörigkeit beschreibt⁶⁷, sind vor allem die „Situationalität“ und die „Materialität“ für die konkreten Analysen geeignet.

Sandig sieht Texte (im Sinne von Sprache-Bild-Texten) einerseits an Situationen gebunden:

„Sie werden in Situationen hergestellt und sie werden in Situationen rezipiert. Andererseits existieren sie gerade situationsentbunden (...): Sie können, wenn sie einmal auf einem Textträger (...) fixiert sind, in verschiedenste Situationen transportiert werden, auch in solche, für die sie nicht vorgesehen waren.“ (Sandig 2000:18).

In der Übertragung auf das politische Plakat bedeutet dies, dass das Plakat als „Textträger“ in sehr unterschiedlichen Situationen wie unmittelbar an der Hauswand im Straßenkampf, in einer Museumshalle oder als Beigabe zu einem Buch präsent sein kann und damit Teil von ebenfalls sehr unterschiedlichen Kommunikationssituationen ist.

Die „Materialität“ gliedert Sandig in eine Reihe von Teilmerkmalen. Dazu zählen vor dem Hintergrund politischer Plakat-Kunst u. a. „Begrenztheit“, „Haptische Qualität“, „Zweidimensionalität“, „Flächenhaftigkeit“, „Typografisches Bild“, „Mediale Bindung“ und „Textdesign“.

Insbesondere das Merkmal der „Begrenztheit“, das nach Sandig aber auch „Grade der Entgrenzung“ (Sandig 2000:19) beinhaltet, eröffnet für das politische Plakat einen interessanten Blickwinkel: Mit dem Aufkleben des politischen Plakats auf eine Wand löst sich die physische Begrenztheit des Plakats (die Fläche des Papiers, auf das das Motiv gedruckt wurde) tendenziell auf, weil es in die weitaus größere Fläche der Wand aufgenommen und integriert wird. In diesem Prozess wandelt sich im Übrigen auch der Charakter des Textträgers für diesen Sprache-Bild-Text, weil nun die Wand und damit letztlich das gesamte Gebäude Träger für die Botschaft des Plakats ist.

66 Vergl. Sandig (2000:4).

67 Vergl. hierzu beispielhaft die Plakat-Motive Nr. 3 und 4 in dieser Arbeit.

2.3 Analyse-Modell zur Bedeutungskonstitution

Im Zentrum dieses Abschnitts steht die Herleitung und Darstellung des Analyse-Modells zur Bewertung des bimodalen Gesamttextes „Politisches Plakat“, das im dritten Kapitel dieser Arbeit auf die getroffene Auswahl von Darstellungen des Themas „Fabrik“ in den politischen Plakaten des Pariser Mai 1968 Anwendung findet.

Als Grundvoraussetzung in dieser Betrachtung gilt, dass sich das politische Plakat als eine spezifische Gesamttext-Gattung aus jeweils einem visuellen und einem verbalen Zeichensystem konstituiert.

Im Sinne eines interdisziplinären Ansatzes stehen kommunikationstheoretische, linguistische und bildtheoretische Überlegungen im Mittelpunkt. Da es sich bei den später zu analysierenden Objekten um Elemente politischer Massenkommunikation handelt, spielen soziologische und politologische Aspekte ebenfalls eine wichtige Rolle.

Den Ausgangspunkt der Überlegungen bildet das politische Plakat als physisches materielles Objekt in einer wahrnehmbaren Realität. An dieser Stelle ist bereits eine notwendige Einschränkung zu setzen: Die ausgewählten Plakat-Motive sind aktuell in der umgebenden Wirklichkeit nicht wahrnehmbar.

In der weiteren Differenzierung gilt auch diese Aussage nur eingeschränkt: Sehr wohl ist es möglich, als Rezipient politische Plakate des Pariser Mai 1968 auch im strengen physischen Sinn wahrzunehmen, allerdings in der Regel nur in einem musealen und damit konservierenden Umfeld, das naturgemäß nur bedingt Teil der gesellschaftlichen Öffentlichkeit ist. Die Präsentation dieser Plakate in einem Museum führt zu einem radikal veränderten Umfeld im Vergleich zur ursprünglich, von heute betrachtet, historischen Sichtbarkeit auf den Straßen und Plätzen von Paris, die gleichzeitig die Orte gesellschaftlicher Veränderungsprozesse waren.

2.3.1 Externe Konstituierungsfaktoren

Diese Gedanken führen zu einer Reihe von Analyse-Maßgaben, die am Ende in einer systematischen Zuordnung in das Analyse-Modell einfließen:

Die Maßgabe 1 lautet:

Das politische Plakat in seiner physischen Dimension stellt sich in der Untersuchungssituation, sofern es sich nicht um aktuell in der Realität auffindbare Plakate handelt, ausschließlich in einem artifiziellen und soziologisch-politisch sterilen Umfeld dar (zumindest im Abgleich mit der gesellschaftlichen Öffentlichkeit). Für die Analyse bedarf es einer möglichst umfassenden, exakten

und multidimensionalen Rekonstruktion des gesellschaftlichen Kontextes. Dies gilt unter der grundsätzlichen Voraussetzung, dass es sich beim politischen Plakat um ein auf die Gesellschaft im weitesten Sinne abzielendes und damit stark intentionales Medium handelt.

Um dem ursprünglich konkreten gesellschaftlichen Bezug des politischen Plakats gerecht zu werden, bedarf es im Analyse-Prozess eines hohen Maßes an Empathie und des Bestrebens, nur diejenigen Erkenntnisse anzuwenden, von denen aktuell ein hoher Grad an intersubjektiver Nachvollziehbarkeit zu erwarten ist. Die Möglichkeit der Nachvollziehbarkeit unterliegt dabei einer nicht weiter begründbaren subjektiven Einschätzung des Autors.

Die Maßgabe 2 lautet:

Maßstab für die Richtigkeit aller Aussagen zur ursprünglichen historischen Gesamtsituation ist letztlich die intersubjektive Nachvollziehbarkeit. Für die konkreten Analyse-Ergebnisse sind hierzu Aussagen zu formulieren.

In der Weise, in der das politische Plakat im physischen Sinne Teil der historischen Realität war, ist auch die Botschaft des Plakats Teil dieser Realität gewesen. Plakat und Realität stehen dabei in einer komplexen Wechselbeziehung, was an späterer Stelle ansatzweise, soweit es für die Bild-Sprache-Korrelation relevant ist, zu analysieren ist.

Wenn man der naheliegenden Auffassung folgt, dass das politische Plakat im Sinne einer visuell-verbal aufbereiteten Botschaft einer zielgerichteten Kommunikation vom Sender zum Empfänger dient, so sind für die Analyse die beiden Seiten der Produktion und der Rezeption näher zu betrachten. Da es sich letztlich bei der Herstellung des Plakats um die Herstellung durch einen konkreten Menschen handelt, spielt dieser Prozess eine besondere Rolle.

Die Maßgabe 3 lautet:

Der Produzent des Plakats und der Rezipient der Plakat-Botschaft sind im historischen Kontext die Akteure in einem politischen Kommunikationsprozess. Das Modell steht vor der Aufgabe, diese Rollen bzw. Funktionen im Hinblick auf die Konstitution von Bedeutung zu untersuchen.

Auffällig ist an dieser Stelle, wie in der politischen Kommunikation mit Hilfe des Plakats als Medium die physische Präsenz des Plakats auf dem Weg vom Hersteller zum Konsumenten im Hinblick auf die Besitzeigenschaft vollständig an Bedeutung verliert: Der Produzent stellt das Plakat als das von ihm hergestellte Produkt her, und es ist eine Art medialer Träger der Botschaft. Auf der Seite des Rezipienten spielt der Besitz des konkreten Plakats keinerlei Rolle, es bleibt nur die Botschaft als ideeller Teil. Das physische Plakat ist (in vielfach illegaler Weise) Teil fremden privaten oder öffentlichen Eigentums.

Wenn das Plakat, der Hersteller und der Rezipient Teile des konkreten gesellschaftlichen Umfeldes sind, so meint dies im ersten Schritt ihre faktische Präsenz. Bezüglich der Wahrnehmung dieses Umfeldes kommt jedoch den Vorstellungen davon eine zentrale Funktion zu.

Die Maßgabe 4 lautet:

Der Prozess der Kommunikation mit Hilfe des politischen Plakats bedarf eines konventionalisierten Systems an Vorstellungen, Bildern, Aussagen, Zeichen usw., die alle letztlich auf der Ebene des Individuums in unterschiedlicher Auswahl und Ausprägung das Bild der Realität konstituieren. Neben diesem gesamtgesellschaftlich konventionalisierten System spielen in einem weiteren Differenzierungsschritt die ideologischen, politischen und sozialen Determinanten der zu definierenden Kernzielgruppe (als erste Annäherung möge hier die Bezeichnung „Protestbewegung“ dienen) die zentrale Rolle.

Die Maßgaben 1 bis 4 bilden die zentralen Aspekte des ersten Analyse-Teils. Dieser erste Teil stellt die „Struktur der externen Konstituierungsfaktoren“ und damit auch die Beschreibung des gesellschaftlichen Kontextes dar.

Im Weiteren folgen im Prozess der weiteren Konkretisierung die elementaren Konstituierungsschritte der Plakat-Botschaft und ihres Verständnisses als „Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren“.

Im Anschluss daran ergibt sich aus der Integration aller Maßgaben in eine Gesamtstruktur das umfassende Analyse-Modell.

Tabelle 1. Struktur der externen Konstituierungsfaktoren

<p><u>physische Präsenz des Plakats:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• ursprüngliche Verortung (Plakat als Element der wahrgenommenen Realität)• aktuelle Verortung und Kontext• Wiedergabe-/Abbildungsorte <p><u>retrospektive Kontext-Rekonstruktion:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• „Befindlichkeit“ der Gesellschaft• politisch-soziales Bezugssystem• Produzent: Position, Funktion, Selbstverständnis, Intention• Rezipient: Zielgruppendefinitionen <p><u>visuelle und verbale „Welten“:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• konventionalisierte Zeichenvorräte (globale Signifikate, Kollektiv-Symbolik)• Darstellungskonventionen• „Vorprägung“ des Rezipienten: anthropologisches Wissen individuelles Vorwissen tagesaktuelles Detailwissen Kenntnis von Zeichensystemen und Zeichen Grundmuster aus der Mediensozialisation <p><u>Voraussetzungen für die intersubjektive Nachvollziehbarkeit:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Bewertung aus aktueller Sicht
--

2.3.2 Immanente Konstituierungsfaktoren

Die Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren basiert auf den reflektierten Überlegungen und Modellen, die unter anderem von Barthes, Eco und Stöckl entwickelt und zum Beispiel von Demarmels und Arnold angewandt wurden. Sie geht jedoch in der horizontalen und vertikalen Darstellung über die zum einen sehr einfachen Schemata und die zum anderen extrem komplexen Detailanalyse-Kriterien hinaus, indem sie sich auf die beiden Zeichensysteme und als zentralen dritten Bereich auf die Assoziationen und Vernetzungsebenen fokussiert.

Die folgenden Erläuterungen mögen die Lesbarkeit und das Verständnis der Übersicht⁶⁸ erleichtern: In der vertikalen Leserichtung von unten nach oben liefert diese Struktur die einzelnen Entwicklungsphasen von Bedeutungsbausteinen und damit gleichzeitig den Kodierungsprozess von intendierten Einzelbotschaften.

Neben diesem Produktionsprozess ermöglicht die entgegengesetzte Leserichtung von oben nach unten ebenso die Beschreibung des Rezeptionsprozesses, der auf Grund der zuvor stattgefundenen Kodierung gleichzeitig einen Dekodierungsprozess darstellt.

Entscheidend ist in jedem Fall der zentral angesiedelte Bereich, der analog zu Stöckl als „Interface-Bereich“ bezeichnet wird. Hier entwickelt sich die gegenseitige Verstärkung der verwendeten Zeichensysteme. Diese Verstärkung und Vernetzung erfolgt je nach untersuchtem Motiv in sehr einfacher oder auch komplexerer Weise, abhängig vom Umfang, mit dem die beiden Zeichensysteme auf der Oberfläche des Plakats und in der Wahrnehmung des Betrachters miteinander kommunizieren.

Die drei Bereiche „Visuelles Zeichensystem“, „Interface“ und „Verbales Zeichensystem“ sind in die Ebenen der Denotation und der Konnotation differenziert. Im jeweils oberen Bereich sind die Kristallisationspunkte für die bildliche Kernidee, die verbale Kernaussage und letztlich die Botschaft des Gesamtkommunikats positioniert.

Oberhalb dieser drei Bereiche zeigt die Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren den Bereich der letztendlichen Bedeutungsentstehung, die als individuelle Konstitution stattfindet, neben der Wahrnehmung und dem Verstehen der Gesamtbotschaft jedoch permanent auch die Einflüsse der Vorprägung, des Vorwissens sowie der individuell und aktuell ausgewählten Lesart bzw. Wahrnehmungsweise reflektiert.

Die Analyse und Interpretation der im Plakat erkannten rhetorischen Figuren wird von den oben genannten Autoren in unterschiedlicher Intensität und Differenzierung betrieben. Grundsätzlich

68 Vergl. S. 61.

erscheint ein hoher Komplexitätsgrad⁶⁹ in der Anwendung auf das Korpus als unangemessen. Statt im Analyseprozess zahlreiche, komplexe und zum Teil widersprüchliche Instrumente auf einen in der Verwendung der beiden Zeichensysteme und -vorräte eher reduzierten Untersuchungsgegenstand anzuwenden, erscheint es sinnvoller, umgekehrt vom Objekt ausgehend auf die adäquaten Instrumente zu schließen und damit ein hohes Maß an analytischer Transparenz und Übersichtlichkeit sicherzustellen.

Wie die Analysen des Korpus im Fortgang dieser Arbeit zeigen, unterstützt die eher überschaubare Bereitstellung von Instrumenten den Prozess, zentrale Vernetzungen und Kernbotschaften zu identifizieren. Abhängig vom Untersuchungsgegenstand bei der Übertragung des Analyse-Modells auf komplexere Bild-Sprache-Bezüge lässt das Modell notwendig erscheinende zusätzliche Differenzierungen zu, ohne an Aussagekraft und Effizienz einzubüßen.

69 Vergl. die differenzierte Darstellung der Figurenlehre von Arnold (2004:46ff.).

Tabelle 2. Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren

<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> individuelle Konstitution von Bedeutung „Vorprägung“, Vorwissen und individuelle Festlegung der Lesart/Wahrnehmungsweise/ Assoziationen Bedeutungsüberschuss </div>		Aktion Desinteresse
(Leserichtung >>>)		
„Kernidee“ als Ergebnis der Reduktion: konnotative Bildbotschaft („symbolisch“) (Kollektiv-Symbolik) Kohärenz Rhetorik der Bilder	Botschaft des Gesamtkommunikats konnotatives Interface (nicht sichtbare Verknüpfungen) Aufgabenverteilung visuell-verbal Beschreibung der semantischen Verkopplung und syntaktisch-textstrukturelle Aspekte (räumlich und gegenseitig verweisend, visuell-verbale Rhetorik) Verteilung von Information	„Kernaussage“ als Ergebnis der Reduktion: konnotative Sprachbotschaft (Kollektiv-Symbolik) Kohärenz rhetorische Textinterpretation
(Leserichtung >>>)	denotative Bildbotschaft („buchstäblich“) (kollektiver Zeichenvorrat) Kohäsion Bildelemente/Bildaufbau visuelles Zeichensystem BILD	denotatives Interface (sichtbare Verknüpfungen) Trennung/Integration von Bild und Sprache Verteilung von Bild und Sprache (räumlich-syntaktisch) Interface-Bereich/(assoziative) Verknüpfungen verbales Zeichensystem SPRACHE

2.3.3 Vereinfachte Gesamtdarstellung des Analyse-Modells

Die Gesamtdarstellung des Analyse-Modells (im Weiteren nur als „Modell“ bezeichnet) führt in einer vereinfachten Darstellung die Strukturen der externen und immanenten Konstituierungsfaktoren zusammen.

Den äußeren Rahmen bilden die Bereiche der aktuellen und der historischen Realität. Unter aktueller Realität wird diejenige Wirklichkeit verstanden, in der beispielsweise die vorliegende Arbeit entstanden ist. Diese Realität bildet letztlich den interpretatorischen Rahmen und Bezug für alle Aussagen bezüglich des Untersuchungsgegenstandes. Im oberen Darstellungsbereich dieser aktuellen Realität befindet sich ein Teil des Bereichs „Plakat“, der jedoch zum größeren Teil in die historische Realität hineinragt. Diese Darstellung drückt aus, dass das Plakat Teil der aktuellen Realität ist (also zum Beispiel in einem Museum oder, dokumentiert in der Literatur, betrachtet werden kann), die eigentliche Verortung jedoch in der historischen Realität liegt. Die historische Realität stellt die konkrete Situation dar, in der das Plakat an seinen eigentlichen Wirkungsstätten zu finden war, Teil der historischen Wirklichkeit und der Teil der realen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen war, die von heute aus nur in Ansätzen beschrieben und rekonstruiert werden können (siehe den nach links zeigenden Pfeil der „historischen Rekonstruktion/intersubjektiven Nachvollziehbarkeit“ als Verbindung der beiden Realitäten).

Im Zentrum der Modell-Abbildung befindet sich die Darstellung der immanenten Faktoren in der vereinfachenden Darstellung der visuellen und verbalen Zeichensysteme und des sie verbindenden Interface-Bereichs.

Das Bild zeigt drei „Akteure“: den Produzenten des Plakats und den Rezipienten im Bereich der historischen Realität sowie den Wissenschaftler im Bereich der aktuellen Realität. Für alle drei gilt, dass ihre Wahrnehmungen und Handlungen auf der Basis einer individuellen „Vorprägung“ geschehen. Hinter dem Begriff der Vorprägung stehen unter anderem individuelle Einstellungen, gelernte und verfügbare Wahrnehmungsweisen und zum Beispiel auch verinnerlichte Grundmuster der Mediensozialisation⁷⁰. Die individuelle Vorprägung ist auch ein Resultat des abstrakten gesamtgesellschaftlichen Kontextes, den der Begriff der „gesellschaftlichen Befindlichkeit“ beschreibt.

In der Analyse des Forschungsgegenstandes bedarf es des Versuchs, die Vorprägungen und die gesellschaftliche Befindlichkeit der historischen Realität zumindest in ihren Grundzügen zu beschreiben sowie gleichzeitig auch die eigenen Vorprägungen als Wissenschaftler zu reflektieren.

Die einzelnen Ebenen in der Darstellung der „Befindlichkeit der Gesellschaft“ in beiden Realitäten (links und rechts außen sichtbar) finden mit den „konventionalisierten Zeichensystemen“

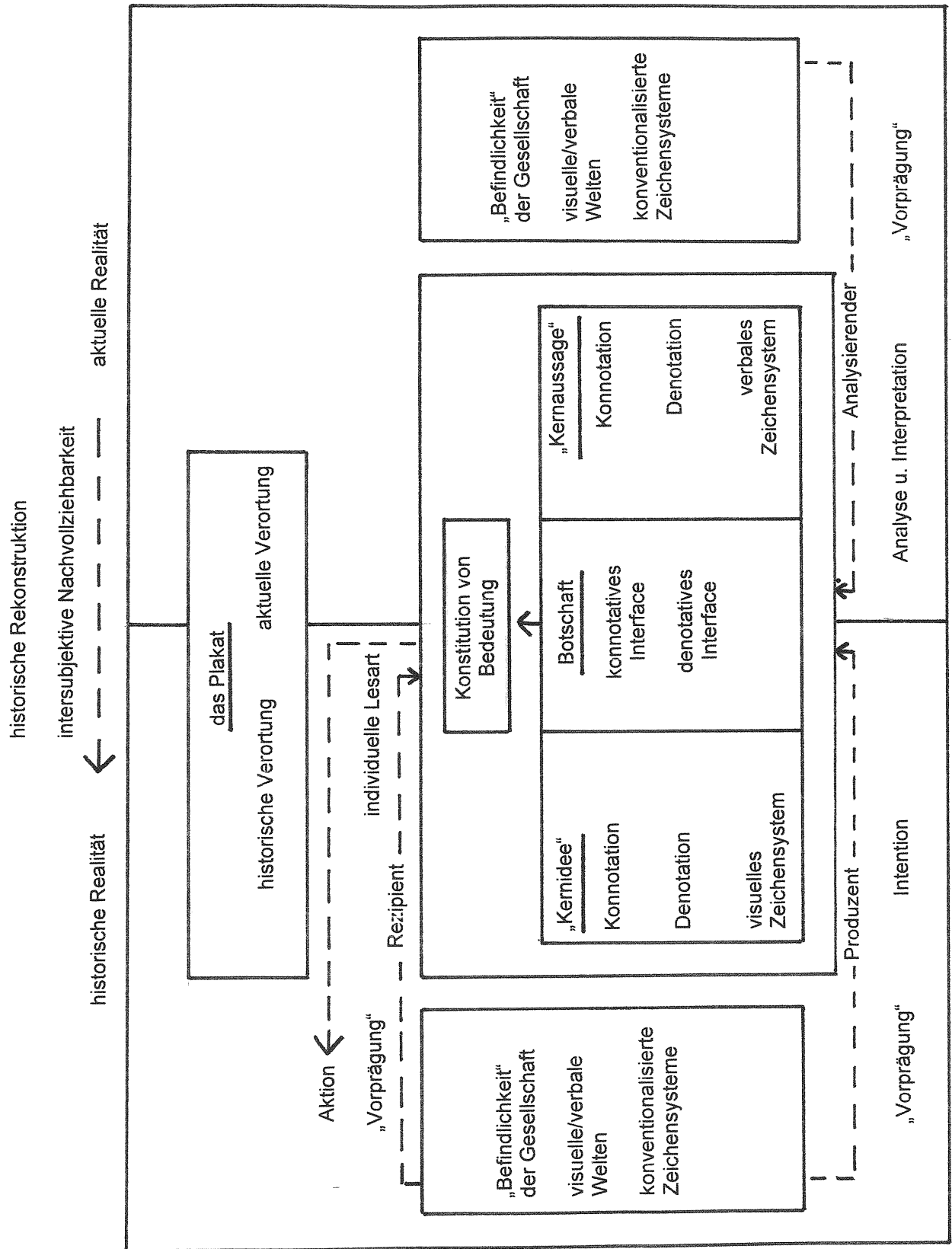
⁷⁰ Vergl. Stöckl (2004:253/254).

und den „visuell/verbalen Welten“ ihre Entsprechungen auf den Ebenen der Denotation und der Konnotation in den Darstellungen des visuellen und verbalen Zeichensystems. Die Darstellungen auf jeweils identischer Ebene dokumentieren den Zusammenhang zwischen den in der Plakat-Konstituierung verwendeten Zeichen und dem gesellschaftlich jeweils verfügbaren Zeichenvorrat, der gesamtgesellschaftlich oder auch nur in bestimmten Zielgruppen in richtiger Weise verstanden wird.

Im Weiteren zeigt das Modell auch die Relation zwischen dem Produzenten und dem Rezipienten des Plakats, also die Relation zwischen der Intention seitens des Künstlers oder seines Auftraggebers und der Aktion des Rezipienten auf Grund der verstandenen Plakat-Botschaft. Aktion kann in diesem Zusammenhang tatsächliche Aktion des Rezipienten sein (also zum Beispiel die Teilnahme an einer Demonstration oder einer Besetzung) oder auch weitere Passivität, wenn die Botschaft nicht als Handlungsaufforderung verstanden wurde oder die Umsetzung von Handlungen aus unterschiedlichen Gründen nicht möglich oder nicht gewollt war.

In der gesamthaften Darstellung zeigt das Modell umfassend den Kontext, der vom analytischen Ansatz her Beachtung finden muss. Allerdings ist nicht in jedem Fall einer Plakat-Analyse davon auszugehen, dass alle Kriterien und Faktoren jeweils auch in gleicher inhaltlicher Tiefe Anwendung finden (können).

Tabelle 3. Vereinfachte Darstellung des Gesamtmodells



2.4 Zusammenfassung

Das zweite Kapitel unter der Überschrift „Die Plakat-Kunst als Mittel der politischen Kommunikation“ referiert, beginnend mit den Analyse-Modellen von Roland Barthes bis hin zu den Arbeiten von Hartmut Stöckl, die zentralen theoretischen Ansätze, die sich den Zusammenhängen von Bild und Sprache in einem Gesamtkommunikat widmen. Weitgehend beziehen sich die vorgestellten Theorien auf Objekte der kommerziellen Werbung bzw. auf Objekte der medialen Berichterstattung. Grundsätzlich ist jedoch eine Übertragung auf Medien der politischen Kommunikation naheliegend, weil kommerzielle und politische Werbung gleichermaßen auf den Grundstrukturen einer massenmedialen Kommunikation beruhen.

Entscheidend für das Thema dieser Arbeit ist die wissenschaftliche Ausgangsposition, nach der es sich bei der Botschaft eines Bild-Sprache-Gesamtkommunikats um die vielschichtige Kopplung zweier autonomer und gleichrangiger Zeichensysteme handelt: dem visuellen und dem verbalen Zeichensystem. Beide Systeme erzeugen in der Bild-Sprache-Kombination übersummativische Wirkungen, die es anhand der gewählten Plakat-Motive zu analysieren gilt.

Mit der Differenzierung in äußere Rahmenbedingungen, die externen Konstituierungsfaktoren, und die dem Plakat als künstlerischem Produkt immanenten Konstituierungsfaktoren gelingt es, das Objekt in umfassender Weise in einen Kontext zu stellen, der sowohl die Produktion als auch die Rezeption als zwei Seiten des Kodierungs-/Dekodierungsprozesses in den Mittelpunkt rückt.

Dabei lenkt das entwickelte Analyse-Modell den Blick auch auf die Rolle des Analysierenden, der sich aktuell aus einem allein aufgrund historischer Entwicklungen in aller Regel veränderten individuellen und gesellschaftlichen Kontext dem Objekt der wissenschaftlichen Beschäftigung nähert.

3 Bild-Sprache-Korrelation im Pariser Mai 1968

Nach der im zweiten Kapitel dieser Arbeit erfolgten Herleitung und umfassenden Beschreibung des geeigneten Analyse-Modells zur interdisziplinär angelegten Auseinandersetzung mit politischen Plakaten widmet sich das dritte Kapitel der konkreten Betrachtung ausgewählter Motive politischer Plakate des Pariser Mai 1968 unter den Gesichtspunkten der externen und immanenten Konstituierungsfaktoren sowie der Anwendung des Gesamtmodells auf den Untersuchungsgegenstand. Diese Analyse dient dem Ziel, die zentrale Arbeitshypothese dieser Arbeit zu belegen und die Aussage zur besonderen ästhetischen Qualität dieser Plakat-Kunst zu beweisen.

Die Abschnitte 1 bis 3 dieses Kapitels beschäftigen sich mit den externen Konstituierungsfaktoren. Dazu zählen die Beschreibungen einer Chronologie der Ereignisse des Pariser Mai 1968, die Beschreibungen des gesamtgesellschaftlichen Umfeldes mit der Schwerpunktsetzung auf die politischen Auseinandersetzungen und die künstlerisch-ästhetischen Rahmenbedingungen sowie die Darstellungen der konkreten Produktionsumstände von den Orten der Produktion über die künstlerischen Akteure und ihre Entscheidungsprozesse bis zu den materiellen Bedingungen der Produktion und letztlich der Distributionsprozesse.

Der vierte Abschnitt beschreibt das exakte Korpus dieser Arbeit.

Im fünften Abschnitt, dem zentralen Abschnitt des dritten Kapitels der Arbeit, erfolgt die detaillierte Analyse der ausgewählten 20 Plakat-Motive zur „Fabrik“-Thematik auf der Basis des Analyse-Modells. Hierbei sind insbesondere die Betrachtungen der beiden verwendeten Zeichensysteme, des Bildes und der Sprache, und des so genannten Interface-Bereiches zu Grunde gelegt.

Der sechste und abschließende Abschnitt stellt die zusammenfassende Herausarbeitung der Merkmale dieser spezifischen Ästhetik der untersuchten Plakate des Pariser Mai 1968 und ihrer bis heute anhaltenden Faszinationskraft in der politischen Kommunikation in den Mittelpunkt.

3.1 Chronologie des Pariser Mai 1968

Die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 hat ihren Bezug in einem konkreten historischen Zeitrahmen. Die Heranziehung des Kalendermonats Mai liegt nahe, wäre jedoch angesichts der politisch-sozialen Entwicklungen im Frühjahr des Jahres 1968 zu kurz gegriffen und würde das Ende sowohl dieser künstlerischen Produktionsphase als auch der tatsächlichen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen nicht ausreichend würdigen.

Der 22. März 1968 gilt als ein zentrales Datum in den Auseinandersetzungen jenes Jahres⁷¹. Dabei liegt der eigentliche Beginn schon ziemlich genau ein Jahr zuvor, am 21. März 1967. So schreibt Ingrid Gilcher-Holtey:

„Die Kette der Protestaktionen beginnt am 21. März 1967. An diesem Tag wird im Verlauf einer ‚Kampagne der sexuellen Information und Aufklärung‘, in der unter anderem Thesen von Wilhelm Reich vorgestellt werden, das Studentenwohnheim von Nanterre besetzt. Die Träger der Aktion sind Mitglieder der Vereinigung der Wohnheimbewohner ARCUN (Association des résidents de la cité universitaire de Nanterre), zu der sich bereits 1966 rund 500 der 1200 Wohnheimbewohner zusammengeschlossen haben.“ (Gilcher-Holtey 1995:118)

Die Auseinandersetzungen im Jahr 1968 stehen im engen Zusammenhang mit dem Vietnamkrieg und dem internationalen Vietnam-Tag am 21. Februar:

„Am 16. und 17. März, fünf Tage nach Beginn einer neuen militärischen Operation im Gebiet von Saigon, die *Le Monde* als bis dahin größten amerikanischen Militäreinsatz in Vietnam beschreibt, detonieren drei Plastikbomben in Paris vor der Chase Manhattan Bank (Rue Cambon), der Bank of America (Place Vendôme) und vor der Bank der amerikanischen Fluggesellschaft TWA (Rue Scribe). Am 21. März, gegen 19.30 Uhr, erscheinen etwa 200 zumeist jugendliche Demonstranten vor der Niederlassung von American Express (Rue Scribe). Einige von ihnen tragen Fahnen der vietnamesischen Freiheitsbewegung (FNL) in der Hand, Die Aktion dauert nur wenige Minuten, doch *Le Monde* berichtet am nächsten Tag darüber. Hier kann man auch lesen, dass ein Demonstrant auf der Stelle festgenommen wurde. Es ist ein Student aus Nanterre.

Seine Festnahme löste eine Welle der Solidarisierung in Nanterre aus, die eine für den weiteren Fortgang der Entwicklung entscheidende Veränderung brachte. Vertreter der bisher getrennt agitierenden und agierenden Gruppen – Anarchisten, Troztkisten, Maoisten – sowie Unabhängige vereinigten sich. Dadurch entstand eine neue studentische Gruppierung, die fortan die Führung der Protestaktion in Nanterre übernahm. ... Von dem neuen Aktionsbündnis, das sich ‚Bewegung des 22. März‘ nannte, wurde eine Gruppe nicht erfasst, die in der Selbst- und Fremdwahrnehmung durch ihre Aktionen den internen Mobilisierungsprozess in Nanterre entscheidend gefördert hatte: die Enragés. Von Teilen der Presse sowie von Regierungs- und Parteivertretern wurden bald alle revoltierenden Studenten als Enragés bezeichnet, doch deckte diese Etikettierung die strategischen und ideologischen Differenzen zwischen den Gruppen zu.“ (Gilcher-Holtey 1995:135)⁷²

Als Ende des Pariser Mai 1968 gilt auf der politischen Ebene der 30. Mai mit der Erklärung des Staatspräsidenten De Gaulle zur Auflösung der französischen Nationalversammlung und der Ausschreibung von Parlamentsneuwahlen.

Für die Beschreibung der politischen Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 sind beide Daten nicht angemessen. Da diese Plakate zum ganz überwiegenden Teil an der ENSBA geschaffen wurden,

71 Nach diesem Tag benennt sich die „Bewegung des 22. März“. Vergl. Gilcher-Holtey (1995:135).

72 Hervorhebungen im Original.

geht diese Arbeit fast deckungsgleich mit dem gewählten Zeitraum von Michel Wlassikoff in seinem Buch „Mai 68 – L'affiche en heritage“⁷³ vom Zeitraum 13. Mai bis 27. Juni 1968 aus.

Am Montag, 13. Mai 1968, wurden Streik und Besetzung der ENSBA beschlossen, am Donnerstag, 27. Juni 1968, wird das „Atelier Populaire“ von der Polizei in den Morgenstunden geräumt. Die Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 bezieht sich also in einem engen Verständnis auf einen Produktionszeitraum von 46 Tagen von der ersten bis zur letzten Motiv-Produktion.

Die in diesem Abschnitt folgende Darstellung skizziert die für den Kontext dieser Arbeit relevanten historischen Daten und Ereignisse und liefert damit gleichzeitig den Referenzrahmen dieser spezifischen künstlerischen Produktion.

3.1.1 Politische Protestbewegung als Kennzeichen der 1960er-Jahre

Die 1960er Jahre gelten in der historischen Rückschau als Jahre des Protestes und des gesellschaftlichen Aufbruchs in vielen Staaten insbesondere der westlichen Welt, aber auch zunehmend in den Staaten des Ostblocks wie zum Beispiel in der damaligen ČSSR oder in Polen. Zentrale Auslöser vieler dieser Protestbewegungen waren der Vietnamkrieg der USA, Befreiungskriege in Afrika, Unzufriedenheit mit Schul- und Ausbildungssituationen, sexuelle Befreiungsbewegungen, die Frauenbewegung oder auch kritische Analysen der jüngeren historischen Vergangenheit, vornehmlich des Zweiten Weltkrieges.

Gilcher-Holthey beschreibt in ihrem Buch „Die Phantasie an die Macht“ in Bezug auf die Ausgangssituation Frankreichs als Bezugsrahmen der vorliegenden Arbeit den Stellenwert des Pariser Mai 1968:

„Die Ereignisse des Mai 68 in Frankreich sind Teil einer Welle von Protesten, von denen im Jahr 1968 nahezu alle westlichen Industrieländer erfasst wurden. Nicht nur in Frankreich, sondern auch in den Vereinigten Staaten und der Bundesrepublik kam es im Jahre 1968 zur größten Protestmobilisierung in der Geschichte der Nachkriegszeit. Zwar weisen die Bewegungen eine je eigene Selbstwahrnehmung und Selbstkonstitution auf, aber ihre Wertbezüge, Aktionsformen, Mobilisierungsstrategien und Erfolge zeigen Gemeinsamkeiten, die jenseits nationaler Besonderheiten allgemeine Eigenschaften der Bewegung deutlich werden lassen. Überall forderten die Proteste die Institutionenordnung der westlichen Demokratien unter Berufung auf deren Leitwerte heraus, stellten sie das Repräsentationsmonopol der etablierten Parteien und intermediären Gruppen in Frage und konfrontierten diese mit einer Gegenmacht und Gegenöffentlichkeit, welche die tradierten Autoritätsstrukturen in den Institutionen negierten und grundlegende Annahmen der Gesellschaft der Nachkriegszeit kritisierten. ...“ (Gilcher-Holthey 1995:13)

73 Vergl. Wlassikoff (2008:25).

Die Protestbewegung in Frankreich besaß eine eigene Qualität, die weit über die Entwicklungen in den Nachbarländern hinausreichte. Gilcher-Holthey betont hier die Entwicklung hin zu einer allgemeinen politischen Krise des Staates:

„Die Mai-Bewegung in Frankreich zeigt in einzigartiger Weise die Mobilisierungsstufen und die Eigendynamik der Protestentwicklung, die in wenigen Wochen den Punkt erreichte, an dem der Zusammenbruch des gaullistischen Regimes ins ‚Feld der Möglichkeiten‘ rückte. In keinem anderen Land gewann die Bewegung von 68 so rasch und weitreichend politische Bedeutung. Weder in der Bundesrepublik noch in den Vereinigten Staaten, sondern nur in Frankreich sprang der Funke des Protestes, ausgelöst von der Studentenbewegung, auf die Arbeiterschaft über und führte zu einem landesweiten Generalstreik, zu einer allgemeinen politischen Krise.“ (Gilcher-Holthey 1995:13)

3.1.2 Die Ereignisse des Pariser Mai/Zeittafel

Die Wahrnehmung der Ereignisse des Pariser Mai 1968 war wie bei vergleichbaren Vorgängen (Demonstrationen, Straßenkämpfe, Besetzungen usw.) je nach inhaltlichem Standpunkt, konkret-aktuellem Aufenthaltsort und individueller Mediennutzung extrem unterschiedlich.

Einzelne Auseinandersetzungen wurden durch die Fernsehberichterstattung weltweit allgegenwärtig, die Akteure dagegen zum Beispiel in den besetzten Kunstschulen hatten eine andere und ebenfalls sehr subjektive Wahrnehmung der aktuellen Vorgänge, ohne vielleicht einen Überblick der aktuellen Situation in Paris oder in Frankreich zu besitzen. Ein paar Straßen weiter in einem benachbarten Pariser Arrondissement, von den Kunstschulen entfernt, konnte die Wahrnehmung der Welt wieder eine ganz andere sein.

Nach Aussagen von Gene Tempest blieben die meisten Plakate des Pariser Mai im Quartier Latin und in den angrenzenden Bereichen, und ihre Bewertung der Breitenwirksamkeit ist deutlich:

„In fact, mai mobilized a minority of the Parisian population.“ (Tempest 2006:17)

Bernard Rancillac bemerkt in einem Interview dazu:

“It was very limited. I remember the morning after (the barricades on the) Rue Guy Lussac – where’d there been quite a few burned cars...I went for a walk in the 13th (district) – which is not far, it’s two kilometers away – and, well, guys were calmly playing boules by the metro Stopp in the sun. If you’d told them there had been an uprising they would have said, ‚Oh really?’“⁷⁴

74 Zitiert nach Tempest (2006:17).

Dieses Beispiel zeigt, wie lokal begrenzt unter Umständen die direkte persönliche Wahrnehmung sein konnte.

Der damaligen Protestbewegung fehlten zum Beispiel Vernetzungsmöglichkeiten, über die moderne soziale Bewegungen nach der fast vollständigen Durchdringung der Welt mit den Möglichkeiten des Internet und der so genannten Social Media wie Facebook oder Twitter verfügen und die gezielt und subversiv genutzt werden.

Chronologie der Ereignisse im Pariser Mai 1968:

Auf der kalendarischen Grundlage werden im Folgenden Ereignisse aufgelistet, die für das Verständnis der gesamten Protestbewegung und der künstlerischen Plakat-Produktion hilfreich sind.

Freitag, 22. März 1968

Ursprung der „Bewegung des 22. März“

Mittwoch, 1. Mai 1968

Mai-Demonstration von CGT⁷⁵, PSU⁷⁶ und PC⁷⁷

Donnerstag, 2. Mai 1968

„Der Dekan der Philosophischen Fakultät von Nanterre ordnet angesichts der seit Wochen anhaltenden Unruhen die unbefristete Schließung der Fakultät an. Die Studenten verlagern ihre Aktivitäten an die Sorbonne.“ (Brandes 2008:91)

Freitag, 3. Mai 1968

Schließung der Philosophischen Fakultät von Nanterre, Zusammenstöße im Quartier Latin

Samstag, 4. Mai 1968

Schließung der Sorbonne

Montag, 6. Mai 1968

erneute Straßenschlachten

75 CGT steht für Confédération générale du travail.

76 PSU steht für Partie socialiste unifié (Sozialistische Partei).

77 PC steht für Partie communiste (Kommunistische Partei).

Mittwoch, 8. Mai 1968

CGT, CFDT⁷⁸ und FEN⁷⁹ rufen für Montag, 13. Mai, zu einem 24-stündigen Generalstreik auf, die Revolte verlässt damit den engeren Universitätsbereich.

An der „École Nationale des Beaux-Arts“ beginnt der Streik⁸⁰.

Auf Initiative von Architektur-Studenten konstituiert sich dort ein Streikkomitee⁸¹.

Donnerstag, 9. Mai 1968

Wiedereröffnung der Sorbonne und erneute Schließung

Freitag, 10. Mai 1968

Wiederaufnahme der Vorlesungen in Nanterre

„Barrikadennacht des 10. Mai“

Für Gilcher-Holthey hat die Nacht der Barrikaden eine zentrale Mobilisierungsfunktion. So, wie der Tod des deutschen Studenten Benno Ohnesorg am 2. Juni 1967 in Berlin zu einer Radikalisierung und Ausweitung der Studentenbewegung in der Bundesrepublik führte, sieht sie die Barrikadennacht als entscheidende Situation:

„Auch die französische Studentenbewegung wurde durch einen situativen Faktor in ihrer Entwicklungsdynamik tief geprägt: durch die Nacht der Barrikaden im Quartier Latin. Die Ereignisse in der Nacht vom 10. auf den 11. Mai veränderten die Bewegung. Sie dehnte sich räumlich und sozial aus. Sie übersprang das Quartier Latin und das Studentenmilieu sowie die Kreise der sympathisierenden Schüler und Jugendlichen. Sie löste eine nationale Welle der Solidarisierung mit den Studenten in der breiten Öffentlichkeit aus und verknüpfte die organisierte Arbeiterbewegung mit der Studentenbewegung zu einer gemeinsamen Demonstration gegen die Regierung.“ (Gilcher-Holthey 1995:232)

Die Barrikaden selbst bezeichnet Gilcher-Holthey als „ein historisches Zitat“⁸², das an die Barrikaden der Pariser Kommune von 1871 und an die Befreiung der Stadt Paris von der deutschen Besatzung im Zweiten Weltkrieg erinnerte. Tatsächlich hatten sie „keinen instrumentellen, sondern expressiven Charakter“ (ebenda).

Samstag, 11. Mai 1968

Sonntag, 12. Mai 1968

78 CFDT steht für Confédération française démocratique du travail (Gewerkschaftsbund).

79 FEN steht für Fédération de l'éducation nationale.

80 Vergl. Seidmann (1996:46).

81 Vergl. Dary (2008:7).

82 Vergl. Gilcher-Holthey (1995:240).

Montag, 13. Mai 1968: der Beginn der Plakat-Produktion an der ENSBA

Generalstreik und Demonstrationen in ganz Frankreich. Die Sorbonne wird besetzt und erklärt sich zur autonomen und Volks-Universität und bleibt von nun an Tag und Nacht für jeden geöffnet.

Besetzung der „École Nationale Supérieure des Beaux-Arts“, neuer Ehrentitel: „Ex-Kunstschule“.

Am Abend des 13. Mai Besetzung der ENSAD durch ihre Studenten. Das „Atelier Brianchon“⁸³ wird zum neuen „Atelier d'affiches populaire“ und damit zum Agitationszentrum der Streikbewegung.

Dienstag, 14. Mai 1968

erste Fabrikbesetzung: der Luftfahrtkonzern „Sud-Aviation“ in Nantes

„14. Mai: ... Besetzung der École Nationale Supérieure des Beaux-Arts als einem Zentrum der französischen Kulturrevolution; Umfunktionierung zum ‚Atelier Populaire‘, wo fortan die Plakate des Mai '68 entstehen.“ (Brandes 2008:92)

„Le 14 mai, à 15 heures, un comité de grève provisoire informe l'administration de l'école des Beaux-Arts que les élèves prennent possession de tous les locaux.“ (Atelier Populaire 1968:5)

Das erste Plakat: „U sines – U niversité – U nion“ (lithographie intitulée)

„Dès le 14 mai, quelques élèves s'étaient retrouvés spontanément dans l'atelier de Lithographie et, prenant parti pour l'action directe, tiraient une première affiche: 'USINE – UNIVERSITÉ – UNION'.“ (Atelier Populaire 1968:7)

Mittwoch, 15. Mai 1968

Donnerstag, 16. Mai 1968

Die erste Generalversammlung an der ENSBA. Umbenennung des „Atelier de lithographie“ an der ENSBA in „Atelier Populaire“⁸⁴.

Freitag, 17. Mai 1968

Samstag, 18. Mai 1968

Sonntag, 19. Mai 1968

De Gaulle: „La réforme – oui; la chienlit – non“

„19. Mai: General de Gaulle erklärt: ‚La réforme, oui; la chienlit, non.‘ Der Begriff ‚chienlit‘ wird zu einem geflügelten Begriff des Mai '68 (...).“ (Brandes 2008:92)

83 Bei Peters heißt es irrtümlich „Atelier Biarchon“ (Peters 1968:68). Der Name dieses Ateliers stammt vom französischen Maler Maurice Brianchon (1899-1979), der im Jahr 1949 zum Professor an der ENSBA berufen wurde. Vergl. dazu auch Galerie (1998:61).

84 Vergl. Dary (2008:18).

Montag, 20. Mai 1968

Dienstag, 21. Mai 1968

Mittwoch, 22. Mai 1968

Einreiseverbot für Daniel Cohn-Bendit, der sich in Deutschland aufhält, und anschließende Demonstrationen.

Donnerstag, 23. Mai 1968

Erneute Ausschreitungen im Quartier Latin

Freitag, 24. Mai 1968

Daniel Cohn-Bendit wird an der französischen Grenze zurückgewiesen.
Zweite „Barrikadennacht“

Samstag, 25. Mai 1968

Daniel Cohn-Bendit kommt illegal über die französische Grenze.
Beginn der Verhandlungen von „Grenelle“⁸⁵

Sonntag, 26. Mai 1968

Montag, 27. Mai 1968

Dienstag, 28. Mai 1968

Unterrichtsminister Peyrefitte tritt zurück.

Mittwoch, 29. Mai 1968

Das erste politische Plakat der ENSAD

Donnerstag, 30. Mai 1968

Um 16.31 Uhr (16.21 Uhr) erklärt De Gaulle in einer 4 1/2-minütigen Rede, die lediglich über den Rundfunk ausgestrahlt wird, die Auflösung der Nationalversammlung und die Ausschreibung von Parlamentsneuwahlen.

Freitag, 31. Mai 1968

Samstag, 1. Juni 1968

⁸⁵ Vergl. dazu S. 133.

Sonntag, 2. Juni 1968

Montag, 3. Juni 1968

Dienstag, 4. Juni 1968

Mittwoch, 5. Juni 1968

Donnerstag, 6. Juni 1968

Freitag, 7. Juni 1968

Samstag, 8. Juni 1968

Sonntag, 9. Juni 1968

Montag, 10. Juni 1968

Dienstag, 11. Juni 1968

Mittwoch, 12. Juni 1968

Donnerstag, 13. Juni 1968

Freitag, 14. Juni 1968

Samstag, 15. Juni 1968

Sonntag, 16. Juni 1968

Montag, 17. Juni 1968

Dienstag, 18. Juni 1968

Mittwoch, 19. Juni 1968

Donnerstag, 20. Juni 1968

Freitag, 21. Juni 1968

Samstag, 22. Juni 1968

Sonntag, 23. Juni 1968

Montag, 24. Juni 1968

Dienstag, 25. Juni 1968

Mittwoch, 26. Juni 1968

Donnerstag, 27. Juni 1968: das Ende der Plakat-Produktion an der ENSBA

Nach übereinstimmenden Angaben⁸⁶ besetzt die Polizei in den Morgenstunden des 27. Juni 1968 um 4 Uhr die ENSBA und beendet damit die gesamte künstlerische Produktion dieser Hochschule.

Um 5 Uhr wird das „Atelier Populaire“ nach exakt 46 Tagen geschlossen.

Das letzte Plakat⁸⁷ wird bereits außerhalb der ENSBA produziert⁸⁸.

86 Vergl. die folgenden Zitate von Peters, Dary und Wlassikoff.

87 Vergl. Plakat-Motiv Nr. 24 auf S. 258ff..

88 Vergl. dazu S. 260.

„27. Juni: Vier Uhr morgens wird die École des Beaux-Arts von der Polizei geräumt.“ (Brandes 2008:94)

Detaillierte Angaben zu den Ereignissen in der Nacht vom 26. auf den 27. Juni gibt Louis F. Peters:

„In der Nacht vom 26. zum 27. Juni besetzte die Pariser Kriminalpolizei unter dem Vorwand, eine von der Regierung verbotene Hochschulgruppe sei im Begriff, sich neu zu konstituieren, die Kunstschule der Beaux-Arts. Unter den 103 vorläufig festgenommenen Insassen befanden sich 11 Ausländer. 28 Personen waren vorbestraft. Der Vorwurf, es seien nur 46 Studenten unter den letzten Okkupanten gewesen, ist nicht berechtigt, denn die Kunstschule war 6 Wochen lang eine Volks-Universität, in der jeder arbeitswillige Nicht-Student willkommen war.“ (Peters 1968:73)

Bei Dary heißt es dazu:

„Après une intense période d'activité, l'Atelier Populaire est contraint de fermer ses portes. Le 27 juin, vers 4 heures du matin, les gardes mobiles occupent l'École des beaux-arts. L'Atelier Populaire est fermé à 5 heures.“ (Dary 2008:19)

Wlassikoff verweist auf den Irrtum der Polizei, die bei der Besetzung der ENSBA davon ausgegangen waren, die Maschinenausstattung einer Druckerei in der Hochschule vorzufinden:

„Les policiers fouillent vainement les locaux à la recherche d'une véritable imprimerie. Devant les quelques châssis restants, ils ne comprennent pas qu'il s'agit des supports qui ont permis la réalisation de dizaines de milliers d'affiches, si bien que des étudiants inopinément venus à l'école peuvent en toute tranquillité déménager ce qui y demeure encore.“ (Wlassikoff 2008:19)

Ende Juni:

Besetzung der ENSAD durch die Polizei⁸⁹

89 Vergl. Gervereau (1988d:197).

3.2 Ästhetik und Avantgarde

Die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 ist Ausdruck und Resultat eines spezifischen Klimas aus Kunst, Kommunikation und Politik. Ihre konkreten Ausdrucksformen basieren auf einem Verständnis der Symbiose aus künstlerischer und politischer Aktion. Viele der bis zum Mai 1968 akzeptierten gesellschaftlichen Grenzen wurden in vielerlei Hinsicht aufgehoben. So löste zum Beispiel bereits der Begriff der Volksuniversität etwas auf, was für die Konstitution des universitären Lehr- und Lernbetriebes eine zentrale Voraussetzung war: das Erbringen von Ausbildungs- und Leistungsvoraussetzungen für die Aufnahme eines Studiums.

Die Öffnung des universitären Betriebs für jeden sollte die Universität aus ihrer elitären Position lösen und dem Volk, also allen Menschen, ab sofort umfassende Bildungsmöglichkeiten erschließen. Damit standen bürgerliche Bildungsprivilegien ab sofort zur Disposition. Die Universität sollte wie die Straßen und Plätze auch Ort der Begegnung und des gesellschaftlichen Diskurses von Studenten und Dozenten sowie Arbeitern und Gewerkschaftsvertretern sein. Zu den Akteuren des studentischen Protestes gehörten auch Künstler und Künstlergruppen, die sich als treibende Kraft eines umfassenden gesellschaftlichen Veränderungsprozesses verstanden.

In diesem Abschnitt wird der Versuch unternommen, die Bedeutung der wichtigsten Gruppierungen in diesem Prozess und ihren Einfluss auf die Ereignisse und, soweit vorhanden und auch belegbar, auf die Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 zu beschreiben und zu bewerten. Zu diesen Gruppierungen bzw. Kunstströmungen zählen im Wesentlichen die Décollagisten/Affichisten, die Lettristen, die Situationistische Internationale um Guy Debord und die „Enragés“, die amerikanische Pop Art um Andy Warhol und in der politischen Kommunikation die chinesische und die kubanische Revolutionskunst.

Alle Bewertungen innerhalb dieses Abschnitts bleiben jedoch zwangsläufig unvollständig, weil sie lediglich auf den auffindbaren Aussagen der Akteure oder zeitgenössischer Kommentatoren beruhen bzw. aus dem Versuch resultieren, stilistische, sprachliche oder andere Gemeinsamkeiten mit der politischen Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 festzustellen oder zu begründen.

3.2.1 Décollagisten/Affichisten/Lettristen und der Nouveau Réalisme

Décollage bezeichnet eine künstlerische Technik, bei der bereits zerstörte oder beschädigte Plakate im öffentlichen Raum in Streifen, Fetzen und Stücken abgerissen werden und durch den Künstler, den Décollagisten, in einer neuen Konstellation zur Herstellung eines Kunstwerks verwendet werden.

Diese Technik wurde in den 1950er und 1960er Jahren in Frankreich praktiziert und gehört insoweit zur jüngeren Geschichte der französischen Plakat-Kunst. Zur Gruppe dieser Künstler werden unter anderem neben dem Italiener Mimmo Rotella die Franzosen Raymond Hains, François Dufrêne und Jacques de la Villeglé gezählt. Sie selbst bezeichneten sich als Affichisten.

Reinhard Döhl verweist in seinem Aufsatz „Collage und Realität. Historische Aspekte zum Thema Collage“ auf die Bezüge der Décollagisten zu den Dadaisten:

„Das Interesse am Abreißen und/oder Zerreißen von Papier geht bereits, wenn auch unter anderen Voraussetzungen, auf die Dadaisten, vor allem Hans Arp zurück, in dessen Zufallskunst die papiers déchirés ja eine besondere Rolle spielten. Zweitens hat Wolf Vostell den Begriff Décollage zwar für sich und sein gesamtes Werk heftig reklamiert, ihn aber ebenso wenig erfunden wie den Plakatabriß. Beides geschah bereits 1938 durch den französischen Surrealisten und späteren Erfinder des Privatdetektivs Nestor Burma, Léo Malet (1909-1996), der als Pariser Flaneur von Plakatwänden einzelne Fetzen herunterzureißen pflegte, um sich von dem dahinter Aufscheinenden, von der, wenn man so will, dabei zum Vorschein kommenden Subrealität zu eigener Produktion anregen zu lassen. 1942 hat er auf die Formel gebracht, was ein solcher Akt des Décollagierens auslöst: *Plakate, die im Stehen schliefen, erwachen, und die Poesie zerfrißt die Wände*. Die Décollage war also in ihren Anfängen ein Verfahren zum Erzeugen von Poesie.“ (Döhl o. J.:11/12)⁹⁰

Ein interessanter Bezug zu den Plakatierungsaktionen im Pariser Mai 1968 ergibt sich aus dem Hinweis von Döhl auf ein Filmprojekt der Affichisten mit dem Titel „Gesetz vom 29. Juli 1881“⁹¹. Dieses Gesetz verbot zum einen das wilde Plakatieren, das 1968 seitens der Protestbewegung durchgängig praktiziert wurde, zum anderen aber auch das Abreißen von Plakaten von den offiziellen Plakat-Flächen⁹².

Döhl sieht in der Deklaration der von anonymen Passanten zerstörten Plakate als Kunst eine Fortsetzung der Demontage schöpferischer Individualität aus dem Dadaismus und Surrealismus. Diese Anonymität des Urhebers eines Kunstwerks ist auch Merkmal der politischen Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968⁹³.

Nach Döhl gehörten Dufrêne, Hains und Villeglé auch zum Kreis der Lettristen. Der Lettrismus, 1945 in Paris von dem rumänischen Künstler Isidore Isou als literarisch-künstlerische Bewegung gegründet, verstand sich als Weiterführung dadaistischer und surrealistischer Entwicklungen. 1946 gab Isou die Gründung der Lettristischen Bewegung bekannt. Aufsehen erregte eine Plakataktion zwei Jahre später:

90 Hervorhebungen im Original.

91 Vergl. Döhl (o. J.:11).

92 Vergl. dazu auch S. 101.

93 Zur Anonymität der künstlerischen Produktion vergleiche Abschnitt 3.3.6.

„Ihre zwei Dutzend Mitglieder verkündeten 1948 auf im Quartier Latin verklebten Plakaten optimistisch: ‚120.000 Jugendliche werden die Straße erobern, um die Lettristische Revolution zu machen.‘“ (trend-partisan o. J.:2)

In der weiteren Entwicklung der lettristischen Bewegung entstanden zwei gegensätzliche Strömungen, von denen die eine um Isou sich mit Kunst und Ästhetik beschäftigte, während die andere eher dadaistisch orientiert war und kulturelle Protestaktionen initiierte:

„Diese zweite Gruppe erreichte in Frankreich einen gewissen Bekanntheitsgrad, als sie anlässlich der Ostermesse in Notre Dame 1950 den Priester einschloß und anstatt seiner einen Lettristen auf die Kanzel stellte, der nach dem Nietzsche-Zitat ‚Gott ist tot‘ seine Ansprache leider nicht fortsetzen konnte, um mit seinen Freunden nur knapp der Lynchjustiz durch die aufgebrachten Gottesdienstbesucher (zu) entgehen. 1951 stieß der damals neunzehnjährige Guy-Ernest Debord zu den Lettristen und schloß sich umgehend dem aktionistischen Teil an.“ (trend-partisan o. J.:2)

Die sich dort um ihn konstituierende Gruppe nannte Debord die „Lettristische Internationale“ (L.I.). Im Jahr 1957 folgte die Gründung der Situationistischen Internationale (S.I.) unter Beteiligung der Mitglieder der Lettristischen Internationale. Nahezu zehn Jahre lang trat die Situationistische Internationale in der Öffentlichkeit kaum in Erscheinung:

„Dann ist 1966 mit einem Schlag ihr Name in aller Munde: Der Skandal an der Straßburger Uni wird zur Generalprobe der Verweigerungen des Mais 1968. Dabei betrieb die S.I. gar keine Studentenpolitik; vielmehr kritisierte sie diese als Selbstbeschränkung auf Milieuprobleme, anstatt auf gesellschaftliche. Von ihren Seminaren angeödet und der politischen Kleinkrämerei der linksgerichteten Studentenorganisationen überdrüssig geworden kandidierten fünf Studenten im Frühjahr 1966 für den Vorstand des Studentenausschusses an der Straßburger Universität.“ (trend-partisan o. J.:6)

Nach dem Wahlsieg produzierten die Studenten aus den nun zur Verfügung stehenden Finanzmitteln eine Broschüre mit dem Titel „Über das Elend im Studentenmilieu“, die bald darauf in einer Auflage von mehr als 300.000 Exemplaren in ganz Frankreich kursierte und zu empörten Reaktionen in der französischen Öffentlichkeit führte. Das Thema dieser Broschüre berührte auch die Lebenssituation der Studenten an der Universität Nanterre.

Auch Gilcher-Holthey sieht die Situationisten in der Tradition des Dadaismus und des Surrealismus⁹⁴. Nach Auffassung der Situationisten sind es vor allem Künstler und Intellektuelle, die mit der Revolte gegen die bestehenden Kulturverhältnisse die alte Kultur ersetzen und dabei selbst zur Avantgarde werden. Für ihre Publikation, die Zeitschrift „Situationistische Internationale“, gilt auch das Prinzip der Anonymität:

94 Vergl. Gilcher-Holthey (1995:73).

„Alle in der *Situationistischen Internationale* veröffentlichten Texte dürfen frei und auch ohne Herkunftsangabe abgedruckt, übersetzt oder bearbeitet werden.“⁹⁵

Die Untersuchungen und Belege verweisen auf einen Einfluss der Situationisten und anderer künstlerischer Strömungen bis zurück zu den Dadaisten und Surrealisten auf zahlreiche konkrete Protestaktionen während des Pariser Mai 1968. Dies stützt auch Brandes:

„Die in der Tradition des Anarchismus und Surrealismus stehende Situationistische Internationale – es handelt sich um einen kleinen, von permanenten internen Konflikten und Spaltungen gekennzeichneten intellektuellen Zirkel um Guy Debord – erreicht in diesen Wochen einen Einfluss wie nie zuvor in ihrer Geschichte, ...“ (Brandes 2008:10)

Das Klima und der Stil der Auseinandersetzungen sind maßgeblich geprägt durch Aktionen von Künstlern und Künstlergruppen, die sich in der Tradition avantgardistischer Kunstströmungen verstehen. Insbesondere die Position des Künstlers, der seine Urheberschaft verschweigt und sein Werk zur allgemeinen gesellschaftlichen Verfügung im Sinne eines Veränderungsprozesses stellt, verweist auf diese historischen Bezüge.

Es lassen sich auch konkrete Hinweise auf den Einfluss und die Inhalte der genannten Kunstströmungen hinsichtlich sprachlicher Aussagen des Pariser Mai 1968 geben, sofern die Wandsprüche und Graffiti jener Zeit untersucht werden. Dies ist jedoch nicht Teil der Fragestellung dieser Arbeit. Für deren Untersuchungsgegenstand, die Plakate des Pariser Mai 1968 zum „Fabrik“-Thema, lassen sich keine Parallelen feststellen. Dies belegt auch die Einschätzung von Semin:

„On sait le rôle que l'*Internationale situationniste, ex-Internationale lettriste* joua dans les émeutes parisiennes. Cette 'internationale' ne regroupait qu'une poignée d'individus, mais que engendrèrent, de fait, depuis une table de bistrot, quelque chose comme une internationale des idées, par l'effet de ces prophéties autoréalisatrices qui transforment les légendes en réalité. Mais on ne trouve pas les thèses situationnistes dans les affiches de l'Atelier Populaire. La fameuse 'directive' (*Ne travaillez jamais*) réputée inscrite par Guy Debord sur un mur de l'Institut en 1953, et dont la photo a paru dans le no 8 d'*Internationale situationniste* dix ans plus tard, a inspiré les graffitis spontanés plus que les activistes des Beaux-Arts. Ni le collage ironique de bandes dessinées et de photographies publicitaires, fréquents dans la mouvance situationniste, ni la rigueur tranchante des affiches purement typographiques signée du 'Comité pour le Maintien des Occupations' (d'ailleurs imprimées en offset: voir 'À bas la société spectaculaire-marchande') ne font partie de l'arsenal des Beaux-Arts et des Arts Déco.“ (Semin 2008:28)⁹⁶

Auch Wlassikoff sieht in der Produktion der ENSBA keine Wiedergabe oder Aufnahme kreativer künstlerischer Aussagen, die als Wandsprüche auf den Pariser Mauern des Mai 1968 typisch für die Ereignisse waren:

95 Zitiert nach Gilcher-Holthey (1995:76), Hervorhebungen im Original.

96 Hervorhebungen im Original.

„Lorsque l'insurrection étudiante éclate, le vendredi 3 mai 1968, au Quartier Latin, puis à la Sorbonne, fleurissent des inscriptions murales – ‚Vive sans temps morts, jouir sans entraves‘, ‚Plutôt la vie‘, ‚Ne travaillez jamais‘ – de facture situationniste. Pourtant, ces slogans phares de la contestation – dont certains authentiquement nés du mouvement, comme ‚Sous les plavés la plage‘ – ne seront pas repris dans cette fabrique de mots d'ordre que seront les Beaux-Arts du 15 mai au 27 juin 1968.“ (Wlassikoff 2008:8)

Ein mittelbarer Zusammenhang zum Lettrismus ist herstellbar, wenn, der Darstellung von Semin folgend, die lettristische Bewegung der Jugend die eigentliche Triebkraft für gesellschaftliche Veränderungsprozesse zuweist und damit das Proletariat dieser Rolle beraubt:

„Mai 68 pourtant, c'est une évidence, n'était pas né du soulèvement d'une classe sociale – le prolétariat – contre un système, mais très largement du soulèvement d'une classe d'âge contre l'ordre des ses aînés. Dans l'immédiat après-guerre, le mouvement Lettriste avait, autour d'Isodore Isou, imaginé de transférer à la jeunesse la charge révolutionnaire autrefois assignée par Marx à la classe ouvrière. Pour fumeuse qu'elle parût, cette théorie (que le goût des Lettristes pour les néologismes fit baptiser Externisme – la jeunesse étant supposée extérieure aux processus économiques, et de ce fait moins étrangère à elle-même) n'en était pas moins prémonitoire des révoltes de la fin des années soixante, en Europe et ailleurs (...).“ (Semin 2008:27)

Ungeachtet der Frage, welche gesellschaftliche Gruppe oder Klasse die Führungsrolle des Umwälzungsprozesses innehat, zeigte der Verlauf der Ereignisse des Pariser Mai '68, dass der ursprünglich studentische Protest erst im Kontext einer großen sozialen Bewegung (insbesondere der französischen Arbeiter) seine wirkliche Stärke gewann.

Die Affichisten François Dufrêne, Raymond Hains und Jacques de la Villeglé gründeten am 27. Oktober 1960 mit Yves Klein, Arman (Armand Fernandez), Martial Raysse, Daniel Spoerri, Jean Tinguely und Pierre Restany die Künstlergruppe des „Nouveau Réalisme“. Dieser Begriff war von Restany anlässlich der ersten kollektiven Ausstellung im Mai 1960 geprägt worden. Restany, ursprünglich Kunstkritiker, war auch Autor des ersten „Manifeste de Nouveau Réalisme“ wie auch der beiden folgenden. In die Auseinandersetzungen des Pariser Mai '68 griff Restany ein, indem er am 18. Mai 1968 in der Zeitung „Combat“ die Besetzung des „Musée d'Art Moderne de Paris“ ankündigte, um dessen Nutzlosigkeit und die Notwendigkeit der Schließung zu unterstreichen⁹⁷. Im Mai 1968 erschien in Mailand auch sein Buch „Le livre rouge de la révolution picturale“⁹⁸, das sich u. a. der aktiven Rolle des Künstlers in der Revolution widmet.

97 Vergl. Fonds Pierre Restany (o. J.:2).

98 Vergl. Restany (1968:16).

3.2.2 Die Pop Art

Mitte der 1950er Jahre entwickelte sich in den USA und in Großbritannien die Kunstrichtung der Pop Art. Ursprünglich in erster Linie in der Malerei vertreten, wurde die Pop Art in den sechziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts zu einem gattungsübergreifenden Phänomen, das nahezu alle Bereiche des künstlerischen und des alltäglichen Lebens durchdrang. San Francisco gilt hier als einer der Ausgangspunkte für eine weltumspannende Verbreitung. Nach Thomas Hecken⁹⁹ sind es vor allem die Aufsätze und Rezensionen zu den Ausstellungen von Künstlern wie Andy Warhol und Roy Lichtenstein, die dem Begriff „Pop Art“ über den anglo-amerikanischen Sprachraum hinaus international zum Durchbruch verhalfen.

Untrennbar verbunden mit der amerikanischen Pop Art ist Andy Warhol. Der Bezug zu Warhol ist im Kontext dieser Arbeit im Wesentlichen aus drei Gründen relevant:

1. Seit 1962 nutzte er die Siebdruck-Technik („Silkscreening“) für sein serielles Werk¹⁰⁰.
2. Einhergehend mit der seriellen Produktion vereinfacht sich der künstlerische Stil, indem er sich als Abkehr von der intellektuellen und abstrakten Kunst in seiner Darstellungsweise auf die Verwendung weniger einfacher Formen und Farben konzentriert.
3. Anknüpfend an Kunstströmungen des 19. Jahrhunderts und an avantgardistische Richtungen wie zum Beispiel den Dadaismus thematisiert Warhol auch die Frage nach den Grenzen zwischen Kunst und Leben.

Mit dem Einsatz der Siebdruck-Technik folgen die amerikanischen Künstler der Pop Art der Idee der maschinellen Standardisierung und Serialisierung. Die Auflagezahlen der Pop Art-Kunstwerke bleiben dennoch eher niedrig, und der Künstler unterstreicht mit der Signatur dieser Werke seine Urheberschaft¹⁰¹.

Kennzeichnend für die Werke der Pop Art ist die so genannte Flachheit, die als Ausdruck der Zweidimensionalität im doppelten Sinn interpretiert werden kann: Zum einen handelt es sich überwiegend um eine plane malerische Zweidimensionalität des Objekts bzw. des Werbemittels, zum anderen verzichtet die Darstellung selbst auf Dreidimensionalität und damit Perpektivität und setzt auf die durchgängige Zweidimensionalität aller abgebildeten Objekte. Hecken nennt eine mögliche Begründung, die in der veränderten visuellen Umgebung liegt:

„Sie besteht jetzt vorwiegend aus Bildern, aus Fernseh-, Film-, Zeitungs-, Zeitschriften- und Comic-Bildern, also aus einer künstlichen, zweidimensionalen Welt.“ (Hecken 2009:91)

99 Vergl. Hecken (2009:79).

100 Vergl. Sykora (1983:155).

101 Vergl. Hecken (2009:88).

Zusammenfassend sieht Hecken das Prinzip der „Oberflächen-Ästhetik“¹⁰² als einen der zentralen Aspekte in der Bewertung der Pop Art. Die zweidimensionale Flachheit, ihre Oberflächlichkeit, wird von der Kunstkritik als positives Anzeichen genommen¹⁰³. Auch aus dem Verzicht auf dekorative Oberflächen und durch eine neue Formensprache ohne Verzierungen resultiert eine Neubewertung des Oberflächlichen in der Bewertung dieser Kunstrichtung.

Mit Ausnahme der unterschiedlichen Auflagezahlen der Pop Art-Produkte und der Plakate des Pariser Mai '68 sowie der Nennung der Urheberschaft der Pop Art-Kunst ergeben sich zahlreiche Parallelen zwischen dieser ursprünglich amerikanisch geprägten Kunstströmung und den politischen Kommunikationsinstrumenten des Pariser Mai:

Die generelle Formgebung der dargestellten Objekte ist einfach und reduziert, die Darstellung beschränkt sich durchgängig auf die Zweidimensionalität. In der Farbgebung nutzen beide eine minimale Auswahl (in vielen Fällen nur eine Farbe), die durch deutliche Flächenbegrenzung als autonomer Farbraum ohne Farbmischungen, -verläufe oder -rasterungen erscheint. Und nicht zuletzt kann die amerikanische Pop Art als ursächlich für die Verwendung der Siebdruck-Technik für die Plakat-Produktion des Pariser Mai '68 gelten, wie der Einfluss von Guy de Rougement in der ersten Plakat-Herstellung des Atelier Populaire unterstreicht:

„Le 16 mai sort la première affiche sérigraphie. Guy de Rougement rentre des États-Unis où cette technique est largement utilisée par les plasticiens, notamment par la Factory d'Andy Warhol.“ (July 2008:48)

3.2.3 Die französische Werbegrafik

Auf der Grundlage weitgehend identischer Prozesse in der politischen und der kommerziellen Kommunikation stellt sich die Frage, inwieweit Einflüsse der werblichen Plakat-Kunst auf die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 nachgewiesen werden können. Dies gilt umso mehr, als davon auszugehen ist, dass innerhalb eines spezifischen soziokulturellen Raums, wie ihn zum Beispiel ein Land wie Frankreich darstellt, die große Masse der Rezipienten zum einen über vergleichbare Zeichenvorräte und zum anderen über ähnliche Mediensozialisierungen verfügt.

Als große Namen in der französischen Werbegrafik des 20. Jahrhunderts gelten A. M. Cassandre¹⁰⁴ und Raymond Savignac¹⁰⁵. Auf beide Künstler wird im Kontext der Plakat-Kunst des

102 Vergl. Hecken (2009:264ff.).

103 Vergl. Hecken (2009:266).

104 A. M. Cassandre (1901-1968), eigentlich: Adolphe Jean-Marie Mouron, war ein französischer Grafikdesigner, Typograf, Maler und Bühnenbildner.

105 Raymond Savignac (1907-2002) war Gebrauchsgrafiker und Plakat-Künstler, der seinen beruflichen Beginn unter Anleitung von Cassandre vollzog.

Pariser Mai '68 Bezug genommen¹⁰⁶. Explizite Parallelen zwischen den Arbeiten von Cassandre und der Plakat-Kunst der ENSBA ergeben sich beim Plakat-Motiv Nr. 1 der untersuchten Plakat-Motive¹⁰⁷.

Semin zieht einen Vergleich zwischen der Werbegrafik der 1950er Jahre und den Arbeiten an der ENSBA:

„Les coïncidences entre les procédés stylistiques des affichistes des années cinquante et ceux des artisans improvisés de l'Atelier Populaire sont innombrables: un des traits dominants du corpus de mai semble ainsi être la recherche de l'idéogramme, ou si l'on veut du pictogramme, c'est-à-dire d'une forme condensée où l'écriture fasse image, à moins que ce ne soit l'image qui fasse écriture, dans un souci d'efficace économie. C'était exactement le programme de Cassandre, qui voulait ‚rendre au mot sa puissance d'image‘, expliquant que l'affiche se différenciait du tableau par son exigence d'une subordination au texte. Savignac évoquera, lui, la nécessité du ‚gag visuel‘.“ (Semin 2008:34)

3.2.4 Vorläufer der politischen Plakat-Kunst

Die Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 reiht sich rückblickend und ungeachtet aller Intentionen der beteiligten Künstler in die Geschichte der politischen Plakat-Kunst von Protest- und Widerstandsbewegungen ein und stellt sich dem Betrachter u. a. zum Vergleich mit der Plakat-Kunst der Russischen Revolution und der Plakat-Kunst in der Weimarer Republik. Josephson sieht zum Beispiel in den Symbolen, die in den Motiven des Pariser Mai '68 verwendet werden, eine Verknüpfung mit den künstlerischen Stilen historischer Protestbewegungen:

“In the course of developing their distinctive style, the Atelier Populaire made frequent and inventive use of common protest symbols in order to align their movement with past revolutionary causes. Many workshop posters depicted raised or bound fists, blind or mute figures, menacing police officers or changing tanks.“ (Josephson 2010:4)

Eine besondere historische Parallele ergibt sich zwischen den „Journal Mural“ des Pariser Mai und den ROSTA-Fenstern¹⁰⁸ in der Zeit der Russischen Revolution.

Unter der Fragestellung, inwieweit die Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 unmittelbar an Entwicklungen der politischen Kunst aus vorausgegangenen Protestbewegungen im weitesten Sinn anknüpfte, verneint Semin die Übernahmen sowohl in Bezug auf die Agit-Prop-Bewegung, die Fotomontage-Technik von John Heartfield oder die Typographie der russischen Konstruktivisten:

106 Vergl. Semin (2008:31ff.).

107 Vergl. S. 155.

108 Vergl. S. 251.

„Et le caractère rudimentaire de la forme utilisée peut également surprendre par son apparat décalage avec l'époque: l'agit-prop maîtrisait dès les années vingt et trente les procédés du détournement et du montage photographique (qu'on songe aux travaux de John Heartfield), et avait intégré, très tôt, les acquis de la typographie d'avant-garde (voir El Lissitzky ou Rodtchenko) – cette histoire semble avoir été oubliée par l',Atelier Populaire'....

Mais comme il arrive souvent, le retard fut en réalité une avancée: c'est bien la très grande économie des moyens employés, et leur rusticité, qui font la vertu des affiches de mai.“ (Semin 2008:29)

Die Eigenständigkeit der Plakat-Kunst des Pariser Mai in Abgrenzung zu existierenden Richtungen der politischen Kunst kann in diesem Zusammenhang als eine ihrer Stärken interpretiert werden.

3.2.5 Parallelentwicklungen und internationale Einflüsse

Die Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 war nicht nur von historischen Formen der politischen Plakat-Kunst und der kommerziellen Werbegrafik in Frankreich beeinflusst. Wie zumindest einzelne Aussagen belegen, hatte auch die Plakat-Gestaltung aus den lateinamerikanischen Protestbewegungen Einfluss auf die Plakat-Kunst im Pariser Mai. Ein wesentlicher Grund hierfür war die aktive Teilnahme lateinamerikanischer Künstler an den Produktionsprozessen in der ENSBA.

Im Gespräch mit Laurent Gervereau stützt Guy de Rougemont, einer der führenden Künstler an der ENSBA im Mai 1968, die Auffassung vom Einfluss lateinamerikanischer Künstler auf die Ästhetik der Plakat-Kunst des Pariser Mai:

„Ces contraintes techniques ont certainement pesé sur l'esthétique de ces affiches. En plus de cela, je pense qu'il y avait parmi nous un certain nombre de Latino-américains qui avaient, par culture, par tradition, cette espèce de qualité de dessin très simple qu'ils ont mis au service de ces affiches et qui probablement ont donné le ton.“ (Gervereau 1988b:180)

Auch Wlassikoff verweist auf die besondere Rolle dieser Künstler in der Gestaltung zahlreicher Plakate des Pariser Mai:

„Les Sud-Américains semblent être alors à la pointe, quelques-unes des plus belles affiches provenant de leurs rangs: Nous sommes le pouvoir, Pouvoir populaire, La lutte continue, Capital. Les Argentins Julio Le Parc, figure de proue de l'art cinétique et du Groupe de recherche et d'action visuelles (GRAV), Hugo Demarco, Francisco Sobrino, Espagnol installé à Buenos Aires, sont rompus à l'expression politique collective, qu'ils ont pratiquée dans les années 1950, bien que leur œuvre personnelle se place dans le registre de l'abstraction géométrique – à leurs côtés des peintres figuratifs, comme Antonio Seguí, ou des graphistes, comme Rómulo Macció, qui a participé au Push Pin Studio à New York.“ (Wlassikoff 2008:15/16)

Neben dem künstlerischen Einfluss aus Süd-/Lateinamerika werden auch Parallelen zur Plakat-Kunst aus anderen Teilen der Welt gezogen. Dabei wird u. a. auf die chinesische und kubanische Plakat-Kunst verwiesen.

Zum Einfluss der chinesischen Revolutionskunst bemerkt Wlassikoff:

„Enfin, et ce n'est pas la moindre des raisons, la similitude avec la frugalité des formes de la Révolution culturelle chinoise est le gage, aux yeux des plus radicaux, d'un ‚style der travail exemplaire‘ comme le notera Gilles Aillaud. Sur le mur principal de l'atelier, une affichette manuscrite résume d'un trait l'état d'esprit général: ‚La sincérité est préférable à la technique.‘” (Wlassikoff 2008:12)

Und auch die kubanische Revolutionskunst legt nach seiner Auffassung Parallelen nahe:

„En revanche, l'affiche cubaine a exercé une réelle influence, la Jeune Peinture ou la revue ‚Opus International‘ s'en faisant l'écho dès 1966, et de nombreux artistes sud-américains présents aux Beaux-Arts revendiquent ce apport. Par ailleurs, le Push Pin Studio, à New York, dont une exposition eut lieu à Paris, en 1967, peut être aussi une source, d'autant que Rómulo Macció y avait collaboré. De même, l'atelier Henryk Tomaszewski à l'école des Beaux-Arts de Varsovie, où Michael Quarez, Pierre Bernard, Gérard Paris-Clavel, entre autres Français, s'initièrent à l'art de l'affiche entre 1965 et 1967.” (Wlassikoff 2008:22)

Daneben existieren jedoch auch Positionen, die jeglichen Einfluss internationaler künstlerischer Strömungen auf die Stil-Ausprägung der Pariser Plakate verneinen. Gérard Fromanger sieht rückblickend im Gespräch mit Laurent Gervereau keine Verbindungen zu den Stilen der kubanischen oder polnischen Plakate:

„Par contre, tous les pays du monde où il se passait quelque chose envoyaient du monde à l'atelier populaire des Beaux-Arts, pour copier le style et le fonctionnement. Il y avait des gens de Rome, de Varsovie, de Londres... je suis allé à Londres fonder un atelier populaire en juin: foutoir le week-end et tout nettoyé le lundi matin...” (Gervereau 1988c:188)

3.3 Die Orte der künstlerischen Produktion

In der rückblickenden Betrachtung des Pariser Mai 1968 wird vielfach in einer vereinfachenden Form von den „Pariser Studenten“ gesprochen, die die politischen Plakate entwarfen und an die Mauern klebten. Wer letztlich unmittelbar für die Entstehung dieser Plakat-Kunst verantwortlich war, wo die Produktion konkret stattfand und wie die logistische Struktur der Distribution aussah, erläutert der folgende Abschnitt.

Deutlich wird dabei, wer die eigentlichen Akteure waren, wer Auftraggeber für die Motiv-Entwicklungen und -Produktionen war und unter welchen technischen und sonstigen Rahmenbedingungen diese Plakat-Kunst entstand. Dieser Abschnitt fügt zahlreiche bruchstückhafte Einzelinformationen zu den unterschiedlichen Aspekten zusammen und lässt das Gesamtbild einer in dieser Form einmaligen kollektiv organisierten Kunstproduktion entstehen.

Herausgearbeitet werden auf den folgenden Seiten die zentralen Momente des Entstehungszusammenhangs dieser Plakate. Die Rahmenbedingungen für die Entwicklung, Produktion und Wirkung dieser Plakate bilden einen wesentlichen Teil in der Analyse der externen Konstituierungsfaktoren¹⁰⁹. Sie lassen sich auf Grund der Materiallage nur in Ansätzen auf die konkrete Entwicklung eines bestimmten Motivs zurückverfolgen, bilden jedoch die allgemeinen Voraussetzungen für die gesamte Gruppe der hier untersuchten „Fabrik“-Motive.

3.3.1 Die „Hochschul-Landschaft“ in Paris

Der Pariser Mai '68 als Synonym der Ereignisse in jenen Wochen ist verknüpft mit einer Reihe von Straßen, Plätzen und Stadtbezirken (Arrondissement) sowie von Wissenschaftseinrichtungen. Diese Orte bildeten den Raum für die unterschiedlichen Formen politischer oder gesellschaftlicher Auseinandersetzungen – von friedlicher Meinungsäußerung und Demonstration bis hin zu gewalttätigen Aktionen und bürgerkriegsähnlichen Zuständen, die den gesellschaftlichen Konsens und das Machtmonopol des französischen Staates tendenziell in Frage stellten. Insofern ist es in diesem Zusammenhang möglich, einen Stadtplan der Proteste zu skizzieren.

Ausgangspunkt für das, was später in Frankreich mit den „événements“, den Ereignissen, benannt wird, waren im ersten Schritt die Universität Nanterre im Westen des Pariser Stadtzentrums (durch den Boulevard Périphérique umgrenztes Stadtgebiet) und in der Folge die Universität Sorbonne. Im konkreten Kontext dieser Arbeit sind die beiden Universitäten jedoch weniger bedeutsam, weil dort keine künstlerische Produktion stattfand. Diese konzentrierte sich auf

109 Vergl. Tabelle 1 auf S. 58.

die beiden großen Kunsthochschulen, die „École Nationale Supérieure des Beaux-Arts“ (ENSBA) und die „École Nationale Supérieure des Arts-Décoratifs“ (ENSAD)¹¹⁰.

Die ENSBA befindet sich im 6. Arrondissement, dem „Arrondissement Luxembourg“, in der „14, Rue Bonaparte“ in 75006 Paris. Die ENSAD ist im benachbarten 5. Arrondissement, dem „Arrondissement Panthéon“, in der „31, Rue d'Ulm“ in 75005 Paris beheimatet.

Generell entstanden die französischen Protestplakate der Monate Mai und Juni 1968 in zahlreichen so genannten „Ateliers Populaires“, die in zahlreichen französischen Universitätsstädten gegründet wurden. Die bedeutendsten Produktionsstätten befinden sich mit der ENSBA¹¹¹ und der ENSAD allerdings im Zentrum der Unruhen, in der französischen Hauptstadt.

Nach Michael Seidman diente insbesondere die Besetzung der Beaux-Arts auch als Vorbild für weitere französische Kunsthochschulen außerhalb von Paris:

“The occupation of the Beaux-Arts and the art it produced served as a model for other Parisian institutions, such as Arts-Décoratifs, and for provincial art schools at Marseilles, Caen, Strasbourg, Amiens, Grenoble, Montpellier, and Dijon.“ (Seidman 1996:147)

Im Gegensatz zur Plakat-Produktion etablierter Organisationen und Interessenvertretungen, wie sie auch politische Parteien darstellen, muss die Plakat-Produktion der Akteure des Pariser Mai 1968 als im Großen unkoordinierte und ungeplante Aktivität betrachtet werden.

Weder die Motiv-Entwicklung noch die Produktion erfolgten im Rahmen eines definierten Arbeitsprozesses, wenn dieser als übergeordnete Struktur verstanden wird. Es gab keine zentrale Instanz der Steuerung und Verantwortlichkeit und keine Erfassung von Material, Personal und anderen Faktoren. Dies hätte wahrscheinlich auch im Gegensatz zu den politischen und sozialen Zielen dieser Bewegung gestanden.

Der gesamte Prozess der Plakat-Produktion ist rückblickend eher mit den Adjektiven „spontan“, „kreativ“ und „situationsbezogen“ zu kennzeichnen. Die Merkmale wirtschaftlichen Handelns, wie sie das System einer entwickelten Industriegesellschaft auszeichnen, gelten für diese künstlerische Produktion im Pariser Mai 1968 nicht: Lohn, Arbeitsorganisation, Input/Output, Ressourcenplanung, Produktionskontrolle und Erfassung der Arbeitsergebnisse.

Für die quantitative Bewertung der Plakat-Produktion bedeutet dies: Die Vielfalt der Motive und die jeweilige Auflagenhöhen sind nur in Einzelfällen bekannt und überprüfbar. In der Regel

110 Vergl. dazu Abbildung 1 auf S. 264.

111 Zur Charakterisierung der ENSBA schreibt der „Spiegel“ im Dezember 1968: „Die sonst als antiquiert berüchtigte Kunsthochschule war vom 14. Mai bis zum 27. Juni von ihren Studenten besetzt und rückte während dieser Zeit zum ‚Zentrum der französischen Kulturrevolution‘ (Peters) auf: Arbeits-Kollektive, die Bild- und Text-Erfindung, graphische Formulierung und Druckprozeß unter sich aufteilten, verwirklichten, so Galerist Nicaise, ‚eine außergewöhnliche Erneuerung der seit Jahrzehnten verkalkten Plakatkunst‘.“ (Der Spiegel 1968:187)

basieren die Angaben zu Auflagenzahlen mit Ausnahme kleiner Erstauflagen auf Schätzungen von Beteiligten, die auch in die Literatur Einzug gehalten haben.

Datengrundlage dieser Arbeit bilden die als Primärquellen-Literatur bezeichneten Bücher, die sich entweder als reine Kataloge bestimmter Motiv-Sammlungen oder als Beschreibung bzw. wissenschaftliche Aufarbeitung der Plakat-Kunst verstehen.

Beispielhaft hierfür steht Louis F. Peters. Da sein Buch sehr zeitnah zum Mai 1968 erschien, besitzen seine Aussagen möglicherweise eine höhere Glaubwürdigkeit, als dies Rekonstruktionen aus größerer historischer Distanz vermögen:

„Aber nicht nur in der Kunstschule der Beaux-Arts wurden Plakate gemacht, auch in den Schulen Estienne, Boulle, Arts Décoratifs (...), Métiers d'art und in der Naturwissenschaftlichen Fakultät (...). Alle zusammen hatten bis zur ersten Juli-Woche ca. 350 Plakate in einer Auflage von ca. 120 Tausend Exemplaren produziert. Die Auflagenhöhe hing nicht nur von der Güte des einzelnen Plakats ab, sondern auch davon, wie viele Plakate pro Tag ausgegeben wurden. Die durchschnittliche Auflage lag zwischen zweihundert und dreihundert Exemplaren pro Plakat.

In den Arts Décoratifs, in der Rue d'Ulm (...), hatten sich sogar zwei voneinander unabhängige Ateliers aufgetan, weil eine Gruppe, die der Anarchisten, unbedingt allein arbeiten wollte.“ (Peters 1968:71)

Die dieser Arbeit zugrundeliegenden Motive, die in der allgemeinen Wahrnehmung als die Plakate der „Pariser Mai 1968“ gelten, entstanden ausnahmslos an der „École des Beaux-Arts“ und der „École des Arts-Décoratifs“, die neben vier kleineren Pariser Schulen¹¹² die Mittelpunkte der künstlerischen Produktion bildeten. Auf der Basis zahlreicher Interviews mit Zeitzeugen und Akteuren aus jener Zeit liefert die Arbeit von Gene M. Tempest von der University of California Berkeley aus dem Jahr 2006 umfangreiches Datenmaterial sowie zeitgenössische Bewertungen der künstlerischen Aktivitäten an diesen beiden Schulen.

Dominierend bezüglich der Größe, der Anzahl der beteiligten Künstler und Studenten sowie der Anzahl und Auflage der politischen Plakat-Motive ist die „École Nationale Supérieure des Beaux-Arts“ vor der „École Nationale Supérieure des Arts-Décoratifs“. Heute lauten die Bezeichnungen der Schulen „École nationale supérieure des beaux-arts de Paris (ENSBA)“ und „École nationale supérieure des arts décoratifs de Paris (ENSAD)“. Beide Schulen stehen unter der Schirmherrschaft des französischen Kultusministeriums.

112 Faculté des Sciences, Institut d'Art et Archéologie, Faculté de Médecine und Arts Appliqués (zitiert nach Tempest 2006:1).

3.3.2 Die Künstler an der ENSBA

Die Protestbewegung ergriff am 8. Mai 1968 auch die ENSBA. Auf Initiative von Studenten der Architektur konstituierte sich ein Streikkomitee¹¹³. Federführend in diesem Prozess waren insbesondere Mitglieder der Künstlergruppe „Salon de la Jeune Peinture“ und Vertreter politischer Gruppen:

„Certains artistes du Salon de la Jeune Peinture, comme Aillaud, Arroyo, Biras, Buraglio, Cuéco, Fleury, Fromanger, Jolivet, Le Parc, Rancillac, Tisserand, Zeimert, et des membres der différentes tendances ou courants politiques (Internationale Situationniste, Anarchistes, Mouvement du 22 mars, Trotskyistes, UJCML, Parti Communiste, etc.), accoutumés aux méthodes de travail collectives, rejoignent les étudiants et les aident à mettre au point les bases d'un fonctionnement dans l'École occupée: assemblées générales journalières, discussions, décisions collégiales, réflexions sur des réformes du système éducatif, préfiguration de l'atelier d'affiches, etc.“ (Dary 2008:17)

Am 14. Mai 1968 wurde die ENSBA besetzt, und an diesem Tag begann auch die Produktion politischer Plakate. Die Kerngruppe der Besetzer bestand hier nicht aus Kunststudenten, sondern aus professionellen Künstlern. Diese nahmen die Gebäude in Besitz und starteten den Aufbau von Workshops. Tempest schreibt dazu:

“At the Beaux-Arts, one group in particular headed the workshop: members of the pre-existing radical art association, the Salon de la Jeune Peinture.“ (Tempest 2006:6)

Gérard Fromanger, wie Bernard Buraglio Mitglied dieses Salons, unterstreicht den Führungsanspruch in diesem Prozess:

“We, the Salon de la Jeune Peinture, made the decision (to occupy the school). It wasn't the Beaux-Arts students.“¹¹⁴

Zur Dominanz dieser Gruppe in der Besetzung und der künstlerischen Produktion der Beaux-Arts sagt Tempest:

“Jeune Peinture's dominance of the atelier is perhaps explained by the fact that its members were older than students, and had more life experience and longer political résumés. Fromanger, for example, was 28 years old in May 1968, and his colleagues were also ten or more years older than university students.“ (Tempest 2006:6)

113 Vergl. Dary (2008:17).

114 Zitiert nach Tempest (2006:6).

Der „Salon de la Jeune Peinture“ war ein Produkt aus der französischen Widerstandszeit 1945 und setzte nach der Besetzung der ENSBA die zuvor gepflegten Arbeitsstile und Arbeitsorganisationsformen fort. Fromanger dazu:

“For example, the Jeune Peinture artists collectively created many works and left them unsigned, as they would do when making the posters of '68.”¹¹⁵

Bekannte Künstler an der ENSBA waren u. a.:

Guy de Rougemont

Geboren am 23. April 1935 in Paris und Mitglied der „Académie des beaux-arts“, unterstützte er als abstrakter Künstler wie zahlreiche andere Künstler das Atelier Populaire, ohne jedoch selbst Plakat-Motive zu entwerfen¹¹⁶. Wlassikoff sagt über ihn:

„Guy de Rougement aménage dans son propre logement, à Paris, un atelier de sérigraphie militant, lié à la Gauche prolétarienne, courant maoïste radical, issu de l'UJCML¹¹⁷, à l'automne 1968.“ (Wlassikoff 2008:19)

Bernard Rancillac

Geboren am 29. August 1931 in Paris, hielt er sich als Künstler u. a. 1967 mit der Künstlervereinigung des „Salon de Mai“¹¹⁸ in Havanna/Kuba auf.

Pierre Buraglio

Geboren am 4. März 1939 in Charenton-le-Pont, trat er 1959 in die ENSBA ein und nahm 1961 erstmalig am „Salon de la Jeune Peinture“ teil.

Gérard Tisserand

Mitglied der ENSBA¹¹⁹

Gérard Fromanger

Geboren am 6. September 1939 in Pontchartrain, war er einer der Gründer des „Atelier Populaire“.

115 Zitiert nach Tempest (2006:6).

116 Vergl. Gervereau (1988a:166).

117 UJCML steht als Abkürzung für „Union des jeunesses communistes marxistes-leninistes“.

118 Der „Salon de Mai“ bezeichnet eine Gruppe französischer Maler und Bildhauer, die im Oktober 1943 in Paris gegründet wurde und deren erste Ausstellung vom 29. Mai bis 29. Juni 1945 ebenfalls in Paris stattfand. Diese Ausstellung richtete sich gegen die nationalsozialistische Ideologie und deren Verdammung der so genannten entarteten Kunst.

119 Vergl. Tempest (2006:5).

Éric Seydoux

Geboren am 23. Juni 1946, erlernte er im Alter von 21 Jahren die Kunst der Sérigraphie im „Atelier Paris Arts“ und lernte dort u. a. Bernard Rancillac kennen. Heute betreibt er das „L'Atelier Rue du Bac“ im Zentrum von Paris¹²⁰.

Gilles Aillaud

Geboren am 5. Juni 1928, wurde er 1965 Präsident des „Salon de la Jeune Peinture“.

3.3.3 Die Künstler an der ENSAD

Die Besetzung der ENSAD erfolgte in der Nacht des 13. Mai 1968, wobei die erste Plakat-Produktion erst am 29. Mai erfolgte. Nach der Besetzung kehrten auch zahlreiche junge Alumni an ihre Alma Mater zurück. Die Kerngruppe der Besetzer bestand hier neben zahlreichen Künstlern auch aus so genannten Abend-Studenten, die an der Schule an den Abenden zwischen 18 und 22 oder 23 Uhr lernten und sich tagsüber im Erwerbsleben befanden.

Diejenigen Künstler, die wie zum Beispiel Pierre Bernard aus der professionellen Werbung kamen, waren mit der kollektiven und in Bezug auf die künstlerische Urheberschaft anonymen Produktionsweise gut vertraut.

Die ENSAD scheint rückblickend angesichts der umfassenden sozialen Bewegungen des Mai 1968 sehr isoliert gewesen zu sein. Diese Aussage bezieht sich auf die Kontakte der Hochschule zur Arbeiter- und Gewerkschaftsbewegung, insbesondere zu den Gruppen streikender Arbeiter in der Fabriken. In einem Interview erinnert sich François Miehé als einer der Künstler an der ENSAD so:

„Une des caractéristiques de cette période reste quand même que mouvements étudiants et mouvements ouvrières se sont ratés!“ (Gervereau 1988d:195)

Und auch zum unmittelbaren räumlichen Umfeld und zur Bevölkerung gab es nach Miehé keine Kontakte:

„On ne sortait pas de l'école. Quand nous sortions, c'était pour aller à une manifestation. Nous n'avions pas de contact avec la population.“ (Gervereau 1988d:197)

Bekannte Künstler an der ENSAD waren u. a.:

120 Vergl. www.ericseydoux.com.

François Miehe

Jahrgang 1942, Mitglied der Kommunistischen Partei

Pierre Bernard

Geboren 1942 in Paris, erwarb er 1964 das Diplom an der ENSAD und arbeitete als Künstler in der Werbung für „Woolmark“, einem französischen Textilunternehmen.

Gérard Paris-Clavel

(Jahrgang 1943)

Die drei genannten Künstler gründeten nach dem Pariser Mai 1968 im Jahr 1970 das Grafiker-Kollektiv „Grapus“. Kennzeichnend für die Arbeit dieser Gruppe war der kollektive künstlerische Produktionsprozess. Die Arbeiten wurden wie in der Plakat-Produktion des Pariser Mai nicht mit dem jeweiligen Namen des Künstlers, sondern nur mit dem Namen „Grapus“ gekennzeichnet:

„L'Atelier Populaire des Arts Décoratifs donna, quant à lui, naissance en 1970 au groupe de graphistes très militants Grapus qui par sa pratique collective voulut aussi changer la vie.“ (Dary 2008:20)

Miehe verließ Grapus wieder im Jahr 1978 und kehrte als Professor an die École des Arts-Décoratifs zurück. Paris-Clavel und Bernard gründeten 1989/1990 eigene Ateliers¹²¹.

3.3.4 Die Konkurrenz zwischen ENSBA und ENSAD

Zwischen beiden Kunsthochschulen bestand eine ausgeprägte Wettbewerbssituation. Tempest schreibt dazu:

“Relations between the two art colleges had not been warm before 1968, and during mai the inter-school rivalry worsened, occasionally shading towards violence.“ (Tempest 2006:16)

Das Verhältnis der beiden Schulen zueinander wird auch von Laurent Gervereau eher kritisch beschrieben:

„Cependant les rapports entre les deux ateliers parisiens furent quasiment nuls, sinon hostile. A cela il faut y voir des raisons politiques et aussi des divergences esthétiques.“ (Gervereau 1988a:164)

¹²¹ Kamps schreibt zur Bedeutung der Gruppe: „In Frankreich trat bis 1991 die Gruppe Grapus, die schon 1968 während der Pariser Studentenunruhen mit Plakaten, auch gegen den Vietnamkrieg, protestierte, hervor.“ (Kamps 1999:95)

Pierre Buraglio als Künstler an der ENSBA sieht die ENSAD nicht als gleichrangig an:

“In my opinion, (the Arts-Déco workshop) didn’t have the same importance. It came later.”¹²²

Abweichend von dieser Bewertung sieht Laurent Gervereau die generelle Bedeutung der ENSAD durchaus positiver:

„Par le nombre d’affiches tirées, par leur qualité, il tient une place essentielle.“ (Gervereau 1988a:164)

Dary führt die fehlenden Kontakte zwischen den beiden Schulen auf die dort aktiven unterschiedlichen politischen Gruppierungen zurück:

„Aux Arts Décoratifs, un atelier similaire se met en place à partir du 29 mai avec les mêmes bases théoriques: travail de groupe, critique collective, efficacité du message, soutien des luttes. Mais il n’y aura pratiquement pas de relation entre les deux ateliers (à l’exception de Martial Raysse qui émigrera de l’un à l’autre), semble-t-il essentiellement pour des raisons politiques, la majorité des membres de l’atelier des Beaux-Arts étant maoïstes et ceux des Arts Déco communistes.“ (Dary 2008:19)

Auch der Zusatz der ENSBA, „number one“, wurde weniger als Zeichen der Kooperation als des Wettbewerbs betrachtet. Buraglio dazu:

“We tried to start others (workshops) – that was the idea. We wanted thousands of poster workshops. It was a very Chinese spirit. We didn’t succeed, but the idea was for ateliers in factories, neighbourhoods, everywhere.”¹²³

Zu den Unterschieden zwischen der ENSBA und der ENSAD stellt Wlassikoff fest:

„Alors que l’Atelier populaire se place dans un esprit de résistance à mesure que s’annonce la fin politique du mouvement voulue par les gaullistes et les communistes – précisément les piliers historiques de la Résistance – et s’approprie sa rhétorique tout en épargnant la figure emblématique de De Gaulle, aux Arts-Déco, on n’hésite pas à s’attaquer aux signes de la Résistance, comme la croix de Lorraine ou l’uniforme du général, en les assimilant au nazisme. A cet égard, l’affiche représentant Hitler derrière le masque de De Gaulle marque la différence entre ce qui a pu être fait dans l’un et l’autre atelier: malgré sa qualité, elle n’aurait pas été acceptée par l’AG¹²⁴ des Beaux-Arts.“ (Wlassikoff 2008:16)

122 Zitiert nach Tempest (2006:17).

123 Zitiert nach Tempest (2006:16).

124 AG steht für „Assemblée générale“.

Auch wenn einzelne Bewertungen durchaus widersprüchlich erscheinen, gilt die ENSBA auch im historischen Rückblick als Zentrum der Aktivitäten zur Realisierung dieser spezifischen politischen Plakat-Kunst. Die in dieser Arbeit untersuchten Motive sind, soweit feststellbar, durchgängig Produkte der Künstler an der ENSBA.

3.3.5 Die Technik der Plakat-Produktion

Grundsätzlich kamen in der Produktion der politischen Plakate zwei unterschiedliche Druckverfahren zum Einsatz, der Siebdruck und die Lithographie. In der Reproduktion von Plakat-Motiven in den erschienenen Büchern ist an vielen Stellen der Hinweis zu finden, in welcher Drucktechnik das abgebildete Motiv hergestellt wurde. Vielfach wurden nahezu identische Motive auch in beiden Verfahren vervielfältigt.

Das erste Plakat des Pariser Mai '68 entstand in einer Auflage von 30 Exemplaren als Lithographie¹²⁵. Als wesentlich schnelleres Druckverfahren erwies sich das so genannte „silk-screening“ (Sérigraphie), ein Seidensiebdruckverfahren, das aus den USA stammt. Die Vorteile lagen neben weitaus höherer Auflagezahlen in der sehr einfachen technischen Ausrüstung, die notwendig war, und der Tatsache, dass auf Grund dieser Technik auch Ungeübte sehr schnell gute Arbeitsergebnisse erzielen konnten:

“The technique requires only a piece of silk large enough to cover a wooden frame, some ink, paper, and an operator.“ (Tempest 2006:11)

Guy de Rougement sprach auf der Generalversammlung des 14. Mai über die Technik der Sérigraphie. Er arbeitete zu dieser Zeit in einem Atelier für künstlerische Sérigraphie nahe des Panthéon und erinnert sich, wie die Methode des „silk-screening“ an die Beaux-Arts kam:

“The atelier members were in their general assembly, and I stood up and said, ‚Listen, I have recently discovered a much faster printing process that is possible with fewer materials. It’s called silk-sreening.‘ So they all turned towards me and said, ‚Very well, you will responsible for setting up a silk-sreening workshop‘, ... So I left the school, and I just happened to run into Eric (Seydoux). ... The next day Eric and I went to see his boss (at Paris Arts) and he gave us large screens and some inks. And so with Eric, who knew the technique very well, (...) we arrived at the Beaux-Arts.“¹²⁶

Gestützt wird die Darstellung über die Einführung der Serigraphie am 14. Mai auch von Dary:

125 Vergl. S. 232.

126 Zitiert nach Tempest (2006:12).

„Le même jour, l'artiste Guy de Rougement et le sérigraphe Éric Seydoux, qui connaissent la technique de la sérigraphie, sont chargés de mettre en place un atelier et initient étudiants et artistes à cette technique récente, qui permet d'imprimer plus rapidement et efficacement que la lithographie un grand nombre d'affiches (le tirage de chaque affiche sérigraphiée ira jusqu'à 2 000 exemplaires).“ (Dary 2008:18)

Nach Aussage von Gérard Fromanger wurde 1968 die Technik der Sérigraphie lediglich von der Künstlergruppe GRAV (Groupe de recherche d'art visuel) eingesetzt:

„Elle était presque inconnue en France à l'époque (sauf des artistes du GRAV – Groupe de recherche d'art visuel – avec Le Parc, Sotto, Vasarely, Crus Diez, De Marco, Yvaral, Agam, etc..., qui, depuis le début des années 60, produisaient de très nombreuses sérigraphies, sur papier ou des ‚multiples sérigraphies‘ avec notamment le grand sérigraphe Arcay, exilé cubain sous la dictature Batista, arrivé à Paris en 1952-53; il donne le premier un essor à la sérigraphie artistique à travers la galerie Denise René et ses artistes). Elle existait industriellement. Pour les peintres, ce n'était pas une technique connue, ni noble, en tous cas, pas comme la lithographie ou la gravure.“ (Gervereau 1988c:184/185)

Der Prozess zur Herstellung der Plakate an der ENSBA wird als technisch einfach und anspruchslos beschrieben:

„La sérigraphie pratiquée aux Beaux-Arts est extrêmement rustique. Les cadres et écrans de soie permettent seulement une impression monochrome et une composition des plus simples. Les dessins sont réalisés sur papier, à taille réelle, et reportés par transparence sur l'écran avec un crayon tender. La partie qui doit recevoir l'encre est emplie avec du ‚drawing-gum‘ liquide, qui forme une pellicule plastique en séchant; puis l'ensemble est recouvert d'une couche de vernis de remplissage passée avec une raclette. Une fois les parties vernies sèches à leur tour, comme celles-ci n'acceptent pas l'encre, il suffit de décoller le drawing-gum durci pour laisser le motif libre à l'encrage. Lequel est réalisé manuellement avec une seconde raclette. Le papier est en général déroulé pour passer dans le châssis de manière à former des bandes imprimées, qui sont déposées à sécher sur les clayettes, ou, à L'Ecole des arts décoratifs, descendues dans la cage d'escalier du quatrième étage, où se trouve l'atelier, jusqu'au rez-de-chaussée, offrant ainsi un spectacle qui marquera tous les visiteurs.“ (Wlassikoff 2008:11/12)

Zur Besonderheit dieser künstlerischen Sérigraphie schreibt Wlassikoff:

„Même si elle est extrêmement réductrice par rapport aux capacités techniques et esthétiques des protagonistes de l'Atelier, les membres de la Jeune Peinture tout particulièrement, la sérigraphie artisanale possède la rare qualité aux yeux de ces derniers d'obliger à faire simple, avec une grande économie de moyens, pour obtenir un impact optimal.“ (Wlassikoff 2008:12)

Der technische Prozess des Siebdrucks wird in der Selbstdarstellung des „Atelier Populaire“ in Form einer konkreten Anleitung in sechs Schritten beschrieben¹²⁷.

127 Vergl. Atelier Populaire (1968:16).

Die Serigraphien erschienen auf normalem Zeitungspapier, das unter anderem von den im Streik befindlichen Druckereien der ENSBA zur Verfügung gestellt wurde. Getrocknet wurden die auf langen Papierrollen gedruckten Plakate dort im Garten, in der ENSAD dienten die Aufgänge im Treppenhaus als Trocknungsmöglichkeit¹²⁸.

Zum Produktionsprozess schreibt Dary:

„Les ateliers de sérigraphie, de lithographie et de pochoir fonctionnent jour et nuit, le tirage se fait en continu, par équipes, dans différentes salles de fabrication. Les affiches sont éditées sur du papier et avec de l'encre fournis par des imprimeries en grève ou par des éditeurs. Elles doivent sécher pendant trois heures.“ (Dary 2008:18)

Wlassikoff betont in der Schilderung die außergewöhnliche Begeisterung und den Einsatz der Akteure:

„Dès lors, l'atelier d'affiche existe de manière autonome au sein de l'école, disposant de son propre comité, assurant son financement, et de son assemblée générale qui délibère des projets. L'atelier se met en place dans un enthousiasme extraordinaire dont tous les protagonistes, des décennies plus tard, parlent avec émotion. Chacun se rend disponible pour rassembler du matériel, châssis, soie des écrans, encres, produits chimiques, papier, etc., pour se charger de la nourriture, de l'hébergement, du nettoyage – beaucoup dormiront sur place plus d'un mois durant. Réglée au fil des AG et des commissions, l'organisation assure un approvisionnement continu, même l'essence ne manquera pas alors que sa distribution cesse dans tout le pays dès 20 mai.“ (Wlassikoff 2008:11)

Die ENSAD verfügte für die Herstellung ihrer Plakate über eine stabile Papierversorgung. François Miehé als Mitglied der Kommunistischen Partei verfügte über gute Beziehungen zur kommunistischen Tageszeitung „L'Humanité“, die diese Schule mit ausreichend Papier ausstattete.

Die Wahl des Siebdruck-Verfahrens wird zumindest von Semin kritisch hinterfragt. Den Sinn einer Restriktion in den Produktionsrahmenbedingungen zweifelt er tendenziell an:

„Un mouvement qui revendiquait le pouvoir de l'imagination, ou l'imagination au pouvoir, aurait certainement trouvé le moyen de remettre en route une ou plusieurs imprimeries, s'il l'avait véritablement souhaité.“ (Semin 2008:30)

Ungeachtet der Tatsache, dass sich die Protestbewegung tatsächlich genau dieser einfachen Produktionsmethode bediente, ist die Frage nach der Angemessenheit der verwendeten Kommunikationskanäle und -mittel vor dem Hintergrund der medientechnologischen Möglichkeiten zulässig.

128 Vergl. Gervereau (1988a:166).

Bereits 1970 stellte Enzensberger in seinem Aufsatz „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ kritisch fest:

„Für den Pariser Mai von 1968 war der Rückgriff auf altertümliche Produktionsformen besonders charakteristisch. Statt die Arbeiter einer modernen Offset-Druckerei zu agitieren, druckten die Studenten ihre Plakate auf den Handpressen der Ecole des Beaux-Arts. Die poetischen Parolen wurden von Hand gemalt: Schablonen hätten zwar ihre massenhafte Verbreitung ermöglicht, aber die schöpferische Phantasie ihrer Urheber gekränkt. Der strategisch richtige Zugriff auf die fortgeschrittensten Medien unterblieb: Nicht das Rundfunkhaus, sondern das traditionsreiche Odeon-Theater wurde von den Aufständischen besetzt.“ (Enzensberger 1970:5/6)

Auch die streikenden Mitarbeiter des staatlichen Fernsehens ORTF¹²⁹ übernahmen im Rahmen einer Besetzung der Studios und der Sendeeinrichtungen nicht das Medium „Fernsehen“, um es im Sinne ihrer Streikanliegen selbst zu nutzen und die französische Öffentlichkeit mit ihrer parteilichen Meinung zu informieren und zu konfrontieren. Das Medium wurde für die eigene Sache und die Anliegen der Protestbewegung offensichtlich nicht genutzt.

3.3.6 Die Anonymität der künstlerischen Produktion

Eine Besonderheit in der Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 stellt die Anonymität in der Kennzeichnung der künstlerischen Arbeiten dar. Indem der einzelne Künstler auf die persönliche Kennzeichnung seines Entwurfs oder seiner Arbeit verzichtete, rückte das Kollektiv der Kunsthochschule sowohl in der Wahrnehmung von außen als auch in der Selbstwahrnehmung innerhalb der Schule in den Mittelpunkt und steuerte damit einen nicht unwesentlichen Teil zur Identitätsstiftung bei.

Dary betont zusätzlich den politischen Aspekt der Anonymität, mit der der Künstler auch ein Zeichen gegen die individualistische und als bürgerlich bewertete Kunstauffassung setzte:

„Chaque soir, les projets d'affiches sont soumis aux voix par l'Assemblée Générale. Le principe de l'anonymat des auteurs des affiches est retenu pour éliminer les pratiques de la création individualiste bourgeoise qui resurgissent toujours consciemment ou non...!“ (Dary 2008:18)

Auch Semin sieht die strenge Anonymität als ein besonderes Merkmal dieser Kunst:

„...: les artistes, croyant associer le peuple à la création, se soumettent au jugement des masses, inventaient une *forme normale* où, de l'art et du graphisme, ne se perdaient que les mauvais côtés (la perspective de la notoriété, les marques de distinction...), et qui touchait juste. Que cette esthétique ait été aussi une éthique se lira dans le fait, sans beaucoup de précédents, que toute la

¹²⁹ ORTF steht für „Office de Radiodiffusion Télévision Française“, die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Frankreichs von 1964 bis 1974.

production de l'atelier des Beaux-Arts, pour une part due à des artistes confirmés ou appelés à devenir célèbres, s'est faite dans le respect de l'anonymat le plus strict, pour l'essentiel maintenu jusqu'à aujourd'hui.“ (Semin 2008:37)¹³⁰

Bekannt ist nur ein Fall, in dem der Künstler eines Plakat-Motivs viele Jahre später sein künstlerisches Urheberrecht geltend machte:

„Le 19 mai, c'est un illustrateur, Carelman¹³¹, qui propose l'une des plus célèbres affiches: le flic à la matraque, sans inscription, qui est reprise en offset avec une inscription ‚SS‘ sur le bouclier, sérigraphiée à plusieurs reprises au fil des semaines avec le ‚SS‘ sur le bouclier. Il sera le seul artiste à revendiquer, 20 ans après, auprès de l'Association des auteurs graphiques et plastiques la paternité de cette affiche. Chaque reproduction de cette affiche entraîne le versement de droits d'auteur.“ (July 2008:49)

Wlassikoff stellt rückblickend einen Zusammenhang zwischen der praktizierten Anonymität der künstlerischen Produktion und der späteren Herausbildung des Mythos der Kunststudenten her:

„Le maintien de l'anonymat de la part des protagonistes de l'Atelier est le signe d'une rare fidélité aux principes d'origine: combien dans d'autres circonstances et pour d'autres objets auraient cédé à l'attrait d'une reconnaissance officielle, limitée mais bien réelle. Au demeurant, l'anonymat s'est construit avant tout pour des motifs idéologique: le rejet de la notion d'auteur, la matérialisation du ‚pouvoir éducateur du peuple‘, les affiches en tant qu'exemple concret de l'art au service des masses. De sorte qu'il a contribué à véhiculer le mythe des ‚affiches des étudiants des Beaux-Arts‘, largement entretenue dès les débuts. Les affiches der Mai 68 sont ainsi devenues l'émanation d'un seul et même corps collectif, les-étudiants-des-Beaux-Arts, quintessence du mouvement. Alors que ce sont essentiellement des plasticiens professionnels, pour beaucoup déjà engagés politiquement, qui ont lancé la dynamique et assuré la majeure part de la production.“ (Wlassikoff 2008:21)

Die nach außen demonstrierte Anonymität stand allerdings im Gegensatz zu der von den Beteiligten wahrgenommenen Rolle und Bekanntheit des Künstlers, der letztlich für den Entwurf verantwortlich war:

„Des groupes se constituent par affinités autour de chaque projet, mais souvent une personnalité forte en dirige l'élaboration, et beaucoup d'affiches peuvent être rattachées à un nom, déjà célèbre ou qui l'est devenue depuis. L'anonymat est de rigueur, les maquettes exposées lors de l'AG ne sont pas désignées nominalement et aucune affiche n'est signée. Néanmoins, tout le monde sait peu ou prou qui fait quoi et la ‚célébrité‘ n'est pas un critère de faveur.“ (Wlassikoff 2008:12)

Rückblickend unterstreicht Dary anlässlich der Ausstellung „Les affiches de mai 68“ im „Musée des Beaux-Arts de Dole“ (Mitglied der Museen-Gruppe in Franche-Comté) vom 9. Mai bis 31. August 2008 die besondere Bedeutung des kollektiven Prozesses:

130 Hervorhebungen im Original.

131 Jacques Carelmann (1929-2012) lebte seit 1956 als Maler, Dekorateur und Illustrator in Paris und gilt als Autor des Plakats „CRS SS“ (vergl. S. 213).

„Quarante ans après mai 68, le musée des Beaux-Arts de Dole, en collaboration avec l'École nationale supérieure des beaux-arts de Paris, fête l'anniversaire d'un événement où l'imagination fut 'au pouvoir' et où la création, exceptionnellement, ne fut pas l'affaire d'un individu isolé mais l'engagement d'un groupe, le résultat d'un acte collectif porté par des artistes et des étudiants qui furent les seuls à travailler alors que toute la France était en grève!“ (Dary 2008:19)

Ohne Belege in der vorliegenden Literatur benennen zu können, liegt bezüglich der Thematik der Anonymität ergänzend der folgende Gesichtspunkt nahe: Wenn das Ziel der politischen Künstler auch die Symbiose von Studenten- und Arbeiterbewegung war, so könnte sich die Anonymität der künstlerischen Produktion auch als eine besondere Form der Annäherung an die industrielle Produktion darstellen, deren Kennzeichen u. a. ebenfalls die Anonymität im Herstellungsprozess der einzelnen Produkte (zum Beispiel eines Autos in der Fließbandproduktion) ist.

3.3.7 Die Generalversammlung

Sowohl an der ENSBA auch als an der ENSAD wurden tägliche Generalversammlungen abgehalten. Neben intensiven Diskussionen über die Rolle der Kunst und die Funktion des Künstlers in den aktuellen Auseinandersetzungen wurden insbesondere die Plakat-Motive und deren Slogans breit diskutiert. Vorschläge wurden skizziert und an Wäscheleinen auf den Innenhöfen der Schulen aufgehängt. Die abgestimmten Motive wurden dann am Nachmittag als Druckvorlagen hergestellt und in der Nacht gedruckt.

Die unmittelbare Vernetzung der künstlerischen Produktion mit der konkreten Streikbewegung in den Betrieben wird unter anderem auch deutlich in der Zusammensetzung der täglichen Generalversammlungen in der Hochschule:

„Un accueil recevait les différents envoyés de toutes les grèves du pays, employés SNCF de Quimper, laveurs de vitres de l'hôpital de Romorentin, types de chez Renault, etc... Ça n'arrêtait pas! Ils venaient pour dire: ‚Voilà, on veut une affiche comme-ci comme-ça, on sait que vous existez‘. On avait aussi une espèce de petite école pour apprendre à ces gens-là à faire de la sérigraphie de façon à ce qu'ils recommencent dans leur usine ou dans leur campagne. Ces gens arrivaient surtout le matin et restaient la journée. Ils finissaient par connaître très vite le fonctionnement et ils restaient jusqu'au soir à l'assemblée générale pour expliquer leur grève, proposer un mot d'ordre et proposer éventuellement une petite maquette.“ (Gervereau 1988c:185/186)

Die Diskussion der Plakat-Motive und deren Slogans an der ENSBA wird als zeitraubend und unproduktiv beschrieben:

“Indeed, discussions often were prolonged and unproductive. Fromanger remembers a sketch of his that was rejected after eight hours of debate in the Beaux-Arts general assembly.“ (Tempest 2006:9)

Die erzielten Ergebnisse waren im hohen Grad von der aktuellen personellen Zusammensetzung der Generalversammlung abhängig und vielfach uneinheitlich¹³². Eric Seydoux bemerkt rückblickend dazu:

“Certain posters were passed at certain times because there were more pro-Chinese and fewer Trotskyites, or the other way round...”¹³³

Nach Laurent Gervereau war in der Generalversammlung der ENSBA die Beantwortung von jeweils zwei Fragen entscheidend:

“Their general assembly selected posters according to two questions. The first, ‘Is it politically correct?’ was political and communitarian. The second, ‘Does it convey well its idea?’ was more aesthetic.”¹³⁴

In diesem Prozess gab es nur eine Ausnahme:

“An important exception was made for designs produced by workers. The dominant ‘ouvriérisme’ guaranteed their acceptance without criticism.”¹³⁵

An der kleineren ENSAD werden diese Prozesse als effektiver beschrieben. François Miehé:

“The student population at the Arts-Déco was unified from the beginning to the end.”¹³⁶

Hier wurden die Entscheidungsprozesse schneller aus der Generalversammlung in die eigentlichen Künstlergruppen überführt:

“After the printing of the first three Arts-Déco posters, discussions and votes were moved from the courtyard to the poster workshop in the hallway of the fourth floor.” (Tempest 2006:9)

Der Einfluss von in der Generalversammlung anwesenden Arbeitern im Entscheidungsprozess wird von Wlassikoff als sehr hoch beschrieben:

„...; la moindre intervention d’un ouvrier relève de la parole bénie et toujours, sa voix prime sur celle des étudiants ou des artistes.” (Wlassikoff 2008:16)

132 Vergl. Tempest (2006:9): „The direct democracy of the assembly made the poster output politically inconsistent.”

133 Zitiert nach Tempest (2006:9).

134 Zitiert nach Seidman (1996:146/147).

135 Vasco Gasquet zitiert nach Seidman (1996:147).

136 Zitiert nach Tempest (2006:9).

Wenn diese Einschätzung richtig ist, so verweist sie auf eine durchaus kritisch zu bewertende Eigenheit im Gesamtprozesse der Motiv- oder Slogan-Auswahl. Die bloße Eigenschaft, Arbeiter zu sein, setzte möglicherweise eine sachbezogene Abwägung von vornherein außer Kraft.

Insgesamt handelte es sich bei den Entscheidungen in der Generalversammlung um komplexe und vielfach auch zeitintensive Vorgänge, die vielfach aber auch das Ergebnis der gewollten basisdemokratischen Grundorientierung waren:

„En fin de journée, les maquettes sont présentées devant une audience en général beaucoup plus importante; elles sont ‚placées au fil’, c’est-à-dire rangées côte à côte, accrochées par les épingles à linge, sur un câble tendu dans le fond de la sale, et soumises à la critique collective. Certaines sont vite rejetées, d’autres, plus rarement, font l’unanimité et sont acceptées sans remaniement, la plupart sont longuement discutées et amendées.” (Wlassikoff 2008:12)

Die letzte Stufe im Prozess dieser künstlerischen Produktion waren die in aller Regel nachts erfolgende Verteilung und Klebung der Plakate:

„Des colleurs bénévoles passent chaque jour chercher leur lot pour le placarder dans la rue. Cet affichage est souvent risqué, car la police, les CRS et les CDR (Comités de défense de la République) y font obstacle.“ (Dary 2008:18)

Jedes Plakatieren stellte einen Rechtsbruch dar, denn es galt auch während der Auseinandersetzungen im Pariser Mai 1968 unverändert die französische Plakat-Gesetzgebung:

„Kaum hat man während der ersten französischen Revolution von 1789 erkannt, welchen Einfluss Politische Plakate haben, da ergeht das Gesetz vom 28. Juli 1791, welches den Druck von schwarzen Buchstaben auf weißem Papier nur offiziellen Plakaten vorbehält. Als auch diese Einschränkung kluge Leute nicht abhielt, die Mauern zu bekleben, wird das Gesetz vom 16. Mai 1818 erlassen, wonach für jedes Plakat in der Stadt Paris ein bestimmter Obolus zu entrichten ist. Den Höhepunkt dieser Plakatgesetzgebung bildet das noch heute geltende Gesetz vom 29. Juli 1881, das während der Mai-Revolution aufgehoben schien.“ (Peters 1968:8)

Provokativ mussten Wandflächen erscheinen, an denen die dort angebrachten Verbotshinweise aus der Plakat-Gesetzgebung umfassend von Protestplakaten umrahmt oder teilweise überklebt waren.



Abbildung eines Verbotsschildes gemäß der Plakat-Gesetzgebung (Quelle: Peters 1968:90)

3.3.8 Die Plakate und der Kunstbetrieb

Obwohl die Plakat-Produktion des Pariser Mai 1968 zur Unterstützung und Kommunikation der Protestbewegung initiiert worden war und von diesem Standpunkt aus so etwas wie ein integrales Element der politischen Auseinandersetzungen war, wurden einzelne Plakate bereits im Mai 1968 zum Kauf angeboten. Gérard Fromanger erinnert sich im Interview mit Tempest:

“I heard that there were posters in New York that were selling for 300 dollars. I was thinking, where are they coming from? We managed to find the two guys who are doing it, they were stewards at Air France. I have no idea how they’d heard of the atelier. They would smile and say, ‘oh marvelous’, and then swoosh – every night they took a little roll of posters (...). They would leave for Orly (Airport) and give posters to their friends who were on flights for New York or London. It went very quickly.”¹³⁷

Nach Schätzungen von François Miele gelangte ein Viertel der gesamten Plakat-Produktion nicht zum Einsatz in der Öffentlichkeit der Pariser Straßen und Plätze, sondern verblieb in privaten Händen und bei Sammlern oder eben Verkäufern¹³⁸

Die auf herkömmlichem Zeitungspapier als Serigraphie hergestellten Plakate, die insgesamt motiv- und auflagebezogen die große Mehrheit bilden, stellen sich in ihrer physikalischen Beschaffenheit als sehr fragil und wenig dauerhaft dar. Die Materialqualität dieser Plakate widerspricht einer dauerhaften Aufbewahrung. Die erhaltenen Originalexemplare bedürfen von daher einer sehr vorsichtigen Behandlung.

Dies betont auch Johan Kugelberg, Kurator der Ausstellung „May 68: Street Posters from the Paris Rebellion“, die im April 2008 im Hayward Project Space in London stattfand:

“...; what matters is that they don’t get lost in time, as they are so ephemeral. The paper can literally crumble to the touch.“ (Kugelberg 2008:3)

Wie heute zahlreiche Internet-Portale und -Auktionshäuser¹³⁹ belegen, sind erhaltene Exemplare der politischen Plakate des Pariser Mai 1968 heute Objekte des allgemeinen Kunstbetriebes und damit wie politische Plakate aus anderen historischen Zusammenhängen ihrer politischen und sozialen Wirkung beraubt. Die verfügbaren Exemplare sind Objekte für Sammler und Liebhaber geworden. Die Preise bewegen sich aktuell im Rahmen von weniger als Euro 100,- bis hin zu mehr

137 Zitiert nach Tempest (2006:17).

138 Vergl. Tempest (2006:17).

139 Vergl. hierzu u. a. www.camardetassocies.com und www.leclere-mdv.com.

als Euro 1.000,- zum Beispiel für die Plakat-Motive Nr. 6 oder Nr. 1 der dieser Arbeit zugrunde liegenden Auswahl.

Schon Ende 1968 wies Peters auf den Verlust an Wirkung hin, der eintritt, wenn die Plakat-Motive der Straßen und Plätze dokumentarisch in Museen oder anderen Räumlichkeiten gezeigt werden:

„Plakate verlieren ihr Leben, wenn die natürliche Umgebung fehlt. Die Pariser Plakate, die an den Häuserwänden und Toren die öffentliche Ordnung störten und damit ein Überraschungsfaktor waren, wirkten in der im Juni 1968 von der Kölner Studenten Union innerhalb der Universität Köln organisierten Dokumentation fade und herzlos. In Ausstellungen und Büchern sind Plakate nicht mehr unmittelbar und aufdringlich.“ (Peters 1968:7/8)

Unter anderen wurde die Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 in den vergangenen Jahren auf den folgenden Ausstellungen gezeigt:

1982 (17. Februar bis 31. März):

„Les affiches de Mai 68, ou, L'imagination graphique.“

Bibliothèque nationale (Salle Mortreuil) in Paris

1998 (April bis Juni)

„MAI 68 OU L'IMAGINATION AU POUVOIR“

Galerie Beaubourg, Château Notre-Dame de Fleurs, in Vence/Frankreich

2008 (22. März bis 18. Mai):

„MAI 68, TRAIT POUR TRAIT“

Musée Rignault in Saint-Cirq-Lapopie/Frankreich

2008 (15. April bis 13. Mai):

„Pariser Mai 68 – Plakate aus dem Atelier Populaire und Umfeld“

Museum für Gestaltung Zürich/Schweiz

2008 (7. Mai bis 26. Juli):

„Mai 68, l'affiche en héritage“

Galerie Anatome in Paris

2008 (15. Mai bis 30. Mai):

„L'imagination au pouvoir – mai 1968-2008“

Le cabinet d'amateur in Paris

3.3.9 Zusammenfassung

Der Abschnitt 3.3 unter der Überschrift „Die Orte der künstlerischen Produktion“ beleuchtet umfassend die Spezifika, die den Produktionsprozess der ausgewählten Plakat-Motive in der rückblickenden Analyse prägen. Damit rückt die vorliegende Arbeit Aspekte in den Mittelpunkt, der vielfach in der Analyse von medialen oder künstlerischen Produkten unbeachtet bleibt. Dabei handelt es sich um Fragen der konkreten persönlichen Urheberschaft, der historischen Möglichkeiten im Abgleich zur tatsächlichen Nutzung verfügbarer Produktionstechnik sowie dem gesamten künstlerischen Umfeld als Ausgangspunkt der gewählten und realisierten Ästhetik.

Unter diesen Gesichtspunkten entstanden die politischen Plakate des Pariser Mai 1968 in einer umfassenden gesellschaftlichen Aufbruchphase, die zu einer besonderen Form von Symbiose zwischen Kunst und Politik führte. Professionelle Künstler übernahmen auf dem Weg der Besetzung an staatlichen Kunsthochschulen die Hoheit über die Entwicklung und Realisierung politischer Kunst, die jeweils unmittelbar aktiver Teil der radikalen gesellschaftlichen Auseinandersetzungen in Paris und ganz Frankreich wurde.

Die Darstellungen dieser künstlerischen Produktion korrigieren zum einen tradierte Positionen zu den konkreten Urhebern dieser politischen Plakat-Kunst, als die vielfach die Studenten an diesen Hochschulen galten und gelten, zum anderen ermöglichen sie aber auch einen historischen Blick auf die eingesetzten Methoden dieser Produktion vom Entwurf über die Herstellung bis hin zur Distribution wie auch auf die konkreten Entscheidungsprozesse, die zu den Plakat-Motiven in der jeweils endgültigen Form führten.

3.4 Die politischen Plakate des Pariser Mai 1968

Nach der Darstellung des ästhetischen Umfeldes und der konkreten Rahmenbedingungen stellt das folgende Kapitel die Situation der Präsenz und Verfügbarkeit der Plakat-Motive für wissenschaftliche Bedeutungsanalysen in den Mittelpunkt.

Da heute an den Pariser Hauswänden mit großer Wahrscheinlichkeit kein Plakat aus jener Zeit mehr sichtbar sein dürfte, stellt sich die Frage nach der Dokumentation der einzelnen Motive und nach den Verfahren, möglichst detailliert Kenntnis über die spezifischen Entstehungszusammenhänge zu erlangen.

Der folgende Abschnitt beschreibt die Quellensituation und analysiert die seit dem Mai 1968 bis heute publizierten Bücher zur Plakat-Kunst des Pariser Mai '68, soweit sie für diese Arbeit zur Verfügung standen.

Aus der Sichtung aller auffindbaren Plakat-Motive ergeben sich Strukturierungsmöglichkeiten. Der Sichtungsprozess selbst ist nicht Gegenstand dieser Arbeit, aus ihm ergeben sich jedoch thematische Schwerpunkte einzelner Gruppen von Plakat-Motiven. Auf Grund der besonderen Relevanz des ausgewählten Themas ergibt sich der zentrale Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit, das Korpus.

3.4.1 Die Primärquellen: Nachdrucke der Plakat-Motive in Buchform

Mit dem Begriff „Primärquelle“ wird hier die Wiedergabe von Plakaten in Form einer zweidimensionalen und (in der Regel) farbigen Druckabbildung im verkleinerten Maßstab bezeichnet. Diese Art der Wiedergabe gilt für alle Plakat-Motive mit Ausnahme des Motivs „UNE JEUNESSE QUE L'AVENIR inquiète TROP SOUVENT...“, das als gefaltetes „Poster“ im Format 40,5 cm x 59,5 cm (Breite x Höhe) dem Buch von Louis F. Peters im Jahr 1968 beigelegt war.

Die Anzahl der Bücher, die für sich beanspruchen, Umfang und Vielfalt der verschiedenen Motive der Plakate des Pariser Mai möglichst vollständig zu dokumentieren (und in unterschiedlichem Ausmaß auch zu kommentieren), ist bis heute nach den Recherchen zu dieser Arbeit überschaubar.

Die Erscheinungszeitpunkte dieser Publikationen reichen bisher von 1968 bis zur 40. Wiederkehr der Ereignisse im Jahr 2008.

Den Ursprung bildet dabei auf Grund der Herausgeberschaft der kleine Band „Atelier Populaire présenté par lui-même. 87 affiches de mai-juin 68“. Dieser Band erschien in französischer Sprache und wurde, soweit bekannt, nie ins Deutsche übersetzt.

Unter dem Titel „mai 68 affiches“ erschien am 27. Juni 1968 eine großformatige Reprint-Ausgabe von 35 Plakat-Motiven (viele von ihnen farbig dargestellt). Als Herausgeber wird Tchou Editeur¹⁴⁰ angegeben. Das Format des Buches¹⁴¹ beträgt (Breite x Höhe): 33 x ca.49,5 cm (13 x 19,5 inch). Es erschien in französischer Sprache mit einem Vorwort von Jean Cassou. Die Zeitschrift „Der Spiegel“ schrieb zu diesem Buch im Dezember 1968:

„So setzte der Pariser Verlag Tchou in sechs Wochen 10 000 Exemplare einer Plakatmappe zu 28 Franc ab – ein Erfolg, der ähnliche Editionen in Rom und London inspirierte.“ (Spiegel 1968:187)

Wlassikoff bemerkt zu diesem Buch:

„L'ouvrage mélange les affiches des Beaux-Arts à des créations en soutien au mouvement signées Alechinsky, Appel, Bazaine, Caler, Cremonini, Dufour, Degottex, Héliou, Ipoustéguy, Jorn, Rebeyrolle, Velicovick. Mélange effectivement incongru dans la mesure où des ‚affiches artistiques‘ sont techniquement et plastiquement différentes, généralement tirées en lithographie, en plusieurs couleurs, sans parler des conditions politiques de leur apparition.“ (Wlassikoff 2008:20)

Nach Garcia erfolgte die Publikation¹⁴² ohne das Einverständnis des „Atelier Populaire“:

„La ferme volonté qui les anime de rester maîtres d'œuvre de la diffusion des affiches les fait refuser d'en vendre à Tchou ce qui n'empêche pas l'éditeur de les publier le 27 juin avec une préface de Jean Cassou, ‚Mai 68 affiches‘.“ (Garcia 2008:57)

Der britische Verlag Dobson Books Ltd. veröffentlichte im Jahr 1968 im großen Format ein Buch unter dem Titel „L'Atelier Populaire Présenté par Lui-Même/The Popular Workshop Presented by Itself“, das inhaltlich mit dem erstgenannten Buch weitestgehend identisch ist, zuerst in französischer Sprache erschien und kurze Zeit später auch in englischer Sprache vorlag. Es finden sich auch Hinweise darauf, dass der kommentierende Text in den Sprachen Französisch, Englisch, Italienisch, Spanisch und Deutsch vorlag.

Im Vorspann des Buches „Atelier Populaire présenté par lui-même“ heißt es zu dieser Ausgabe:

„U. U. U. Publie un recueil d'affiches de l'ATELIER POPULAIRE chez Dobson à Londre. 96 affiches en couleur, 40 x 27,5, 126 pages.“ (Atelier Populaire 1968:2)

140 Claude Tchou ist ein französischer Verleger. Vergl. dazu auch Galerie (1998:146).

141 Dieses Buch lag zur Erstellung der vorliegenden Arbeit nicht vor und wird nach den Recherchen ausschließlich als bibliographische Rarität von Auktionshäusern gehandelt. Es ist jedoch sehr unwahrscheinlich, dass diese Ausgabe Plakat-Motive enthält, die in dieser Arbeit und in der Gesamt-Quellensituation nicht berücksichtigt wurden.

142 Auf Internet-Seiten von Auktionshäusern wird das Format 49,9 cm breit und 65,2 cm hoch genannt.

Fromanger zu dieser Ausgabe:

„En août¹⁴³, nous éditons chez Dobson à Londres un livre des affiches. L'idée était que personne ne pouvait faire mieux que nous: laisser une trace de cela et l'éditer avec le même état d'esprit qui avait fondé cet atelier populaire.“ (Gervereau 1988c:191)

In diesem Buch werden insgesamt 96 Motive abgebildet. Tempest zur Bedeutung dieses Buches:

„L'Atelier Populaire Présenté par Lui-Même' has become the authority on the posters of 1968, cited in virtually all scholarship on the subject.“ (Tempest 2006:8)

In der Literatur¹⁴⁴ wird in Bezug auf dieses Buch auch von 197 abgebildeten Motiven gesprochen. Garcia betont die Erweiterung der gezeigten Motive:

„Et enfin ils publient: dès le mois d'août, 'UUU l'Atelier Populaire présenté par lui-même, 87 affiches de mai-juin 1968' (avec encart publicitaire), puis dans la foulée, sa version anglaise largement étoffée, 'Mai 68 début d'une lutte prolongée' (Londre, éd. Dobson, 1969). L'ouvrage a tout d'un catalogue thématique – 197 affiches y sont reproduites, datées et rattachées aux événements qui les ont suscitées – et finit par excéder le manifeste mode d'emploi rédigé afin de créer et de perpétuer les ateliers populaires.“ (Garcia 2008:56)

Auf Grund der Veröffentlichung in englischer Sprache erscheint die Bewertung von Tempest zutreffend. Insbesondere der Einfluss dieses Buches auf die weltweite Verbreitung der Motive dürfte unbestritten sein:

“The wide circulation of L'Atelier Populaire Présenté par Lui-Même brought French posters to the world, a world that eagerly appropriated and expropriated them. The immediate impact was on the international leftwing youth movements. Posters appeared in American activists' rooms across the U.S., on t-shirts and at demonstrations.“ (Tempest 2006: 8)

Für Tempest ist die besondere Bedeutung dieses Buches aber auch der Grund dafür, dass andere Kunsthochschulen in der Rückschau kaum mehr Beachtung finden:

“The existence of this book helps explain why the story and work of the Arts-Déco and other ateliers are not remembered.“ (Tempest 2006:8)

Neben dem in Großbritannien im Verlag Dobson hergestellten Plakat-Buch erschien in Indianapolis und New York im Verlag Bobbs-Merrill 1969 das Buch „POSTERS FROM THE REVOLUTION,

143 Gemeint ist das Jahr 1968.

144 Vergl. Tempest und Garcia.

Paris, May 1968¹⁴⁵ mit 24 Seiten Einführungsmaterial und 96 Seiten mit farbigen Reproduktionen der Plakat-Motive. Als Autor wird das Atelier Populaire (Paris, Frankreich) genannt. Bei diesem Buch von Bobbs-Merrill handelt es sich um die erste amerikanische Version des Buches von Dobson. Es wurde im Hochformat (11 x 16 inch, entspricht 27,9 x ca. 40,6 cm) gedruckt.

Für die vorliegende Arbeit stand eine PDF-Version des Buches (Version der Ausgabe von Bobbs-Merrill) zur Verfügung. Diese Ausgabe besitzt keine durchgängige Paginierung. Für die Zitierweise in dieser Arbeit wurde die Einleitung, beginnend mit der Titelseite als Seite 1, mit den Seitenzahlen e1 bis e28 versehen. „e“ steht hier für „Einleitung“. Darauf folgen die im Buch paginierten Seiten 1 bis 96, auf denen die Plakat-Motive abgebildet sind. Das Nachwort ist ebenfalls nicht paginiert und wurde mit den Seitenzahlen n1 bis n4 versehen. „n“ steht für „Nachwort“. Zu den abgebildeten Plakat-Motiven auf den Seiten 1 bis 96 enthält das Buch die Übersetzungen der Motiv-Texte in die englische, italienische, spanische und deutsche Sprache. In dieser Arbeit ist jeweils die deutsche Version als Zitat zu den ausgewählten Motiven¹⁴⁶ wiedergegeben.

Im deutschsprachigen Raum hat das Buch mit dem Titel „Kunst und Revolte – Das Politische Plakat und der Aufstand der französischen Studenten“ von Louis F. Peters eine Alleinstellung. Es erschien bereits im August 1968 und befasst sich unter anderem auch mit den Themen „Künstler in der Revolte“ und „Flugblätter“.

Tatsächlich liefern weitere und nach dem Jahr 1968 erschienene Publikationen einen deutlich größeren Überblick über die Motiv-Vielfalt und die Plakat-Motive der unterschiedlichen Produktionsstätten in jenen Tagen.

Hervorzuheben ist hier insbesondere das Buch von Vasco Gasquet mit dem Titel „Les 500 affiches de mai 1968“, das zehn Jahre später in Paris erschien.

Eine ähnliche Qualität in Bezug auf die Gesamtzahl der Plakat-Motive und deren Motiv-Ableitungen zeigt das Buch von Mésa mit dem Titel „Les Affiches de l’Atelier Populaire de l’École des Beaux-Arts“, das im Jahr 1975 in Paris erschien und neben dem Abdruck der Plakate vielfältige Zusatzinformationen liefert.

Anlässlich der Ausstellung „MAI 68 OU L’IMAGINATION AU POUVOIR“ veröffentlichte die Galerie Beaubourg in Vence/Frankreich im Jahr 1998 einen Katalog mit 80 Photographien und 278 Plakat-Motiven.

Zwei weitere Bücher profitieren in der Qualität und Struktur ihrer Darstellungen von der deutlich größeren historischen Distanz zu den Ereignissen des Mai 1968. Zum einen handelt es sich

145 In den aktuellen Bibliographien existieren nach ISBN-10-Nummer zwei unterschiedliche Ausgaben (ISBN-10: 0234772875 und ISBN-10: 0234772883).

146 Vergl. Motiv-Verzeichnis auf S. 228ff..

um eine Veröffentlichung der École des Beaux-Arts und des Musée des beaux-arts de Dole mit dem Titel „Les affiches de mai 68“ von Anne Dary u. a., das im April 2008 erschien.

Zum anderen bietet das Buch von Michel Wlassikoff mit dem Titel „Mai 68: L’affiche en héritage“, ebenfalls 2008 erschienen, eine umfassende Gesamtdarstellung der Plakat-Motive in chronologischer Reihenfolge, die mit umfangreichen Detailinformationen versehen ist. Auf Grund seiner strukturierten Darstellung und der Wiedergabe einer Vielzahl zeitgenössischer Motive hat dieses Buch einen besonderen Stellenwert für die Analyse dieser Plakat-Kunst.

Neben diesen Basis-Publikationen tauchen die Motive der Plakate des Pariser Mai in zahlreichen Print- und Online-Publikationen auf, ohne jedoch in Bezug auf Vollständigkeit, Umfang und jeweilige Einordnung die Qualität der oben genannten Bücher zu erreichen. Sie sind in der folgenden Auflistung ebenfalls aufgeführt.

In der Übersicht ergibt sich die folgende Chronologie der Primärliteratur:

1968: Atelier Populaire.....	87 Motive
1968: Louis F. Peters.....	rund 160 Motive
1968: Dobson, London.....	96 Motive
1969: Bobbs-Merrill, Indianapolis u. New York.....	96 (?) Motive
1975: Mésa.....	rund 210 Motive
1978: Gasquet.....	500 Motive
1988: Les affiches de “mai 68”/Laurent Gervereau.....	9 Motive
1996: Revolutionary collectivismen/Michael Seidman.....	16 Motive
1998: Galerie Beaubourg.....	rund 270 Motive
2008: Paris. Mai 68/Volkhard Brandes.....	31 Motive
2008: Anne Dary.....	rund 230 Motive
2008: Wlassikoff.....	169 Motive

Angereichert werden die Informationen aus den hier genannten Veröffentlichungen durch eine Reihe von Aufsätzen und Interviews mit Zeitzeugen der Ereignisse des Pariser Mai 1968, die in aller Regel in Frankreich erschienen sind und für diese Arbeit ebenfalls genutzt wurden.

Die genannten Bücher verfolgen mit Ausnahme chronologischer Ordnungsansätze kein erkennbares Strukturprinzip. Vielfach bieten sie die Vielfalt der Plakat-Motive in einer beliebig erscheinenden Darstellungsform.

Eine Ausnahme bildet das 2008 erschienene Buch von Dary.: In der Dokumentation zur Ausstellung „les affiches der mai 1968“, organisiert vom „Musée des Beaux-Arts de Dole“ in der

Zeit vom 09. Mai bis 31. August 2008 (vergl. Anne Dary u. a.), werden als Katalog zur Ausstellung die thematischen Zuordnungen¹⁴⁷ der gezeigten Plakat-Motive vorgenommen.

3.4.2 Zum Begriff „Plakate des Pariser Mai 1968“

„Plakate des Pariser Mai 1968“ gilt in der Literatur als Begriff für Plakate bzw. Plakat-Motive, die in einem spezifischen Stil produziert sind und mit den sozialen Bewegungen im Paris des Jahres 1968 assoziiert werden. Tatsächlich erschienen die ersten Plakate an der ENSBA erst am 14. Mai 1968, die Distribution erfolgte dann am 15./16. Mai. Das erste Plakat-Motiv aus der ENSAD erschien erst am 29. Mai. Der Schwerpunkt der Plakat-Produktion an dieser Schule lag eindeutig im Juni 1968, ebenso starteten auch die Kunstschulen außerhalb von Paris erst in diesem Zeitraum. Laurant Gervereau schreibt dazu:

„Même si ‚mai 68‘ est devenu une entité recouvrant toute la période, il convient donc de comprendre que la majorité des affiches datent de juin, donc qu’il serait plus normale de parler des affiches de mai-juin 68 que celles de ‚mai 68‘.“ (Gervereau 1988a:165)

Den Betrachtungszeitraum dieser Arbeit bildet der zeitliche Rahmen von der Besetzung der ENSBA am 13. Mai 1968 bis zur Beendigung der Besetzung durch die CRS am 27. Juni 1968. Alle in dieser Zeit produzierten Plakat-Motive gelten als „politische Plakate des Pariser Mai 1968“. Die Festlegung dieses Betrachtungszeitraums ist nahezu identisch mit der Vorgehensweise von Wlassikoff in der Konzeption seines Buches aus dem Jahr 2008:

„Cette présentation entend respecter le cadre strict de la production, qui se déploie du 15 mai au 27 juin, période d'activité effective des ateliers, certifiée par un ‚label‘, imprimé sur chaque affiche.“ (Wlassikoff 2008:25)

Zur Anzahl unterschiedlicher Motive und zu den jeweiligen Auflagehöhen lassen sich keine exakten Zahlen ermitteln: Nach den Recherchen von Tempest¹⁴⁸ lagen die stündlichen Produktionszahlen an der ENSBA zwischen 100 und 200 Plakaten. Die Produktionszahl pro Nacht lag bei mehreren Tausend. Die Zahlen an der ENSAD lagen pro Stunde ähnlich hoch. Allerdings wurde hier pro Tag nur zwei bis drei Stunden lang gedruckt. Bei voller Produktionsleistung lagen die Gesamtmengen zentraler Motive zwischen 2.000 und 3.000 Exemplaren. Die Anzahl

147 Vergl. Dary (2008:63ff.).

148 Vergl. Tempest (2006:12).

unterschiedlicher Motive schwankt je nach Quelle zwischen 350 und 600 bis 700¹⁴⁹. Vasco Gasquet gibt seinem Buch den Titel „Les 500 affiches de mai 68“.

Die Plakate des Pariser Mai 1968 sind als Originale in ihrer materiellen Form als auf Papier gedruckte Motive mit Ausnahme vereinzelt gehandelter Original-Plakate, Plakat-Sammlungen in Museen und Plakat-Ausstellungen, in denen ebenfalls Originale gezeigt werden, nicht mehr präsent. Die Kenntnis über Motive, Farben und Erscheinungsformen resultiert ausschließlich aus der dieser Arbeit zugrunde liegenden Literatur, die hier als Primärquelle des Untersuchungsgegenstandes gilt. Diese Arbeit bezieht sich nur auf die grafische Reproduktion der Motive (zweidimensionale Druckabbildung auf neutralem Hintergrund) und damit ausdrücklich nicht auf Motive, die möglicherweise nur auf Fotos (Pressefotos und Medienberichte) aus jener Zeit festgehalten sind und ausschließlich auf diesem Weg überliefert wurden. Neben den Abbildungen in der Literatur sind aktuell zahlreiche Motive in unterschiedlichsten Zusammenhängen im Internet auffindbar.

Die fotografische Dokumentation der Plakat-Motive am wichtigsten Produktionsstandort, der ENSBA, ist sehr beschränkt. Dies liegt im Wesentlichen in der restriktiven Vergabe von „Akkreditierungen“ für Pressefotografen in der eigentlichen Hochschule begründet. Nach Wlassikoff waren lediglich die Fotografen Bruno Barbey, Henri Cartier-Bresson und Marc Riboud¹⁵⁰ zugelassen. Im Weiteren dokumentieren nur die Fotos von Philippe Vermès, einem aktiven Mitglied des Atelier, die Arbeiten in der ENSBA. Für jeden anderen Besucher galt ein absolutes Film- und Fotografierverbot, wie ein eigens zu diesem Zweck gestaltetes Plakat-Motiv¹⁵¹ zeigt.

Die in der Literatur verwendeten Fotografien stammen ausschließlich aus dem oben genannten Kreis der zugelassenen Fotografen. Die fotografische Dokumentation der Plakate des Pariser Mai 1968 bleibt im Rahmen meiner Arbeit unberücksichtigt. Sie stellt möglicherweise eine eigene wissenschaftliche Fragestellung dar.

Das Ziel, ein möglichst umfassendes Bild über alle Motive zu erlangen, erscheint über die systematische Herstellung einer Übersicht erreichbar, die detailliert alle in der genannten Literatur abgebildeten Motive katalogisiert. Dieser im Rahmen dieser Arbeit nicht weiter dokumentierte Aufgabe war Teil der Vorbereitungen. Das Ziel einer Katalogisierung aller verfügbaren Motive ist ausdrücklich nicht Gegenstand dieser Arbeit.

Ein wesentliches Strukturierungsmerkmal liegt in der Differenzierung von reinen Sprach-Plakaten und Bild-Sprache-Plakaten. In der Gruppe der Bild-Sprache-Plakate sind neben den

149 Abhängig ist die Schätzung der Gesamtzahl von der Frage, inwieweit ein Motiv als eigenständig oder als abgeleitet definiert wird.

150 Vergl. Wlassikoff (2008:5).

151 Vergl. Plakat-Motiv Nr. 22 auf S. 256.

Motiven, die sich einer grafischen Darstellung bedienen und die die überwiegende Mehrheit bilden, auch Motive enthalten, deren Bild-Anteile einen fotografischen Ursprung haben. Motive, in denen Sprache in ihrer Gestaltung oder Teilgestaltung tendenziell zum Beispiel auf das Logo oder die Wortmarke eines Unternehmens abhebt¹⁵², können der dritten Gruppe „Gestaltete Sprach-Plakate“ zugeordnet werden.

¹⁵² Beispiele sind in diesem Zusammenhang der Schriftzug KODAK oder der Rhombus als grafischer Bestandteil des Hersteller-Logos von RENAULT.

3.5 Exemplarische Bild-Sprache-Korrelationen in den „Fabrik“-Motiven

Der folgende Abschnitt widmet sich im Schwerpunkt der detaillierten Analyse ausgewählter Plakat-Motive aus dem Pariser Mai 1968 und bildet damit das Zentrum der vorliegenden Arbeit. Die Darstellung und Begründung der Auswahl der untersuchten Plakat-Motive bilden den Einstieg in diesen Abschnitt. Nach der Definition des Korpus folgen eine erste Beschreibung der in dieser Motiv-Gruppe eingesetzten verbalen und visuellen Zeichensysteme sowie eine Darstellung der konkreten gesellschaftlichen Zusammenhänge, in denen diese Motive ihre Aussagekraft gewinnen. Im Weiteren wird aus der Gruppe der gewählten Motive das so genannte „Zentralmotiv“ abgeleitet.

Darauf folgt die Detailanalyse dieses Zentralmotivs mit Hilfe des im zweiten Teil der Arbeit entwickelten Analyse-Modells. Daran schließen sich die Analysen der aus dem Zentralmotiv abgeleiteten Plakat-Motive (in diesem Kontext als „Motiv-Derivate“ bezeichnet) an.

Den Abschluss dieses Abschnitts bildet die Zusammenfassung der festgestellten Korrelationen zwischen Bild und Sprache im beschriebenen Korpus.

Die Vielfalt der im Mai und Juni 1968 produzierten Plakat-Motive der französischen Protestbewegung spiegelt nicht nur die Vielfalt in den realisierten Gestaltungen, sondern auch die thematische Breite der Plakat-Aussagen wider. Die Themen beziehen sich dabei unmittelbar auf Auseinandersetzungen, Ereignisse und politische Entscheidungen, die die Protestbewegung beeinflussten.

Die Anzahl der Plakat-Motive zu den einzelnen Themen schwankt stark. In der späteren Wahrnehmung dieser Plakat-Kunst entwickelte sich eine kleine Gruppe von Motiven heraus, die als typisch für den Pariser Mai '68 angesehen wurden und werden. Die bewusste oder unbewusste Auswahl von Motiven für eine Darstellung oder Berichterstattung zu diesen Ereignissen und damit die Betonung und Wiederholung der immer selben Motive führt in der langfristigen Wahrnehmung zu einer Reduktion der Vielfalt und möglicherweise auch zu einer deutlichen Akzentverschiebung hinsichtlich der tatsächlichen historischen Bedeutung.

Mit dem Ziel einer exemplarischen Untersuchung von Plakat-Motiven des Pariser Mai '68 ergaben sich nach der ersten Sichtung des Gesamtmaterials unterschiedliche Möglichkeiten der Motiv-Auswahl. Letztlich fiel die Entscheidung auf eine Gruppe von Motiven und deren enge Eingrenzung, für die zwei wichtige Gründe sprechen:

Zum einen thematisieren diese Motive eines der zentralen Ziele der Protestbewegung: die Zusammenführung des ursprünglich ausschließlich studentischen Protestes mit der Protestformation der Arbeiterbewegung und mit dem Engagement der Gruppe der jungen Arbeiter bis hin zu einer Entwicklung, als deren Höhepunkt der Generalstreik organisiert wurde.

Die Fabrik als gesellschaftlicher und gleichzeitig nichtöffentlicher Raum ist zugleich in jeder Industriegesellschaft der zentrale Ort der Produktion von Waren aller Art. Beteiligt am „fabricare“¹⁵³ sind Maschinen und menschliche Arbeitskraft, die von den Arbeitern erbracht wird und die entsprechende Werte schafft.

Im Zuge tiefgreifender gesellschaftlicher Veränderungen industrieller Gesellschaften kommt der Gruppe der Arbeiter eine besondere Rolle zu, da in ihren Händen ursächlich die umfassende Produktion aller Waren liegt.

Allgemein formuliert war eines der zentralen politischen Ziele der sich in Paris entwickelnden Studentenbewegung, die eigenen Impulse zur Bewusstwerdung der gesellschaftlichen Situation und deren Veränderungsmöglichkeiten auch auf die Kernbereiche der industriellen Produktion Frankreichs und deren Träger, die Arbeiter, zu übertragen und letztlich Studentenbewegung und Arbeiterbewegung als soziale Massenbewegungen zu harmonisieren und zu vereinen. In der Entwicklung der sozialen Auseinandersetzungen im Mai 1968 kam es auch zu einer Übernahme studentischen Handlungsformen (dort im Umfeld von Universitäten und Hochschulen) durch die Arbeiter in ihren Fabriken.

Die Begriffe „Streik“ und „Besetzung“ beschreiben allgemein die zwei wesentlichen Schritte im angestrebten Veränderungsprozess. „Streik“ als kollektive Arbeitsniederlegung und als Anhalten der alltäglichen Prozesse führte in der Hochschule zu einem vorläufigen Ende der Vermittlung von Lerninhalten, in der industriellen Produktion zu einem vorläufigen Stopp der Warenerzeugung. Somit sind in diesen beiden Teil-Öffentlichkeiten radikal veränderte Rahmenbedingungen hergestellt. Die Frage der Herrschaft und Steuerung in diesen Räumen ist in dieser Phase noch offen. Im nächsten Schritt, der Besetzung von Hochschule und Fabrik als vorübergehender oder auch längerfristiger Besitznahme, verfolgen die Akteure das Ziel, neben dem Stillstand der alltäglichen Abläufe auch die Macht- und Verfügungsfrage zu stellen. Diese Frage umfasst auch den physischen Aufenthaltsort von Studenten und Arbeitern auf der einen und von Lehrkörper und Unternehmer/Betriebsführung auf der anderen Seite.

Ausgehend von der Zielsetzung der Protestbewegung, über die Hochschulen und die Straße hinaus den Druck für radikale gesellschaftliche Veränderungen insbesondere auf die zentralen Bereiche der industriellen Produktion und des öffentlichen Dienstleistungssektors auszudehnen, kommt dem Thema „Fabrik/Fabrikbesetzung“ die Schlüsselrolle zu. Insofern trägt die intensive Auseinandersetzung mit den Plakat-Motiven zu „Fabrik/Fabrikbesetzung“ dem Stellenwert eines der zentralen Anliegen der Protestbewegung des Pariser Mai 1968 Rechnung.

Perspektivisch ergeben sich hier für die weitere wissenschaftliche Bearbeitung der Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 mögliche Untersuchungsschwerpunkte zum Beispiel zu den Themen des

153 Lateinisch für „anfertigen“.

„öffentlich-rechtlichen Rundfunks“, also insbesondere zur Rolle der ORTF, zu Migrationsthemen und zur Rolle von De Gaulle¹⁵⁴.

Die Verlagerung der gesellschaftlichen Auseinandersetzungen in die Fabriken und auf oder vor die Werksgelände war der entscheidende Schritt in der Zuspitzung der politischen und sozialen Krise Frankreichs. Von daher verdient die Umsetzung und Begleitung des Themas mit dem Mittel der politischen Plakat-Kunst eine besondere Beachtung.

Zum anderen zählt insbesondere das in dieser Arbeit definierte Zentralmotiv zur Gruppe derjenigen Plakat-Motive, die in der Darstellung der Bewegung des Pariser Mai '68 in den Jahrzehnten nach 1968 stets aufgegriffen und wiedergegeben wurden. Dieses Zentralmotiv war zum Beispiel schon Gestaltungselement auf der Titelseite des Buches von Louis F. Peters und zieht sich bis heute in zahllosen Internet-Darstellungen durch.

Die Literatur verzeichnet in der Vielzahl von Motiven ebenfalls thematische Schwerpunkte. Beispielhaft werden hier von Dary genannt:

„Quelques thématiques sont illustrées de manière récurrente: un réquisitoire féroce contre le général de Gaulle et son gouvernement, la dénonciation d'un pouvoir policier, la critique du capitalisme et de l'impérialisme, une opposition au parlementarisme, la défense d'un pouvoir populaire et de l'unité entre les étudiants et les ouvriers, le soutien aux grévistes de la RATP¹⁵⁵, de la Poste, des usines Renault, des grands magasins, mais aussi aux paysans, mariniers, etc.“ (Dary 2008:19)

Semin bietet eine davon abweichende Strukturierung an:

„De quoi parlent, et que montrent au juste, les cinq ou six cents affiches – les décomptes diffèrent d'un historien à l'autre – dont le style si particulier s'est élaboré dans les écoles d'art de Paris? (...)“

Au terme d'un inventaire sommaire, on s'aperçoit que l'éventail des thèmes et des slogans est assez restreint:

- attaques ad hominem contre le général de Gaulle, critique de sa politique conservatrice;
- dénonciation du capital et des profits, mais aussi des syndicats présentés comme complices;
- appels incantatoires à la poursuite des luttes et à la solidarité entre intellectuels, ouvriers et paysans;
- mots d'ordre anti-parlementaires ou anti-hiérarchiques;
- dénonciation de la répression policière et/ou de la partialité de la presse.“ (Semin 2008:25/26)

Die Einheit von Studenten und Arbeitern, die Streikbewegung und die Aufrufe zur Fortsetzung des Kampfes bilden auch hier identifizierte thematische Schwerpunkte. Sie unterstreichen damit u. a. die in dieser Arbeit getroffenen Entscheidung zur Untersuchung der spezifischen Motiv-Gruppe.

154 Die Anzahl der diesen Themen zuzuordnenden Plakat-Motive ist jeweils geringer als die Anzahl der „Fabrik“-Motive.

155 „Régie autonome des transports Parisiens“ ist ein französisches Staatsunternehmen, das für den Großteil des öffentlichen Personennahverkehrs in Paris zuständig ist.

3.5.1 Definition des Korpus

Den Gegenstand der Untersuchung dieser Arbeit bilden exakt 20 Motive. 19 Motive dieser Gruppe stellen Motive von Plakaten dar, eines zeigt die Gestaltung einer Wandzeitung aus dem Pariser Mai 1968, die in ihrem Kopf ein Motiv der Plakat-Reihe aufgenommen hat. Alle Motive thematisieren in unterschiedlicher Ausprägung die folgenden Aspekte:

Studentenbewegung und Arbeiterbewegung

Fabrik und Universität

Streik und Besetzung von Fabriken

Fabrik als Ort des „Kampfes“

streikende Arbeiter in der Fabrik

Ausweitung der Auseinandersetzungen auf kleine Unternehmen

Zusammenschluss von Arbeitern, Studenten und Bevölkerung

Wandzeitungen

Sie bilden in ihrer Gesamtheit diejenige Motiv-Gruppe innerhalb der politischen Plakate des Pariser Mai 1968, die das Thema „Fabrik“ in den Mittelpunkt ihrer Aussage stellt. Nach den durchgeführten Recherchen war kein weiteres Motiv zu diesem Thema in der Grundgesamtheit aller zur Verfügung stehenden Plakate feststellbar.

Das Korpus in der Zusammenfassung der definitorischen Fokussierung:

- Plakate
- politische Plakate
- politische Plakate einer Protestbewegung
- politische Plakate einer französischen Protestbewegung
- politische Plakate der französischen Protestbewegung im Mai/Juni 1968
- politische Plakate der französischen Protestbewegung des „Mai '68“ aus dem Zeitraum 13. Mai bis 27. Juni 1968
- politische Plakate der französischen Protestbewegung des „Mai '68“ aus dem Zeitraum 13. Mai bis 27. Juni 1968 im Großraum Paris
- politische Plakate der französischen Protestbewegung des „Mai '68“ aus dem Zeitraum 13. Mai bis 27. Juni 1968 im Großraum Paris mit dem Themenschwerpunkt „Fabrik“

3.5.2 Die ausgewählten 20 Plakat-Motive im Überblick

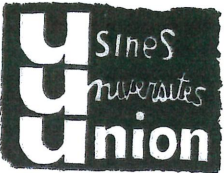



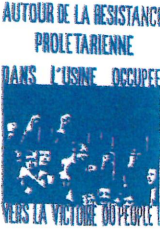


			
1 Usines Université Union	2 Université populaire oui	3 oui usines occupées	4 NON
			
5 Nous irons jusqu'au bout	6 La lutte continue	7 La lutte continue	8 La lutte continue
			
9 La lutte continue	10 Vive la lutte des ...	11 Autour de la résistance ...	12 Soutien aux usines ...
			
13 Choisissons notre terrain	14 La détente s'amorce	15 Ouvriers Etudiant ...	16 Toute la presse ...
			
17 Vive les occupations ...	18 „Journal mural“	19 Pour un enseignement ...	20 Mai 68 – Debut d'une ...

Tabelle 4. Übersicht der 20 Plakat-Motive

Kurzvorstellung der 20 Motive:

Motiv 1:

Den Beginn dieser Motiv-Reihe bildet das Plakat „UUU“. Es thematisiert die Vereinigung („Union“) von Fabriken und Universitäten.

Motiv 2:

Dieses Motiv widmet sich dem Thema der „Volksuniversität“, kombiniert architektonische Elemente von der Sorbonne und einer nicht näher definierten Fabrik und drückt ein eindeutiges „Ja“ zu dieser Form von Universität aus.

Motiv 3:

Hier wird in grafisch origineller Weise das „Ja“ zum Thema der besetzten Fabriken dargestellt.

Motiv 4:

In diesem Motiv dominiert das einzige Wort, das „Nein“. Diese Darstellung wirkt sehr spontan und grob, eher wie eine schnelle Skizze.

Motiv 5:

Dieses Plakat-Motiv verwendet als dominierendes grafisches Element eine Fotografie und bildet mit den Motiven 7 und 11 die Ausnahme zur ansonsten zeichnerischen Darstellungstechnik.

Motiv 6:

Das Motiv mit der geballten Faust auf dem Fabrikschornstein kann als Synonym für die Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 gelten¹⁵⁶.

Motiv 7:

Dieses Motiv bildet gemeinsam mit den Motiven 5 und 11 die Untergruppe derjenigen Motive, die sich einer fotografischen Abbildung bedienen.

Motiv 8:

Hier ist die Darstellung von Faust, Schornstein und Fabrik aus dem Motiv 6 spiegelbildlich umgesetzt. Der verwendete Slogan ist dagegen unverändert.

¹⁵⁶ Vergl. die Ausführungen zum „Zentralmotiv“.

Motiv 9:

Das Motiv ähnelt ebenfalls sehr stark dem Motiv 6. Erste Unterschiede fallen in der zeichnerischen Umsetzung der Faust auf.

Motiv 10:

Hier werden insgesamt 24 Fabriken unterschiedlicher Größe und Gestaltung miteinander kombiniert. Abweichend von dem Begriff der Fabrik („usine“) wird hier der Begriff des Unternehmens („entreprise“) verwendet.

Motiv 11:

Dieses Motiv ist neben den Motiven 5 und 7 das dritte Motiv in der Gruppe von fotografisch gestalteten Darstellungen. Auffällig ist beim ersten Vergleich die Verwendung eines identischen Fotos bei den Motiven 7 und 11. Das gewählte Foto in diesem Motiv stellt eine Ausschnitt-Vergrößerung des Fotos aus Motiv 7 dar.

Motiv 12:

Hier überwiegt optisch die in sehr einfacher Weise erfolgte Abbildung einer großen Menschengruppe, die sich räumlich sowohl innerhalb wie auch außerhalb der dargestellten Fabrik aufhält.

Motiv 13:

Hier wurden die grafischen Elemente des Motivs 6 aufgenommen. Die verbale Aussage ist deutlich erweitert. Auffällig ist außerdem, dass das Motiv den Juni 1968 („JUN 68“) als eine Art der Datierung abbildet.

Motiv 14:

Hier steht eine militärisch gekleidete und bewaffnete Person mit einem Stiefel auf dem Dach einer Fabrik.

Motiv 15:

Auffällig bei diesem Motiv ist die gestalterische Leichtigkeit, die von der Schwere und Dominanz der übrigen Fabrikdarstellungen abweicht. Mit dem Wort „Flins“ liefert dieses Motiv eine konkrete Ortsangabe.

Motiv 16:

Während die Darstellung der Fabrik weitgehend identisch ist mit der Darstellung in Motiv 6, zielt die verbale Aussage auf die historische Konstitution der Presse und alternativer Informationskanäle.

Motiv 17:

Im Mittelpunkt dieses Motivs steht auch die bewertende Aussage zum Thema der Fabrikbesetzungen, hier nicht als „Ja“, sondern als ein „Es lebe“. Die grafische Darstellung der Fabrik weicht durch die Schräge der verwendeten Linien/Flächenbegrenzungen deutlich von der bei den übrigen Motiven verwendeten Darstellungsweise ab.

Motiv 18:

Als „Zeitungskopf“ der geklebten Wandzeitungen wird hier das Motiv 6 verwendet und fungiert damit als eine Art von Absender- oder Herausgeber-Nennung.

Motiv 19:

Wie das Motiv 2 greift dieses Motiv die Universitätsthematik auf. Die beiden Schornsteine der zwei abgebildeten Fabriken (in spiegelbildlicher Anordnung) dienen als technische Vorrichtung zur Befestigung einer Schultafel.

Motiv 20:

Die hier dargestellte Fabrik weicht auf den ersten Blick durch drei Eigenheiten von den übrigen Darstellungen ab: Der Schornstein ist eine Art Fahnenmast und über der Fabrikhalle weht eine überdimensional große Fahne. Schornstein, Fabrikhalle und Fahne wirken durch die Darstellung sehr massiv. Die Flächigkeit von Fabrikhalle und Schornstein bildet den Hintergrund für die verbale Aussage „MAI 68“.

3.5.3 Das visuelle und das verbale Zeichensystem

Die das Korpus bildenden Motive stellen hinsichtlich ihrer Gestaltung und Aussage eine Kombination aus visuellem und verbalem Zeichensystem dar. Eine Ausnahme bildet das Motiv „U.U.U.“, das als das erste politische Plakat des Pariser Mai 1968 aus der Produktion der ENSBA gilt¹⁵⁷. Dieses Motiv enthält auf den ersten Blick keine visuellen Elemente, die auf etwas Gegenständliches in der Realität wie zum Beispiel eine Fabrikhalle, einen Schornstein oder einen

¹⁵⁷ Vergl. S. 155ff.

Arbeiter hinweisen. Eine eindeutige Zuordnung zum Bereich der reinen Text- bzw. Sprach-Motive erscheint jedoch ebenfalls als nicht schlüssig, zumal dieses Motiv in Relation zu den verbalen Anteilen der übrigen Motive die verbalen Elemente in einer deutlich ausgeprägten und differenzierten grafischen Gestaltung erscheinen lässt.

Grundsätzlich sind das visuelle und das verbale Zeichensystem voneinander faktisch und semiotisch vollkommen unabhängig und getrennt. Jedes der beiden Systeme funktioniert für sich nach einer eigenen Systematik. Auch in Bezug auf die Normierungen und den Umfang an Konventionalisierungen unterscheiden sich beide Zeichensysteme deutlich. Beispielhaft sei hier nur auf die jeweilige Nationalsprache als Ausgangsbasis des verbalen Zeichensystems hingewiesen, während weite Bereiche des visuellen Systems nicht von der Voraussetzung einer Nationalsprache, sondern eher von der soziokulturell geprägten Wahrnehmungsbreite in Bezug auf die äußerliche Wirklichkeit abhängen und damit im engen verbalen Sinn übersprachlich funktionieren.

Das visuelle Zeichensystem, das auch komplette Abbildungen oder Abbildungsbestandteile von Gegenständen der Wirklichkeit als realer Referenten umfasst, weckt beim Rezipienten mit der Verwendung spezifischer Bilder in einem spezifischen Kontext Assoziationen und mentale Einordnungen, die aus der Sinnbildlichkeit oder Symbolhaftigkeit resultieren, auf die wiederum mit einer hohen Zwangsläufigkeit rekuriert werden kann. Zu den tragenden Symbolen der Arbeiterbewegung, auf die die Protestbewegung des Pariser Mai '68 in Teilen zurückgreift, gehören zum Beispiel die geballte Faust und die wehende Fahne.

Unter dem Blickwinkel einer pragmatisch orientierten Linguistik können die verwendeten Bilder auch als Metapher verstanden werden, deren Verwendung und Bedeutung jeweils ausschließlich kontextbezogen abzuleiten ist. So ist die geballte Faust in der konventionellen Verwendungsweise immer auch eine Momentaufnahme aus einem Kampf mit Fäusten, zum Beispiel also eines Box-Kampfes. In der Übertragung auf den Kontext gesellschaftlicher Auseinandersetzungen, die zum Beispiel als Klassenkampf interpretiert werden können, steht die Faust einerseits für „handfeste“ Kämpfe, die wie in einem Box-Kampf auch blutig verlaufen können. Neben dieser konkreten Interpretation steht die Faust im übertragenen Sinn dann aber auch für Kampfstärke und Willen zum Sieg und ist damit der unmittelbaren Assoziationswelt eines Box-Kampfes weit entrückt.

Trotz aller feststellbaren Unterschiede zwischen dem visuellen und dem verbalen Zeichensystem zeigt die aktuelle Gestaltung von Medien im weitesten Sinn, dass gerade eine Kombination beider Systeme wesentlich und prägend für unsere Wahrnehmung ist.

Mit Ausnahme der Motive 5, 7 und 11, die jeweils eine Fotografie als visuelles Basiselement verwenden, und des Motivs 1, das auf den ersten Blick nur sprachliche Elemente zeigt, kommt in den übrigen 16 Motiven eine zeichnerische und damit abstrahierende Darstellung zum Einsatz. Der

Position von Barthes folgend beinhaltet die zeichnerische Verarbeitung bereits einen konnotativen Prozess, während die fotografische Abbildung grundsätzlich noch der denotativen Ebene zuzurechnen ist¹⁵⁸.

Nahezu durchgängiges visuelles Element ist eine spezifische Form der Darstellung einer Fabrik. Diese wird als unmittelbar verbundene Kombination zweier Gebäudeteile gezeigt: der Fabrikhalle und des Schornsteins. Die Fabrikhalle verfügt über eine Dachform, die auf das sogenannte Sheddach¹⁵⁹ verweist.

Typisch für die zeichnerische Darstellung der Fabrik ist die starke Reduktion im Hinblick auf Details der Industriearchitektur. Die Fabrikhalle gibt mit Ausnahme einer immer wiederkehrenden Dachgestaltung keine Details preis und wird vollflächig gezeigt. Typisch für die zeichnerische Darstellung der Realität ist in auf allen untersuchten Plakat-Motiven der Verzicht auf die dreidimensionale Darstellung von Architektur. Alle Abbildungen sind zweidimensional angelegt und damit deutlich vereinfacht.

Zur Frage von Zwei- und Dreidimensionalität räumt Stöckl im Kontext der Ikonizität visueller Zeichen zwar ein,

„dass zweidimensionale Zeichenanordnungen rein physikalisch keine Ähnlichkeit mit realen dreidimensionalen Gegenständen aufweisen.“ (Stöckl 2004:65)

Dennoch geht er davon aus, dass visuelle Zeichenkonfigurationen analog zu den realen Objekten vergleichbare Wirkungen erzielen:

„Bilder scheinen gerade deshalb so effektive Zeichenanordnungen zu sein, weil sie in einer zweidimensionalen Fläche Dreidimensionalität suggerieren können und alle damit in unserem ökologischen Sehen verbundenen intellektuellen wie emotionalen Reaktionen auf Weltausschnitte zu simulieren vermögen.“ (Stöckl 2004:66)

Die zweidimensionale Flächigkeit erscheint zudem in einer Einfarbigkeit, die ebenfalls einen Schritt der Reduktion darstellt. Die Gestaltung der zeichnerischen Elemente an ihren Grenzen zur weißen/hellen Grundfläche des Plakats (also des Papier-Untergrundes) ist vielfach ungenau und nicht geradlinig exakt, insbesondere beim Motiv 4, dessen Darstellung unmittelbar an die Verwendung eines groben Pinsels erinnert.

Die Abbildung des Schornsteins ist auf Grund seiner geometrischen Figur (ein konischer Körper, der in der Realität durch die Statik des Bauwerks bedingt ist) leicht als Schornstein zu erkennen. Gleiches gilt für die Fabrik/Fabrikhalle, deren besondere Dachform aus der allgemeinen Wahrnehmung von Industrieanlagen bekannt ist.

158 Vergl. hierzu die Analysen zu den fotografischen Elementen der Plakat-Motive Nr. 5 und 7.

159 Vergl. S. 123f.

Wenn in der Wirklichkeit als Hinweis auf eine Fabrik, in der aktuell produziert wird und Menschen arbeiten, Rauch oder Rauchwolken aus dem Schornstein in den Himmel aufsteigen (sichtbarer Rauch aus heutiger Betrachtung als Hinweis auf nicht gereinigte Abgase mit Ausnahme von sichtbarem Wasserdampf), so zeigen die Plakat-Motive überwiegend eine geballte Faust (fast immer eine rechte Faust), die mit dem Schornstein nach oben zum Himmel zeigt. Aber auch der Rauch, als einfach dargestellte Rauchwolke oder im übertragenen Sinn als Sprechblase verwendet, kommt zum Einsatz.

Die grafischen Bestandteile der „Fabrik“-Abbildung, die Fabrikhalle, der Schornstein und die Faust, lassen sich wie folgt analysieren: Die Zuordnung dieser architektonischen bzw. technischen Elemente ist realitätsgerecht: So steht die Fabrikhalle mit dem Dach nach oben, auch der Schornstein zeigt, unmittelbar mit der Halle verbunden, senkrecht nach oben. Wenn die Abbildung von Rauch in der Darstellung verwendet wird, tritt er aus dem Schornstein aus und steigt nach oben bzw. seitlich nach oben (durch Wind abgelenkt).

Wlassikoff verweist in diesem Zusammenhang auf die revolutionäre Rhetorik des 19. Jahrhunderts, die für die Kunst des Pariser Mai einen Bezugspunkt darstellt:

„En revanche, nombre de visuels, précisément pour porter en avant des figures unitaires, s'épuisent dans la rhétorique révolutionnaire du XIXe siècle et des débuts du XXe siècle: usines forteresses aux cheminées-donjons, poings dressés des Front populaires, etc. Malgré leur aspect passéiste, ils prennent valeur de signes quand ils sont transfigurés par le talent d'un peintre.” (Wlassikoff 2008:22/23)

3.5.3.1 Die Fabrikhalle

Die Fabrikhalle wird nicht als dreidimensionaler architektonischer Baukörper gezeigt, sondern wird in der Beschränkung oder bewussten Reduktion zweidimensional in einer Seitenansicht verwendet, die es ermöglicht, mit einfachen grafischen Mitteln den Unterschied zu anderen Architekturobjekten und -formen deutlich zu machen: Erkennungsmerkmal ist die sich wiederholende Dachform aus schrägen und senkrechten Flächen, die Fabrikhallen in der Wirklichkeit kennzeichnet. Grafisch wird in aller Regel eine Darstellung mit drei identischen „Dachaufsätzen“ gewählt, die als drei Dreiecke den oberen Abschluss des eigentlichen Hallenkörpers bilden.

Diese spezifische Form des Dachs einer Fabrikhalle begleitet die Industriearchitektur seit Beginn der Industrialisierung. Der wesentliche Grund für die Wahl dieser Form liegt in dem Anspruch, möglichst viel Tageslicht ohne den Nachteil andauernder und direkter Sonneneinstrahlung in der Halle zu erhalten, um die Produktion bei ausreichender natürlicher

Helligkeit (auch unterstützt durch künstliche Lichtquellen) zu gestalten. Vielfach sind in der Realität neben der senkrechten Dachfläche auch die seitlichen Dreiecksflächen komplett verglast oder mit Fenstern versehen, während die schräge Fläche wegen der möglichen Sonneneinstrahlung stets geschlossen ist.

In der Architektur wird diese Dachform „Sheddach“ genannt. Der Wortursprung liegt im englischen Wort „shed“, was im Deutschen „Schuppen“ oder „Verschlag“ bedeutet. Im Grunde handelt es sich bei dieser Dachform um eine Aneinanderreihung mehrerer kleine Pult- oder Satteldächer. Das Sheddach wird auch „Sägezahndach“ genannt. Die einzelnen Dachaufbauten werden „Reiter“ genannt.

Die formale Reduktion auf dreieckige Flächen, die auf einem querformatigen Rechteck ruhen, stellt in der Wahrnehmung des Betrachters sicher, dass das im Motiv Gezeigte als Darstellung einer Fabrikhalle erkannt bzw. wiedererkannt wird. Insofern ist die Abbildung einer Fabrikhalle ein Zeichen, das durchgängig Teil eines sehr breit verfügbaren kollektiven Zeichenvorrats ist und sich damit ideal als Mittel der bildlichen Kommunikation eignet, die textlich/verbal keiner weiteren Unterstützung bedarf und damit die kommunikative Anforderung einer sehr schnellen Wahrnehmung und Identifizierung erfüllt.

Diese Darstellung einer Fabrikhalle ermöglicht sogar eine Differenzierung in Hinblick auf große, mittlere und kleine Unternehmen. Wie das Plakat-Motiv „Vive la lutte des travailleurs dans les petites entreprises“ (Motiv Nr. 10) zeigt, ist über eine unterschiedliche Anzahl von dreieckigen Dachelementen (in der Seitenansicht zweidimensional als rechtwinkliges Dreieck dargestellt) eine Vielzahl unterschiedlich großer Unternehmen darstellbar. Bei diesem Motiv schwankt die Anzahl der verwendeten Dachelemente zwischen 2 und 5.

In der Vielzahl der Verwendungen beschränkt sich die Abbildung auf 3 Dachelemente, im Plakat-Motiv „La détente s’amorce“ steht der Stiefel des CRS-Polizisten ausnahmsweise auf einer Fabrikhalle mit 5 Elementen.

3.5.3.2 Der Schornstein

Integraler Bestandteil in der Darstellung von Fabrik ist der Schornstein. Nicht aufgefunden wurde die ausschließliche Verwendung einer Fabrikhallen-Darstellung. Auf den ersten Blick fällt auf, dass sich der Schornstein vielfach links von der Fabrikhalle befindet¹⁶⁰.

Der Schornstein wird durchgängig als noch oben konisch schlanker werdender Baukörper dargestellt. Als Bildelement erscheint er, ebenfalls zweidimensional, als ungleichmäßiges

¹⁶⁰ Abgesehen von grafischen Anforderungen an die Gesamtkomposition des einzelnen Motivs könnte ein Grund für diese Positionierung in der generellen Lese- und Blickrichtung von links nach rechts liegen.

Rechteck. Der Schornstein ist, entsprechend der sichtbaren Realität eines Schornsteins in einem Industriegebiet, durch die grobe Abbildung eines Mauerwerks (gebildet allerdings aus überproportional großen Mauersteinen) gekennzeichnet. Dies geschieht grafisch, indem die viereckige Fläche mit waagerechten und versetzt senkrechten Linien durchzogen und damit das Linienraster von realem Mauerwerk nachgeahmt wird. Bereits das Höhen-Breite-Verhältnis in der Darstellung weist auf das mögliche Referenzobjekt „Schornstein“ hin: Ohne die angrenzende Fabrikhalle wäre dieses Bildelement kaum zu identifizieren, in Kombination mit der Fabrikhalle ergibt sich nahezu zwangsläufig die Erkenntnis, dass diese Bildelement-Komposition für „Fabrik“ steht¹⁶¹. Proportional zur Größe der Fabrikhalle erscheint der Schornstein durchgängig als zu niedrig, aber zu breit. Diese „gedrungene“ Darstellungsweise ist sicherlich der Anforderung geschuldet, sowohl Fabrikhalle wie auch Schornstein in einem gemeinsamen Bild deutlich erkennbar zu zeigen. In der Realität sind Schornsteine in der Regel um ein Vielfaches höher als die dazugehörige Fabrikhalle.

Im historischen Vergleich zeigt ein Plakat-Motiv¹⁶² der Gewerkschaft CGT zur Zeit der Volksfrontregierung in Frankreich 1936 interessante Parallelen bezüglich der grafischen Darstellung des Themas „Fabrik“.

Das Plakat für die 40-Stunden-Arbeitswoche aus dem Mai 1936, entworfen von einem Künstler namens Peiros, zeigt im Hintergrund eine das Format füllende Fabrik-Silhouette mit 8 (sichtbaren) rauchenden Schornsteinen. Diese „Fabrik-Landschaft“ ist flächig in Schwarz ohne Konturen dargestellt, aus den Schornsteinen entweicht grauer Rauch (ebenfalls flächig und ohne Konturen dargestellt).

In einer vergleichenden Plakat-Analyse der „Académie de Lyon“ heißt es dazu u. a.:

„En arrière-plan, l'usine noir, crachant la fumée. Une dimension qui peut paraître inquiétante car l'usine garde l'image d'un lieu écrasant, faisant travailler la masse dans les conditions difficiles, celle des ouvriers qui s'y épuisent pour des salaires de misère.“ (Académie de Lyon o. J.:6)

3.5.3.3 Die Faust

Häufig sind im Korpus die grafischen Elemente „Fabrik“ und „Schornstein“ mit einem dritten Element, der „Faust“, kombiniert. Von 16 Motiven im Korpus gilt dies für 6 Motive, insbesondere hier bei Motiven mit der Aussage „la lutte continue“. Zur Interpretation und Bedeutung der „Faust“ stellt Brandes fest:

¹⁶¹ Zu den aktuellen grafischen Darstellungen der „Fabrik“-Thematik vergl. S. 262ff.
¹⁶² Vergl. Plakat-Motiv Nr. 25 auf S. 261.

„Da ist die geballte Faust als Symbol der eigenen Stärke – ein zentrales Symbol aus der Geschichte der Arbeiterbewegung. Seinerzeit noch nicht zu einem kommerziellen Allerweltssymbol verkommen Gern reckt sich die Faust aus Fabrikschornsteinen empor, verwendet oft in Verbindung mit der Losung: La lutte continue (...). Bei anderer Gelegenheit kennzeichnet die erhobene, geballte Faust die Kampfbereitschaft einer Gruppe marschierender Arbeiter (...).“ (Brandes 2008:9)

Das Motiv der „Faust“ wurde bereits vor den Ereignissen des Mai 1968 in linksorientierten Publikationen verwendet und dann in der Plakat-Kunst adaptiert:

„Aidé d'Éric Seydoux et de David Woolworth, Guy de Rougement sort le 17 mai une première sérigraphie: c'est le poing levé stylisé à la hache qui illustre depuis des années la première page du journal de l'UJCM: ‚Servir le peuple‘. Puis une deuxième affiche manifeste le même jour: ‚L'art au service du peuple.‘“ (July:48)

Nach Gerverau ist die „Faust“ das Zeichen der Revolte:

„Le poing levé reste la marque de la révolte, mais jamais le mot ‚révolution‘ n'apparaît.“ (Gerverau 1988a:167)

In seiner Analyse „A brief history of the ‚clenched fist‘ image“ beschreibt Lincoln Cushing einen Wechsel in der ikonografischen Konvention, der mit der Bewegung des Pariser Mai stattfand. Bis zu diesem Zeitpunkt analysiert er die „Faust“ immer als einen Teil von etwas anderem (die Faust hält ein Werkzeug oder trägt ein Symbol). Die Faust wird auch mit dem ganzen Arm oder dem ganzen Menschen gezeigt:

“But graphic artists from the New Left changed that in 1968, with an entirely new treatment. This ‚new fist‘ stood out with its stark simplicity, coupled with a popularly understood meaning of rebellion and militance.” (Cushing 2006:1)

Beispielhaft präsentiert er in diesem Zusammenhang das Plakat-Motiv „LA LUTTE CONTINUE“, bei dem die geballte Faust den oberen Abschluss eines gemauerten Fabrikschornsteins bildet.

Wlassikoff zur Gestaltung der „Faust“:

„La première affiche est produite le soir même, il s'agit du poing, similaire à ceux qui ornent les manchettes de la presse maoïste.“ (Wlassikoff 2008:10/11)

Semin sieht fünf Icons bzw. Icon-Gruppen im Vordergrund. Darunter befindet sich neben der Fabrik-Silhouette auch die erhobene Faust:

„L'iconographie elle-même – quand elle existe, nombre d'affiches ne comportant que de textes – décline en de multiples variations quelques ‚leitmotivs‘ essentiels:

- portrait-charges du chef de l'État;
- silhouettes d'usines (haute cheminées et toits crénelés);
- poings levés;
- casques de CRS;
- outils stylisés, sigle déformés.“ (Semin 2008:26/27)

3.5.3.4 Lexikalische Betrachtung

Das verbale Zeichensystem der untersuchten 20 Plakat-Motive ist in Hinblick auf Anzahl und Formen der verwendeten Elemente sowie auf die sprachliche Komplexität ähnlich begrenzt wie das visuelle System. Die Darstellung der verbalen Aussagen folgt der Chronologie der Plakat-Motive. Die Wiedergabe im Folgenden wurde einer formalen Vereinheitlichung in Bezug auf die Groß- und Kleinschreibung und die regelkonforme Verwendung der französischen Akzente unterzogen:

usines université union

université populaire oui

oui usines occupées

non

nous irons jusqu'au bout

la lutte continue

tous en grève

vive la lutte des travailleurs dans les petites entreprises

autour de la résistance prolétarienne dans l'usine occupée – vers la victoire du peuple

soutien aux usines occupées pour la victoire du peuple

choisissons notre terrain de combat – juin 68 début d'une lutte prolongée

la détente s'amorce

ouvriers étudiants population – liaison effective Flins

toute la presse est toxique – lisez les tracts les affiches le journal mural

vive les occupations d'usines

pour un enseignement au service du peuple – non à l'université de classe

mai 68 – début d'une lutte prolongée

Die ausgewählten Plakat-Motive enthalten insgesamt 113 Wörter, davon 27 unterschiedliche Nomen.

Die Nomen aus einem konkreten Bedeutungsfeld sind:

räumlich: usine, entreprise, université, terrain

personenbezogen: ouvrier, travailleur, étudiant, peuple, population

medienbezogen: presse, tract, affiche, journal

Die Nomen aus einem abstrakten Bedeutungsfeld sind:

lutte, combat, résistance, grève, victoire, début

union, liaison, soutien, service, classe

Weitere Nomen sind:

détente, enseignement

Die ausgewählten Motive enthalten insgesamt 5 unterschiedliche Adjektive:

populaire, prolétarien, effectif, toxique, petit

Die Plakate enthalten im Rahmen der verwendeten verbalen Zeichen insgesamt 9 Verben bzw. Verbformen (Partizip Perfekt):

occuper, aller, continuer, choisir, prolonger, vivre, lire, s'amorcer, être

Hinzu kommen die folgenden Wörter aus den Gruppen Artikel, Pronomen, Partikeln usw.:

oui, non (à), nous, notre, pour, vers, jusqu'au, tous en, toute, dans, autour de, la, le, les, de, une, un
mai, juin, 68

3.5.3.5 Syntaktische Betrachtung:

Die ausgewählten Motive enthalten 8 vollständige Sätze, davon 4 mit Aussagecharakter:

nous irons jusqu'au bout
la lutte continue
la détente s'amorce
... la presse est toxique

und 4 mit Aufforderungscharakter:

vive la lutte ...
vive les occupations ...
choisissons notre terrain ...
lisez les tracts ...

Im Weiteren sind 4 polarisierende Aussagen (ja/nein) festzustellen, davon 2 zum Bildungsbereich:

université populaire oui
pour un enseignement au service du peuple – non à l'université de classe

und 2 zum Industriebereich:

oui usines occupées
non (mit der Abbildung einer Fabrik, siehe Motiv 4)

3.5.4 Streiks und Betriebsbesetzungen

Den inhaltlichen Anknüpfungspunkt für die in dieser Arbeit analysierten Plakat-Motive bildet die reale Streik- und Besetzungsbewegung in den relevanten Sektoren der französischen Wirtschaft, die letztlich zu einem umfassenden Generalstreik und zu einem zeitweiligen Stillstand des gesamten Wirtschaftslebens führte.

Die im Folgenden wiedergegebenen Daten und Fakten stammen überwiegend aus der Berichterstattung der Tageszeitung „Le Monde“.

Die Übersicht der Betriebsbesetzungen namhafter französischer Unternehmen beginnt am 14. Mai 1968 mit der ersten Betriebsbesetzung bei Sud-Aviation, einem Großunternehmen der französischen Luftfahrtindustrie in Bouguenais im Département Loire-Atlantique (Region Pays de la Loire). Die Fabrikbesetzungen dauerten vielfach bis Mitte Juni 1968. Im Renault-Werk in Boulogne-Billancourt (südwestlich von Paris), noch heute Konzernzentrale von Renault, wurde die Arbeit erst am 18. Juni 1968 wieder aufgenommen¹⁶³:

Die folgende Übersicht nennt beispielhaft und ohne Anspruch auf Vollständigkeit Betriebsbesetzungen im Zeitraum vom 14. Mai bis 6. Juni 1968:

Dienstag, 14. Mai 1968:

Betriebsbesetzung Sud-Aviation¹⁶⁴:

„Mardi 14, première occupation d'usine ... À l'usine Sud-Aviation de Bouguenais (Loire-Atlantique) une grève ‚sauvage‘ éclate; le directeur et dixhuit cadres sont séquestrés, les ateliers sont occupés.“ (Le Monde 2006:52)

Mittwoch, 15. Mai 1968:

Betriebsbesetzung Renault-Cléon¹⁶⁵:

„Mercredi 15, Renault-Cléon en grève, le directeur séquestré ...“ (Le Monde 2006:52)

Donnerstag, 16. Mai 1968:

Betriebsbesetzung Renault-Flins¹⁶⁶

„Jeudi 16 ... Des grèves éclatent chez Lockheed à Beauvais, chez Unelec à Orléans, à la régie Renault de flins. À Billancourt, à 17 heures, à l'appel du secrétaire de la CGT, Aimé Halbeher, la grève est votée à main levée et l'usine occupée.“ (Le Monde 2006:52)

Insgesamt sind an diesem Tag rund 50 Unternehmen in Frankreich besetzt, darunter auch die Renault-Werke in Billancourt, Le Mans, Cléon, Flins¹⁶⁷ und Sandouville.

Freitag, 17. Mai 1968:

Am Freitag, 17. Mai 1968, befanden sich in Frankreich nahezu 10 Millionen Arbeitnehmer im Streik:

163 Vergl. Le Monde (2006:57).

164 Vergl. Gilcher-Holtey (1995:285).

165 Vergl. Gilcher-Holtey (1995:287).

166 Vergl. Gilcher-Holtey (1995:289).

167 Das Plakat-Motiv Nr. 15 nimmt explizit Bezug auf die Auseinandersetzungen am Renault-Werksstandort Flins.

„La liste des entreprises arrêtées, et le plus souvent occupées, s'allonge: toutes les usines de la régie Renault et de ses filiales (Sandouville, Orléans, Caen – où la décision été prise à la majorité par les ouvriers de la Saviem); ...“ (Le Monde 2006:54)

Um 17 Uhr Streikbeginn auch bei Renault-Billancourt¹⁶⁸

Betriebsbesetzungen in der Textilindustrie (Rhodiaceta de Vaise, Belle-Etoile)

Streik im Peugeot-Werk in Montbéliard-Sochaux.

Streikbewegung im öffentlichen Dienst: Streiks der Eisenbahner, der Bus-/Metrofahrer, der Mitarbeiter im Telegraphendienst, der Techniker am Flughafen Orly.

Samstag, 18. Mai 1968:

Reifenwerke Michelin in Clermont-Ferrand

Sonntag, 19. Mai 1968:

kein Flugverkehr auf französischen Flughäfen

Streiks bei den Gas- und Elektrizitätswerken

Streiks an der Opéra und der Opéra Comique¹⁶⁹

Donnerstag, 6. Juni 1968:

Besetzung von Renault-Flins durch die CRS¹⁷⁰

168 Vergl. Gilcher-Holthey (1995:290).

169 Vergl. Gilcher-Holthey (1995:294/295).

170 Vergl. Wlassikoff (2008:18).

3.5.5 Die Detailanalyse des „Zentralmotivs“

Motiv 6. „LA LUTTE CONTINUE“



Die Detailanalyse im Überblick

1. Eine erste Annäherung
2. Daten und Fakten
3. Mutmaßungen über die Zielsetzungen
4. Separierung der Zeichensysteme
5. Das visuelle Zeichensystem
6. Das verbale Zeichensystem
7. Die Linearität der Zeichensysteme
8. Die reduktive Methode
9. Die externen Konstituierungsfaktoren
10. Die immanenten Konstituierungsfaktoren
11. Zusammenfassung

Eine erste Annäherung

Das Motiv wirkt auf den ersten Blick einfach aufgebaut und ebenso einfach in der Botschaft. Auf Grund der sehr überschaubaren Anzahl verwendeter Einzelelemente sowohl im visuellen wie auch im verbalen Bereich erscheint das Motiv als schnell wahrnehmbar und leicht verständlich. Offensichtliche Widersprüche oder Verfremdungen sind nicht feststellbar. Die gute Übersichtlichkeit der Gesamtdarstellung wird unterstützt durch das Farbgebungsprinzip, das hier ausschließlich mit einer einzigen Farbe auf neutral-weißem Untergrund arbeitet.

Daten und Fakten

Das Motiv ist ein Produkt aus der ENSBA und wird in der Selbstdarstellung des Atelier Populaire auf den 20. Mai 1968 datiert. In der Literatur¹⁷¹ wird der Beginn der Veröffentlichung auf den 28. Mai 1968 datiert. Beide Angaben sind durch weitere Quellen nicht überprüfbar. Grundsätzlich kann der Veröffentlichungszeitpunkt 28. Mai als recht wahrscheinlich gelten, wenn davon ausgegangen wird, dass die Streikbewegung zu diesem Zeitpunkt ein deutliches Ausmaß angenommen hatte und insbesondere nach der Ablehnung der Verhandlungsergebnisse von Grenelle¹⁷² durch die Arbeiter in zahlreichen bestreikten Unternehmen der verbale Hinweis auf die Fortsetzung der Auseinandersetzungen schlüssig erscheint.

Bei dem Motiv handelt es sich um ein Hochformat. Die Größenangaben in der Literatur variieren zwischen 50 x 66 cm und 50 x 76 cm, was in unterschiedlichen Teilaufgaben auf

¹⁷¹ Vergl. S. 237.

¹⁷² Die Verhandlungen fanden im Ministerium für soziale Angelegenheiten in der Rue de Grenelle statt und sollten die landesweiten Streiks beenden. Vergl. Gilcher-Holthey (1995:328ff.).

möglicherweise unterschiedlich großen Siedruckvorrichtungen oder Papiergrößen begründet sein kann. Eine andere Drucktechnik als die des Siebdrucks wird in der Literatur nicht erwähnt. Das bedruckte Material ist Zeitungspapier. Das Motiv wurde jeweils einfarbig in den Farben Rot und Grün produziert.

Mutmaßungen über die Zielsetzungen

Wenn grundsätzlich davon auszugehen ist, dass dieses Motiv Teil des Engagements der Künstler an der besetzten ENSBA zur parteilichen Unterstützung in den konkreten Auseinandersetzungen der Protest- bzw. Arbeiterbewegung ist, so sind folgende Zielsetzungen rekonstruierbar:

- Stabilisierung der Protestbewegung, die sich hier konkret auf die Auseinandersetzungen im industriellen Kern der französischen Gesellschaft, in der Fabriken, bezieht,
- neben der Stabilisierung eine Verstärkerfunktion, die sich sowohl auf die Intensivierung der einzelnen konkreten Auseinandersetzungen wie auch auf die flächenmäßige Ausweitung und die Ausdehnung auf weitere Fabriken beziehen kann,
- Stärkung des Selbstbewusstseins der Akteure,
- identitätsstiftende Funktion,
- politische Kommunikation im Sinne von medialer Kommunikation der Protestbewegung (Schaffung von Gegenöffentlichkeit zu den etablierten Medien).

3.5.5.1 Separierung der Zeichensysteme

Auf den ersten Blick erkennt der Rezipient visuelle wie verbale Elemente, die auf der Grundfläche dieses Plakats, dem Bogen Zeitungspapier, angeordnet sind. Räumlich bilden die visuellen und verbalen Elemente jeweils Gruppen und zeigen damit eine Form von Kohärenz.

Als visuelle und damit nicht-verbale Zeichen können die Faust, der Schornstein und der Fabrikkörper identifiziert werden.

Als verbale Zeichen werden insgesamt 15 Buchstaben als unregelmäßig gestaltete Großbuchstaben erkannt. Diese Buchstaben bilden drei Wörter, die formal als eine Textzeile und eine Satzkonstruktion sowie inhaltlich als verbale Aussage erkannt werden.

Die verbalen Elemente könnten aus dem Motiv entfernt werden. Dies würde handwerklich durch ein weiteres Einfärben der weißen Buchstabenflächen in roter bzw. grüner Farbe erfolgen. In diesem Fall wäre das Motiv auf den Einsatz visueller Zeichen beschränkt.

Die visuellen Elemente könnten ebenfalls aus dem Motiv entfernt werden, allerdings um den Preis des gleichzeitigen Löschens der verbalen Elemente, denn die in „Negativ-Weiß“ dargestellten Buchstaben wären auf dem weißen Untergrund nicht mehr erkennbar.

Im Prozess der Separierung der Zeichensysteme hätte das verwendete visuelle Zeichensystem die höhere Dominanz und damit die nachhaltigere Aussagekraft.

Das visuelle Zeichensystem

Bei den verwendeten visuellen Elementen verzichtet der Künstler auf jede Art der Perspektivität. Als zweidimensionales Objekt würde der Bogen Zeitungspapier als Grundfläche des Motivs sehr wohl die Möglichkeit einer dreidimensionalen und damit perspektivischen Darstellung der zu zeigenden Objekte bieten.

Wenn an dieser Stelle bereits davon ausgegangen wird, dass die visuellen Elemente in ihrer spezifisch hergestellten Konstellation eine Fabrik mit einem Schornstein plus menschliche Faust darstellen, wäre im Falle einer dreidimensionalen Darstellung der Rezipient in seiner räumlichen Distanz und in seiner konkreten Positionierung zum Objekt eindeutig fixiert. Der Betrachter wäre zum Beispiel weit entfernt von der Fabrik, als übergroßer Mensch die perspektivisch kleine Fabrik dominierend oder als kleiner Mensch einer perspektivisch übergroßen Fabrik unterworfen. Alle diese Varianten sind durch die zweidimensionale Darstellung ausgeschlossen. Technisch betrachtet wäre die dreidimensionale Darstellung auch für das einfache Druckverfahren des Siebdrucks umsetzbar. Es würde allerdings einige perspektivische Linien und „Fluchten“ in den flächigen Darstellungen der Objekte erfordern.

Die Entscheidung für die Zweidimensionalität der visuellen Darstellung dürfte in der Tat ausschließlich künstlerisch/stilistisch begründet sein. Auffällig ist, dass mit Ausnahme derjenigen Motive des Pariser Mai '68, die mit Hilfe fotografischer Elemente gestaltet sind, alle Motive sich der Zweidimensionalität verpflichtet sehen und diese damit ein prägendes Stilelement dieser künstlerischen Produktion darstellt.

Bei unvorbelasteter Herangehensweise an die Darstellung und Zuordnung der visuellen Elemente ist festzustellen, dass das Motiv sich an der konventionellen Wahrnehmungsweise von Realität orientiert: Die Körper, „Schornstein“ und „Fabrik(halle)“, sind auf einer vorgestellten waagerechten Linie angeordnet und stehen aufrecht. Der Schornstein und die Fabrik(halle) sind für jeden Rezipienten erkennbar, der diese Objekte in der Realität in einer spezifischen Ausprägung gesehen und als mentales Bild im Bewusstsein verinnerlicht hat.

Sowohl das Element „Schornstein“ wie auch das Element „Fabrik(halle)“ stellen durch den Akt der zeichnerischen Umsetzung und Darstellung bereits Konnotationen dar¹⁷³.

Die Erkennbarkeit/Wiedererkennbarkeit basiert auf der Übernahme spezifischer Details oder Strukturen aus der Realität in die Zeichnung. In Bezug auf den Schornstein sind dies die Merkmale des „Gemauert-Seins“ und die konische Form des Körpers. Die in der Zeichnung durch weiße

173 Vergl. Barthes zur Gegenüberstellung von „reiner“ Fotografie und Zeichnung (Barthes 1990:38).

waagerechte und senkrechte Linien dargestellte Mauerstruktur entspricht dem Bild aus der Realität, in der die Mauerfugen in Abgrenzung zur Seitenfläche des Mauersteins einen ähnlichen Eindruck entstehen lassen. Der kreisförmige Grundriss eines realen Schornsteins geht in der zweidimensionalen Darstellung vollständig verloren. Die Parallelität der waagerechten Linien des „Mauerwerks“ in der Zeichnung verstärkt den möglichen Eindruck, dass es sich um einen Baukörper mit planen Flächen handelt.

Warum wird der gezeichnete Körper dennoch als zeichnerische Wiedergabe eines Schornsteins erkannt? Zentral ist hier die unmittelbare Kombination mit der Faust, die in einer Weise wirkt, als käme sie aus der Öffnung eines Schornsteins (vergleichbar mit entweichendem Rauch, wie ihn der Rezipient aus der Realität kennt) und der Fabrik(halle). Diese Kombination von zwei Baukörpern entspricht der Erinnerung an das in der Realität häufig anzutreffende Ensemble von Baukörpern in Industriegebieten. Insofern sind in dieser Blickrichtung Faust und Fabrik(halle) wesentliche Elemente im Konstituierungsprozess des Gesamtbildes „Fabrik“. Wenn die Betrachtung mit der dargestellten Fabrik(halle) beginnt, könnte die rechteckige Fläche, die an der Oberseite mit einer Reihe von Dreiecksflächen zusammengeführt wurde, nur dann als Darstellung eines Fabrik-Baukörpers identifiziert werden, wenn sich aus der Realität ein Bild dieser spezifischen Dachform eingepägt hat. Der Verzicht auf alle grafischen Details in der Wiedergabe von der Fabrik(halle) würde ohne die Kombination mit dem Schornstein das Gesamtverständnis von „Fabrik“ nahezu unmöglich machen. Für die Identifikation des rechteckigen Baukörpers als Fabrik(halle) reicht die Kombination mit der Schornstein-Abbildung aus. Die Faust spielt hier im Konstituierungsprozess keine Rolle¹⁷⁴.

Im deutlichen Kontrast zur Darstellung der architektonischen Formen einer Fabrik steht offensichtlich die Faust. Die zeichnerische Umsetzung einer realen Faust erfolgt ebenfalls in der Zweidimensionalität. Die verwendeten Linien verweisen über die Einzeldarstellung des Daumens und der vier Finger sowie der tatsächlichen Hautfalten in der Hand eindeutig auf eine geballte Faust.

Die separate Betrachtung der Faust führt lediglich zu einer bildlichen Verknüpfung einer tatsächlichen Faust mit einer spezifischen Form der zeichnerischen Darstellung. Aufschlussreicher wird die Analyse, wenn die Faust „auf“ oder „aus“ dem Schornstein als Fortsetzung eines Armes betrachtet wird und dieser wiederum gleichzeitig die Rolle des Schornsteins im Fabrik-Ensemble einnimmt. In der Wahrnehmung der Faust mit dem Arm erlangt die geballte Faust eine neue Dimension, weil sie durch den nach oben gestreckten Arm als nach oben gerichtete Faust gesehen werden kann. Diese wiederum kann als weithin sichtbares Signal gesehen werden, sie ragt aus ihrer Umgebung heraus.

174 Vergl. auch die Ausführungen zur Darstellung der reduktiven Methode.

Mit der visuellen Verknüpfung der Faust mit dem Schornstein erhält der Schornstein neben seiner Eigenschaft als Element einer architektonischen Komposition eine zweite Funktion. Die nach oben gerichtete Faust (mit gestrecktem Arm) stellt im visuellen Zeichensystem die Verbindung zwischen dem Bild eines kraftvollen körperlichen Ausdrucks und der Verortung im industriellen Umfeld einer Fabrik dar. Dieser körperliche Ausdruck kann im Weiteren dann in Richtung Kampfkraft, Stärke, Entschlossenheit, Selbstbewusstsein usw. interpretiert werden.

Das verbale Zeichensystem

Generell ist bei diesem Motiv die Kenntnis des Alphabets und der französischen Sprache Voraussetzung für jedes weitere Verständnis. Bezüglich der schriftlichen Darstellung des Alphabets muss der Rezipient in der Lage sein, eine von Hand gezeichnete graphische Form eindeutig als einen Buchstaben zu identifizieren und die größeren Zwischenräume zwischen den daraus entstehenden Buchstabengruppen als Kenntlichmachung des Endes eines Wortes und des Beginns des folgenden Wortes wahrzunehmen.

Im Gegensatz zum Beispiel zu einem stark konventionalisierten System der Buchstabendarstellung in einer gedruckten Zeitung (die im Allgemeinen auch Groß- und Kleinschreibweisen von Buchstaben nach einem festen Regelwerk verwendet) muss der Rezipient bei diesem Motiv die ungleichmäßige und uneinheitliche Gestaltung der Buchstaben insoweit abstrahieren können, um den gemeinten Buchstaben eindeutig identifizieren können und daraus das gebildete Wort und den gebildeten sprachlichen Satz erkennen zu können. Das Lesen eines gemalten oder gezeichneten Buchstabens setzt die Dekodierungsfähigkeit voraus, aus der in gewisser Weise konnotierten Version auf den „darunterliegenden“ Buchstaben einer bekannten Schriftkonvention zu schließen. Die in diesem Motiv gezeichneten Buchstaben verweisen in ihrer grafischen druckähnlichen Gestaltung auf genormte Druckbuchstaben.

Die Anordnung der verbalen Zeichen erfolgt wie die Anordnung der visuellen Zeichen auf einer vorgestellten waagerechten Linie und entspricht damit der gelernten Wahrnehmungs- bzw. Leseweise¹⁷⁵. Unter diesem Aspekt folgen beide Zeichensysteme einem identischen Anordnungsschema, das dem Rezipienten aus seiner Alltagswahrnehmung sehr entgegenkommt.

Die Beschreibung, nach der sich in diesem Motiv Buchstaben, aus diesen Buchstaben in Kombination Wörter und aus den kombinierten Wörtern ein einfach strukturierter Satz ergeben, führt im Weiteren zur Frage nach der Sinnhaftigkeit dieses Satzes. In der unmittelbaren Übersetzung ins Deutsche ergibt sich: „Der Kampf geht weiter“ oder auch „Der Kampf wird fortgesetzt“. Die erste Variante lässt im französischen Original die aktive Rolle und Bedeutung des

¹⁷⁵ Gemeint ist die der französischen Sprache eigene Leseweise von links nach rechts.

„Kampfes“ hervortreten. In der zweiten Variante ergibt sich neben der auch in der ersten Variante zu stellenden Fragen (welcher Kampf und wohin?) unter anderem die Frage „von wem?“.

Die Tatsache, dass es sich bei „lutte“ um ein feminines und bei „Kampf“ um ein maskulines Nomen handelt, bleibt unbeachtet mit Ausnahme des Hinweises auf eine Analogie im Italienischen, in dem das Auto mit „la macchina“ ebenfalls weiblichen Geschlechts ist und damit möglicherweise fürsorglicher oder leidenschaftlicher behandelt und betrachtet wird.

Bei der Formulierung „la lutte“, also der Verwendung des definiten Artikels, fällt auf, dass es eben nicht „ein“ Kampf oder „unser“ Kampf ist, sondern „der“ Kampf. „Der“ Kampf mit definitem Artikel suggeriert und setzt voraus, dass alle (also der Künstler und der Rezipient seines Produkts) ein identisches Verständnis von der Bedeutung haben. Das Sprechen von und das Denken über dieselbe Sache schaffen objektiv das Gefühl eines gemeinschaftlichen Verständnisses und damit tatsächlich Gemeinschaft und Interessengleichheit, sind also faktisch identitätsstiftend.

„continue“ trägt in sich die Offenheit bezüglich des Endes des beschriebenen Vorgangs¹⁷⁶. Mit diesem hier nicht definierten Ziel liegt der Schwerpunkt der Beschreibung auf der Gegenwärtigkeit des Vorgangs.

Linearität der Zeichensysteme

Im verbalen Zeichensystem ist die Linearität ein integraler Bestandteil des Lesens der einzelnen Zeichen, des Erkennens der Syntax und des Verstehens der Zeichengesamtheit. Die in der französischen Sprache konventionalisierte Leserichtung von links nach rechts liegt in diesem Motiv sehr nahe, weil der kurze und sehr einfach konstruierte Satz auf einer vorgestellten waagerechten Leseachse abgebildet wird. Die Linearität des verbalen Zeichensystems konstituiert sich auf der Abbildungsebene dabei immer auch als visuelle Linearität im Wahrnehmungsprozess¹⁷⁷.

Die Frage nach der Linearität in visuellen Zeichensystemen ist deutlich vielschichtiger, weil sich, wie bei diesem Motiv, nicht eindeutig ein Anfang und ein Ende des dargestellten Zeichenkomplexes bestimmen lassen. Immerhin ist hier ein Komplex als visuell erkennbare und in der Zusammengehörigkeit grafisch deutlich definierte Zusammenstellung von Einzelelementen erkennbar. Wo liegt jedoch der Anfang bzw. das Ende dieses Komplexes? Unabhängig von der Frage, an welchem Punkt der Gesamtdarstellung das Auge der Rezipienten mit der Wahrnehmung beginnt¹⁷⁸, bilden die drei zentralen grafischen Elemente (die Faust, der Schornstein und die Fabrik(halle)) eine aneinander gereihte Kette, die den Schornstein in die Mitte rückt. Wenn der

176 Vergl. dazu das Plakat-Motiv Nr. 5 mit der verbalen Aussage „nous irons jusqu'au bout“.

177 Das Auge wandert lesend auf der Basis der konventionalisierten Leserichtung von links nach rechts zum jeweils linear folgenden verbalen Zeichen, hier dem nächsten gezeichneten Buchstaben.

178 Die Werbeforschung widmet sich u. a. der Frage nach dem so genannten „Eye catcher“ in einem Werbe-Motiv und dem Blickverlauf seitens des Rezipienten. Als gesichert gilt die Erkenntnis, dass Motive oder Produkte die größte Chance der Beachtung haben, wenn sie in der Mitte des Plakats positioniert sind. Vergl. dazu Höger (o. J.:12).

Wahrnehmungsprozess bei der Faust beginnt, so führt der weitere Verlauf über den Schornstein/Arm zum unteren Teil der Fabrikdarstellung, nämlich zur Fabrik(halle), die die verbalen Zeichen in sich trägt. Umgekehrt führt die Wahrnehmung von der auf dem Boden dargestellten Fabrik(halle) über den Schornstein/Arm bis zur geballten Faust. Die Fabrik, die sich mit der Positionierung im unteren Bereich des Motivs gleichzeitig als „auf dem Boden“ befindlich darstellt, konkurriert in der Aufmerksamkeit mit der verbalen Aussage. Von beiden ergibt sich die Wahrnehmungsrichtung hin zur geballten Faust.

Auch vor dem Hintergrund der oben dargestellten jeweiligen Unterstützungsfunktion in der Wahrnehmung der einzelnen visuellen Elemente zueinander ergibt sich in diesem Motiv auch im visuellen Zeichensystem ein hoher Grad an Linearität, der nur in der Frage der notwendigen bzw. konventionalisierten Lese- bzw. Wahrnehmungsrichtung nicht die umfassende Qualität der verbalen Linearität erreicht.

3.5.5.2 Die reduktive Methode

Dieses Motiv erscheint geeignet, auf Grund der relativ einfachen Gesamtstruktur der Komposition und der Zweidimensionalität in der Darstellung die Möglichkeiten zu eröffnen, in einer spielerischen und kreativen Weise die Komposition bis hin zu den einzelnen visuellen und verbalen Elementen aufzulösen. Dieser Prozess, der als reduktive Methode von der Komplexität des Motivs zu seinen Bausteinen führt, zielt nicht auf die Frage der Gewichtung zwischen bewussten und unbewussten Anteilen im künstlerischen Entstehungsprozess, sondern verfolgt das analytische Ziel, das vorhandene Produkt zu zerlegen und aus der neuen kreativen Komposition der Elemente beispielhaft Rückschlüsse auf veränderte Bedeutungskonstituierungen und Wirkungen ziehen zu können.

Die Ergebnisse dieses Prozesses¹⁷⁹, der als ein bewusster Eingriff in die abgeschlossene künstlerische Gesamtkomposition zu verstehen ist, unterliegen mit Ausnahme der Variante 13 der Voraussetzung, die grundsätzliche Horizontalität des Motivs nicht anzutasten. Damit entsprechen die Ergebnisse einer konservativen und weitgehend konventionalisierten Wahrnehmungs- und Leseweise¹⁸⁰.

Im Folgenden werden die einzelnen Reduktionsschritte analysiert und in ihrer Wirkung bewertet:

Abbildungsfolge 1 bis 5:

Analog zu einer anzunehmenden Vorgehensweise in der physischen Realität wird das Ausgangsmotiv (Bild 1) von oben nach unten abgebaut. Das Entfernen der „Faust“ als konventionalisiertes Symbol für Kraft, Kampf und Entschlossenheit der Arbeiterbewegung nimmt dem Motiv Höhe und damit weitreichende Sichtbarkeit in der Übertragung auf die Wahrnehmung in der Realität. Mit dem Verlust der Sichtbarkeit und Symbolkraft („Faust“) geht eine reduzierte Aussagekraft der Komposition einher. Nach der verbalen Botschaft „geht der Kampf weiter“, der lokale Bezugsrahmen ist durch die Anordnung der verbalen Elemente „in“ der Fabrik unverändert gegeben. Mit dem Entfall des visuellen Elements „Faust“ ist jedoch das Subjekt dieses Kampfes nicht mehr sichtbar, und mit dem Fehlen dieses Subjekts erscheint der Identifikationsprozess mit dem Subjekt und seinem zentralen Anliegen, dem Kampf, für den Betrachtet nahezu unmöglich. Damit reduziert sich für das Motiv die Erreichbarkeit der gewünschten Zielgruppen. Diese können für sich selbst nur noch schwer einen Bezug zur beabsichtigten Gesamtbotschaft des Plakat-Motivs herstellen.

¹⁷⁹ Vergl. Tabelle 5 auf S. 144.

¹⁸⁰ In der Ausdehnung der Spielräume für die partielle Neukomposition wären dann auch vertikal oder beliebig ausgerichtete Anordnungen von Elementen vorstellbar.

Im Übergang von Bild 2 zu Bild 3 wird die Angabe des Ortes für den Kampf noch einmal undeutlicher und damit beliebiger. Nur die obere Seite der dargestellten grafischen Form lässt noch Rückschlüsse auf die Bedeutung der visuellen Darstellung zu: die Fabrikhalle. Die Kampfkraft, zu der neben der Faust auch der Schornstein (als ausgestreckter Arm) gehört, ist in Bild 3 visuell komplett entfallen und nicht mehr sichtbar. Die verbale Aussage ist auf sich allein gestellt und kann zu ihrem Verständnis lediglich den Rest eines Fabrikbezuges nutzen.

Im Übergang von Bild 3 zu Bild 4 entfällt auch dieser Restbezug. Konsequenterweise, wäre das Bild 4 nur eine weiße gerahmte Fläche, da die negativ-weiße Darstellung der verbalen Elemente auf weißem Untergrund nicht mehr sichtbar wäre. Durch den bewussten Wechsel von der negativ-weißen Darstellung zur positiven Darstellung (schwarz auf weißem Grund) bleiben die verbalen Elemente erhalten. Die verbale Botschaft ist nun auf eine einfache Aussage ohne Bezug auf ein Subjekt und einen gesellschaftlichen Kontext reduziert. In ihrer interpretatorischen Beliebigkeit verliert sie nahezu jede Verbindung zu einem Adressatenkreis bzw. einer Zielgruppe.

Das Bild 5 zeigt zwei weitere Reduktionsschritte: Das Entfernen des Prädikats führt zur Alleinstellung des Subjekts, das Entfernen des Artikels ergibt nur noch das Nomen „LUTTE“, und dieses Nomen kann nur noch in die fünf visuellen Basiselemente der gemalten Buchstaben zerlegt werden. Mit dem Entfall des Prädikats reduziert sich die verbale Aussage auf eine reine Begrifflichkeit ohne Leben und Beweglichkeit. Mit dem weiteren Entfall des Artikels verbleibt nur noch die visuell spezifisch gestaltete Abbildung eines Wortes.

Im Gegensatz zu den oben dargestellten Reduktionen geben die weiteren Bilder der Übersicht Beispiele für mögliche Kompositionen aus dem Inventar der isolierten visuellen und verbalen Elemente:

Bild 6 zeigt, mittig abgebildet, das visuelle Element „Faust“. Diese Faust wird aller Wahrscheinlichkeit nach als Symbol der Arbeiterbewegung im weitesten Sinn verstanden. Eine Information in Hinsicht auf eine Aussage oder eine Handlungsaufforderung ist damit nicht verknüpft.

Wenn die Faust nun wie in Bild 10 mit der Darstellung eines Schornsteins verbunden wird, verstärkt dies den Symbolcharakter der Faust, weil sich die geballte Faust am Ende eines als Arm zu verstehenden Körpers befindet und Faust wie Arm nach oben zum Himmel gestreckt werden. Mit der in dieser Weise vorgenommenen Komposition dieser beiden visuellen Elemente entsteht der Eindruck von Stärke und Sichtbarkeit. Die grafische Ausgestaltung des „Arms“ verweist für sich betrachtet noch nicht unmittelbar auf die Darstellung eines Schornsteins, wenn auch die Struktur der Linien auf einen sich nach oben verzweigenden gemauerten Baukörper hindeuten kann.

Kombiniert mit der Darstellung der Fabrikhalle (Bild 9) entsteht aus dem möglichen Schornstein relativ eindeutig das Bild einer Fabrik (Bild 7). Die weitere „Zerlegung“ des Schornsteins in die

einzelnen „Mauersteine“ (Bild 8) führt zu keinen zusätzlichen Erkenntnissen. Die Reduzierung der Komposition „Schornstein“ auf die visuellen Einzelelemente „Mauerstein“ gilt lediglich als konsequenter Abschluss des „Zerlegungsprozesses“¹⁸¹. Die Kombination aus Faust und Fabrikhalle (Bild 11) bleibt unverständlich.

Wenn die zentral positionierte Faust mit der verbalen Aussage „LA LUTTE CONTINUE“ (waagrecht angeordnet und am unteren Motiv-Rand als Bildunterschrift dargestellt) kombiniert wird (Bild 12), erfährt die verbale Aussage eine Spezifizierung in Hinsicht auf die Art des Kampfes und im engeren Sinn auf das Subjekt dieses Kampfes (Faust als Symbol der Arbeiterbewegung). Nicht geliefert wird in diesem Beispiel ein Hinweis auf den lokalen Bezug, also auf die Fabrik oder die besetzte Fabrik.

Das Bild 13 zeigt die grafische Kombination aus Faust und Schornstein in der Zusammenfügung mit der verbalen Aussage. Abweichend von allen anderen hier gezeigten Beispielen wird hier das Konstruktionsprinzip von waagrecht und senkrecht (der Schornstein steht in der Realität üblicherweise senkrecht aus Gründen der Statik) durchbrochen. Schornstein und Faust sind schräg angeordnet. Diese veränderte Positionierung erzeugt automatisch den Eindruck von Labilität oder Instabilität (fällt der Schornstein gerade um oder wackelt er erkennbar?). Diese Darstellungsform konterkariert den Eindruck von Kampf, Stärke und Entschlossenheit und wäre möglicherweise für die Kommunikation des politischen Gegners geeignet. Dieses Beispiel unterstreicht den großen Einfluss einer eher marginalen Veränderung in der Positionierung einer einfachen visuellen Grundkomposition.

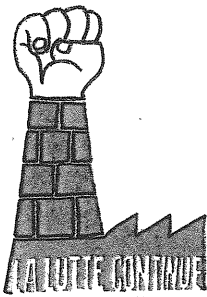
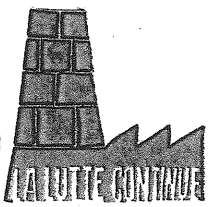


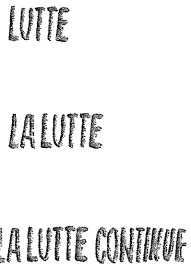

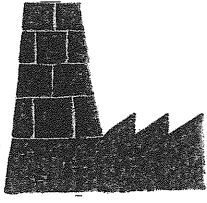
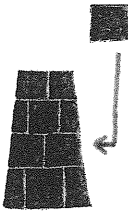


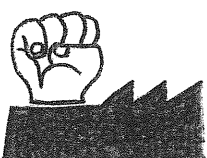

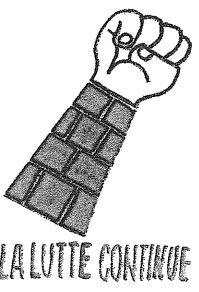

Das Bild 14 entspricht mit einer Abweichung dem Bild 1: Die verbalen Elemente sind hier nicht in Negativ-Weiß in die flächenhafte schwarze Darstellung der Fabrikhalle integriert, sondern sind auf einer eingeblendeten weißen Fläche innerhalb der Fabrikhalle in Schwarz dargestellt. Auch diese Abwandlung führt perspektivisch zu einer potenziell veränderten Gesamtbotschaft. Wenn die verbalen Elemente in Negativ-Weiß in die Fabrikhalle integriert sind, so zeigt dies eine extrem enge Verknüpfung von visueller und verbaler Komposition. In der handwerklich hergestellten Darstellung der Fabrikhalle müssen die weißen Buchstaben sorgfältig ausgespart werden, um letztlich als Darstellung von Buchstaben erkannt werden zu können. Die Darstellung der verbalen Elemente in positiv-schwarzer Weise (Bild 14) kann als getrennter Prozess interpretiert werden. Vorstellbar wären auf der weißen Fläche an¹⁸² der Fabrik auch andere und damit austauschbare verbale Botschaften. Im Vergleich von Bild 1 zu Bild 14 stellt das Erstgenannte die deutlich integrierte Gesamtkomposition aus visuellen und verbalen Einzelelementen dar. Aus dieser Form der Integration darf auf eine höhere Aussagekraft für die Gesamtbotschaft geschlossen werden.

181 Vergl. die Auflösung des Wortes „LUTTE“ in die einzelnen Buchstaben-Elemente.

182 In dieser Betrachtungsweise erscheint die weiße Fläche eher „an“ als „in“ der Fabrikhalle positioniert zu sein.

Der Prozess der Reduktion und Neukomposition an diesem Motiv-Beispiel unterstreicht die Wichtigkeit einer sorgfältig herbeigeführten Auswahl visueller Einzelemente und einer wohl überlegten grafischen Gesamtkomposition. Diese umfasst eine maximal reduzierte Gruppe von Einzelemente, die auf der anderen Seite auf keines für die Gesamtbotschaft zwingend notwendigen Elemente verzichtet. Wenn hier wie bei Bild 1 ein optimaler Ausgleich erreicht werden kann, erhält das Motiv seine maximale Wirksamkeit.

Tabelle 5. Übersicht der 14 Abbildungen zur reduktiven Methode

			
1 Ursprungsmotiv (Abb. 6)	2 ohne Faust	3 ohne Faust u. Schornstein	4 verbale Elemente
			
5 Zerlegung der verbal. E.	6 Faust	7 Fabrikhalle/Schornstein	8 Schornstein
			
9 Fabrikhalle	10 Faust/Schornstein	11 Faust/Fabrikhalle.	12 Faust/verbale Elemente
			
13 schräge Darstellung	14 Modifikation zu Nr. 1		

3.5.5.3 Die externen Konstituierungsfaktoren

Entsprechend der gebildeten Übersicht der externen Konstituierungsfaktoren¹⁸³ wird im Folgenden den Versuch unternommen, retrospektiv und damit in Teilen sicherlich spekulativ mit unterschiedlichen Graden der Wahrscheinlichkeit diese Aspekte zu beschreiben:

die physische Präsenz des Motivs im konkreten historischen Umfeld,

die Kontext-Rekonstruktion sowie

die visuellen und verbalen Welten des Mai 1968 in Paris bzw. in der französischen Gesellschaft.

Das Motiv ist Ende Mai 1968 auf Pariser Straßen und Plätzen sowie in besetzten und bestreikten Fabriken geklebt worden und damit im öffentlichen Bild präsent. Es stellt also neben vielen anderen Plakat-Motiven eine politische Botschaft dar, die sich an die Masse der Rezipienten im Umfeld des jeweiligen konkreten Klebe-Platzes richtet. Dokumentarische Fotos aus jenen Tagen zeigen die Vielfalt politischer Plakate im Pariser Stadtbild¹⁸⁴. Inwieweit dieses Motiv auch außerhalb von Paris in anderen französischen Städten zum Einsatz kam, war im Rahmen der Recherchen nicht feststellbar.

Der gesellschaftliche Kontext in jener Zeit ist durch starke soziale und politische Spannungen gekennzeichnet, die in vielen Bereichen zum Ausbruch kommen. Erst wenige Tage vor der Veröffentlichung dieses Motivs hatte es in Paris heftige Auseinandersetzungen und Straßenschlachten zwischen den Demonstranten und den Polizei- und Ordnungskräften gegeben. Die Verhandlungen von Grenelle¹⁸⁵ zur Beendigung der landesweiten Streiks und Fabrikbesetzungen wurden in weiten Teilen der Streikenden nicht akzeptiert.

Die Atmosphäre war insgesamt durch unzählige Rechtsverstöße geprägt, angefangen bei Verstößen gegen die Plakat-Gesetzgebung bis hin zu rechtswidrigen Fabrikbesetzungen und Gewaltakten aller Art. Erstaunlicherweise taucht in der rückblickenden Beschreibung dessen, was sich im Mai und Juni 1968 in Paris abspielte, selten der Begriff „Revolution“ auf. Häufiger werden die Vorgänge als „Aufstand“ oder sehr neutral in der Formulierung als „Ereignisse“ („événements“) bezeichnet. Ungeachtet der definitorischen Abgrenzungen sah sich die französische Gesellschaft in ihren Grundfesten in Frage gestellt und bedroht.

Der Produzent des Motivs, der in der Anonymität der ENSBA blieb, verstand sich als Teil der Protestbewegung und sah in der Motiv-Entwicklung und -Produktion einen bewussten Vorgang, um die zuvor getrennten Bereiche Kunst und Politik zusammenzuführen und damit politisch aktiv

183 Vergl. Tabelle 1 auf S. 58.

184 Vergl. dazu u. a. die Fotografien in Dary (2008:4/5), Peters (1968:90).

185 Vergl. S. 73.

zu werden. Die Künstler an der ENSBA arbeiteten für die Protestbewegung. Einzelne Aussagen von Zeitzeugen belegen den engen, auch persönlichen Kontakt zwischen den Künstlern und den Mitgliedern der Streik- und Besetzungsbewegung sowie eine Art von Auftragsverhältnis zwischen Gruppen der Streikenden und der Gruppe der künstlerischen Produzenten. Das Motiv selbst war ein Reflex auf die konkreten Forderungen aus dem Streik- und Besetzungsumfeld und wurde wieder ein Mittel des bewussten Eingreifens in die Auseinandersetzungen vor Ort, sei es in der Öffentlichkeit der Straßen und Plätze oder direkt in den Fabriken und auf den Werksgeländen. Insoweit war die wenn auch letztlich anonyme Zielgruppe jeder Plakataktion die Protestbewegung in ihrer Gesamtheit.

Allgemein ist festzustellen, dass die von den Künstlern visuell und verbal gestaltete Botschaft der Motive aus Zeichensystemen entwickelt sein muss, die im weitesten Sinne mit den verwendeten und verstandenen Zeichensystemen der Rezipienten identisch sind. Beide müssen sozusagen mit denselben Zeichen operieren, ungeachtet der Frage, aus welchem der Zeichensysteme die Zeichen entliehen wurden.

Da es sich in der politischen Kommunikation über das Medium und den Kanal der Plakat-Kunst um eine Einwegkommunikation vom Produzenten zum Rezipienten handelt und eine Rückkopplung nicht vorgesehen und vorstellbar ist, muss sich der Künstler, wenn seine Botschaft verstanden werden soll (was sinnvollerweise vorauszusetzen ist), in der Sprache des Empfängers ausdrücken. Dieser muss eine recht genaue Vorstellung darüber haben, was zum Beispiel die zeichnerische Form der Abbildung einer Fabrik oder einer geballten Faust bedeutet. Das Wissen um diese Konnotationen ist letztlich immer zu einem bestimmten Grad individuell geprägt, basiert jedoch auf einer beschreibbaren Grundmenge von kollektiven Bedeutungsvarianten, die sowohl allgemein historisch-gesellschaftlich als auch innerhalb einer engeren sozialen Gruppe gelernt werden. Der Begriff „Kampf“ weckt im Bereich der gesellschaftlichen Auseinandersetzungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern (Kapital und Arbeit, Kapitalist und Arbeiterklasse usw.) naturgemäß andere Assoziationen als im Bereich des Sports.

Vielfach spielen auch historische Bezüge eine entscheidende Rolle im Verständnis von Aussagen und Symbolen: So lenkt der Begriff des „Generalstreiks“ in Frankreich die Aufmerksamkeit auf die historischen Parallelen im Jahr 1936.

Zu den externen Konstituierungsfaktoren zählt auch eine spezifische Mediensozialisation. Das Kennenlernen/Kennen und der (im Sinne des Absenders) richtige Umgang mit den unterschiedlichen Medienformen gehören zu den wichtigen Voraussetzungen, die auf Seiten des Rezipienten erfüllt sein müssen, um Verständnis im Sinne von Bedeutungskonstitution zu ermöglichen. Unter Kennenlernen wird hier ein Vorgang verstanden, der dazu führt, dass der Rezipient dem spezifischen Medium begegnet und es ihm nach einer gewissen Wiederholung nicht

mehr fremd ist. Dieser Lernprozess führt zu einer Kenntnis darüber, dass dieses Medium existiert und im Weiteren anhand von Strukturelementen wiedererkannt und im individuellen System unterschiedlicher Medienformen entsprechend zugeordnet werden kann.

Im zweiten Schritt entwickelt sich der richtige Umgang mit dieser spezifischen Medienkategorie. In der Weise, wie ein beliebiges Ortseingangsschild im Straßenbild als konkretes Beispiel der Medienkategorie „Ortsschilder“ erkannt und verstanden werden muss, so muss die Mediensozialisation auch in Bezug auf politische Plakate erfolgreich abgeschlossen sein.

Woran ist nun abzulesen, dass es sich bei einem Medium um ein Plakat handelt? Das zentrale Merkmal ist der Ort, an dem das Plakat zu finden ist. Originärer Platz ist eine Fläche im öffentlichen Raum, die auf Grund der technischen Gegebenheiten geeignet ist, das Plakat aufzunehmen. Die Aufnahme findet durch das Kleben statt. Als ideale Flächen eignen sich Baukörper mit vertikal angeordneten Flächen aller Art. Die Vertikalität ist zwingend erforderlich, um eine Sichtbarkeit aus der Distanz zu ermöglichen. In der Regel handelt es sich um Mauern oder Wände¹⁸⁶. Jedes Blatt Papier, das auf eine Wand geklebt ist, stellt eine Form des Plakats dar. Bezüglich der Größe dieses Blattes sind Begriffe wie Anschlag, Zettel oder Plakat üblich. Öffentliche Sichtbarkeit und Beschaffenheit in der Form eines aufgeklebten Papierbogens sind für den Rezipienten erste Merkmale eines Plakats.

Im Weiteren bietet das Plakat eine Botschaft an, die sich an den Rezipienten richtet. Durch die Identifikation des wahrgenommenen Objekts als Plakat entsteht beim Rezipienten die grundsätzliche Bereitschaft, eine Botschaft aufzunehmen. Das Erkennen der Art dieser Botschaft ist wiederum von vielfältigen Faktoren abhängig. Eine Identifizierungsmöglichkeit besteht grundsätzlich in der Suche nach dem Absender der Botschaft. Eine etablierte politische Partei würde den eigenen Namen und/oder das eigene Logo als Absenderangabe in das Motiv integrieren. Auf diese Möglichkeit verzichten die Künstler der ENSBA wegen der selbst auferlegten Anonymität der Hochschule¹⁸⁷.

Zusammenfassend muss der Rezipient die Wahrnehmung von Plakaten politischen Inhalts als Teil seiner eigenen Mediensozialisation gelernt und verinnerlicht haben, um zum Beispiel die Botschaft „la lutte continue“ als politische Botschaft zu verstehen.

¹⁸⁶ Horizontale Flächen sind vorstellbar, werden in der Praxis in aller Regel jedoch für kommerzielle Werbung zum Beispiel in Flughäfen oder Bahnhöfen genutzt. Diese Werbemittel werden als Floorposter oder Groundposter bezeichnet.

¹⁸⁷ Vergl. Abschnitt 3.3.6..

3.5.5.4 Die immanenten Konstituierungsfaktoren

Entsprechend der hier entwickelten Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren ergeben sich parallele Betrachtungsweisen zum visuellen und verbalen Zeichensystem, die sich auf den unterschiedlichen Ebenen von der Denotation zur Konnotation berühren oder gegenseitig beeinflussen.

Im visuellen Zeichensystem zeigt sich auf der denotativen Ebene eine „buchstäbliche“ Bildbotschaft, die sich mit dem Rückgriff auf unser verbales Zeichensystem als in Teilen logisch erscheinende Kombination einzelner visueller Elemente beschreiben lässt. Logisch bezeichnet in diesem Zusammenhang eine Kombination, die Elemente in einer Weise zusammenstellt, die widerspruchsfrei und mit der Realitätswahrnehmung weitgehend deckungsgleich erscheint. „Fabrik(halle)“ und „Schornstein“ bilden diese Kombination, wobei der Vorgang der zeichnerischen Abbildung von Teilen der Realität zu Formgebungen der realen Objekte führt, die Elemente des Repertoires kollektiv verfügbarer Zeichen darstellen.

Aufmerksamkeit erweckt die Kombination dieser beiden Elemente jedoch mit der zeichnerischen Abbildung einer geballten Faust. Diese wird auf Grund ihrer Gestaltung als ein Element der visuellen Gesamtdarstellung zwar erkannt, die unmittelbare Verknüpfung mit der Oberkante des Schornsteins irritiert jedoch und hinterlässt eine Vakanz in der Gesamtwahrnehmung wie auch im Gesamtverständnis. Die Positionierung der Elemente, aufbauend auf der unteren Begrenzung der Motiv-Fläche, entspricht der gelernten Wahrnehmung von Realität¹⁸⁸.

Das verbale Zeichensystem liefert in diesem Motiv insgesamt 15 Buchstaben, die für den Rezipienten erkennbar sind. Diese sind in 3 Wörtern kombiniert und ergeben eine einfach strukturierte und kurze Satzkonstruktion: „la lutte continue“. Dieser Satz stellt eine abstrakte Aussage zu einem Vorgang dar, indem er beschreibt, dass etwas, was real existiert, fortgesetzt wird bzw. sich fortsetzt. „lutte“ ist (wie im Deutschen „Kampf“) ein Wort, das in vielerlei Bedeutungen und Kontexten Verwendung findet. Der definite Artikel spezifiziert auf dieser denotativen Ebene, lässt jedoch in diesem Zusammenhang für den Rezipienten kaum weitere Schlüsse zu.

Auf der Ebene der denotativen Bild- und Sprachbotschaften ergibt sich eine ausgeprägte Eigenständigkeit beider Zeichensysteme. Im Bereich des „Interface“, also der Berührungspunkte und Schnittstellen beider Zeichensysteme, zeigt sich auf der grafischen Oberfläche dagegen ein Ausdruck der starken gegenseitigen Durchdringung. Die verbalen Zeichen bilden kein freischwebendes eigenes visuelles Element in der Gesamtkomposition des Motivs, sondern sind räumlich und betont durch ihre Erscheinung als „negativ-weiße“ Flächen in den unteren Teil der

¹⁸⁸ Zum Beispiel stehen Fabriken fest auf dem Boden, der im Plakat-Motiv als vorgestellte waagerechte Grundlinie enthalten ist.

Fabrik (im Grunde und im übertragenen Sinn auf dem Boden der Fabrik) und im Kern des gezeigten Gebäudekomplexes integraler Bestandteil der Darstellung¹⁸⁹. Im denotativen Interface findet eine unmittelbare und deutlich sichtbare Verknüpfung statt.

Naheliegend ist aus der Positionierung der verbalen Zeichen auch eine Interpretation, die die Textzeile als so genannte „Bildunterschrift“ unterhalb und am Fuß einer grafischen Darstellung und damit als Erläuterung zum Bild sieht.

Die konnotative Ebene des visuellen Zeichensystems verweist auf die Symbolik der Kollektiv-Zeichen. Die Fabrik selbst bildet den Ort und das konkrete Umfeld der Arbeit, der Anstrengung, der kollektiv organisierten Produktion und der Schaffung neuer Werte. Sie ist unter symbolorientierter Betrachtung gleichzeitig der Raum, in dem für die Arbeiter eine Form der Identitätsstiftung im Sinne der Entwicklung eines „Wir“-Gefühls stattfindet, der aber gleichzeitig auch fremdes Territorium und deutlich abgegrenzter Bereich vom „öffentlichen Leben“ und von der individuellen Privatsphäre ist. Umgangssprachlich bilden Formulierungen wie „zur Arbeit gehen“, „in die Fabrik gehen“ oder „von der Arbeit kommen“ diesen Zusammenhang ab.

Die besondere Dachform der Fabrikhalle und der durch seine Höhe weithin sichtbare Schornstein sind äußere Hinweise auf die Fabrik als Stätte industrieller Produktion.

Die geballte Faust ist historisch das Symbol der Arbeiterbewegung für Stärke und Entschlossenheit in der Durchsetzung der eigenen Interessen gegen die Widerstände der Fabrikbesitzer, Unternehmer, Geschäftsführer, Vorstände usw.. Das mentale Bild des ausgestreckten Armes mit der geballten Faust vor Augen (ein Bild, das zum Beispiel in Form von Fotografien oder Filmen von protestierenden Arbeitergruppen im kollektiven Bewusstsein verankert ist) kann als mögliches Ergebnis eines Prozesses abgeleitet werden, in dem der Schornstein in der unmittelbaren Kombination mit der geballten Faust als ausgestreckter Arm gedeutet/interpretiert wird. Dieser ausgestreckte Arm ist in der Analogie zum hohen Schornstein ebenfalls weithin sichtbares Zeichen. Bis zu dieser Stelle der Analyse liefert das visuelle Zeichensystem keinerlei Hinweis auf einen zeitlichen oder räumlichen Bezug.

Im Bereich des verbalen Zeichensystems fehlen wie oben erwähnt bisher Hinweise auf den Kontextbezug des Wortes „lutte“. Diese Polysemie kann in mehreren Richtungen aufgelöst werden. Für diejenigen Rezipienten, die individuell Teil der Protestbewegung des Pariser Mai 1968 sind, schränken sich die Bedeutungspotenziale von „lutte“ stark ein: Danach ist „lutte“ aktuell die Beschreibung der Auseinandersetzungen zwischen Protestbewegung und staatlicher Ordnungsmacht. Diese Auseinandersetzungen können jedoch hinsichtlich des studentischen Protestes, des gewerkschaftlichen Protestes und der Straßenschlachten, aber auch im übertragenen und abstrakten Sinn hinsichtlich gesellschaftlicher Veränderung, Konkurrenz gesellschaftlicher

189 Vergl. Abschnitt 3.5.5.2 zur reduktiven Methode.

Systeme oder kultureller Differenzen gemeint sein. Für real involvierte Rezipienten reduzieren sich damit die Deutungsmöglichkeiten. Exakte Hinweise sind allerdings aus dem verbalen Zeichensystem nicht ableitbar.

Bei diesem Motiv ist der zum Beispiel von Barthes formulierten Auffassung, nach der das visuelle System lediglich unterstützende Funktion für das Gesamtverständnis wahrnimmt, zu widersprechen. Hier bleibt gerade das verbale Zeichensystem sehr unspezifisch.

Das Verb „continuer“ steht für die Verlängerung eines Vorgangs oder eines Zustands in die Zukunft, richtet also den Blick von heute ausgehend auf die kommenden Zeiten und trifft für diese eine Aussage. „continuer“ ist wie „lutte“ jedoch so unspezifisch, dass für den Rezipienten jede Konkretisierung innerhalb des verbalen Zeichensystems unmöglich bleibt.

Generell ist die sehr geringe Anzahl hier verwendeter verbaler Zeichen, die wiederum jedoch Voraussetzung für eine plakative Form der Botschaft ist, der wesentliche Grund für die Bedeutungsoffenheit, die die Aussage hinterlässt.

Wie gestalten sich nun die Vorgänge auf der konnotativen Ebene im Interface-Bereich? Die auf der grafischen Oberfläche des Motivs hergestellte räumliche Integration der verbalen Zeichen in die Abbildung der Fabrik führt auch in der Konnotation zu einer räumlichen Fixierung. In der grafischen Anordnung und Umsetzung erfährt die verbale Aussage die lokale Konkretisierung. Die grafische Kopplung von Elementen beider Zeichensysteme führt auf der einen Seite zu einer deutlichen Einschränkung und Konkretisierung der verbalen Anteile. Auf der anderen Seite wird aber auch der grafische Raum der Fabrik mit konkretem Inhalt aufgefüllt. Der gezeichnete Gebäudekörper ist Ort eines Geschehens, das in der Wahrnehmung des Rezipienten aktuell passiert, aber auch in die Zukunft reicht.

Die Spezifizierung des Geschehens, des „Kampfes“, erfolgt über die räumliche Verknüpfung der visuellen Elemente in der Leserichtung bis zum Ende des Schornsteins. Hier ist die gezeichnete geballte Faust der eindeutige Hinweis auf die konkreten Träger dieses Kampfes. Es ist die symbolisierte Stärke und Entschlossenheit der nach oben gerichteten Faust, die die Kampfpartei, nämlich die Arbeiter, deutlich kennzeichnet.

Die Faust aus dem oder auf dem Schornstein bedeutet gleichzeitig den Ausgangspunkt dieses Kampfes, nämlich die Fabrik. Der Kampf der Arbeiter in der Fabrik geht weiter. Das visuelle Zeichensystem präsentiert in der grafischen Kombination von Faust und Fabrik der Status der Auseinandersetzungen: Die Arbeiter sind in der Fabrik, sie haben die Fabrik in Besitz genommen und haben nun die Macht, was die geballte Faust, grafisch über allem positioniert, ausdrückt. Der Rezipient in der konkreten historischen Situation identifiziert mit dieser Form der visuellen Umsetzung die bestreikte bzw. besetzte Fabrik, denn nur dort sind die notwendigen Machtverhältnisse so beschaffen wie dargestellt.

Im Hinblick auf die Aufgabenverteilung zwischen dem visuellen und dem verbalen Zeichensystem ergeben sich danach die folgenden Schwerpunkte:

Das verbale System übernimmt die temporale Dimension und drückt in der Wahl der verbalen Zeichen und ihrer syntaktischen Konfiguration den objektiven Charakter der Aussage und damit die Unumstößlichkeit aus.

Das visuelle System definiert den lokalen Bezug und drückt die spezifischen Eigenschaften in diesem Kampf aus: die dominante Macht (die Faust im oberen Teil der Gesamtdarstellung) sowie die Entschlossenheit und das Selbstbewusstsein der Protestbewegung (eine Fabrikbesetzung und die Übernahme der Produktionsmittel sind illegale Handlungen).

Beide Zeichensysteme vermeiden jeden konkreten Bezug auf Zeit und Ort. Insoweit wäre dieses Motiv vor dem Hintergrund einer bestreikten bzw. besetzten Fabrik zu jeder Zeit und an jedem Ort als Mittel politischer Kommunikation einer Protestbewegung einsetzbar, sofern diese beiden Zeichensysteme in ihren wesentlichen Bezügen Teile der konventionalisierten Zeichensysteme der jeweiligen Gesellschaft sind, also das Verstehen grundsätzlich ermöglicht ist. Das Motiv stellt in seiner standardisierten Darstellungsform ein vielfach einsetzbares Instrument dar, das innerhalb der gesamten Protestbewegung an jedem Ort Frankreichs¹⁹⁰ verstanden wird und damit gleichzeitig auch äußeres Symbol dieser Bewegung ist.

Die Gesamtinformation des Motivs, sprachlich zum Beispiel zu umschreiben mit „Der Kampf in den besetzten Fabriken geht entschlossen und kraftvoll weiter“, hat ihren Ursprung sowohl in den beiden Zeichensystemen als auch im Interface-Bereich, der nicht-sichtbare Verknüpfungen herstellt.

Die „Kernidee“ des visuellen Systems könnte wie folgt beschrieben werden: „Wir haben die Fabrik erobert und demonstrieren von hier aus unsere Stärke“. Die „Kernaussage“ des verbalen Systems könnte in der Übernahme der neutralen Aussage-Form auf die individuelle Person des Rezipienten lauten: „Wir kämpfen weiter“. Daraus würde als Botschaft des Gesamtkommunikats resultieren: „Wir haben die Fabrik besetzt, bleiben hier und kämpfen weiter für unsere Interessen“.

Diese Botschaft des Motivs als Gesamtkommunikat aus dem visuellen und verbalen Zeichensystemen basiert auf einer möglichst umfassenden Kenntnis der Zeichensysteme sowie der externen Faktoren und Rahmenbedingungen der konkreten Kommunikationssituation. Im individuellen Rezeptionsprozess finden Relevanzverschiebungen in der Bedeutungskonstituierung

¹⁹⁰ Die Einschränkung auf Frankreich geschieht auf Grund der verwendeten französischen Sprache. Dies könnte zum Beispiel durch „Lotta continua“ ersetzt und damit in italienischen Auseinandersetzungen verstanden werden (vergl. dazu auch S. 221).

einzelner Elemente oder Gruppen von Elementen statt, die zu unterschiedlichen Reaktionen auf die Motiv-Botschaft führen können. Als Beispiele seien genannt:

Auf Grund der eigenen Erfahrungen wird die Machtposition im besetzten Betrieb schwächer eingeschätzt, als es das Plakat-Motiv suggerieren möchte.

Das Angesprochenfühlen und die Identifikation mit der Protestbewegung sind so stark ausgeprägt, dass das Motiv noch weitere Energien für die Auseinandersetzungen mobilisiert und somit eine eindeutige Verstärkerfunktion übernimmt.

Der Rezipient hat auf Grund anderslautender Informationen (zum Beispiel aus dem Lager der Arbeitgeber oder der öffentlich-rechtlichen Medien) wenig Zuversicht im Hinblick auf die erfolgreiche Fortsetzung des Kampfes.

3.5.5.5 Zusammenfassung

Die Detailanalyse des „Zentralmotivs“ im Abschnitt 3.5.5, ergänzt auch durch die beispielhaft durchgeführte Reduktion des fertigen Plakat-Motivs zurück zu den einzelnen visuellen und verbalen „Bausteinen“ im Sinne isolierter Zeichenelemente, belegt die grundsätzliche Aussagekraft des im zweiten Kapitels dieser Arbeit entwickelten Analyse-Modells.

Dieses Modell wird der Vielschichtigkeit der Verknüpfungen und gegenseitigen Durchdringungen des verwendeten visuellen und verbalen Zeichensystems gerecht, weil es die Rolle jedes einzelnen Zeichens in der konkreten Einbindung in das Gesamtkommunikat analysiert und die Funktion dieses Zeichens im Kontext des eigenen und des gleichrangigen zweiten Zeichensystems sowie im Hinblick auf die Kernidee und die Kernbotschaft in nachvollziehbarer Weise beschreibt.

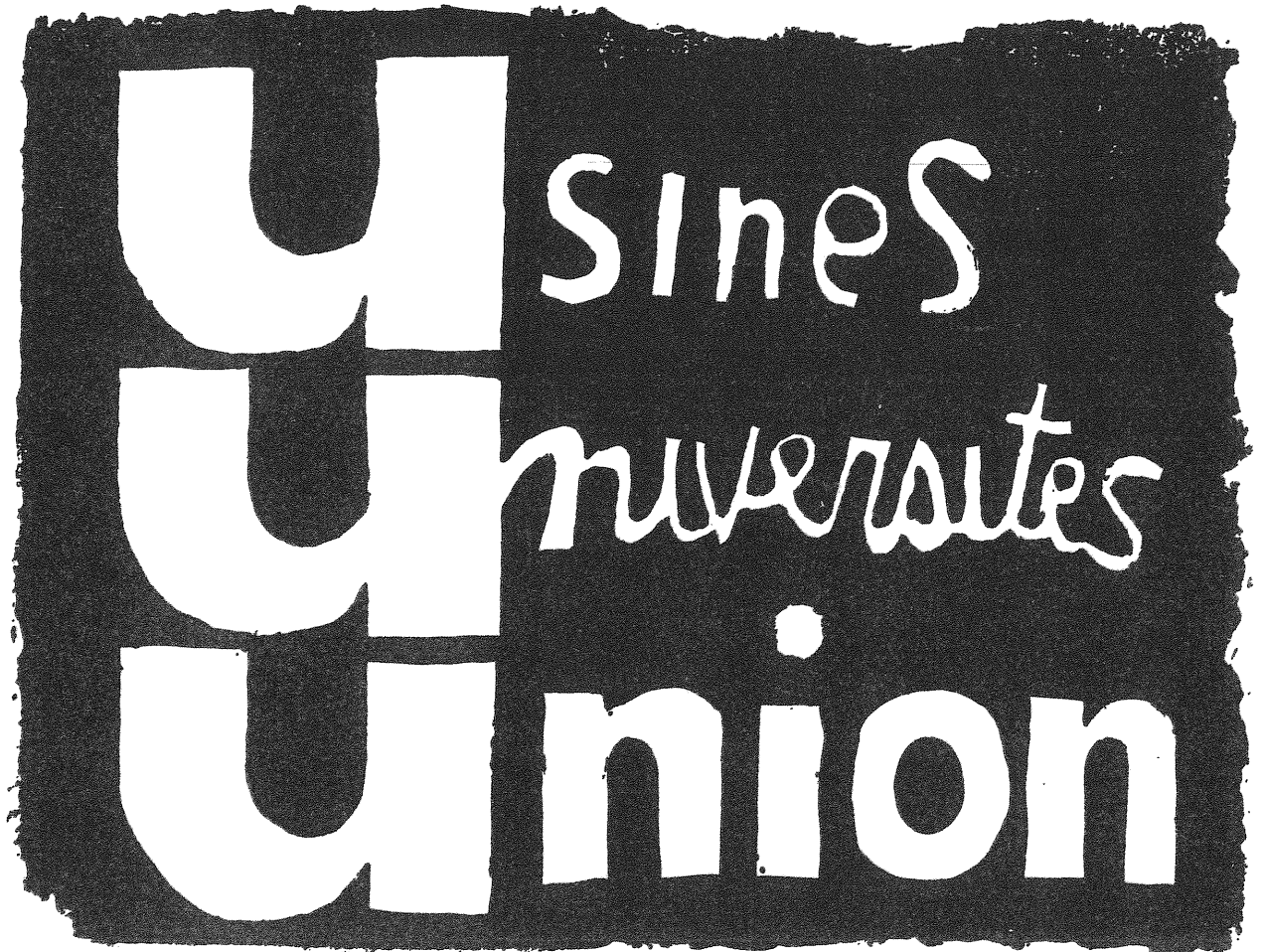
3.5.6 Analyse der Motiv-Derivate: Besonderheiten und Abweichungen

Die im Folgenden beschriebenen Plakat-Motive behandeln wie das ausführlich behandelte Zentralmotiv „la lutte continue“ (Abbildung 6) das Thema „Fabrik“. Dabei erfolgt die Einbindung in übergeordnete Zusammenhänge und Themen ebenso unterschiedlich wie die konkrete Darstellung der „Fabrik“.

Die in dieser Arbeit vorgenommene Definition des Untersuchungsgegenstandes umfasst insgesamt 20 Abbildungen. Davon zeigen die Abbildungen 8 und 9 eine sehr große Nähe zum Zentralmotiv in Abbildung 6. Die Abbildung 18 zeigt beispielhaft eine Ausgabe des „Journal mural“, einer Wandzeitung aus dem Mai/Juni 1968. Alle Motive stellen Derivate des Zentralmotivs dar.

Die folgenden Ausführungen zielen auf die Herausarbeitung der jeweiligen Besonderheiten in der visuellen und verbalen Gestaltung. Die Reihenfolge der Bearbeitung orientiert sich wie auch die Abbildungsfolge der Motive an der Chronologie der feststellbaren oder mutmaßlichen Veröffentlichungszeitpunkte.

Motiv 1. „Usines Universites UNION“



Motiv 1.

Dieses Motiv verzichtet vollständig auf die visuellen Darstellungen der „Fabrik“-Thematik, wie sie für das Zentralmotiv kennzeichnend sind. Auffällig ist auf den ersten Blick die Ausdrucksstärke der Typografie, also die Umsetzung der verbalen in visuelle Elemente. Besondere Aufmerksamkeit erfahren die 3 „U“ auf Grund ihrer Darstellungsgröße und der blockartigen Komposition.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Zeichensystems bildet das Motiv 22 Buchstaben ab, die in Form von 3 Wörtern zusammengestellt sind. In der räumlichen Positionierung entspricht die Darstellung der verbalen Elemente der konventionalisierten Wahrnehmungsweise, nach der von links nach rechts und dann von oben nach unten gelesen wird. So gesehen ergibt sich ein Gebilde, das aus 3 Zeilen verbaler Elemente besteht.

Der visuelle Ausdruck der Buchstaben lässt 3 unterschiedliche Typografien erkennen. Der Begriff der Typografie meint in diesem Zusammenhang eine spezifische Form der Handschriften, die sich durch visuelle Merkmale, obwohl nicht im Sinne einer konventionalisierten Druckschrift, eindeutig voneinander abgrenzen lassen. Gemeinsam ist den 3 Wörtern der Anfangsbuchstabe „U“ als Großbuchstabe. Die Fortsetzung des ersten „U“ erfolgt durch individuell gestaltete visuelle Zeichen für Kleinbuchstaben, die als solche auf Grund ihrer Formgebung identifiziert werden. Die Fortsetzung des zweiten „U“ erfolgt in einer Art Schreibschrift, die sich durch das Miteinanderverbundensein aller getrennt erkennbaren Einzelbuchstaben auszeichnet. Diese Form der Schreibweise setzt automatisch die Verwendung von Kleinbuchstaben voraus. Die Verwendung von Schreibschrift zeigt übrigens eine konnotative Verbundenheit im Zusammenhang Universität-Schule-Schreibschrift. Sowohl beim ersten wie beim zweiten „U“ findet in der Fortsetzung ein weiterer Bruch in der handschriftlich wirkenden Typografie statt: Die folgenden Buchstaben entstammen bezüglich der Stärke nicht demselben Schnitt des Anfangsbuchstabens. Während das „U“ als „fettes U“ betrachtet werden kann, sind die folgenden Buchstaben in „normaler“ Stärke gezeichnet.

Das dritte „U“ wird wie die ersten beiden ebenfalls in Kleinschreibung fortgesetzt. Diese Kleinbuchstaben werden bezüglich der Zeichenstärke und der Zeichenform eindeutig der Typografie des „U“ zugeordnet. Insoweit zeigt das Wort „Union“ eine formale Einheitlichkeit in der visuellen Darstellung der hier verwendeten verbalen Elemente.

Semin verweist, Bezug nehmend auf den französischen Werbegrafiker A. M. Cassandre, auf ein weiteres interessantes Detail, indem er die stark ausgeprägte Schriftstärke der dritten Zeile als Addition der schwächeren Schriftstärken der ersten und zweiten Zeile interpretiert:

„Les 3 ‚U‘ superposés, dont la ‚graisse‘ (l'épaisseur, en langage de typographe) est identique, s'empilent harmonieusement; la fusion révolutionnaire de l'usine et de l'université est incarnée dans le corps consistant du mot ‚union‘, qui semble l'addition des corps plus maigres des mots ‚Usine‘ et ‚Université‘. Mais il est difficile de ne pas reconnaître, ici, la structure du slogan célèbre imaginé et illustré par Cassandre en 1932 pour une marque d'apéritif: Dubo Dubon Dubonnet.“ (Semin 2008:31/32)

Josephson interpretiert den handschriftlichen Stil als Ausdruck der Individuen, die hinter „Universität“ und „Usine“ stehen:

“The loose handwritten style of the text recalls the individuals behind each named institution, while the bold alignment of the ‚u‘ at the beginning of each word emphasizes their conjoined cause.“ (Josephson 2010:3)

Bezüglich der Linearität der verbalen Elemente ergeben sich bei diesem Motiv zwei Leserichtungen, die sich aus dem Identifizieren der Elemente ergeben: Die waagerechte Richtung führt zum Lesen von 3 aufeinanderfolgenden Begriffen. Die senkrechte Leserichtung von oben nach unten und genauso umgekehrt ergibt sich aus der Wahrnehmung einer Reihe bzw. Kette von visuell deutlich gestalteten und identischen Buchstaben. Von diesen beiden senkrechten Leserichtungen kann der Rezipient an jeder Stelle der Reihe „nach rechts abbiegen“ und ein Wort lesen.

Dieses Motiv bildet chronologisch den Auftakt zur Plakat-Produktion des Pariser Mai 1968 und datiert vom 14. Mai 1968. Die Auseinandersetzungen zwischen Protestbewegung und Staatsmacht stehen noch bevor. Im Zentrum der Aussage steht das Zusammengehen von „Fabriken“ und „Universitäten“. „Usines“ und „universités“ stehen begrifflich in der Regel für Gebäudetypen bzw. Gelände dieser Gebäudetypen. Die Verwendung der Begriffe in diesem Kontext verweist jedoch eher auf die Menschen in diesen Gebäuden oder auf diesen Geländen, sprich die Arbeiter und die Studenten. Wenn diese Personengruppen sich zur Durchsetzung gemeinsamer Ziele zusammengeschlossen haben, also eine Bewegung gegründet haben, stehen die Begriffe „usines“ und „universités“ für die Arbeiter- und die Studentenbewegung, die sich zu einer Bewegung zusammenschließen wollen oder sollen. „UNION“ bildet auch auf Grund der Leserichtung der verbalen Zeichen das Ende der Aussage und damit in der zeitlichen Dimension das Ende eines Prozesses. Warum werden in diesem Motiv genau diese Begriffe gewählt und zum Beispiel nicht die Wörter „étudiant“ oder „travailleur“? Eine einfache Antwort liegt in der Tatsache begründet, dass dann der spielerische visuelle Umgang mit den drei „U“ nicht möglich gewesen wäre. Ohne authentische Informationen seitens des Künstlers dieses Motivs kann an dieser Stelle allerdings nur spekuliert werden.

Motiv 2. „UNIVERSITÉ POPULAIRE OUI“



Motiv 2.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems können insgesamt vier Elemente isoliert werden. Wenn der kleine Turm und das darunter befindliche halbrunde Dach als eine Untergruppe definiert werden, die als zeichnerische Darstellung das Dach der Sorbonne darstellt, und die gezeichnete Wolke mit dem Schornstein und der Fabrikhalle zusammengeführt wird und ebenfalls eine Untergruppe bildet, so zeigt die visuelle Umsetzung eine ungewöhnliche Kombination der Universität Sorbonne mit einer nicht näher beschriebenen Fabrik. Während also der Bezug der abgebildeten Fabrik zu einer real existierenden Fabrik fehlt¹⁹¹, verweist die Abbildung des halbrunden Daches eindeutig auf die Pariser Universität Sorbonne. Der Grund hierfür dürfte sein, dass auf der Basis der verfügbaren visuellen Zeichen des kollektiven Zeichensystems keine symbolhafte Darstellung von „Universität“ im allgemeinen Sinne auffindbar ist und die Universität Sorbonne in der konkreten Situation aktuell mit dem studentischen Protest gleichgesetzt wird. Welche Funktion hat die Abbildung einer Wolke? Es liegt nahe, dass die abgebildete Wolke aus dem Schornstein entwichen ist, was wiederum als Hinweis auf eine in Betrieb befindliche Fabrik verstanden werden kann. Daneben rundet die Wolke die Gesamtabbildung ab und verleiht ihr etwas Lebendiges.

Die hier gewählte Kombination von Universität und Fabrik in der visuellen Darstellung erscheint ohne Berücksichtigung des verbalen Zeichensystems willkürlich und im Abgleich mit der Realitätswahrnehmung als unreal. Auch die Tatsache, dass das Dach der Sorbonne auf dem Dach (genauer: auf den sechs Dachspitzen) der Fabrik ruht, erscheint auf den ersten Blick nicht logisch. Dennoch gelingt es in der zeichnerischen Darstellung, ein gewisses Maß an Homogenität dadurch zu erzielen, dass die Struktur des Sorbonne-Daches in seinen einzelnen Segmenten mit der Struktur des Fabrikdaches zusammengeführt wird und sich damit etwas durchaus Kompositorisches ergibt. Aus der unten folgenden erläuternden Funktion der verbalen Zeichen ergibt sich jedoch eine Begründung für die Positionierung des Sorbonne-Daches auf dem Fabrikdach: Wenn „Universität“ als Kopf (Synonym unter anderem für Denken und Intelligenz) und „Fabrik“ als Körper (Synonym für Kraft, Ausdauer, Umsetzung) interpretiert wird, ergibt sich aus dieser Form der zeichnerischen Darstellung das Bild einer Figur bzw. eines Menschen mit Kopf und Körper.

Die verwendeten verbalen Zeichen bilden, durchgängig als Großbuchstaben dargestellt, zum einen den aus zwei Wörtern gebildeten Begriff der „UNIVERSITÉ POPULAIRE“ und zum anderen das Wort „OUI“. Wie im Zentralmotiv sind hier verbale Zeichen in die Fabrikhalle

¹⁹¹ Möglich wäre zum Beispiel die Verwendung des rhombusförmigen Logos von Renault. Andererseits steht die nicht spezifizierte Fabrik gleichzeitig für alle Fabriken.

hineingesetzt worden. Sie haben jedoch einen eigenen weißen Untergrund und stehen als „positiv-farbige“ Zeichen. Analog dazu steht das Wort „OUI“ unter der Gesamtabbildung.

Im Prozess der Bedeutungskonstituierung bilden die visuellen Elemente aus Sorbonne und Fabrik eine unspezifische und im Verständnis offene Kombination, die durch den Hinweis aus dem verbalen Zeichensystem als „Volksuniversität“ definiert wird, um im dritten Schritt einer Leserichtung von oben nach unten durch die übergroße Abbildung des Wortes „OUI“ eine massive Bejahung des Themas der Volksuniversität herbeizuführen.

Bei diesem Motiv wäre die Grundaussage auch allein auf der Basis eines verbalen Zeichensystems herstellbar gewesen. Insbesondere die Verwendung der visuellen Elemente „Fabrik“ (hier allerdings mit sechs statt nur drei Dachspitzen dargestellt, was aus der dargestellten Struktur des Sorbonne-Daches resultiert) als zentralem Element der Kollektiv-Symbolik erleichtert jedoch das schnelle Verständnis.

Motiv 3. „oui usines occupees“



Motiv 3.

Im Gesamteindruck zeigt dieses Motiv starke Gemeinsamkeiten mit dem Zentralmotiv. Die grundsätzliche Anordnung der visuellen Elemente ist mit Ausnahme der spiegelbildlichen Darstellung (Fabrikhalle links und Schornstein rechts) in weiten Teilen identisch. Grund für die spiegelbildliche Wiedergabe ist die Doppelfunktion, die die Abbildung des Schornsteins in diesem Motiv übernimmt. Abweichend vom Zentralmotiv, in dem der Schornstein auch als Arm zur Faust interpretiert werden kann (beide Funktionen jedoch im Bereich des visuellen Zeichensystems liegen), übernimmt der Schornstein in Abbildung 3 neben der Funktion im visuellen System als Darstellung des Schornsteins auch die Funktion des Buchstabens „i“ aus dem Wort „oui“, wobei in einer zusätzlichen Komplexität der Punkt des „i“ als kreisförmige Wolke oberhalb der Schornsteinöffnung schwebt. Da das verbale Zeichen „i“ das Ende des Wortes „oui“ bildet, muss der Schornstein bei dieser Art der Doppelfunktion rechts von der Fabrik stehen.

Insoweit zeigt dieses Motiv ein Höchstmaß an Symbiose zwischen dem visuellen und dem verbalen Zeichensystem. Diese Symbiose findet im ersten Schritt auf der denotativen „buchstäblichen“ Ebene beider Systeme statt. Die Gesamtaussage als Bejahung/Zustimmung zu „besetzten Fabriken“ kann nur auf der Basis der intensiven Interpretation im denotativen Bereich konstituiert werden.

Wie im Zentralmotiv sind die verbalen Zeichen in der Konfiguration der Wörter „usines“ und „occupees“ als „negativ-weiße“ visuelle Zeichen in den Körper der Fabrikhalle eingefügt, was die dargestellte Fabrik als eine besetzte Fabrik kennzeichnet.

Motiv 4. „NON“

NON



Motiv 4.

Auch dieses Motiv entspricht in der Grundstruktur dem Zentralmotiv (links der Schornstein und rechts davon die Fabrik). Der zeichnerische Stil ist allerdings grundsätzlich grober, einfacher und skizzenhafter, weil die Abbildung nur in der Form einer sehr vereinfachten Strichzeichnung (wahrscheinlich mit einem breiten Pinsel realisiert) erscheint.

Das Motiv verwendet auf der denotativen Ebene im visuellen Bereich nur eine schnell und spontan hergestellte Strichzeichnung. Im verbalen Bereich werden nur die drei Großbuchstaben als Wort „NON“ dargestellt. Dieses Wort steht in der französischen Sprache für die kürzeste und deutlichste Form der Ablehnung.

Was wird abgelehnt/negiert? Hier gibt das visuelle Zeichensystem die Antwort. Analog zum Zentralmotiv zeigt die hier gemalte Abbildung auf der denotativen Ebene die Konturen einer Fabrikhalle mit Schornstein, wobei diese beiden Elemente umfassend (durch einen einzigen durchgezogenen Pinselstrich) miteinander zu einer Einheit verknüpft sind. Wieder zeigt sich der Schornstein auf doppelte Weise: Er ist zum einen der Schornstein zu der unmittelbar benachbarten Fabrikhalle. Seine Form weicht jedoch durch eine gewisse Bauchigkeit deutlich von der strengen konischen Form im Zentralmotiv ab. Damit zeigt sich der Schornstein, unterstützt durch die Darstellung einer Banderole (wie sie von Zigarren bekannt ist), auch als Abbildung einer übergroßen Zigarre, die oben (am brennende Ende) in einer Weise qualmt, wie ein Fabrikschornstein raucht.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Systems steht die dicke qualmende Zigarre als Sinnbild für den Unternehmer oder den Kapitalisten, der die Arbeiter in der Fabrik für sich und seinen Reichtum und Luxus arbeiten lässt und den Profit für sich selbst behält. Die Zigarre steht als Symbol für den Reichtum eines so genannten kapitalistischen Gesellschaftssystems, also auch für den Reichtum der französischen Oberschicht, wie sie die Protestbewegung des Pariser Mai 1968 kritisiert und bekämpft.

Während andere Motive positive Aussagen im Sinne der Protestbewegung formulieren, zielt dieses Motiv in seiner Darstellung auf die deutliche Ablehnung eines Wirtschafts- und Gesellschaftssystems, das durch die „qualmende Zigarre“ symbolisiert wird. Dieses Motiv zielt eindeutig auf die Beschreibung eines gemeinsamen Feindbildes.

Motiv 5. „NOUS IRONS JUSQU'AU BOUT“



**NOUS IRONS
JUSQU'AU BOUT**

Motiv 5.

Dieses Motiv bildet mit den in dieser Analyse noch folgenden Abbildungen 7 und 11 eine Sondergruppe innerhalb des Korpus, weil hier anstelle einer zeichnerischen Darstellung eine Fotografie als Ausgangsmaterial für die visuelle Darstellung verwendet wird, um „Fabrik“ zu thematisieren. Der Gesamtaufbau dieses Motivs entspricht dem traditionellen Muster von großformatigen Abbildungen und Bildunterschriften.

Das visuelle Zeichensystem besteht hier nur aus einem einzigen Element, einer quadratischen Abbildung, die fotografischen Ursprungs ist. Diese Abbildung erscheint wie das gesamte Plakat-Motiv in einfarbiger Gestaltung. Diese bildet nur hundertprozentige Tonwerte, also Volltonwerte ab. Alle Rasterungen, die in einer Schwarz-Weiß-Fotografie (wie auch in einer Farbfotografie) unterschiedliche Graustufen zwischen Schwarz und Weiß ergeben, wurden hier auf technischem Wege eliminiert. Dadurch ergeben sich letztlich nur Flächen in der Farbe oder in Weiß (Motiv-Untergrund des verwendeten Papiers). Dieser Prozess der technischen Vereinfachung der Fotografie ist im Verfahren des Siebdrucks begründet, weil in dieser Drucktechnik, insbesondere wenn sie nur in sehr einfacher technischer Ausstattung wie in der ENSBA zur Verfügung steht, nur sehr aufwändig gerasterte Tonwerte erzeugt werden können. In Bezug auf die vereinfachte Form der Farbgebung trotz des sehr detailreichen Ursprungsmaterials ergibt sich wieder eine Parallele zur Gestaltung mit Hilfe sehr einfacher Zeichentechnik. Die Vereinfachung der Ursprungsfotografie kann hier als ein zusätzliches Element in der künstlerischen Reduktion bewertet werden.

Die Abbildung zeigt einer große Anzahl frontal fotografierte Männer, die in einer großen Halle mit Stahlkonstruktionen im Hintergrund eine Versammlung bilden. Aus der Anmutung der Halle kann der Rezipient auf eine Fabrikhalle schließen, ohne dass dabei zum Beispiel Inhalte einer Fabrik wie Maschinen oder Produktionsstraßen gezeigt werden. Während auf der denotativen Ebene des visuellen Systems nur versammelt Männer in einer Halle gezeigt werden, liegt auf Grund weniger Abbildungsdetails (Treppen, Brüstungen, Stahlkonstruktionen) im Hintergrund und externer Rahmenbedingungen (das Motiv stammt schließlich aus der Zeit der Fabrikbestreikungen bzw. -besetzungen) die Annahme nahe, dass es sich um eine Fabriksituation handelt.

Das verbale Zeichensystem liefert in Form von zwanzig sehr gleichmäßig gestalteten Großbuchstaben fünf Wörter, die eine logisch strukturierte Aussage als vollständig konstruierten Satz ergeben: „nous irons jusqu'au bout“. „jusqu'au bout“ kann in der deutschen Übersetzung drei Bedeutungen haben: „bis ans Ende“, „bis zum bitteren Ende“, „bis zum Ende“. Die in der zweiten Zeile deutlich größere Schrifthöhe der einzelnen Buchstaben drückt die eindeutige Betonung dieses Teils der verbalen Aussage aus. Auf der denotativen Ebene bleibt offen, wer sich hinter dem

Subjekt des Satzes, hinter „nous“ verbirgt. Ebenso unklar bleibt die Bedeutung des „bout“, des Ende des Weges.

Auf der Oberfläche des Motivs sind das visuelle und das verbale Zeichensystem nicht miteinander vernetzt, sondern lediglich in der Form „Abbildung oben und verbale Aussage unten“ gegenüber- bzw. übereinandergestellt.

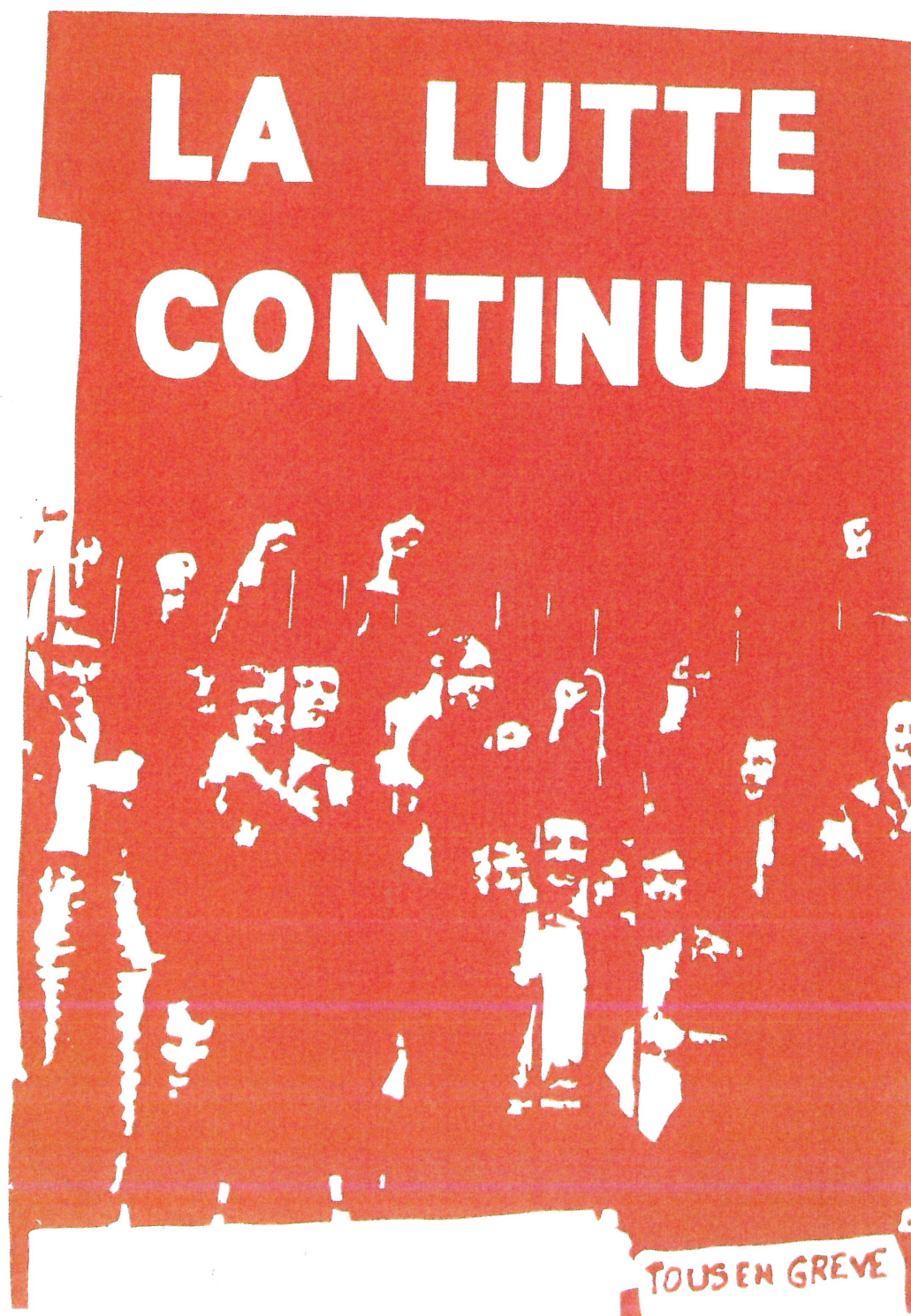
Auf der konnotativen Ebene beider Systeme sind beim Rezipienten Transferleistungen notwendig, die darin bestehen, entweder die verbale Aussage als direkte Rede der abgebildeten Personengruppe zu interpretieren oder sich selbst als Teil dieser Gruppe zu sehen. Die erste Möglichkeit zielt nicht auf eine unmittelbare Beeinflussung des Rezipienten. Dagegen würde auch sprechen, dass korrekter Weise dann Anführungszeichen verwendet werden müssten. Bei der zweiten Möglichkeit wird ein Identifizierungsprozess eingeleitet, in dem sich der Betrachter als Teil des Subjekts begreift.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Elements wird verdeutlicht, dass das „wir“ eine sehr große Gruppe bildet (und dass im Übrigen dort in der Halle noch mehr Menschen gar keinen Platz fänden). Die Blickrichtung/Ausrichtung der einzelnen Mitglieder der Masse zu einem Punkt, der optisch rechts und außerhalb vor der Abbildung liegt und möglicher Weise auf einen Redner während einer Ansprache verweist, symbolisiert Gemeinsamkeit, Konzentration und Entschlossenheit. Dies korreliert wiederum mit der Entschlossenheit der verbalen Aussage.

Das visuelle Element dieses Motivs zeigt aber auf der konnotativen Ebene durch die bloße Darstellung von Sachverhalten noch mehr: Die Menschenmasse befindet sich in einer Fabrik, in der der Betrachter keinen Hinweis auf einen Produktionsprozess erkennt. Damit ist die Fabrik in gewisser Weise von den versammelten Menschen in Besitz genommen, was übertragen darauf hinweist, dass diese Fabrik besetzt oder zumindest bestreikt ist und aktuell keine Produktion stattfindet.

Diese immanenten Botschaften der Abbildung tragen maßgeblich dazu bei, die verbale Aussage in einen konkreten Kontext zu stellen. Bei diesem Motiv haben die wesentlichen Bedeutungskomponenten ihren Ursprung in beiden Zeichensystemen. Der Interface-Bereich zeigt auf der denotativen Ebene bestenfalls Verknüpfungsansätze hinsichtlich des Subjekts der verbalen Aussage und der auf der Motiv-Oberfläche ablesbaren räumlichen Nähe abgebildeter Gesichter. Die Verknüpfung findet hier in assoziativer Form zwischen Abbildungsdetails und -interpretationen und der „Kernaussage“ des verbalen Systems statt.

Motiv 7. „LA LUTTE CONTINUE – TOUS EN GREVE“



Motiv 7.

Dieses Motiv verwendet wie Abbildung 5 im visuellen Zeichensystem ein Foto als Ausgangspunkt der Darstellung. In dieser Darstellung sind Männer zu sehen, die hinter einem hohen Gitter stehen. Abweichend von Abbildung 5 ist die zentrale verbale Aussage, hier in Form von fünfzehn Buchstaben, die in der Formgebung sehr einer normierten Druckschrift ähneln, nicht als Bildunterschrift unten positioniert, sondern in „negativ-weißer“ Schrift in die oben sichtbare Farbfläche oberhalb der Personenabbildung integriert. Auf der Oberfläche des Motivs sind die verbalen Zeichen deutlich stärker mit dem visuellen Element verknüpft.

Im Vergleich zum Zentralmotiv (Abbildung 6) wirkt dieses Motiv auf Grund des fotografischen Ursprungs der Abbildung und der sehr normierten Darstellung der verbalen Elemente perfekter, professioneller und weniger handgemacht, obwohl der eigentliche technische Produktionsprozess dieses Motivs ähnlich einfach angelegt ist. Beiden Motiven ist gemein, dass sich die beabsichtigte Bedeutung der verbalen Aussage erst im Kontext der visuellen Darstellung erschließt. Auch bei diesem Motiv ist die Funktion des visuellen Elements konstituierend für die Herstellung der Gesamtbotschaft.

Auffällig ist der Hinweis mittels der verbalen Elemente unten recht im Motiv: „TOUS EN GREVE“. Einen erkennbaren Bezug innerhalb der Gesamtkomposition haben diese drei Wörter nicht, mit Ausnahme einer vielleicht erläuternden verbalen Information zu der Darstellung der hinter dem Gitter befindlichen Personen, die Streikende in einer Fabrik darstellen (sollen).

Motiv 8. „LA LUTTE CONTINUE“



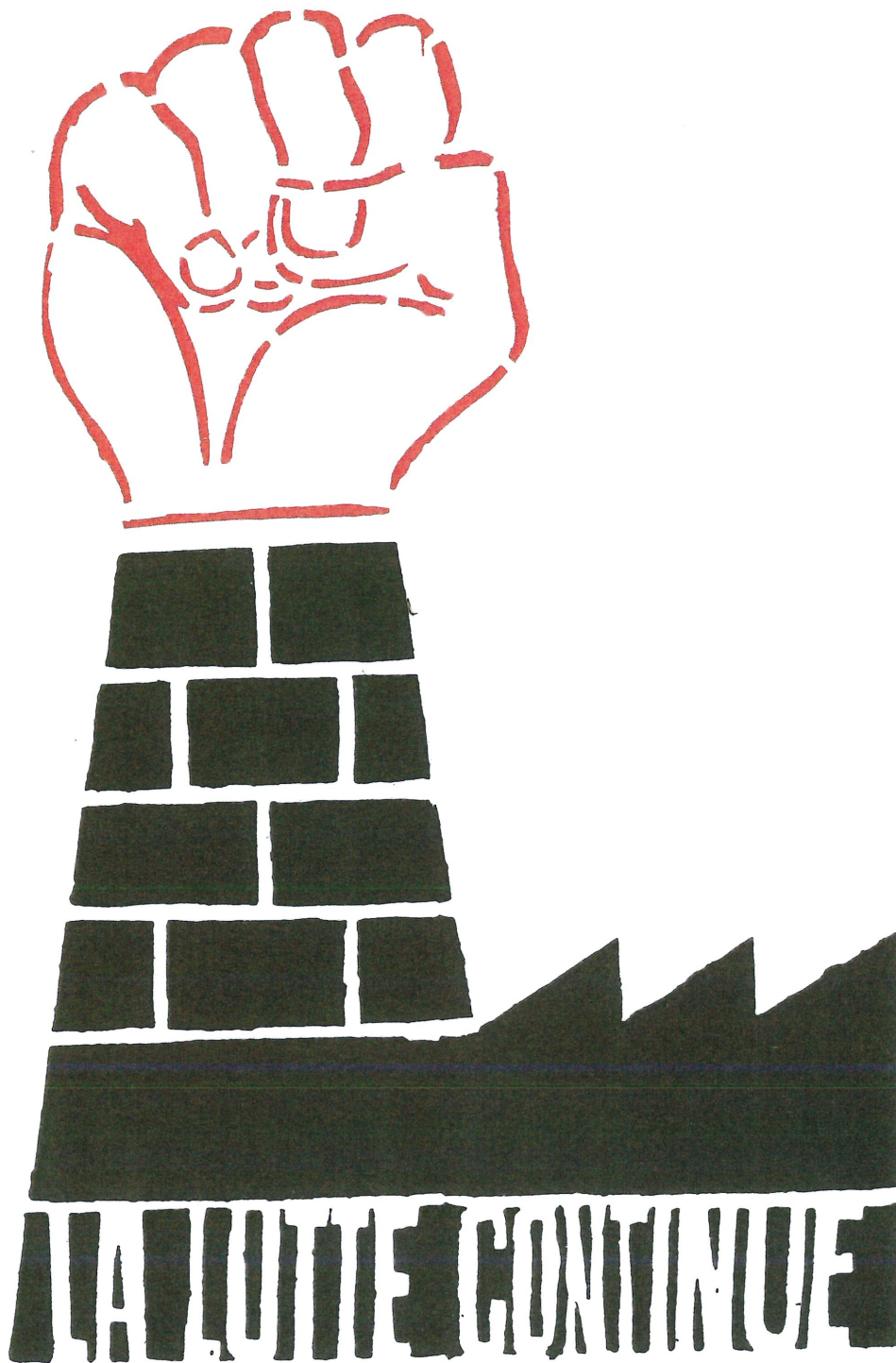
Motiv 8.

Bei diesem Motiv handelt es sich weitgehend um eine sehr ähnliche, jedoch spiegelbildlich umgesetzte Darstellung des Zentralmotivs (Abbildung 6). Zufällig konnte die Spiegelbildlichkeit nicht geschehen, weil sich die verbalen Elemente in der gewohnten Leseweise präsentieren (also keine Spiegelschrift produziert wurde).

Der Konstituierungsprozess der Botschaft dieses Motivs entspricht in allen immanenten Relationen dem Prozess im Zentralmotiv.

Fraglich muss an dieser Stelle bleiben, ob der Wechsel von der Abbildung einer linken Faust zu einer rechten Faust (Spiegelbild) eine inhaltliche Relevanz besitzt oder nur zufälliges Produkt ist.

Motiv 9. „LA LUTTE CONTINUE“



Motiv 9.

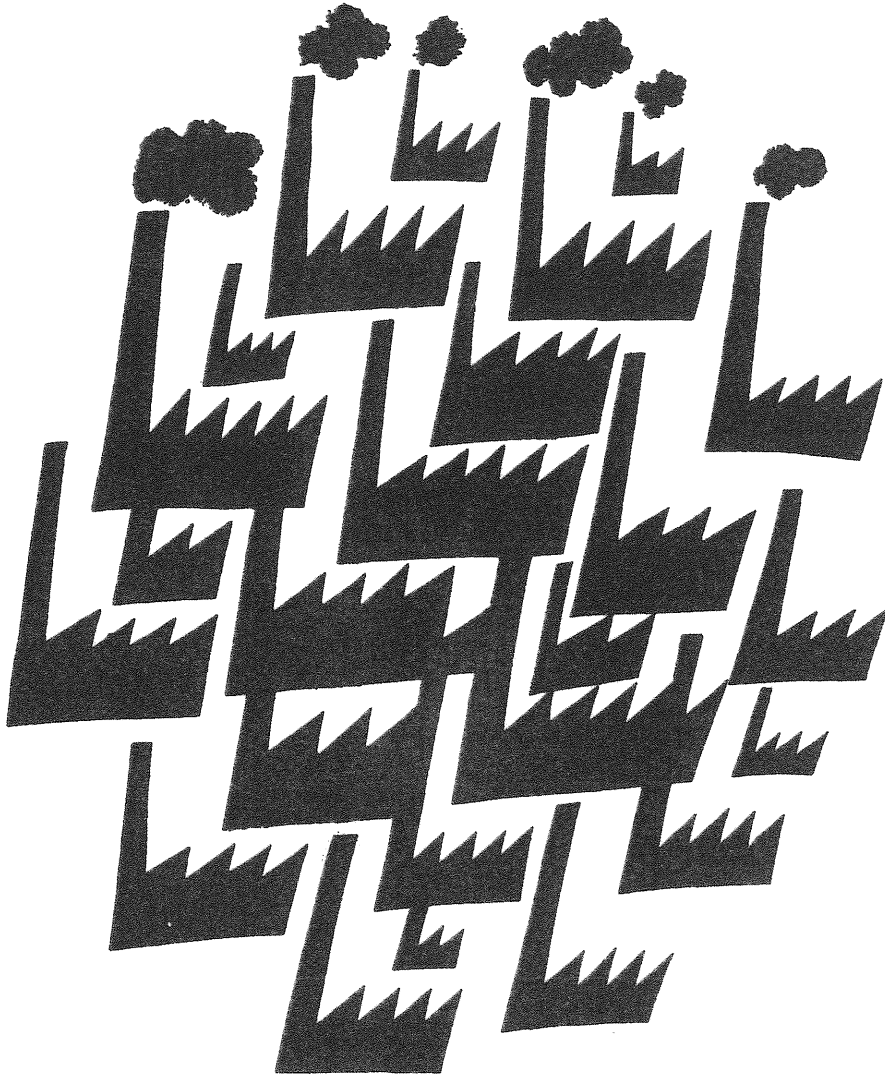
Dieses Motiv ist nahezu identisch mit dem Zentralmotiv. Festzustellen sind lediglich die folgenden Modifikationen:

Die zeichnerische Darstellung der Faust weicht von der ursprünglichen Form durch zahlreiche Unterbrechungen in den Konturen ab. Das „Mauerwerk“ des Schornsteins besitzt eine größere Linienstärke in der Darstellung der „Mauerfugen“. Die Form der „Mauersteine“ ist ebenfalls in Richtung einer breiteren und damit flacheren Abbildung verändert. Über der Anordnung der verbalen Elemente ist eine waagerechte weiße Linie (ähnlich einer „Mauerfuge“) zu erkennen.

Wesentlicher Grund für diese Abweichungen dürfte eine geänderte Produktionstechnik sein. Dieses Motiv wurde wahrscheinlich nicht im Siebdruck-Verfahren auf einem Bogen Zeitungspapier übertragen, sondern mittels einer Schablone auch als zweifarbige Abbildung (die zweite Farbe wurde ausschließlich für die Darstellung der geballten Faust verwendet) direkt auf Untergründe wie zum Beispiel Wände übertragen. Da bei einer Schablone diejenigen Flächen, die am Ende farbig erscheinen sollen, herausgeschnitten werden müssen, und alle Flächen, die keine Farbe übertragen sollen, erhalten bleiben müssen, empfiehlt es sich natürlich, insbesondere die Konturen in stärkerer Dimension zu gestalten.

Bezüglich der Bedeutungskonstituierung gelten für dieses Motiv die Ausführungen zum Zentralmotiv.

Motiv 10. „VIVE LA LUTTE DES TRAVAILLEURS DANS LES PETITES ENTREPRISES“



**VIVE LA LUTTE
DES TRAVAILLEURS
DANS LES
PETITES
ENTREPRISES**

Motiv 10.

Dieses Motiv gehört auf den ersten Blick zur Gruppe der „Fabrik“-Motive, weil die Darstellung der „Fabrik“ in der Konstellation von Schornstein und Fabrikhalle insgesamt 23-mal enthalten ist.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems bilden die „Fabriken“ auf einer nahezu kreisförmigen Fläche eine Gruppe. Die Positionierung erfolgt jeweils waagrecht. Jede zeichnerische Darstellung der Fabrik erfolgt auf individuelle Weise. Diese Einzelabbildungen sind nicht per Schablone oder Vervielfältigung hergestellt worden. Im oberen Bereich dieser Fabrikgruppe verfügen sechs Abbildungen zusätzlich über unterschiedlich geformte kleine Rauchwolken (eine Abbildung von weiteren Rauchwolken bei weiteren Fabriken wäre auf Grund der Ballung der Abbildungen nicht umsetzbar). Auffällig sind die unterschiedlichen Abbildungsgrößen, die sich auch in der Anzahl der Dachspitzen ablesen lassen. Deren Anzahl reicht von zwei bis fünf. Alle Fabrik-Darstellungen haben noch eine weitere Gemeinsamkeit: Sie entsprechen in der Anordnung von Schornstein und Fabrikhalle und in der Ausrichtung der Dachspitzen exakt dem Zentralmotiv.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Zeichensystems enthält das Motiv im unteren Bereich in farbiger Abbildung auf weißer Grundfläche (analog zur Darstellung der visuellen Zeichen) eine auf fünf Textzeilen aufgeteilte verbale Aussage im Charakter eines Ausrufe-Satzes („vive ...“). Die einzelnen verbalen Elemente sind durchgängig als handschriftliche und leicht kursive Großbuchstaben dargestellt. Die Buchstabenhöhe erfolgt in drei unterschiedlichen Größen (Zeilen 1 und 2, Zeile 3, Zeilen 4 und 5). Durch die Größe fallen die beiden letzten Textzeilen „PETITES ENTREPRISES“ deutlich auf.

Auf der Oberflächengestaltung dieses Motivs ergibt sich zwar eine deutliche räumliche Trennung zwischen den Elementen des visuellen und des verbalen Zeichensystems. Andererseits sind die beiden Gruppen von Elementen in der farbigen Umsetzung identisch (jeweils positiv auf weißem Untergrund). Sie sind beide in ihrer Ausrichtung zentriert auf eine vertikale Mittelachse des Motiv-Formats. In der grafischen Ausrichtung verhalten sich die Elemente beider Systeme ebenfalls analog: Alle Elemente präsentieren sich in kursiver Form mit einer leichten Perspektive nach rechts.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems ergibt sich das Bild unterschiedlich großer Fabriken, die jenseits ihrer Größe durch ihren Aufbau, ihre Ausrichtung und ihre Gruppenbildung mit großer Nähe zueinander starke Gemeinsamkeiten dokumentieren. Über diese visuelle Darstellung eines Sachverhalts geht das visuelle Zeichensystem an dieser Stelle nicht hinaus.

In Bezug auf die Konnotationen des verbalen Systems liefert der abgebildete Satz die folgenden Teilbedeutungen:

Es findet ein Kampf der Arbeiter in den kleinen Unternehmen statt, zu dessen Fortsetzung („vive“) dieses Motiv aufruft. Das Subjekt dieses Kampfes ist mit „travailleurs“ eindeutig benannt. Der Ort dieser Kämpfe wird mit „dans les petites entreprises“ ebenfalls benannt. Auffällig ist hier der von dem ansonsten verwendeten Begriff „usine“ abweichende Begriff „entreprises“, der hier als übergeordneter Begriff verstanden werden kann. „Unternehmen“ meint mehr als nur „Fabrik“, die vom Verständnis stark mit industrieller Produktion verknüpft ist.

Im Interface der konnotativen Ebene korrespondiert die visuelle Darstellung vieler unterschiedlich großer, aber insgesamt eher kleinerer Fabriken mit der verbalen Aussage „les petites entreprises“.

Die Aussagekraft des visuellen Zeichensystems wird durch die verbale Aussage konkretisiert. Andererseits könnte hier das verbale Zeichensystem durchaus auf die visuelle Unterstützung verzichten, wenn dann auch über die visuelle Gestaltung der einzelnen Fabrik der Transfer und die Verknüpfung mit der Fabrik-Darstellung des Zentralmotivs, und damit übertragen auch die Integration in die große Streik- und Besetzungsbewegung, verloren ginge.

Die visuelle Umsetzung des verbalen Elements „entreprises“ durch die Fabrik-Darstellung erscheint nicht unbedingt folgerichtig, hat ihren Grund aber wohl im Fehlen eines spezifischen und kollektiv verfügbaren Elements für die allgemeine Abbildung des Begriffs „entreprise“.

Motiv 11. „AUTOUR DE LA RESISTANCE PROLETARIENNE DANS L'USINE OCCUPEE – VERS LA VICTOIRE DU PEUPLE!“



Motiv 11.

Dieses Motiv ähnelt in der ersten Anmutung sehr stark dem Motiv der Abbildung 7. Wesentlicher Grund hierfür ist im visuellen Zeichensystem die Verwendung des identischen Foto-Motivs, das hier lediglich durch die technische Veränderung der Ausschnitt-Vergrößerung abweicht.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Systems kommt lediglich, wie in Abbildung 7 für den Siebdruck als technisch vereinfachte Wiedergabe der ursprünglichen Fotografie, ein Bildelement zum Einsatz. Dieses Element ist nicht Motiv füllend, sondern stellt im unteren und im oberen Bereich des Motivs weiße Untergrundflächen zur Verfügung.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Zeichensystems werden Elemente in der Form unregelmäßiger Großbuchstaben präsentiert, die, in insgesamt vier Textzeilen zusammengefügt, eine verbale Aussage bilden. In dieser Aussage fehlen sowohl Subjekt wie Prädikat. Es handelt sich lediglich um drei differenzierbare verbale Bruchstück-Informationen, die sinnvoll von oben nach unten gelesen werden können. Die oberen beiden Zeilen „AUTOUR DE LA RESISTANCE PROLETARIENNE“ stehen mit zentriertem Aufbau für sich.

Auf der Oberfläche dieses Motivs bilden die Bereiche der verbalen Zeichen durch die Tatsache, dass sie positiv in Farbe auf dem weißen Untergrund stehen, einen starken Kontrast zum visuellen Element des Bildes, das nur wenige nicht-farbige Flächen (in der Regel die Gesichter und Hände der abgebildeten Personen) besitzt. Die erste Zeile der verbalen Aussage verhilft dem Gesamtmotiv zu einem Halt am oberen Ende, weil sie der Breite des visuellen Elements entspricht. Gleiches gilt für die dritte und vierte Zeile, die das visuelle Element mit der Berührung der farbigen Flächen oben und unten begrenzen.

Für die konnotative Ebene des visuellen Elements gelten die Ausführungen zu Abbildung 7. Bezüglich der verbalen Elemente bleiben die drei getrennten Aussagen zueinander in deutlicher Distanz. Die ersten beiden Zeilen liefern eine Bedeutung und einen Bezugsrahmen für die Auseinandersetzungen und benennen diesen als „RESISTANCE PROLETARIENNE“. Die Zeilen oberhalb und unterhalb des Bildes liefern eine Ortsangabe zu dieser Bedeutung und formulieren eine Zielsetzung in Richtung „VICTOIRE DU PEUPLE“, also umfassend und weit über die konkrete Auseinandersetzung in der Fabrik hinausgehend. Die räumliche Berührung der beiden Textzeilen mit dem Bild liefert und verstärkt die Interpretation dessen, was das visuelle Element zeigt.

In der zentralen Aufgabenverteilung dieses Motivs liegt das Schwergewicht eindeutig im verbalen Zeichensystem, während das visuelle System lediglich illustrativen Charakter hat.

Motiv 12. „SOUTIEN AUX USINES OCCUPEES POUR LA VICTOIRE DU PEUPLE“



Motiv 12.

Dieses Motiv erscheint auf den ersten Blick sehr unruhig auf Grund der wenig strukturierten Positionierung und der hohen Anzahl an Elementen.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems fallen zahlreiche unregelmäßig gestaltete Flächen auf (in farbiger Gestaltung und in Negativ-weiß), die als zeichnerische Abbildung von Menschenmassen zu erkennen sind. Daneben fällt das visuelle Element der Fabrik ins Auge, die hier in der reduzierten vollflächigen Gestaltung als einheitlicher Baukörper aus Schornstein und Fabrikhalle mit drei Dachspitzen dargestellt wird. Als in der Fabrik befindlich, jedoch in weitaus größerer Zahl außerhalb der Fabrik, sind die Menschenmassen positioniert. Der Baukörper der Fabrik ist so hochformatig dargestellt, dass der untere Teil seiner Fläche den Hintergrund für sieben verbale Zeichen in Form des Wortes „SOUTIEN“ in Negativ-weiß bilden kann¹⁹².

Neben dem Wort „SOUTIEN“ bilden verbale Elemente vier weitere Textzeilen. Alle verbalen Elemente sind, wie in der überwiegenden Zahl aller hier behandelten Plakat-Motive, in Großbuchstaben gestaltet. Insgesamt werden drei unterschiedliche Schriftgrößen dargestellt. Neben „SOUTIEN“ tritt „PEUPLE“ (in größerer Zeichenstärke als die vorangegangenen Elemente) hervor. Die verbalen Zeichen sind in neun Wörtern konfiguriert. Daraus ergibt sich eine Aussage, die in der deutschen Sprache lauten würde: „Unterstützung der besetzten Fabriken für den Sieg des Volkes“.

In der räumlichen Gestaltung stehen zahlreiche visuelle Elemente im oberen linken Bereich, während die große Zahl der verbalen Elemente im unteren rechten Bereich positioniert ist. Im Mittelpunkt steht das Wort „SOUTIEN“ in der negativ-weißen Schrift.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems wird zum einen eine große Zahl von Akteuren sichtbar. Diese befinden sich innerhalb und außerhalb der dargestellten Fabrik. Die Abbildung der Personen in positiv-farbiger und negativ-weißer Form verleiht der Komposition dieser einzelnen visuellen Elemente eine bildliche Tiefe, bei der die Fabrik eher im Hintergrund dargestellt ist. Interessanterweise gelingt diese Tiefe der Abbildung, ohne die Zweidimensionalität auch dieser Motiv-Gestaltung aufzugeben.

Das verbale Zeichensystem führt auf der konnotativen Ebene zu einer konkreten und verständlichen Aussage, bei der zwei Begriffe unscharf bleiben. Die „Unterstützung“ bleibt inhaltsleer, und der „VICTOIRE DU PEUPLE“ als Zielsetzung bedarf ebenfalls der Auffüllung durch die individuelle Vorstellungswelt des Rezipienten.

192 Vergl. dazu die Positionierung von „la lutte continue“ im Zentralmotiv.

Im Interface liefert das visuelle System zumindest einen Hinweis auf die Art der Unterstützung, die darin bestehen könnte, zu den streikenden Arbeitern zu gehen, sich dorthin zu bewegen. Die bildliche Tiefe der visuellen Komposition stärkt den Eindruck eines Weges hin zur besetzten Fabrik. Die Positionierung des Wortes „SOUTIEN“ in der Abbildung der Fabrik verweist wiederum auf den Ort, an dem die Unterstützung stattfinden muss, nämlich in der besetzten Fabrik. Das visuelle Zeichensystem übernimmt in diesem Motiv zwei wichtige Funktionen: Es verdeutlicht die Weise, in der Unterstützung welcher Art auch immer realisiert werden soll, und es signalisiert eine (gewünschte) Form von Gemeinschaft zwischen den Menschen innerhalb und außerhalb der Fabrik. Im Visuellen wird Bewegung deutlich, während das verbale System eher im Statischen der Aussage stehenbleibt.

Motiv 13. „CHOISSONS NOTRE TERRAIN DE COMBAT - JUIN 68 DEBUT D'UNE LUTTE PROLONGEE“



Motiv 13.

Dieses Motiv zeigt, wenn auch in der Proportionen verändert, die Abbildung der Fabrik aus dem Zentralmotiv. Auffällig ist die Deutung auf „JUN 68“.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems sind außer der deutlich flacheren Anmutung des Gebäudekomplexes, auch verursacht durch eine fehlende „Reihe von Mauersteinen“ in der Schornsteinstruktur, nur marginale Unterschiede (zum Beispiel in der Darstellung der geballten Faust ohne Daumennagel) feststellbar. Der Korpus der Fabrikhalle bildet wie im Zentralmotiv den Hintergrund für verbale Elemente, die auch hier in Negativ-weiß dargestellt werden.

Das verbale Zeichensystem präsentiert auf der denotativen Ebene einen Aufforderungssatz und eine Aussage zum „JUN 68“. Im Satz „CHOISSISSONS NOTRE TERRAIN DE COMBAT“ fallen die unterschiedliche Schriftstärke und Schriftgröße auf. Die Größe und Positionierung der drei Zeilen „TERRAIN DE COMBAT“ rechts neben der Abbildung der Fabrikhalle zeigt zum einen die Betonung auf diesem Teil der verbalen Aussage, zum anderen zeigt dies bereits räumlich eine große Nähe zur Fabrik. Durchgängig sind alle verbalen Zeichen in der Form von Großbuchstaben dargestellt. Insgesamt werden vier verschiedene Typen handschriftlicher Buchstaben verwendet, was zu einer optischen Unruhe im verbalen Zeichensystem führt.

In der Vernetzung der denotativen Ebenen von visuellem und verbalem Zeichensystem wird die Abbildung der Fabrik mit geballter Faust als Startpunkt eines Kampfes mit der Datierung auf den Juni 1968 gekennzeichnet. Auf der „buchstäblichen“ Ebene wirkt die blockartige Darstellung von „TERRAIN DE COMBAT“ fast wie ein Teil des Fabrikkomplexes, was bereits räumlich im Motiv zu einer weiteren Kennzeichnung der Fabrik führt, nämlich Ort/Terrain des Kampfes zu sein.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems ergeben sich vergleichbare Aussagen zum Zentralmotiv. Im verbalen System suggeriert „CHOISSISSONS“ die Freiheit in der Entscheidung und damit einen deutlichen Vorteil in der Auseinandersetzung. Die verbale Aussage zeugt von einem hohen Maß an Selbstbewusstsein, was jedoch auch als notwendig erscheint, wenn der Kampf als ein langer Kampf bewertet wird, der gerade am Anfang steht.

Motiv 14. „LA DETENTE S'AMORCE“



Motiv 14.

Dieses Motiv im Querformat wirkt in seiner Gesamtgestaltung eher grob und rustikal. Die Begrenzung der visuellen und verbalen Elemente ist ungenau und vermittelt den Eindruck einer schnellen skizzenhaften Herstellung. Durch die relativ großen Farbflächen erscheint das Motiv schwer, was fast schon als bedrohlich empfunden werden kann.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems lassen sich drei Schwerpunkte identifizieren: die Fabrik, die Wolke und der Uniformierte. Die Darstellung der Fabrik ähnelt in der Grundstruktur der Fabrik des Zentralmotivs. Abweichend davon gestaltet sich die Fabrikhalle durch zwei zusätzliche Dachspitzen flacher und dadurch breiter. Der Schornstein hat viel von seiner konischen Form verloren. Im Übrigen fehlt in der Fabrik-Abbildung jegliches Detail. Die Wolke ist ebenfalls vollflächig in Farbe abgebildet und bildet den Hintergrund für die in Negativ-weiß dargestellten verbalen Elemente dieses Motivs. Die Wolke quillt durch ihre Formgebung schwerfällig aus dem Schornstein, verbleibt in der Horizontalen und deckt die darunter liegende Fabrik vollständig ab. Die abgebildete Person am rechten Rand ist auf Grund zahlreicher Details als uniformierter und bewaffneter Mann zu identifizieren. Hervorzuheben sind die Stiefel, die Uniform-Hose, der Munitionsgürtel sowie eine kleine Tasche und eine Handfeuerwaffe im Halfter am Gürtel. Zwischen Tasche und Halfter ist ein nicht zu identifizierender weiterer Gegenstand eingefügt. Der Mann ist auf der halben Höhe des Oberkörpers oben abgeschnitten. Gesicht und Hände sind nicht erkennbar.

Die denotative Ebene des verbalen Systems umfasst 16 sehr unregelmäßig und leicht der Wolkenform angepasste Abbildungen von Großbuchstaben, die den einfach strukturierten Satz „la détente s'amorce“ ergeben. Im Deutschen kann dieser Satz mit „Die Beruhigung/Entspannung kommt in Gang“ wiedergegeben werden.

Die verbalen Elemente sind vollständig in das visuelle Zeichen der Wolke integriert. Beide Zeichensysteme sind damit auf der „buchstäblichen“ Ebene umfassend vernetzt.

Die konnotative Ebene des visuellen Zeichensystems zeigt durch die Stellung des (vermutlich) rechten Beins des Uniformierten auf dem Dach der Fabrik eine Konfliktsituation: Mit dieser Beinhaltung drückt der übergroß und damit übermächtig dargestellte Uniformierte die Fabrik nach unten, er hält sie in gewisser Weise in einer Knebelstellung, was auch bedeutet, dass die Fabrik durch den Druck des Stiefels gehindert ist, sich zu bewegen oder zu erheben. Die Körperhaltung des Uniformierten erinnert auch an die Siegerpose eines Großwildjägers, der sein Tier erlegt hat. Wer ist der Uniformierte? Auf Grund der aktuellen historischen Wahrnehmung liegt es hier nahe, dass mit dieser Person ein Mitglied der paramilitärisch organisierten CRS-Polizeitruppen gemeint

ist. Die CRS war in den Straßenkämpfen und Auseinandersetzungen des Pariser Mai 1968 durch die Brutalität ihrer Einsätze aufgefallen¹⁹³.

Auf der konnotativen Ebene des verbalen Zeichensystems konstituiert der einfache Aussagesatz bei Loslösung vom visuellen Zeichensystem das positiv wirkende Bild einer sich entwickelnden Entspannung und Beruhigung. Dieses mentale Bild steht im krassen Gegensatz zur Aussage des visuellen Systems, das ein Bild der Repression zeichnet. Die durch den Stiefel auf der Fabrik symbolisierte Unter- bzw. Niederdrückung konterkariert die verbale Aussage, weil der gezeigte Zustand nur durch den kontinuierlichen Einsatz von Gewalt aufrecht erhalten werden kann. Das Zusammenspiel von visuellem und verbalem System erzeugt in diesem Motiv einen offensichtlichen Widerspruch, der auch die möglicherweise parallel stattfindende öffentliche Kommunikation im Sinne einer sich entspannenden Lage entlarvt und den wahren Grund der erzwungenen Ruhe offenlegt.

193 Vergl. auch: „CRS, Compagnies Républicaines de Sécurité, 1944 gegründete nationale Polizeitruppe, auf Sondereinsätze spezialisiert, wegen ihres brutalen Vorgehens im Mai 1968 berüchtigt.“ (Brandes 2008:95)



Motiv 15.

Durch einen sehr geringen Farbflächen-Anteil wirkt dieses Motiv im Vergleich zu anderen dieser thematischen Gruppe leicht und fast schon filigran. Es fehlen große blockartige Darstellungen. Auf den ersten Blick dominieren die verbalen Elemente, visuelle Elemente wie die Wolke und der Schornstein erschließen sich erst später.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems sind nur zwei Elemente feststellbar: die auch aus anderen Motive bekannte Wolke und der Schornstein, dem diese Wolke entweicht, der aber auch gleichzeitig den Anfangsbuchstaben des Wortes „LIAISON“ darstellt. Die zeichnerische Darstellung der Wolke erfolgt nur über eine relativ schmale Kontur, die eine große weiße Fläche als Hintergrund für die Aufnahme verbaler Elemente begrenzt. Der Schornstein zeigt sich in seiner konischen Form und ist damit stark am realen Objekt orientiert. Ausgehend von der Fabrikdarstellung im Zentralmotiv und der grafischen Verknüpfung von Schornstein und Dach der Fabrikhalle kann der nach rechts ansteigende waagerechte Strich des „L“ in Analogie zu einer Dachspitze interpretiert werden. Alle weiteren Elemente dieses Motivs entstammen dem verbalen Zeichensystem.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Systems ergeben sich insgesamt sechs Wörter, die in vier unterschiedlichen Schrifttypen handgeschriebener Buchstaben und in Form von sechs Zeilen dargestellt sind. Die ersten drei Wörter sind in der Wolke positioniert. Im Zentrum dieses Motivs steht das mit der „Schornstein“-Funktion abgewandelte Wort „LIAISON“.

Das Interface der denotativen Ebene zeigt in der Darstellung des Buchstabens „L“ die umfassende Identität aus visuellem und verbalem Element¹⁹⁴. Das Bild des rauchenden Schornsteins ist das Ergebnis einer Komposition aus dem „L“ und dem eindeutig visuellen Element der Wolke.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems fallen zwei Aspekte auf. Die Abbildung des Schornsteins zeigt durch die Größe im Vergleich zu allen übrigen Elementen die „überragende“ Sichtbarkeit. Die zeichnerische Umschreibung der Wolke schafft einen Raum, der für etwas Gemeinschaftliches zur Verfügung steht, das hier untergebracht werden kann.

Auf der konnotativen Ebene des verbalen Zeichensystems werden in der Leserichtung von oben nach unten zwei bzw. drei Aussagen gegenübergestellt. In der Wolke wird durch die Aneinanderreihung von drei Wörtern, die in der gleichen Weise abgebildet sind (kursive Großbuchstaben und jede Zeile zueinander versetzt), eine Gesamtgruppe von Menschen aus drei Teilgruppen beschrieben und komponiert: Arbeiter, Studenten und Bevölkerung. Die Reihenfolge verweist auf die Relevanz und möglicherweise auf den Entstehungsprozess. Die „population“ steht

194 Vergl. dazu den Buchstaben „i“ als Schornstein in Plakat-Motiv Nr. 3.

an der dritten Stelle in der Funktion des Unterstützers dessen, was Arbeiter und Studenten als Protestbewegung initiiert haben. Die folgenden drei Wörter können als Erklärung oder Konkretisierung der Aussage in der Wolke interpretiert werden. Was stellt die Gruppe aus Arbeitern, Studenten und Bevölkerung dar? Die positive Antwort lautet: „LIAISON effective“ (die Verwendung kursiver Kleinbuchstaben bei „effective“ bricht bewusst das Leseverhalten bis zu diesem Punkt des verbalen Systems auf). Das letzte Wort „FLINS“ stellt den lokalen Bezug dieser „wirksamen Verbindung“ her. „FLINS“ steht für das besetzte Renault-Werk in Flins-sur-Seine, einer Stadt im Département Yvelines (Region Île-de-France).

In der Konstitution der Gesamtbotschaft dieses Motivs überwiegen die Leistungen des verbalen Zeichensystems. Die Verknüpfung der beiden Zeichensysteme auf der denotativen Ebene erzeugt beim Rezipienten durch eine Form des verzögerten Verständnisses einen Überraschungseffekt und möglicherweise eine intensiviertere und nachhaltigere Ansprache.

Motiv 16. „TOUTE LA PRESSE EST TOXIQUE – lisez les tracts les affiches le Journal mural“



Motiv 16.

Dieses Motiv greift das Zentralmotiv in der Darstellung von Faust/Schornstein/Fabrikhalle auf und kombiniert es mit Aussagen zur Mediensituation. Insgesamt wirkt es durch große bedruckte Flächen schwer und etwas unsauber. Ein Teil der verbalen Aussagen ist zudem schwer lesbar.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Zeichensystems zeigt das Motiv die Fabrikabbildung mit der rechten Faust. Damit nimmt es das zentrale Motiv auf. Die weißen Konturen, die hier wie in Abbildung 6 das Mauerwerk des Schornsteins skizzieren, finden sich auch in den Dachspitzen und der rechten Wand der Fabrikhalle.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Systems werden zwei Botschaften gebildet, die sich sowohl in der Positionierung als auch in der grafischen Ausprägung deutlich voneinander unterscheiden. Während die erste Botschaft (in der Leserichtung von oben nach unten) fünf Wörter umfasst, die aus kursiven, aber uneinheitlich gestalteten Großbuchstaben zusammengesetzt sind, ist die zweite Botschaft in einer sehr feinen Schreibschrift hergestellt und besteht mit einer Ausnahme nur aus Kleinbuchstaben. Die erste Botschaft steht auf weißem Grund oberhalb der Fabrik, die zweite in negativ-weißer Darstellung in der großen Farbfläche des Fabrikkörpers.

Im denotativen Interface findet eine (auf der konnotativen Ebene ableitbare) beabsichtigte Positionierung der verbalen Elemente statt. Die Gegensätzlichkeit resultiert aus dem Innen und Außen zur Fabrik.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems stehen zwei Aspekte im Vordergrund. Mit der Aufnahme der bekannten Fabrik-Darstellung einschließlich der geballten Faust signalisiert dieses Motiv den engen Zusammenhang mit der Protestbewegung auch bei einer von Fabrikbesetzungen usw. abweichenden Themensetzung. Mit der Verwendung dieser Darstellung ergibt sich die Möglichkeit, zwischen Drinnen und Draußen, innerhalb und außerhalb der Protestbewegung, Teil oder Gegner dieser Bewegung in visueller Unterstützung zu unterscheiden.

Auf der konnotativen Ebene des verbalen Zeichensystems wird ein Gegensatz dargestellt: Pauschalisierend wird die Presse in der Form eines Aussagesatzes als „TOXIQUE“ gekennzeichnet. Die Aufforderung „lisez“ zielt auf ein anderes Medienverhalten, nämlich nicht „LA PRESSE“, sondern „les tracts les affiches le Journal mural“ zu lesen. Der Absender dieses Motivs verweist damit auf die Kommunikationsmedien der Protestbewegung: Flugblätter, Plakate und Wandzeitungen. Diese sind im Umkehrschluss zur „PRESSE“ somit ungiftig und daher genießbar. Die verbale Botschaft zielt auf eine Veränderung des Rezipienten bezüglich seines Mediennutzungsverhaltens. Gleichzeitig erläutert sie die im Sinne der Protestbewegung „richtigen“ Medien.

Im Interface auf den konnotativen Ebenen besteht die zentrale Verknüpfung in der Positionierung der positiven verbalen Aussage in der dargestellten Fabrik und in der Nähe der geballten Faust als Ausdruck des Kampfes zur verbalen Negativ-Darstellung der vergifteten Presse.

Motiv 17. „VIVE LES OCCUPATIONS D'USINES“



Motiv 17.

Dieses Motiv greift visuelle Elemente des Zentralmotivs auf, modifiziert sie jedoch im maßgeblichen Umfang. In der Gesamtanmutung wirkt es grob aufgebaut und im Detail wenig ausgearbeitet im Vergleich mit ähnlichen Motiven.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Systems wird eine Kombination von Fabrikhalle und Schornstein hergestellt. Durch die im Vergleich zum Zentralmotiv geänderte Dachform der Fabrikhalle wird die Optik spürbar verändert. Diesem Dach fehlen die senkrechten Wandflächen. Der Schornstein ist nur als farbige Fläche, jedoch ohne Faust oder Wolke dargestellt. Im Baukörper der Fabrik werden Gruppen von Menschen gezeigt, die stark an die Darstellung in Abbildung 12 erinnern.

Auf der denotativen Ebene des verbalen Systems werden aus gemalten Großbuchstaben fünf Wörter gebildet, die einen Aufforderungssatz ergeben. Die dargestellten Buchstaben stammen aus einem einheitlichen Zeichenvorrat. Lediglich die Größe der Buchstaben ist zwischen dem ersten Wort und den übrigen unterschiedlich. Alle Buchstaben sind farbig auf weißem Untergrund abgebildet. Eine deutliche Kommunikation zwischen den visuellen und den verbalen Elementen auf der denotativen Ebene findet in der Schrägstellung des Wortes „VIVE“ analog zur Dachschräge der zweiten Dachspitze statt. Im Weiteren ist die verbale Aussage „LES OCCUPATIONS D'USINES“ analog zur Hintergrundbehandlung in anderen Motiven auf einem weißen Untergrund im Fabrikkörper angeordnet.

Die konnotative Ebene des visuellen Systems zeigt trotz grafischer Veränderungen eindeutig die Integration in die Motiv-Welt der Protestbewegung. Für die Wahrnehmung der Fabrik/Schornstein-Abbildung ist die Form oder Schräge des Daches genauso unerheblich wie die konkrete grafische Ausformung des Schornsteins. Solange das Dach mit „zackenartiger“ Gestaltung den Baukörper als große rechteckige und waagrecht angeordnete Fläche nach oben abschließt und eine schlanke senkrechte Fläche (der Schornstein) links oder rechts an den Baukörper angefügt ist, entsteht beim Rezipienten das Bild einer Fabrik.

Die Botschaft auf der konnotativen Ebene des verbalen Zeichensystems entspricht im Tenor den bereits dargestellten Aussagen. Die wesentliche Änderung besteht in der inhaltlichen Differenzierung zwischen „occupation“ und „occupée“. Während andere Motive den Zustand der besetzten Fabrik beschreiben¹⁹⁵, betont dieses Motiv auf der verbalen konnotativen Ebene die Fabrikbesetzung als Vorgang. Der Blick ist also nicht auf das Erreichte, die schon besetzten Fabriken, gerichtet, sondern die Botschaft zielt auf die aktuelle und spätere Durchführung von Besetzungsaktionen. Insofern verweist das Motiv auf die unmittelbare Zukunft.

¹⁹⁵ Vergl. die Plakat-Motive Nr. 3, 11 und 12.

Im konnotativen Interface der beiden Zeichensysteme findet eine Verknüpfung zwischen der verbalen Botschaft „OCCUPATIONS D'USINES“ und der grafischen Positionierung der dargestellten Menschengruppen in der Fabrik statt. Die visuellen Elemente, die Köpfe und Körper von Menschen skizzieren, sind so angeordnet, dass das visuelle System hier das verbale illustriert und unterstützt.



RENAULT FLINS

10 JUIN - 4000 ouvriers, malgré le contre-ordre de la direction de la CGT, sont entrés dans l'usine.

11 JUIN - L'usine est réoccupée par les travailleurs. Les militants de la CGT appellent tous les travailleurs à organiser immédiatement l'occupation massive de l'usine. Mais la direction syndicale, après avoir manifesté son accord sur l'occupation, demande aux travailleurs de rester chez eux jusqu'au lendemain. A 20 heures, il n'y a que 40 ouvriers dans l'usine; la direction en profite pour tenter de briser la grève: elle décrète le lock-out.

..... l'usine est fermée
..... les directions syndicales poursuivent les négociations.

15 JUIN - Contre l'avis des centrales syndicales, un meeting se tient aux Mureaux; il est décidé d'envoyer une délégation à l'enterrement de Gilles Tautin, le lycéen noyé lors de la répression policière le 10 Juin. 150 ouvriers de Flins, les membres du Comité de Grève, se joignent aux 15000 travailleurs étudiants et lycéens qui suivent le cercueil.

17 JUIN - Convoqués par la direction, 8000 ouvriers (sur les 11000 de l'usine) votent « bulletins secrets ».

La direction de la CGT appelle fortement à la reprise du travail, qui est votée à une faible majorité (58% des voix).

Les grévistes de Flins ont tenu près de 5 semaines. Leur détermination ne faiblit pas, ils continuent la lutte.

BATELIERS

Les bateliers ont été parmi les premiers à se mettre en grève. Depuis trois semaines ils ont installé des barrages sur la Seine et les canaux du nord et de l'est. Le patronat procédait à une augmentation progressive du temps de travail, notamment du travail de nuit.

- Salaire de base d'un ouvrier : 480 F. 16h. de travail par jour.
- Retraite à 65 ans (360F. par mois pour un couple de vieux travailleurs).

JOURNAL MURAL

3

FASCISME

15 Juin

- Le gouvernement libère les plus importants chefs de l'OAS:
Salan (réclusion perpétuelle)
Lacheroy (condamné à mort par contumace).
Curutchet (réclusion perpétuelle)
Argoud (détention à perpétuité).
45 autres membres de l'OAS.

- Le gouvernement interpelle des ouvriers, arrête à leur domicile 17 étudiants, en fait passer d'autres en jugement, procède à des perquisitions, et expulse 153 travailleurs et intellectuels étrangers.

DOCKERS

17 JUIN

Les dockers de Marseille décident, à l'unanimité de poursuivre la grève.

C'est le 29ème jour de grève
Par solidarité, les dockers de tous les ports français, sauf Dunkerque, décident de cesser le travail pour 24 heures.

RÉPRESSION

Nuit du 10 au 11 juin.

- Un fourgon Peugeot de la Faculté de Médecine, appartenant aux Domaines, immatriculé 82653 D, reconnu comme ambulancier par la préfecture de police, portant les croix rouges, est attaqué et saqué par les forces de l'ordre, place Ed. Rostand (Paris 5), sans aucun contrôle d'identité

- Une partie du matériel est pillée : un brancard, une lampe d'opération, des médicaments, la batterie, la dynamo, etc...

- Les quatre occupants sont violemment matraqués: le chauffeur: deux côtes cassées - l'infirmière: polytraumatisée - l'interne: traumatisme crânien - l'externe blessé, trois points de suture - deux d'entre eux sont hospitalisés à Cochin.

- A noter que par deux fois cette ambulance venait d'aller soigner des blessés des forces de police au commissariat central de Paris 5ème.

■ Un exemple parmi beaucoup d'autres.

Motiv 18.

Dieses Motiv dient der Dokumentation, wie das Zentralmotiv das Medium der Wandzeitungen gekennzeichnet und durch die Positionierung in der oberen linken Ecke der Zeitung die Rolle des Absenders der verbalen Aussagen symbolisiert. Insoweit unterstreicht die visuelle Gestaltung des „JOURNAL MURAL“ die übergeordnete Funktion des Zentralmotivs als markenbildendes Element (Logo) der Protestbewegung des Pariser Mai 1968.

Unterstützt wird diese Auffassung von der Funktion als Logo der Protestbewegung durch die Bewertung dieser Wandzeitungen von Josephson:

“Two such newspapers were printed in the last two weeks of June alone, each bearing the now iconic combination of the protest fist and factory smokestack as its masthead. By backing the newspaper with the increasingly emblematic design of the joined fist and factory, the workshop artists shrewdly reinforced their graphic identity. Just as advertisers relied on repetition to establish a brand identity, the newspaper logo reinforces for the public both the goals and designs of the Atelier Populaire, subconsciously reminding the viewer of the group's tireless and wholehearted commitment of the cause.“ (Josephson 2010:5)

Aufschlussreich ist in diesem Zitat auch die Beschreibung des Zusammenhangs von Öffentlichkeit und weitgehendem Fortbestand des „Journal mural“. Durch das Kleben auf eine Wand ist die Zeitung für jedermann sichtbar. Genau diese Klebung verhindert dann in einem zweiten Schritt, dass die Zeitung nicht einfach wieder entfernt wird und sie damit über einen längeren Zeitraum sichtbar und lesbar bleibt.

Motiv 19. „pour un enseignement au service du peuple – NON À L'UNIVERSITÉ DE CLASSE“



Motiv 19.

Dieses Motiv verwendet in spielerischer Weise die Fabrik-Abbildung und konstruiert eine Szene mit ungewöhnlichen Perspektiven.

Auf der denotativen Ebene des visuellen Systems sind grundsätzlich vier Elemente zu differenzieren: die beiden Fabriken mit Schornstein, die Schultafel und die Wolke. Die beiden Fabriken sind spiegelbildlich angeordnet¹⁹⁶. Sie dienen der Aufhängung/Befestigung der Schultafel. Aus dem linken Schornstein kommt eine Wolke, die nur als Kontur dargestellt wird. Das Aussehen der beiden Fabriken entspricht im Wesentlichen dem im Zentralmotiv, erscheint durch Unregelmäßigkeiten (zum Beispiel ist der linke Schornstein oben schief, und beide Schornsteine haben unterschiedliche Höhen) jedoch freundlicher und vielleicht sogar kindlicher in der Anmutung¹⁹⁷. Die Unregelmäßigkeiten wiederholen sich auch in der Form der Schultafel und der Wolke.

Die denotative Ebene des verbalen Systems verweist auf zwei unterschiedlich gestaltete verbale Aussagen. Die erste findet ihren Platz auf der Schultafel und besteht aus sieben Wörtern, die in einer unregelmäßigen und wiederum kindlich wirkenden Schreibrift in Kleinbuchstaben dargestellt ist. Die zweite Aussage wird in Großbuchstaben in zwei Textzeilen abgebildet. Diese Typografie entspricht der Darstellung von Schrift in vielen anderen Plakat-Motiven.

Im Interface der „buchstäblichen“ Ebenen findet die erste Botschaft ihren Platz auf der Schultafel. Die kindlich wirkende Schreibrift korrespondiert mit ihrer Schreibfläche, der Schultafel. Die zweite Botschaft, in der Optik deutlich dominanter, ist unter der Abbildung und damit außerhalb der Abbildung positioniert. Die Länge der ersten Textzeile (übrigens ausnahmsweise mit allen Akzenten versehen) entspricht der Breite der Abbildungskomposition (Grundlinie der beiden Fabriken) und erzeugt damit eine optische Harmonie.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems führt dieses Motiv die Lebenswelten Fabrik und Schule auf ungewöhnliche Weise zusammen. Die Fabrikschornsteine übernehmen die Funktion, eine Schultafel zu halten, die wiederum eine politische Botschaft trägt. Die Schultafel (sogar mit dem Detail des Schwammfachs unten rechts) assoziiert, dass dort eine Botschaft geschrieben (und nicht gedruckt) steht, die Wahrheit besitzt und die es zu lernen gilt. Mit der Halte-/Befestigungsfunktion der beiden Schornsteine wird der Fabrik-Darstellung etwas von ihrer Übermächtigkeit oder möglicher Weise auch Dominanz genommen, denn die Schultafel ist viel höher als das Fabrikgebäude.

¹⁹⁶ Entsprechend dem Zentralmotiv und den Plakat-Motiven Nr. 13, 14 und 16 die rechte Fabrik mit dem Schornstein links, jedoch ohne Faust und Wolke und nur mit zwei Dachspitzen, und die linke Fabrik wie in den Plakat-Motiven Nr. 2, 3, 8 und 12 und hier mit drei Dachspitzen.

¹⁹⁷ Das Kindliche assoziiert die schulische Welt.

In der Konnotation des verbalen Systems bildet dieses Motiv den Gegensatz zwischen einer Ausbildung im Dienste des Volkes und der Klassenuniversität heraus („pour“ und „non à“). Beide Leserichtungen (von oben nach unten oder, mit der „Bildunterschrift“ beginnend, von unten nach oben) machen diese Gegensätzlichkeit deutlich. Die verbale Aussage „pour ...“ wird als Forderung aus den Fabriken, als Forderung aus der Arbeiterbewegung verstanden. Die beiden Textzeilen „NON À L'UNIVERSITÉ DE CLASSE“ markieren die Ablehnung der bestehenden Universität, wie sie von der Protestbewegung gefordert wird. In der Gegenüberstellung von „pour“ und „NON À“ nimmt dieses Motiv den Pro-Standpunkt aus Abbildung 2 auf und verschärft in der Form die Gegensätzlichkeit von Abbildung 16. Mit der Forderung auf der Schultafel entspricht dieses Motiv der Vorstellung, dass Studenten und Arbeiter ein starkes gemeinsames Interesse haben, zum Wohle des Volkes zu arbeiten. Mit der Ablehnung der Klassenuniversität unterstreicht das Motiv die Kritik der Studenten an den Ausbildungsbedingungen der französischen Universitäten und knüpft damit an den Ausgangspunkt der Protestbewegung an.

Im Interface der konnotativen Ebenen findet eine Verknüpfung eines Teils der verbalen Botschaft mit der gezeigten Bildwelt statt. Die Gestaltung der visuellen Elemente und der verbalen Elemente des ersten Teils der Botschaft lassen einen Unterrichtskontext entstehen, der mit dem zweiten Teil der verbalen Botschaft kontrastiert wird. Trotz der komplexen Gesamtkomposition dieses Motivs liegt der inhaltliche Schwerpunkt der Gesamtbotschaft eindeutig im verbalen Zeichensystem. Das visuelle System übernimmt eine illustrierende Funktion. Für die Schaffung von Aufmerksamkeit auf der Seite des Rezipienten ist allerdings genau dieses visuelle System unerlässlich, weil es durch die nicht realitätskonforme Komposition aus Schultafel und Fabrik zur intensiven Beschäftigung auffordert, was das verbale System für sich so nicht leisten könnte.

Motiv 20. „MAI 68 – DEBUT D'UNE LUTTE PROLONGEE“



**DEBUT D'UNE
LUTTE
PROLONGEE**

Motiv 20.

Dieses Motiv bildet in der Chronologie der Reihe von „Fabrik“-Motiven den Schlusspunkt. Es leitet über in die Zukunft und verfestigt den „MAI 68“ als Auftakt der noch anstehenden Auseinandersetzungen.

Die denotative Ebene des visuellen Systems zeigt in der Grundstruktur die Fabrik-Abbildung aus dem Zentralmotiv: die Fabrikhalle mit drei Dachspitzen und einen hier sehr massiven Schornstein. Neu ist hier jedoch, dass wie an einem Fahnenmasten eine übergroße Fahne (so breit wie die Fabrikhalle) am Schornstein befestigt ist und über der Fabrik weht. Die Formen von Schornstein, Fabrik und Fahne wirken in einer gewissen Gedrungenheit mächtig und stabil. Die farbige Flächigkeit des Gebäudekörpers dient wie in anderen Motiven der Aufnahme visueller Elemente, hier in negativ-weißer Art wie beim Zentralmotiv.

Auf der „buchstäblichen“ Ebene des verbalen Systems fallen die Größe und Stärke der einzelnen Elemente ins Auge. Die Fläche des Fabrikkörpers wird hier mit nur fünf großen Zeichen ausgefüllt: „MAI 68“. Die Gestaltung dieser Zeichen setzt sich unterhalb der Fabrikabbildung in der verbalen Aussage fort. Die Formgebung der einzelnen Großbuchstaben wirkt wie die Gesamtabbildung stabil und kraftvoll.

Im Interface der denotativen Ebene fällt wieder die Positionierung und Integration von verbalen Zeichen in das visuelle System auf. Der „MAI 68“ steht sozusagen im Herzen, in der Mitte der Fabrik. Die dreizeilige verbale Aussage unterhalb der Fabrikabbildung übernimmt durch ihre Platzierung die Funktion einer „Bildunterschrift“, wobei die Länge des Wortes „PROLONGEE“ wiederum der Breite der Fabrikabbildung entspricht und damit zu einer Harmonie und einem unteren Abschluss des Gesamtmotivs führt.

Auf der konnotativen Ebene des visuellen Zeichensystems zeigt die Darstellung der Fabrik, auch durch den Verzicht auf sonst mögliche Details in vergleichbaren Motiven, ein hohes Maß an Stabilität und Unumstößlichkeit. Auch der Schornstein steht sicher und fest. Die übergroße Fahne¹⁹⁸ weht kräftig im Wind und wird auch aus weiter Ferne als ein eindeutiges Signal identifiziert. Die Fabrik befindet sich in der Hand derer, die die Fahne gehisst haben. Oder in anderer Richtung: Weil über dieser Fabrik die (rote) Fahne weht, ist diese in der Gewalt und Verfügung der Arbeiter dort. So markiert die Fahne den Zustand der stattgefundenen Machtübernahme, sie ist aber auch ein Symbol des (weiteren) Kampfes¹⁹⁹.

Die Konnotation des verbalen Systems erfolgt in zwei Stufen. Die Aussage „MAI 68“ verweist auf einen historischen Zeitraum, der bei der Veröffentlichung dieses Motivs in der Tat schon rund

198 Bei einer Motiv-Gestaltung in Rot erscheint sie dann logischerweise auch als rote Fahne.

199 Dies assoziiert in der deutschen Sprache die Formulierung „mit wehenden Fahnen“.

20 Tage zurücklag. Diese Aussage verleiht einem sehr komplexen Gesamtzusammenhang gesellschaftlicher Proteste und Umwälzungen einen Namen, der schlicht einen Monat im Jahr 1968 benennt. Bei aller Gegensätzlichkeit innerhalb der Protestbewegungen stellt der „MAI 68“ auch den gemeinsamen Nenner dar. Dieser liegt in der Botschaft dieses Motivs nicht in der Universität oder auf den Straßen und Plätzen von Paris, sondern in der „Fabrik“. Im zweiten Schritt liefert die verbale Aussage eine Erklärung dessen, wofür „MAI 68“ steht. Dieser „MAI 68“ ist (nur) der Auftakt für einen langen Kampf (sich lang hinziehend oder langanhaltend), was durchaus auch als selbstbewusste Drohung der Protestbewegung gegenüber der etablierten Gesellschaft verstanden werden kann. Die Aussage verweist aber auch auf die Langfristigkeit dieses Kampfes, was zum einen vorschnelle Hoffnungen dämpfen soll, zum anderen aber auch Kampfwillen, Kampfstärke und Durchhaltevermögen herausfordert.

Nach Auffassung von Wlassikoff ist der „LUTTE PROLONGÉE“ auch ein Hinweis auf die kommende Zeit nach den Ereignissen des Mai 1968, auf das „au-delà“, das Jenseitige:

„Cependant, le désenchantement commence à poindre dans les créations à l’ironie amène, comme ‚Retour à la normale‘ et son troupeau de moutons. Tandis que les protagonistes de l’Atelier et, derrière eux, tous ceux du mouvement de Mai, mettent en avant le mot d’ordre de ‚lutte prolongée‘ pour esquisser un au-delà des Événements.“ (Wlassikoff 2008:19)

Im konnotativen Interface nutzt die „Kernbotschaft“ dieses Motivs in ausgeprägter Form die visuellen Möglichkeiten in der Darstellung von Fabrik und wehender Fahne. Die Kombination der robust wirkenden Fabrikabbildung mit den auch weithin sichtbaren verbalen Elementen „MAI 68“ verleiht dem Gesamtmotiv so etwas wie den Charakter eines Signet oder Logo, also in der Sprache der Werbewirtschaft einer „Wort-Bild-Marke“ oder in der Terminologie dieser Arbeit einer „Bild-Sprache-Marke“. Diese Bild-Sprache-Marke komprimiert in abschließender Form das Interface der visuellen und verbalen Zeichensysteme.

Zusammenfassung der Einzelanalysen/Typizität:

Ausgehend von den Kategorien, die Demarmels in ihrem „Codebuch“ als Ergänzung ihrer Arbeit „Ja. Nein. Schweiz.“ formuliert, werden im Folgenden die Ergebnisse der Einzelanalysen der behandelten 20 Plakat-Motive in einer Übersicht zusammengeführt:

Demarmels gliedert unter ihrer Kapitelüberschrift „Text-Bild-Verhältnis“²⁰⁰ in die Aspekte

200 Vergl. Demarmels (2009:439ff.).

Text- oder Bild-Plakat

Text-Bild-Dominanz

Text-Bild-Verhältnis-Begründung

Text-Bild-Abhängigkeit

Text-Bild-Funktion

Text-Bild-Relation.

Im Kontext dieser Arbeit können die drei letztgenannten Kategorien Hinweise in Richtung des Analyse-Modells liefern. Wie Demarmels selbst anmerkt, sind die Grenzen zwischen „Text-Bild-Abhängigkeit“, „Text-Bild-Funktion“ und „Text-Bild-Relation“ unscharf. Von daher finden hier die folgenden Kategorien im Übersichtsschema Anwendung:

Die denotative Betrachtung:

Welches Zeichensystem wirkt dominant? Bild oder Sprache.

Bedeutung des denotativen Interface: keine, schwache, starke.

Die konnotative Betrachtung:

Anteil des visuellen Systems an der Gesamtbotschaft: gering, mittel, groß.

Anteil des verbalen Systems an der Gesamtbotschaft: gering, mittel, groß.

Bedeutung des konnotativen Interface: gering, mittel, groß.

Tabelle 6. Vereinfachende Übersicht der Bild-Sprache-Korrelationen

Motiv	denotative Betrachtung			konnotative Betrachtung		
	Dominanz Bild	Dominanz Sprache	Bedeutung des denotativen Interface	Anteil des visuellen Systems an der Gesamtbotschaft	Anteil des verbalen Systems an der Gesamtbotschaft	Bedeutung des konnotativen Interface
1		X	o	o	++	+
2	X		++	+	++	+
3	X		++	o	++	++
4	X		o	++	+	o
5	X		o	+	+	o
6 (Zentral-Motiv)	X		++	++	+	++
7	X		o	+	+	o
8	X		++	++	+	++
9	X		++	++	+	++
10	X		++	+	+	+
11	X		o	+	+	o
12	X		++	++	+	+
13	X		o	o	o	o
14	X		+	++	+	+
15		X	++	+	++	++
16		X	o	+	+	+
17	X		+	+	+	++
18 („Journal m.“)	(wie 6)					
19	X		++	++	+	++
20	X		+	+	+	+

Erläuterung

zur Bedeutung des denotativen Interface,
zu den Anteilen des visuellen und verbalen Systems an der Gesamtbotschaft und
zur Bedeutung des konnotativen Interface:

o = keine oder geringe Bedeutung

+ = mittlere Bedeutung

++ = große Bedeutung

3.5.7 Exkurs 1: Eine Auswahl bekannter Plakat-Motive des Pariser Mai 1968

Die Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 ist in der allgemeinen Wahrnehmung durch eine Reihe von Motiven gekennzeichnet, die sich durch die Häufigkeit in der Darstellung während der vergangenen Jahrzehnte und/oder eine spezifische politische oder künstlerische Qualität von der großen Menge der damals produzierten Motive abheben. Diese im Folgenden dargestellten Motive sind im engeren Sinn nicht Gegenstand dieser Arbeit, da sie sich vielfach auf sehr unterschiedliche und teilweise singuläre politische Ereignisse jener Zeit beziehen. Sie dokumentieren jedoch ergänzend historische Ereignisse, belegen die unmittelbare tagesaktuelle Verknüpfung der Kommunikation zu den politischen Ereignissen und sind damit auch Teil der besonderen Ästhetik dieser Plakat-Kunst.

Bei den vier im Folgenden dargestellten Motiven handelt es sich um Plakate, die im Gegensatz zu den „Fabrik“-Motiven dieser Arbeit bereits Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtungen waren.

Das Plakat-Motiv „La Chienlit c’est lui“



(Quelle: Peters 1968:49)

Am 19. und 20. Mai 1968 zeigten die Wände von Paris ein Plakat mit dem Text „LA CHIENLIT C’EST LUI!“. Dieses Motiv war die spontane Reaktion auf die Äußerung von General De Gaulle: „La réforme oui, la chienlit non“, die er über das Radio verbreitet hatte. In den Ateliers der ENSBA wurde permanent Radio gehört²⁰¹. Das Motiv zeigt den französischen Staatspräsidenten scherenschnittartig als Marionette mit erhobenen Armen.

201 Vergl. Gervereau (1988a:163).

Zum Hintergrund dieses Motivs erläutert Brandes:

„Frankreichs Staatspräsident Charles de Gaulle angesichts der Studentenrevolte: ‚Reformen ja, das Chienlit nein!‘ Chienlit (wörtlich Scheiße im Bett, übertragen: Saustall, Chaos) ist ein von Rabelais stammender Ausdruck, der in der französischen Umgangssprache so unbekannt war, dass die Zeitungen ihn mit Hilfe aller möglichen Lexika erklären mussten. Gegen de Gaulles Diffamierung der Protestbewegung als ‚chienlit‘ drehte diese mit dem hier abgebildeten Plakat ‚Das Chienlit, das ist er!‘ den Spieß um. Das Plakat wurde zu einem Symbol der Bewegung gegen de Gaulle.“ (Brandes 2008:37)

Das Plakat-Motiv „Nous sommes tous indésirables/Cohn-Bendit“



(Quelle: Peters 1968:61)

Gestaltet wurde dieses Motiv am 22. Mai 1968 an der ENSBA von Bernard Rancillac. Er benutzte dabei ein Foto des Fotografen Gilles Caron, das den lächelnden Daniel Cohn-Bendit zeigt, der einem Polizisten der CRS (nur von hinten im Anschnitt sichtbar) gegenüber steht. Das Foto war durch die starken Kontraste – das lächelnde Gesicht von Cohn-Bendit im intensiven Sonnenlicht als Gegensatz zur düsteren Silhouette des CRS-Polizisten – für die technisch sehr einfache Produktion geeignet²⁰².

²⁰² Vergl.: „L’insolation a permis à ce moment d’utiliser un document photographique.“ (Gervereau 1988a:164).

Rancillac erinnert sich an den Gestaltungsprozess, als der spanische Künstler Eduardo Arroyo, einer der führenden Künstler an der ENSBA und Mitglied der Gruppe „Salon de la Jeune Peinture“ ihn bat, ein Plakat für Cohn-Bendit herzustellen:

“It was eight at night – or seven. I didn’t live far away, actually, at the Place Maubert, I went home. I took a piece of paper. I projected my foto, and I did my Cohn-Bendit. I then went back to the Beaux-Arts – it probably was ten and I think Rougemont was around. So we put the thing together and I write – well, what is the slogan? Because it wasn’t up to me to invent the slogan. Arroyo or someone else told me ‚we’re all German Jews’. So I wrote ‚we’re all German Jews’ and we printed the posters. I took the three first ones, or the first four, I made a little roll, and I went home to sleep. It must have been midnight or one in the morning by then. I slept, and the next day at ten ... I went back to the Beaux-Arts and I saw the posters. Their slogan was ‚We’re all undesirable’. I said, ‚Who was the asshole who ...’.

It turns out that there had been another general assembly (...) that had said ‚Ah, no! No, that’s not okay because that slogan – ‚we’re all German Jews’ – was invented by the communist Party, maybe to make fun of Cohn-Bendit.’ The Communists weren’t very hip in mai ’68 (...).

I said, ‚You are pitiful’ and that was that. There was a protest two hours later, and they glued the posters everywhere. But everybody screamed ‚We’re all German Jews’, because, in the end, it’s masses who decide. (...) ‚Germans Jews’ was much better. It was simpler.” (zitiert nach Tempest 2006:22/23)

Die Änderung des Slogan in diesem Motiv durch eine zweite Generalversammlung wird auch durch die Darstellung von July belegt:

„À partir de la célèbre photographie de Gilles Caron prise début mai, représentant le leader du 22 mars, Bernard Rancillac, - que je cite, puisqu’il en a revendiqué officiellement la paternité, et signé cette affiche exposée en galerie – propose le portrait hilare et insolent face à un policier casqué de dos, sous-titré *Nous somme tous des juifs et des Allemands*. Sans doute, l’un des plus beaux slogans du printemps français. Il a été scandé par la rue, lorsque la nouvelle a été connue de son refoulement à la frontière franco-allemande. Le lendemain, le slogan a changé: *Nous sommes tous indésirables*;...” (July 2008:49)²⁰³

203 Hervorhebungen im Original.

Das Plakat-Motiv „De Gaulle Hitler“



(Quelle: Gasquet 1978:115)

Gegen Ende der Protestbewegungen Ende Juni 1968 erschien an der ENSAD das Motiv „De Gaulle Hitler“, das in Schwarz auf weißem Grund gedruckt wurde²⁰⁴.

Die ENSBA lehnte das Motiv ab. Gérard Fromanger:

“It could never have been printed at the Beaux-Arts, it wasn’t correct, politically or historically.“
(zitiert nach Tempest 2006:21)

204 Vergl. u. a. Tempest (2006:21).

Als mögliche Erklärung für die Tatsache, dass dieses Motiv an der ENSAD produziert werden konnte, sagt Tempest:

“In other words, the Beaux-Arts assembly would not have approved this poster. At the Arts-Déco, however, poster artists isolated on the fourth floor from the general meeting below decided what posters would be produced.“ (Tempest 2006:21)

Pierre Bernard von der ENSAD im Rückblick:

“I printed it because I thought it was fabulous (...) The image was incredibly violent and not politically correct, but it was very, very effective, Very, very effective. There was an unwholesome jubilation in the printing of it.“ (zitiert nach Tempest 2006:22)

Sehr kritisch sieht Semin eine Reihe von Plakat-Motiven, zu denen er auch das „Hitler“-Motiv zählt:

„Certaines images produites par l'atelier des Beaux-Arts, et par celui (un peu plus tard venu, et de ce fait enclin à la surenchère) des Arts Décoratifs, ne font honneur ni à leur auteurs, ni à ceux qui les ont acceptées sans beaucoup sourciller. La palme de la sottise revient sans nul doute à l'affiche qui montrait Hitler sous le masque du général de Gaulle.“ (Semin 2008:24)

Das Plakat-Motiv „CRS = SS“²⁰⁵



(Quelle: Peters 1968:42)

Das Plakat „CRS SS“ wurde von Jacques Carelmann²⁰⁶ am 18. Mai vorgestellt²⁰⁷ und am 20. Mai 1968 an der ENSBA gedruckt. Dieses Motiv mit den fünf blauen freihändig gestalteten Buchstaben entstand zur Kommentierung des Motivs eines Knüppel schwingenden CRS-Polizisten²⁰⁸ mit

205 CRS steht für „Compagnies Républicaines de Sécurité“, einen kasernierten Verband der französischen Polizei.

206 Vergl. zur Thematik der Anonymität Abschnitt 3.3.6..

207 Vergl. Wlassikoff (2008:14).

208 Wlassikoff benennt mit Jacques Carelman den Künstler dieses Motivs und liefert zu diesem Plakat-Motiv die folgende Anmerkung: „C’est ainsi que de series d’affiches reprenant le slogan controversé de ‚CRS SS‘ sont largement produites. De même un motif, apporté le 18 mai par un illustrateur de renom, Jacques Carelman, représentant un CRS casqué et lunette, matraque brandie, est aussitôt validé. Son concepteur, venu selon ses dires simplement exprimer son indignation contre les violences policières, ne remetta plus les pieds dans l’école.“ (Wlassikoff 2008:14)

deutschem Helm und Schutzschild. Spätere Versionen dieses Themas zeigten die in der nationalsozialistischen Typografie geschriebenen Buchstaben „SS“ auf dem Schutzschild des CRS-Polizisten²⁰⁹.

Semin verweist auf die Darstellung im Buch des „Atelier Populaire“:

„Mais les multiples déclinaisons du slogan CRS=SS, n'étaient guère moins révoltantes. L'excès fut tout de même perçu d'emblée: dans le petit fascicule *Atelier Populaire, présenté par lui-même*, paru à chaud, à l'automne 68, c'est la version expurgée de la silhouette du CRS matraque levée qui a été retenue: le sigle de la SS a disparu du bouclier.“ (Semin 2008:25)²¹⁰

Die Gleichsetzung von CRS und SS resultiert erstaunlicherweise nicht aus den aktuellen Auseinandersetzungen und Straßenkämpfen zwischen den Revoltierenden und der französischen Polizei im Mai 1968, sondern, wie Tempest schreibt²¹¹, aus den 1968 schon deutlich zurückliegenden Streiks der Bergarbeiter im Norden Frankreichs in den Jahren 1947/1948.

Christine Fauré, französische Historikerin, datiert in ihrem Buch „Mai 68 jour et Nuit“ (Frankreich 1968) die Gleichsetzung „CRS SS“ auf das Jahr 1948:

“One can see it painted in the worker' quarters in *La Grande Lutte des mineurs* (‘The Great Miners' Struggle’), a film by Louis Daquin, produced in the context of the violent strikes of November and December 1947.“ (S. 71, zitiert nach Tempest 2006:18)²¹²

Auch Henry Rousso stellt in seinem Buch „Le Syndrome de Vichy“ (Paris 1980) die Verbindung zur unmittelbaren Nachkriegszeit in Frankreich her. Das Jahr 1968 „represents a turning point in the vision of the Occupation.“ (S. 112, zitiert nach Tempest 2006:18)

Ebenfalls in einem Beitrag von Jean-Michel Steiner für die Stadtarchive von Saint-Étienne taucht die Verbindung von CRS und SS in der historischen Beschreibung der oben genannten Bergarbeiterstreiks auf. In seiner Zusammenfassung sagt er zur Bedeutung dieser Streiks:

„Elle (Anmerkung des Autors: la grève) a laissé un fort traumatisme dans les quartiers ouvriers où la répression a rappelé les souvenirs de l'époque de l'Occupation allemande et fait surgir les slogans suggestifs (‘Moche(e)- le Boche’/CRS-SS).“ (Steiner o. J.:4)

209 Vergl. Tempest (2006:19).

210 Hervorhebungen im Original.

211 Vergl. Tempest (2006:18ff.).

212 Hervorhebung im Original.

Nach den Ausführungen Steiners taucht die Gleichsetzung von CRS und SS am 04. November 1948 in einer Reportage von Claude Morgan in den „Lettres Françaises“ und in einem Beitrag in der „L'Humanité“ von Simone Téry auf²¹³.

Deutliche Kritik an der Gleichsetzung von CRS und SS übt rückblickend Gérard Paris-Clavel:

„Je me souviens, comme affiche de CRS=SS, parce que CRS=SS, c'était l'affiche phare du mouvement de 68, c'était le slogan modèle qui, on peut le dire avec le recul, même si c'est une banalité, était quelque chose de fou et de tragique. Quand tu penses qu'on criait joyeusement ‚CRS=SS‘, c'était une telle méconnaissance des SS...“ (zitiert nach Gervereau 1988d:196)

213 Vergl. Steiner (o. J.:4/5).

3.6 Die spezifische Ästhetik der „Fabrik“-Motive

Im Mittelpunkt dieses Abschnitts stehen die zusammenfassende Darstellung der Spezifika der Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 am Beispiel der gewählten „Fabrik“-Motive und die Bewertung dieser Spezifika im Hinblick auf die Alleinstellungsmerkmale dieser Ästhetik. Im zweiten Teil zeigt dieser Abschnitt den Erkenntnisgewinn auf, den diese Arbeit unter den zentralen Aspekten der eingangs formulierten Arbeitshypothese zu leisten vermag. Dazu zählen neben der Leistung einer strukturierenden historischen Aufarbeitung dieser künstlerisch-politischen Phase in erster Linie die Übertragbarkeit der inhaltlichen Ergebnisse und wissenschaftstheoretische Aspekte.

Die Spezifika und damit in deren Addition die besondere künstlerische Qualität dieser politischen Plakat-Kunst resultieren aus vier unterschiedlichen Themen-Komplexen des Produktions- und Distributionsprozesses. Zu nennen sind hier das besondere politisch-soziale Umfeld, in dem diese künstlerische Produktion stattfinden konnte, die konkreten Rahmenbedingungen der Plakat-Produktion an den besetzten Kunsthochschulen, die Gesamtgestaltung der Motive mit einer außergewöhnlichen Dichte und Vernetzung der verwendeten visuellen und verbalen Zeichensysteme sowie ein Rollenverständnis der künstlerischen Akteure, das die bewusste Auflösung der Grenzen zwischen Kunst und Realität sowie künstlerischer und politischer Aktion konkret aufzeigte.

Das politisch-soziale Umfeld:

Die politisch-soziale Bewegung des Pariser Mai 1968 schuf ein Klima, das dazu animierte, in kollektiven Aktionsformen gesellschaftliche Bereiche zu erobern und zu nutzen, die bis dahin in den Grundlagen der französischen Gesellschaftsordnung nicht vorgesehen waren. Die Bewegung des Mai '68 begriff sich als das Subjekt der Veränderung. Die Nutzung neuer gesellschaftlicher Aktionsbereiche durch große Bevölkerungsgruppen bis hin zu einer Generalstreik-Bewegung mit rund 10 Millionen Teilnehmern war am Anfang nicht vorhersehbar, führte im Ergebnis jedoch zu einer weiteren Dynamisierung der initiierten Prozesse, wie vor dem Hintergrund der hier analysierten Plakat-Motive insbesondere am Thema der Fabrikbesetzungen und ihrer Ausbreitung abzulesen ist.

Die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 war nicht der Initiator eines umfassenden Veränderungsprozesses. Sie wurde jedoch in den ersten Tagen des Mai 1968 sehr schnell, insbesondere nach der erfolgten Besetzung der staatlichen Kunsthochschulen, einer der Motoren und integraler Teil der sich konstituierenden Bewegung des Pariser Mai in Bezug auf die umfassende kommunikative Begleitung der zentralen Aktivitäten.

Die Rahmenbedingungen der Plakat-Produktion:

Die konkreten Herstellungsorte der Plakat-Produktion befanden sich in den Räumen staatlicher Kunsthochschulen, auf die die Staatsmacht nach deren Besetzung keinen Zugriff mehr hatte. Insofern bildeten sich, insbesondere an der ENSBA, autonome rechtsfreie Bereiche heraus, in denen die Akteure ihre Regeln selbst festlegten.

Im historischen Rückblick fällt auf, dass die Akteure mit dem Siebdruck eine Produktionsweise wählten, die bis dahin in der französischen Plakat-Produktion ungebräuchlich war, die auf der anderen Seite aber auch nicht als technologisch fortschrittlich galt. Die Künstler dieser Plakate nutzten nicht die massenkommunikativen Möglichkeiten, die sich zum Beispiel aus der Besetzung der französischen Fernsehanstalten oder Rundfunkstationen ergeben hätten. Sie arbeiteten handwerklich mit sehr einfachen Produktionstechniken.

Als die Besetzung der ENSBA durch den Einsatz der Polizei beendet wurde, suchte die Staatsmacht vergeblich nach Druckmaschinen und der weiteren technischen Ausstattung und übersah dabei die Künstler und Studenten, die im Durcheinander des Polizeieinsatzes die wenigen für den Siebdruck notwendigen Utensilien unbehelligt nach draußen trugen. Insofern waren die Rahmenbedingungen in ihrer technischen Rückständigkeit politisch wiederum sehr effektiv.

Die Gesamtgestaltung der Motive:

Unabhängig von der Frage, ob einzelne Entscheidungen in Bezug auf die konkrete Motiv-Entwicklung und die Plakat-Produktion durch äußere Umstände oder durch bewusste Haltungen oder Entscheidungen der beteiligten Akteure bedingt und beeinflusst waren, sind auf Grund der in dieser Arbeit erfolgten Analysen die folgenden Merkmale festzustellen:

- hoher Grad der Verzahnung von Thema, Entwurf, Diskussion, Produktion und Einsatz der Plakate,
- individuelle Anonymität in der künstlerischen Produktion und kollektiver Absender als „Atelier Populaire“,
- Einfarbigkeit²¹⁴ als Gestaltungselement,
- Zweidimensionalität als Gestaltungselement,
- stilbildender hoher Reduktionsgrad in der visuellen Darstellungsform,
- stilbildender hoher Reduktionsgrad in der verbalen Aussage und in der Gestaltung der Buchstaben (Schriftgestaltung),
- einheitliches Format als Gestaltungselement und Produktionsvoraussetzung und

²¹⁴ Vergl. auch Gervereau, der die Verwendung der französischen Nationalfarben Blau, Weiß und Rot betont (Gervereau:1988a:170).

- bewusst illegaler Charakter der Distribution.

Alle genannten Merkmale lassen sich rückblickend einem unausgesprochenen Prinzip unterordnen: der maximalen Reduzierung in allen zentralen Dimensionen der künstlerischen Produktion.

Der Reduktionismus dieser Kunst ist auch Thema zahlreicher rückblickender Einschätzungen in der Literatur. Semin zählt dabei zu den Vertretern, die den Reduktionismus als bewusste Entscheidung und als Basis einer eigenständigen Ästhetik interpretieren:

„Le plus souvent, historiens, acteurs et témoins de l'aventure expliquent le recours à la sérigraphie (bâclée en un ou deux passage, plus souvent un que deux), l'usage d'un papier médiocre et de petit format, par la situation de pénurie où se trouvaient les activistes, les impératifs du collage à la sauvette, la volonté de réagir au plus vite et de discuter au jour le jour chaque projet. Sans doute les raisons de commodité et d'urgence ont-elles compté dans l'élaboration du style des affiches de mai. La simplicité de leur graphisme peut, en partie, être imputée aux impératifs technique de la sérigraphie (seules des formes pleines, aux contours simples, peuvent convenir à cette technique de reproduction, quand elle est artisanale; lorsque la photographie est employée comme source, elle doit être simplifiée à l'extrême). Mais on peut aussi penser que l'Atelier Populaire a finalement choisi cette économie particulière, plus qu'il ne l'a subie – et que son choix technique était, au bout du compte, un choix esthétique, celui de la restriction des moyens, de l'empêchement volontaire.“ (Semin 2008:29/30)

Sowohl Wlassikoff als auch July greifen die im Dezember 1968 von Gilles Aillaud in „Le Bulletin du Salon de la Jeune Peinture“ veröffentlichte Kommentierung²¹⁵ auf, in der dieser bezweifelt, ob Wirksamkeit von Kunst durch bewusste Beschneidung ihrer technischen und gestalterischen Möglichkeiten überhaupt erreicht werden kann.

In der Gesamteinschätzung der Ästhetik dieser Plakat-Kunst wird Seydoux mit den folgenden Worten zitiert: „C'est le procédé de réalisation qui fit le style de 68.“²¹⁶

Der kreative Prozess der visuell-verbalen Gestaltung der untersuchten Plakat-Motive verdichtet die verwendeten visuellen und verbalen Zeichensysteme. Diese extremen Verdichtungen führen zu einer schnellen und eindeutigen Wahrnehmung der zentralen Botschaften der Plakate und nutzen in eindrucksvoller Weise die Kommunikationschancen, die das Plakat als Medium der öffentlichen Kommunikation, insbesondere in einer umfassenden gesellschaftlichen Umbruchsituation, potenziell bieten kann. Die Relation von kreativ-künstlerischem Aufwand und kommunikativen Ergebnis stellt sich in dieser Bewertung als äußerst effektiv dar. Auch Wlassikoff betont diese Wirksamkeit, indem er u. a. auf den besonderen Charakter der verwendeten Schrift verweist:

²¹⁵ Vergl. dazu Wlassikoff (2008:19/20). und July (2008:50/51).

²¹⁶ Zitiert nach July (2008:50).

„Beaucoup d’affiches de l’Atelier populaire possèdent une force graphique singulière, soulignant combien le cadre strict de leur genèse a contraint les peintres à expérimenter avec succès d’autres moyens plastiques que ceux auxquels ils étaient habitués. Parmi ces moyens, le rapport entre le texte et l’image et le dessin de la lettre. Le contexte exceptionnel des Événements, la ‚ligne politique‘ de l’Atelier, le procédé d’impression obligent à une écriture et un placement du texte simples, percutants, sans sophistication. Les slogans en général manuscrits, quelques reportés au pochoir sont pour la plupart dessinés en caractères bâtons majuscules. Tout un univers de la lettre urbaine populaire se trouve ainsi convoqué: de la signalétique du métro parisien aux banderoles manifestantes, en passant par les plaques de rues. Un aspect artisanal, voire approximatif, est bienvenue du moment que le texte est parfaitement réglé dans la composition.” (Wlassikoff 2008:22)

Insbesondere die untersuchten „Fabrik“-Motive stellen mit der typischen grafischen Darstellung der „Fabrik mit Schornstein“ das zentrale Logo der Protestbewegung²¹⁷ dar. Insofern bilden die Motiv-Entwicklung und die Plakat-Produktion einen Prozess, der mit der Besetzung von Fabriken ein zentrales Element der Protestbewegung aufgreift, visuell-verbal verdichtet und damit abstrahiert und im dritten Schritt als identitätsstiftendes grafisches Element (das Logo des Pariser Mai '68) wieder in die Protestbewegung transferiert, um es erneut bei weiteren Motiv-Entwicklungen aufzugreifen.

Das Rollenverständnis der Künstler:

Die Akteure der politischen Plakat-Kunst übernahmen für die Bewegung schnell einen maßgeblichen Anteil der öffentlichen Kommunikation und demonstrierten damit gleichzeitig in konkreten Ansätzen neue Muster von Leben und Arbeit sowie künstlerischer Produktion in der aktuellen gesellschaftlichen Wirklichkeit.

Das Entwerfen und Herstellen von politischen Plakaten war kein isolierter oder abgehobener Prozess, sondern selbst Teil der gesellschaftlichen Auseinandersetzungen. Mit dieser Form der Produktion wurden bis dahin geltende und akzeptierte Grenzen zwischen gesellschaftlichen Sphären (die elitäre Kunstproduktion in den Hochschulen auf der einen und die industrielle Fabriköffentlichkeit auf der anderen Seite) und gesellschaftlichen Gruppen (hier insbesondere die Studenten auf der einen und die jungen Arbeiter und Arbeiter auf der anderen Seite) in vielen Bereichen aufgehoben und alternative Formen gemeinsamer Aktivitäten gelebt.

Diese Spezifika der Plakat-Kunst geben zentrale Hinweise auf die in der Arbeitshypothese dieser Arbeit angenommene besondere Qualität der künstlerischen Produktion des Mai 1968, ihre spezifische Ästhetik. Unter dem Begriff „Ästhetik“ wird in diesem Zusammenhang die Gesamtheit

217 Vergl. die Ausführungen zu den „Journaux Muraux“ auf S.250ff.

der künstlerischen Qualität verstanden, die deutlich über die formalen Eigenheiten des Endprodukts hinausgeht und umfassend die externen und immanenten Konstituierungsfaktoren berücksichtigt.

Die in dieser Arbeit analysierten „Fabrik“-Motive stehen stellvertretend für die Mehrzahl der im Mai 1968 hergestellten Plakat-Motive. Wie die Einzelanalysen dieser 20 „Fabrik“-Motive belegen, handelt es sich dabei um künstlerische Produkte, die in einer Reihe von Eigenschaften und in deren Konzentration eine Alleinstellungsposition erreichen, die dieser Plakat-Kunst auch im historischen Abgleich mit anderen Richtungen der politischen Plakat-Kunst eine Sonderstellung einräumt.

Die „Fabrik“-Motive wirken unfertig und spielerisch. Die meisten von ihnen entstanden über Nacht, wurden, gerade getrocknet, umgehend an Gebäude und Wände geklebt und leugnen in ihrer Erscheinung diese kurze Entwicklungs- und Produktionsgeschichte nicht, sondern dokumentieren sie selbstbewusst. Sie wollen nicht für die Ewigkeit wirken, sondern nehmen ihr aktuelle und unmittelbare Aufgabe ernst und beschränken sich auf diese, um nichts an Wirksamkeit einzubüßen oder nur zu riskieren. Die Motive sind unter diesem Gesichtspunkt ephemere, solange in diesem Begriff nicht das Verständnis von „nicht bleibender Bedeutung“ eingeschlossen wird. Das Temporäre dieser Plakate als Träger der jeweiligen Motive erstreckt sich sogar auf ihre Materialität. Das vielfach verwendete Zeitungspapier verweist auf eine integrale Kurzlebigkeit, die jedoch weder die künstlerische Intention noch die reale Wirksamkeit beeinträchtigt. Lediglich der langfristigen Erhaltung und Konservierung dieser Plakate unter Sammlerinteressen setzt das verwendete Material dieser Plakat-Kunst enge Grenzen.

Ungeachtet der materiellen Vergänglichkeit der konkreten Plakat-Exemplare oder vielleicht gerade aufgrund dieser Eigenschaften symbolisieren die Motive ein Gefühl des gesellschaftlichen Aufbruchs und der Veränderung individueller Lebensweisen, das prägend für diese Tage und Wochen des Mai/Juni 1968 in Erinnerung bleiben kann.

Die besondere Verknüpfung der Plakat-Kunst des Pariser Mai mit der realen gesellschaftlichen Entwicklung in jener Zeit und ihre ästhetischen Spezifika sind möglicherweise auch die Basis für die besondere Konsistenz und Stärke dieser Kunst, die sich einer Übernahme und einem Missbrauch durch gegensätzliche politische Interessen bis heute erfolgreich widersetzt.

Der Preis dieser Individualität, Eigenständigkeit und umfassenden Identität ist dann jedoch die Einmaligkeit und damit Nichtwiederholbarkeit, aber auch das Prototypische von Kunst, dem sich der politische verstehende Künstler jeweils aufs Neue stellen muss.

Zu welchen Themenbereichen liefert die vorliegende Arbeit in einer zusammenfassenden Darstellung wesentliche Erkenntnisfortschritte, auf die weitere wissenschaftliche Beschäftigungen aufbauen können?

Dazu zählen in erster Linie die künstlerische Aufarbeitung einer spezifischen historischen Phase, ein Analyse-Instrumentarium und die Übertragbarkeit erzielter Ergebnisse sowie wissenschaftstheoretische Aspekte.

Diese Arbeit widmet sich einer besonderen Epoche der französischen Geschichte aus den 60er Jahren des 20. Jahrhunderts, dem so genannten Mai 1968. Dieser Monat steht nicht nur in Frankreich, sondern in vielen Ländern der westlichen Welt²¹⁸ für einen gesellschaftlichen Aufbruch, dessen Konsequenzen noch heute Teil des politisch-sozialen Diskurses sind. Bekannte Persönlichkeiten aus dem Jahr 1968 wie der damalige Student und heutige Abgeordnete des Europäischen Parlaments, Daniel Cohn-Bendit, gelten im politischen Jargon noch heute als „Achtundsechziger“, was auch als Kennzeichen einer besonderen Art von Politik-Verständnis verwendet wird. Insofern sind Auffassungen und Ideen aus jener Zeit immer wieder in der aktuellen politischen Diskussion präsent, obwohl viele Details und Ereignisse des Jahres 1968 nach Jahrzehnten weitgehend in Vergessenheit geraten sind.

Die Erinnerung an jene Tage und Wochen wird in den Köpfen der Menschen durch Bilder oder Slogans aus den damaligen Ereignissen wachgehalten. Über die wissenschaftliche Beschäftigung dieser Arbeit mit einem kleinen Ausschnitt des Mai 1968, der politischen Plakat-Kunst der Protestbewegung aus einem Zeitraum von wenigen Wochen, gelingt es, den historischen Blick auf diese künstlerischen Produkte und mittels der Analyse und Strukturierung der wesentlichen Rahmenbedingungen auf einen wesentlichen Teil der politischen Kommunikation der französischen Protestbewegung zu lenken. Unter diesem Aspekt leistet die Arbeit einen wesentlichen Beitrag zur historischen Aufarbeitung der politischen Kunst des Mai 1968.

Die Analyse einer zentralen Motiv-Gruppe von politischen Plakaten zu den Themen der Streiks und Fabrikbesetzungen sowie des gemeinsamen Kampfes von Künstlern, Studenten und Arbeitern erweitert zum einen die Kenntnis von visuell-verbale Aufbaustrukturen politischer Plakate. Zum anderen liefert sie ein Instrumentarium, das jenseits der hier untersuchten Plakate auf andere Plakat-Gruppen politischen Inhalts übertragen werden kann. Diese Arbeit stärkt insofern in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Medium des Plakats auch den Anteil der politischen Plakat-Kunst im Verhältnis zur kommerziellen Plakat-Kunst, die bis heute als Gegenstand von Analysen diese dominiert. Nebenbei liefert die Beschäftigung mit den „Fabrik“-Motiven auch detaillierte Erkenntnisse zur Konstitution dieses Icon, das bis heute zumindest in den westlichen Kulturen einen Teil des allgemeinen gesellschaftlichen Zeichenvorrats darstellt.

²¹⁸ Das Jahr 1968 ist aber auch zum Beispiel in der ČSSR als Teil des damaligen Ostblock-Systems ein Jahr dramatischer gesellschaftlicher Veränderungen. In der ČSSR verbinden sich mit dem Jahr 1968 der so genannte Prager Frühling, aber auch dessen Ende durch den militärischen Einmarsch der Truppen des Warschauer Paktes.

In der intensiven Darstellung der externen und immanenten Konstituierungsfaktoren öffnet die Arbeit auch die Perspektive auf den analysierenden Wissenschaftler und seine Wahrnehmung historischer Botschaften, die in diesem Kontext durch ästhetische Bearbeitung kodiert und einer Rezeption in Form einer entsprechend zielgerichteten Dekodierung zur Verfügung gestellt wurden. Der Wissenschaftler ist auf Grund seiner individuellen Zeichenvorräte und Dekodierungsmöglichkeiten neben dem Künstler als Urheber und dem historisch-idealtypischen Rezipienten der dritte Partner in dieser Gesamtstruktur. Für ihn gilt, die eigene Rolle im Analyseprozess stets selbstkritisch zu reflektieren.

Auf einer dritten Ebene unterstreicht die Arbeit den Zuwachs an Erkenntnismöglichkeiten, der sich aus einer multidimensionalen und damit letztlich interdisziplinären Herangehensweise ergibt. Diese Multidimensionalität umfasst Ansätze aus den Wissenschaftsbereichen der Linguistik, der Politologie und Soziologie wie auch der Kunstwissenschaften. Sie begreift die künstlerische Produktion am Beispiel der politischen Plakate des Pariser Mai '68 als künstlerische und damit gleichzeitig aber auch gesellschaftliche Produktion, die Teil einer umfassenden politisch-sozialen Gesamtstruktur ist.

In dieser Struktur ist eine Vielzahl von Interdependenzen feststellbar, deren tatsächliche Bedeutung durch die Ansätze einer einzelnen Wissenschaftsdisziplin nur unzulänglich beschrieben werden kann. Unter diesem Aspekt möchte die vorliegende Arbeit auch dazu ermutigen, sich dem Objekt einer jeden wissenschaftlichen Beschäftigung mit einem möglichst breitangelegten Instrumentarium zu nähern.

3.6.1 Exkurs 2: Der Einfluss der Plakat-Kunst des Pariser Mai 1968 auf die internationale Plakat-Kunst

Die politische Plakat-Kunst des Pariser Mai '68 steht rückblickend in einer Reihe von Kunstströmungen, die jeweils kennzeichnend für politische Oppositionsbewegungen waren. Seit den Anfängen des 20. Jahrhunderts zählen u. a. die politische Kunst der Russischen Revolution, die Agitprop-Bewegung in der Weimarer Republik, die Fotomontage von John Heartfield oder die Anti-Atomkraft-Kunst in der Bundesrepublik Deutschland zu den wichtigen Erscheinungsformen.

Der Einfluss der Pariser Plakat-Kunst auf die übrigen Protestbewegungen des Jahres 1968 und der Folgezeit ist nur schwer feststellbar. Wesentliche Proteste oder Protestbewegungen waren in diesem Zusammenhang die Studentenunruhen in Polen im März 1968, der so genannte Prager Frühling in der ČSSR (Beginn mit dem Aktionsprogramm der kommunistischen Partei vom 05. April 1968 und Ende am 21. August 1968 mit dem Einmarsch der Truppen des Warschauer Pakts), die italienische Protestbewegung „Lotta Continua“²¹⁹ (Beginn im Herbst 1969), die „Black Power“-Bewegung in den USA²²⁰, die so genannten „Globus“-Krawalle²²¹ am 29. Juni 1968 in Zürich, die als Massaker von Tlatelolco benannte Niederschlagung studentischer Proteste in Mexiko-Stadt am 02. Oktober 1968 und die Studentenbewegung²²² in der Bundesrepublik Deutschland.

Wlassikoff beschreibt die internationale Adaption der Pariser Plakate:

„Des militants étrangers ont pu faire le déplacement aux Beaux-Arts: des Anglais, des Italiens, mais également des Tchèques. Ces derniers, en août, créent des ateliers de sérigraphie qui produisent des affiches appelant à la résistance face à l'invasion soviétique, formellement proche de celles de Paris, mais d'une tonalité plus tragique. De juin à septembre, les répercussions des événements français sont planétaires, du Japon au Brésil, en passant par l'Afrique, engendrant affrontements et occupations de lieux d'enseignement et parfois d'importantes grèves ouvrières. Les étudiants allemands, italiens et espagnols, qui ont ouvert le ban quelques mois auparavant, déclenchent des manifestations de soutien au Mai français accompagnées de visuels repris des plus célèbres affiches parisiennes. En octobre et novembre, le mouvement étudiant de Mexico se dote d'une information par l'affiche sérigraphiée qui possède des similitudes évidentes avec celle des Beaux-Arts; sa répression meurtrière, à la veille des Jeux olympiques, signe la fin de la révolte de la jeunesse marquant cette année exceptionnelle.“ (Wlassikoff 2008:19)

219 Vergl. die sprachliche Parallele zu „La lutte continue“. Im Portugiesischen lautet es „A luta continua“ und war eine Parole der Freiheitsbewegung in Mozambiqui in den 1970er Jahren. Die Aussage „A luta continua“ tauchte u. a. auch in der portugiesischen Protestbewegung gegen die Finanz- und Eurokrise in den Straßen von Lissabon im Herbst 2011 auf.

220 Öffentlichkeitswirksam war hier insbesondere die erhobene Faust von schwarzen Sportlern anlässlich der Siegerehrung der Olympiade 1968 in Mexiko-Stadt.

221 Die „Globus“-Krawalle werden nach einem ehemaligen Warenhaus „Globus“ in Zürich benannt, in dem ein unabhängiges Jugendzentrum eingerichtet werden sollte.

222 Zentrale Daten sind hier die Erschießung des Studenten Benno Ohnesorg am 02. Juni 1967 und das Attentat auf Rudi Dutschke am 11. April 1968.

Zu den vereinzelt Hinweisen in der Literatur zum Einfluss der Pariser Plakate des Mai '68 auf die künstlerischen Stile außerfranzösischer Protestbewegungen zählen die Ausführungen von Josephson in der vergleichenden Darstellung der '68er Plakate aus Paris und Mexico City:

“In the midst of this escalating violence a number of art students initiated a poster campaign modelled after the Atelier Populaire. Although these students never formed an official collective and remained anonymous, many are thought to have been counseled by a member of the Atelier Populaire: architecture student Jean-Claude Leveque who had traveled to Mexico City to join the student cause and inform protestors about silkscreening posters on a mass-produced scale. In actuality, the Mexican students were already quite familiar with printing images en masse, having long studied the art of printmaker José Guadalupe Posada²²³, who spent his career producing broadsheets – evocative, news-related prints that were distributed by the hundreds. The student artists in Mexico did, however, draw great inspiration from the Atelier Populaire's clear and incisive visual language.“ (Josephson 2010:6/7)

July vertritt die Auffassung, nach der die Pariser Plakat-Kunst des Atelier Populaire als avantgardistische Strömung ihren Einfluss auf die folgenden Protestbewegungen nehmen wird:

„Comme les affichistes issus du suprématisme russe, emmenés par Malevitch, et qui apportèrent leur soutien à la révolution des soviets, eurent une influence considérable sur l'avant-garde européenne dans les années 20, l'expérience de l'Atelier Populaire des Beaux-Arts, par ses limites, par ses tentatives, par ses rejets se révèle spécialement féconde pour plusieurs des mouvements liés aux nouvelles aventures de la figuration.“ (July 2008:51)

Eine detaillierte Analyse internationaler Parallelen der politischen Plakat-Kunst zur Plakat-Kunst des Pariser Mai für das Jahr 1968 und die Folgejahre kann im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht geleistet werden. Sie ist möglicherweise Gegenstand neuer Forschungen.

223 José Guadalupe Posada (1854-1913) war ein mexikanischer Kupferstecher und Karikaturist, der vorwiegend künstlerische Arbeiten gegen die Unterdrückung durch die mexikanische Oberschicht veröffentlichte.

4 Zusammenfassende Betrachtung

Mit dem gewählten interdisziplinären Ansatz ist es gelungen, die in der Einleitung formulierte Arbeitshypothese schrittweise zu untermauern und über die erzielten Ergebnisse aus der historischen Bewertung und aus den Einzelanalysen zu verifizieren. Die Fokussierung auf den abgegrenzten Untersuchungsgegenstand der so genannten „Fabrik“-Motive war dabei eine notwendige Voraussetzung, das entwickelte Analyse-Instrumentarium zielgerichtet anzuwenden. Andererseits wurde in der Beschäftigung deutlich, dass die Motiv-Vielfalt der politischen Plakate des Pariser Mai '68 weitere Schwerpunkte für detaillierte Analysen, auch in Bezug auf Bild-Sprache-Korrelationen, bietet. Hier öffnet sich für weitergehende Forschungen eine Reihe von Themenfeldern, deren Bearbeitung auf den in dieser Arbeit erreichten Ergebnissen aufbauen und die hier angewendeten Analyse-Instrumente weiter verfeinern kann. Die Wissenschaft steht hier in Bezug auf die facettenreiche Geschichte der politischen Plakat-Kunst und die Entwicklung einer umfassenden politischen Ikonografie des politischen Plakats noch vor zahlreichen Herausforderungen.

Die intensive Auseinandersetzung mit der politischen Plakat-Kunst des Pariser Mai unterstützt eine Position, nach der politische Plakate nicht nur historische Dokumente und historische Quellen darstellen, sondern auch als eigenständige ästhetische Objekte zu behandeln sind und damit trotz ihres ephemeren Charakters den Status eines künstlerischen Produkts einnehmen, das es zu analysieren und zu interpretieren gilt.

Ein weiteres Forschungsgebiet ergibt sich aus der Funktion von politischer Plakat-Kunst von Protestbewegungen im Hinblick auf mediale Strukturen und Kommunikationskanäle. In der Vor-Internet- und Vor-Mobilfunk-Zeit des Mai 1968 spielten die politischen Plakate neben Flugblättern, Handzetteln und Wandparolen die zentrale Rolle in der politischen Kommunikation²²⁴. Die elektronischen Medien, in jener Zeit noch durchgängig in analoger Technik, waren in den Händen der Obrigkeit und konnten oder sollten nicht für die eigenen Interessen genutzt werden.

Im Gegensatz dazu nutzte zum Beispiel die breite Protestbewegung des so genannten arabischen Frühlings im Jahr 2012 in der Selbstorganisation die technischen Möglichkeiten des Internet und die Vernetzungsmöglichkeiten mit Hilfe der so genannten Social Media. Der Einsatz von politischen Plakaten seitens der Protestbewegung²²⁵ fand und findet dennoch begleitend statt.

Für Gervereau sind die politischen Plakate des Pariser Mai '68 Teil der Geschichte und untrennbar mit den Ereignissen verbunden:

224 Dies gilt nicht nur für die Kommunikation innerhalb der Protestbewegung selbst. Auch Journalisten der etablierten Medien nutzten die Plakate und Wandzeitungen für ihre Recherche und Berichterstattung (vergl. Wlassikoff 2008:14).

225 Vergl. den Beitrag in der „Süddeutschen Zeitung“ zu einer Ausstellung der Kunst des syrischen Aufstandes (SZ 2012:12).

„Mais, de toutes manières, les affiches de ‚mai 68‘ resteront – hors des Intérêts circonstanciels – comme une expression exemplaire. Parfois les images fabriquent aussi l’histoire. En l’occurrence, elles l’accompagnent et la provoquent.“ (Gervereau 1988a:171)

Die mit dieser Arbeit geleistete Analyse eines kleinen Ausschnitts dieser Plakat-Kunst kann die Ausgangsbasis für die weitere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Plakat-Kunst jener Zeit bilden. Insbesondere der Vergleich mit der parallel in anderen Ländern erfolgten Plakat-Produktion kann hier interessante Ergebnisse hervorbringen.

Das Atelier Populaire selbst formulierte im Juli 1968 folgende Vision der zukünftigen Arbeit:

„La culture étant un instrument de domination pour la bourgeoisie monopoliste, l’Atelier Populaire entend poursuivre son action à travers les disciplines artistiques (aujourd’hui: affiches, marionnettes, mais aussi bien demain: peinture, sculpture, cinéma, chansons).

...

Pour ce qui concerne notamment la production des affiches, il ne s’agit pas, en effet, d’inonder le pays à partir d’un seul point, mais de susciter la création d’Ateliers Populaires partout où il y a des travailleurs en lutte enfin que demeure toujours lié aux luttes du peuple, le travail d’analyse politique à partir duquel s’élaborent les affiches et leur diffusion.“ (Atelier Populaire 1968:12)

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1.	Struktur der externen Konstituierungsfaktoren.....	58
Tabelle 2.	Struktur der immanenten Konstituierungsfaktoren.....	61
Tabelle 3.	Vereinfachte Darstellung des Gesamtmodells.....	64
Tabelle 4.	Übersicht der 20 Plakat-Motive.....	117
Tabelle 5.	Übersicht der 14 Abbildungen zur reduktiven Methode.....	144
Tabelle 6.	Vereinfachende Übersicht der Bild-Sprache-Korrelationen.....	205

Motiv-Verzeichnis

Motiv 1.	„Usine Université Union“ (Textplakat).....	231
Motiv 2.	„UNIVERSITÉ POPULAIRE OUI“.....	233
Motiv 3.	„oui usines occupees“.....	234
Motiv 4.	„NON“.....	235
Motiv 5.	„NOUS IRONS JUSQU'AU BOUT“ (Foto-Motiv).....	236
Motiv 6.	„LA LUTTE CONTINUE“ (I) – Zentral-Motiv.....	237
Motiv 7.	„LA LUTTE CONTINUE – TOUS EN GREVE“ (Foto-Motiv).....	238
Motiv 8.	„LA LUTTE CONTINUE“ (II).....	239
Motiv 9.	„LA LUTTE CONTINUE“ (III).....	240
Motiv 10.	„VIVE LA LUTTE DES TRAVAILLEURS DANS ...“.....	241
Motiv 11.	„AUTOUR DE LA RESISTANCE PROLETARIENNE“ (Foto-Motiv).....	242
Motiv 12.	„SOUTIEN AUX USINES OCCUPEES ...“.....	244
Motiv 13.	„CHOISSISSONS NOTRE TERRAIN DE COMBAT ...“.....	245
Motiv 14.	„LA DETENTE S'AMORCE“.....	246
Motiv 15.	„OUVRIERS ETUDIANTS POPULATION – LIAISON ...“.....	247
Motiv 16.	„TOUTE LA PRESSE EST TOXIQUE“.....	248
Motiv 17.	„VIVE LES OCCUPATIONS D'USINES“.....	249
Motiv 18.	„JOURNAL MURAL 3“.....	250
Motiv 19.	„pour un enseignement au service du peuple...“.....	253
Motiv 20.	„MAI 68 – DEBUT D'UNE LUTTE PROLONGEE“.....	254
Motiv 21.	Beispiele unterschiedlicher „Stempel“ als Plakat-Signaturen.....	255
Motiv 22.	Motiv der ENSBA zum Fotografier-Verbot.....	256
Motiv 23.	Weitere „Fabrik“-Varianten.....	257
Motiv 24.	„La police s'affiche aux beaux arts - ...“.....	258
Motiv 25.	Plakat-Motiv von 1936.....	261

Anmerkung:

Die auf den Plakaten verwendeten Schreibweisen werden in dieser Arbeit unverändert übernommen. So erklärt sich zum Beispiel das Fehlen von Akzenten als diakritischen Zeichen sowohl teilweise in der Kleinschreibung als auch nahezu durchgängig in der Großschreibung.

Katalogisierung der Korpus-Motive:

In der folgenden Katalogisierung sind alle in der untersuchten Literatur auffindbaren Details zu den Korpus-Motiven zusammengestellt. Die Reihenfolge basiert auf den mutmaßlichen Daten der Veröffentlichung. Bei einigen Motiven ergeben sich jedoch abweichende Angaben, die hier ohne Bewertung entsprechend wiedergegeben werden.

Zur Frage der zutreffenden Datierung der einzelnen Motive verweist Wlassikoff auf den Kontext der realen Ereignisse, die wiederum in den Medien aufgegriffen wurden:

„A cet égard, les publications de l'Atelier populaire – la plaquette, ‚Atelier populaire présenté par lui-même‘ et ‚Posters from the Revolution Paris, May 1968‘, chez Dobson, à Londres – fournissent quelques indications de dates précieuses, bien que parfois contradictoires. Le lien privilégié qu'entretient l'Atelier populaire des Beaux-Arts avec l'Union des jeunesses communistes marxistes léninistes (UJCML) se révèle dans la concomitance des mots d'ordre, de la mise en avant de certain luttes. De sorte qu'il possible de préciser des dates ou des périodes en se référant aux écrits de ce groupe, dans le quotidien ‚La Cause du peuple‘, notamment.“ (Wlassikoff 2008:25)

July sieht in den Publikationen der Plakat-Motive den Mangel einer konkreten historischen Anbindung der einzelnen Motive an die realen Ereignisse:

„Les affiches sont toujours en situation. Il est regrettable à cet égard que les ouvrages consacrés aux affiches respectent rarement les dates de création, ne se réfèrent quasiment jamais aux événements qui les suscitent, car justement l'atelier est d'abord par définition un lieu réactif.“ (July 2008:50)

Bezüglich der Plakat-Formate, deren Angaben vielfach nicht einheitlich sind, verweist Wlassikoff auf die unterschiedlichen Herstellungstechniken und deren Wechsel. Widersprüchliche Format-Angaben werden in dieser Arbeit unkommentiert wiedergegeben. Alle Größenangaben erfolgen in der Reihenfolge „Breite x Höhe“.

„Enfin, les formats sont donnés à titre indicatif dans la mesure où, d'une part, la découpe approximative conduisait à des irrégularités importantes pour les tirages similaires, d'autre part, des motifs ont fait l'objet de réimpressions en sérigraphie dans des formats différents de ceux d'origine, et enfin, la transcription en offset a également abouti à des variations de formats.“ (Wlassikoff 2008:25)

Zur Thematik der verwendeten Druckverfahren bemerkt Wlassikoff:

„Les mentions des procédés d'impression – lithographie et sérigraphie, au sein des ateliers, et ‚retirages‘ en offset chez des imprimeurs – sont plus partielles. En particulier, la transcription en

offset, dont il est probable que des créations plus nombreuses aient pu bénéficier.“ (Wlassikoff 2008:25)

Hinweis zur Ausgabe von Dobson/Bobbs-Merrill:

Dieses ursprünglich bei Dobson Books Ltd. in Großbritannien veröffentlichte Buch hat keine durchgängige Paginierung. Für die Zitierweise in dieser Arbeit wurde die Einleitung beginnend mit der Titelseite als Seite 1 mit den Seitenzahlen e1 bis e28 versehen. „e“ steht für Einleitung. Darauf folgen die im Buch paginierten Seiten 1 bis 96, auf denen die Plakat-Motive abgebildet sind. Das Nachwort ist wie die Einleitung nicht paginiert. Das Nachwort wurde mit den Seitenzahlen n1 bis n4 versehen. „n“ steht hier für Nachwort.

Zu den abgebildeten Plakat-Motiven auf den Seiten 1 bis 96 enthält das Buch die Übersetzungen der Motiv-Texte in englischer, italienischer, spanischer und deutscher Sprache. Die deutsche Version ist jeweils als Zitat zu den ausgewählten Motiven wiedergegeben.

Motiv 1.

15. Mai 1968

„UUU – Usines Universites Union“ (siehe Abbildung auf S. 155)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:31)	Negativ-Darstellung	
Dary (2008:31, 63)	negativ in Braun	
Dobson (1969:25)	Negativ-Darstellung	
Gasquet (1978:151)	Positiv-Darstellung, Hinweis auf Positiv- und Negativ-Version	
Mésa (1975:32)	Positiv-Darstellung, „UNION“ mit 2 Ausrufungszeichen	
Peters (1968:94)	Abbildung 89, s/w-Foto, Negativ-Darstellung	
Wlassikoff (2008:48)	negativ in Schwarz	Quelle der Abb.

Version 1

Größe:	55 x 41 cm, 82 x 48,7 cm
Farben:	schwarz auf weißem Untergrund
Material:	Zeitungspapier
Verfahren:	Sérigraphie

Version 2

Größe:	55 x 40 cm
Farben:	unbekannt
Material:	unbekannt
Verfahren:	Lithographie

Datierungen:

15. Mai	(Wlassikoff 2008:26)
14. Mai	(Dobson1969:e24)

Die deutsche Übersetzung:

„Betriebe Universitäten vereint“ (Dobson 1969:25)

Das erste Plakat wurde an der ENSBA am 14. Mai 1968 gedruckt. Die Lithographie „Usines Universités Union“ (weiße Schrift auf purpurfarbenem Untergrund) wurde von Gérard Fromanger

hergestellt. Die Auflage an diesem Nachmittag betrug auf Grund der komplexen und aufwändigen Drucktechnik nur 30 Exemplare. Ziel der Produktion war es nicht, das Motiv zu plakatieren. Vielmehr sollte es an Galerien verkauft werden. In der Selbstdarstellung des Atelier Populaire heißt es dazu:

„Dès le 14 mai, quelques élèves s'étaient retrouvés spontanément dans l'atelier de Lithographie et, prenant parti pour l'action directe, tiraient une première affiche: ‚USINE – UNIVERSITÉ – UNION‘.“ (Atelier Populaire 1968:7)

Gérard Fromanger sagt dazu rückblickend:

“I was among those who were supposed to take these lithographs to galleries to sell them.” (zitiert nach Tempest 2006:11).

Unmittelbar nach Fertigstellung nahmen sich jedoch Studenten die Exemplare und klebten sie an die Wände²²⁶.

„Gérard Fromanger fait un récit détaillé de la naissance de l'atelier, suite à l'initiative, aux Beaux-Arts, d'une première affiche exécutée en lithographie. Elle appelait à l'unité des travailleurs manuels et intellectuels – ce n'était pas une affiche à coller, mais une affiche à vendre, qui devait être confiée à des marchands d'art sympathisants, pour qu'ils en tirent trois sous au bénéfice des grévistes:

‚Usines-Université-Union, trois grosses lettres UUU. L'idée était de l'apporter dans une galerie amie pour la vendre. Mais on n'a pas fait dix mètres dans la rue, les étudiants se les sont arrachées et les ont collées sur les murs eux-mêmes. Alors nous avons compris: évidemment, c'est ça l'idée, c'est à ça qu'il faut que ça serve!...‘ („L'Atelier Populaire de l'ex-École des Beaux-Arts, entretien avec Gérard Fromanger“, matériaux pour une histoire de notre temps, vol 11, no 11, op. Cit. P 184-191)“
(Semin 2008:30/31)

Nach Gervereau wurde der Text dieses Plakats nicht in der ENSBA entwickelt, er existierte bereits als Slogan auf den Pariser Mauern und gelangte von dort in die Hochschule²²⁷. Dort entwickelten Künstler das entsprechende Plakat-Motiv.

226 Vergl. auch Gervereau (1988a:162).

227 „En fait, les artistes avaient repris un slogan qu'ils avaient vu sur les murs? Exactement! ‚Usine-Université-Union‘ c'était sur tous les murs au début. Nous l'avions repris.“ (Gervereau 1988c:189)

Motiv 2.

20. Mai 1968

„UNIVERSITÉ POPULAIRE OUI“ (siehe Abbildung auf S. 158)

(Fabrik (6 Dächer), Schornstein rechts mit Rauchwolke, Kuppel der Sorbonne über der Fabrik)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:20) s/w-Abbildung

Dobson (1969:52)

Gasquet (1978:171) s/w-Abbildung

Méssa(1975:16) s/w-Abbildung

Wlassikoff (2008:55) rot auf weiß

Quelle der Abb.

Version 1

Größe: 85 x 150 cm

Farben: rot bzw. schwarz auf weißem Untergrund

Material: papier arches (Papier-Bogen)

Verfahren: pochoir (Schablone)

Datierungen:

20. Mai (Atelier Populaire 1968:20)

Ende Mai und 2. Juni-Woche (Dobson 1969:e24)

Version 2

Größe: 42 x 59 cm, 46 x 58 cm

Farben: rot auf weiß

Material: unbekannt

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

nach dem 19. Mai (Wlassikoff 2008:27)

Die deutsche Übersetzung: „Universität für das Volk ja“ (Dobson 1969:52)

Zum Auftraggeber dieses Motivs vermerkt Wlassikoff: „Affiche demandée par le comité d'action de l'Education nationale, un des premiers CA²²⁸ constitués.“ (Wlassikoff 2008:27)

²²⁸ CA steht für „Comité d'action“.

Motiv 3.

22. Mai 1968

„oui usines occupees“ (siehe Abbildung auf S. 161)

Fabrik, Schornstein rechts („i“ von „oui“ als Schornstein)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Polulaire (1968:27) s/w-Abbildung

Dary (2008:48, 75) rot auf weiß

Dobson (1969:84)

Gasquet (1978:185) s/w-Abbildung

Wlassikoff (2008:58) rot auf weiß

Quelle der Abb.

Größe: 44 x 55 cm, 59 x 79 cm

Farben: schwarz auf weißem Untergrund

Material: unbekannt

Verfahren: Lithographie, dann Sérigraphie

Datierungen:

28. Mai (AtelierPolulaire 1968:27)

28. Mai (Dobson 1969:e26)

22. Mai (Wlassikoff 2008:28)

Die deutsche Übersetzung:

„Ja – besetzte Fabriken“ (Dobson:84)

Fotodokument: Plakate im Atelier (Dary 2008:21)

Fotograf: Philippe Vermès

Motiv 4.

(konkreter Erscheinungstermin unbekannt)

„NON“ (siehe Abbildung auf S. 163)

Fabrik, Schornstein links (als Zigarre mit Banderole) mit Rauchwolke

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Brandes (2008:9)	s/w-Abbildung	
Galerie (1998:158)	grün auf weiß	
Gasquet (1978:184)	s/w-Abbildung	Quelle der Abb.
Peters (1968:105)	Abbildung 130, s/w-Abbildung	

Größe: 50 x 69 cm, 50 x 70 cm, 34.5 x 50 cm

Farben: grün auf weißem Untergrund, schwarz auf weißem Grund

Material: papier à dessin (Zeichenpapier)

Verfahren: Sérigraphie

Gérard Paris-Clavel zur Signatur dieses Motivs:

„Je me souviens de celui qui a fait l'affiche avec le cigare et l'usine, il voulait la signer. Ça fait toute une histoire et il ne l'a pas fait finalement.“ (zitiert nach Gervereau 1988d:197)

Da Paris-Clavel zu den Künstlern der ENSAD zählt, ist daraus zu schließen, dass dieses Motiv auch an der ENSAD entstanden ist.

Motiv 5.

29. Mai 1968

„NOUS IRONS JUSQU’AU BOUT“ (siehe Abbildung auf S. 165)

fotografische Darstellung: Massen in einer Fabrikhalle²²⁹

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Dobson (1969:12)

Mésa (1975:86)

Peters (1968:102)

Wlassikoff (2008:82) rot auf weiß Quelle der Abb.

Version 1:

Größe: 56 x 78 cm

Farben: rot auf weiß

Material: unbekannt

Verfahren: Sérigraphie

Version 2:

Größe: 43,5 x 54,5 cm

Farben: schwarz/rot auf weiß (Bild in Schwarz, Text in Rot)

Verfahren: Offset

Datierungen:

29. Mai (Wlassikoff 2008:33)

4. Mai-Woche (Dobson 1969:e27)

Die deutsche Übersetzung:

„Wir werden bis zum Ende kämpfen“ (Dobson 1969:12)

²²⁹ Zum Hintergrund der Entstehung: „Affiche réalisée à partir d'une photographie de l'assemblée générale de Renault Billancourt, le 28 mai, qui rejette les protocoles d'accord de Grenelles.“ (Wlassikoff 2008:33)

Motiv 6. (Zentral-Motiv)

29. Mai 1968

„LA LUTTE CONTINUE“ (I) (siehe Abbildung auf S. 132)

Fabrik, Schornstein (mit Mauer-Kontur) links, rechte Faust aus dem Schornstein
(vergleiche auch Abbildung 8)

Quellen:

Atelier Populaire (1968:18)	s/w-Abbildung	
Brandes (2008:89)	s/w-Abbildung	
Dary (2008:48, 71)	Abbildung 29 (rot auf weiß), Abbildung 30 (rot auf weiß)	
Dobson (1969:96)		
Galerie (1998:120)	Abbildung 185 (grün auf weiß)	
Gasquet (1978:188)	s/w-Abbildung	
Mésa (1975:83)	s/w-Abbildung	
Peters (1968:98)	Abbildung 103, s/w-Abbildung	
Wlassikoff (2008:84)	rot auf weiß	Quelle der Abb.

Größe: 50 x 66 cm, 50 x 76 cm, 51 x 64 cm, 55 x 79 cm

Farben: grün auf weißem Untergrund

Material: Zeitungspapier

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

20. Mai (Atelier Populaire 1968:18)

29. Mai (Dobson 1969:e27)

6. Juni (Mésa 1975:83)

nach dem 28. Mai (Wlassikoff 2008:33)

Die deutsche Übersetzung: „Der Kampf geht weiter“ (Dobson 1969:96)

Wlassikoff zum Entstehungszusammenhang:

„De nombreuses affiches déclinent le slogan ‚La Lutte continue‘ après le 28 mai et les ‚accords‘ de Grenelle.“ (Wlassikoff 2008:33)

Motiv 7.

29. Mai 1968

„LA LUTTE CONTINUE – TOUS EN GREVE“ (siehe Abbildung auf S. 168)

fotografische Darstellung: Arbeiter hinter Gittern (Fotomotiv wie Abbildung 11, erweiterter Ausschnitt)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:30)

Dobson (1969:5)

Méssa (1975:41)

Wlassikoff (2008:83) rot auf weiß Quelle der Abb.

Größe: 32 x 45 cm, 80 x 118 cm
Farben: rot auf weiß, schwarz auf weiß
Material: unbekannt, großes Format auf Zeitungspapier
Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

4. Mai-Woche (Dobson 1969:e27)
26./27. Mai (Méssa 1975:41)
nach dem 28. Mai (Wlassikoff 2008:33)

Die deutsche Übersetzung:

„Der Kampf geht weiter“ (Dobson 1969:5)

Fotodokument: Foto der zum Trocknen aufgehängten Plakate (Dary 2008:6/7)

Fotograf: Philippe Vermès

Wlassikoff zum Entstehungszusammenhang:

„De nombreuses affiches déclinent le slogan ‚La Lutte continue‘ après le 28 mai et les ‚accords‘ de Grenelle.“ (Wlassikoff 2008:33)

Motiv 8.

30. Mai 1968

„LA LUTTE CONTINUE“ (II) (siehe Abbildung auf S. 170)

Fabrik, Schornstein (mit Mauer-Kontur) rechts, linke Faust aus dem Schornstein
(vergleiche auch Abbildung 6)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Mésa (1975:46)	s/w-Abbildung mit Hinweis „en deux couleurs“	Quelle der Abb.
Peters (1968:104)	Abbildung 127, s/w-Abbildung	

Größe:	unbekannt
Farben:	unbekannt
Material:	unbekannt
Verfahren:	Lithographie

Datierungen:

30. Mai	(Mésa 1975:46)
---------	----------------

Motiv 9.

(konkreter Erscheinungstermin unbekannt)

„LA LUTTE CONTINUE“ (III) (siehe Abbildung auf S. 172)

Fabrik, Schornstein (mit Mauer-Kontur) links, rechte Faust aus dem Schornstein
(vergleiche auch Abbildung 6)

Schablonen-Version (pochoir), zweifarbig: schwarz auf weiß mit Faust in Rot

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Gasquet (1978:189) schwarz und rot auf weiß, mit Hinweis: „Existe sur fond jaune.“

Quelle der Abb.

Größe:	80 x 120 cm
Farben:	schwarz/rot (Faust) auf weißem Untergrund
Material:	papier arches (Papier-Bogen)
Verfahren:	pochoir (Schablone)
Datierungen:	keine

Motiv 10.

31. Mai 1968

„VIVE LA LUTTE DES TRAVAILLEURS DANS LES PETITES ENTREPRISES“

(siehe Abbildung auf S. 174)

24 kleine Fabriken (6 davon mit Rauchwolken)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Polulaire (1968:78)	s/w-Abbildung	
Dary (2008:35)	s/w-Abbildung	
Dobson (1969:13)		
Gasquet (1978:79)	s/w-Abbildung	
Mésa (1975:89)	s/w-Abbildung	
Wlassikoff (2008:86)	schwarz auf weiß	Quelle der Abb.

Größe: 57 x 89,5 cm, 57 x 90 cm

Farben: Marone (Braunton) auf weißem Untergrund

Material: papier affiche (Plakat-Papier)

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

10. Juni (Dobson 1969:e26)

8./9. Juni (Mésa 1975:89)

nach dem 30. Mai (Wlassikoff 2008:34)

Die deutsche Übersetzung:

„Es lebe der Kampf der Arbeiter in den kleinen Betrieben“ (Dobson 1969:13)

Zur Entstehungsgeschichte liefern Semin und Wlassikoff die folgenden Hintergründe:

„La célébration du combat dans les PME²³⁰, qui éveille peu d'idées héroïques, a donné une affiche exemplaire, véritable modèle de mise en page: la 'petite entreprise' y est représentée par le pictogramme conventionnel de l'usine, adroitement miniaturisé et multiplié.“ (Semin 2008:35)

„En réponse aux négociations sectorielles souhaitées par la CGT pour faire cesser le mouvement, la production d'affiches, à partir du 28 mai, s'attache à témoigner que partout la grève se maintient, des plus grandes aux plus petites entreprises.“ (Wlassikoff 2008:34)

²³⁰ PME steht für „petites et moyennes entreprises“, vergleichbar mit der deutschen Abkürzung KMU für „kleine und mittlere Unternehmen“.

Motiv 11.

5. Juni 1968

„AUTOUR DE LA RESISTANCE PROLETARIENNE DANS L'USINE OCCUPEE VERS LA VICTOIRE DU PEUPLE!“ (siehe Abbildung auf S. 177)

fotografische Darstellung: Arbeiter hinter Gittern (Fotomotiv wie Abbildung 20, hier: engerer Ausschnitt)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:39)

Dobson (1969:46)

Galerie (1998:107) Abbildung 137 (blau auf weiß)

Wlassikoff (2008:98) blau auf weiß Quelle der Abb.

Größe: 57 x 79 cm, 60 x 84 cm

Farben: blau auf weiß

Material: unbekannt

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

nach dem 4. Juni (Wlassikoff 2008:37)

Die deutsche Übersetzung:

„Durch den proletarischen Widerstand in den besetzten Betrieben zum Sieg des Volkes“
(Dobson:46)

Zur Entstehung dieses Motivs erläutert Wlassikoff:

„La photographie des ouvriers à la grille de l'usine est parue dans la ‚Cause du peuple No 6‘, du 31 mai 1968, le mot d'ordre, ‚Autour de la Résistance prolétarienne dans l'usine occupée‘, fait la une du No 10 du même journal (4-5 juin 1968).“ (Wlassikoff 2008:37)

Zu den fotografischen Streikplakaten (Abbildungen 5, 7 und 11) von Bernard Rancillac gibt Wlassikoff die folgenden Erläuterungen:

„Les affiches de la première semaine de juin expriment le refus d’arrêter la grève et l’appel à la vigilance, voire à la résistance prolétarienne. C’est l’apparition de la série des visuels de Rancillac: la foule de l’AG de Billancourt ou des groupes derrière des grilles d’usines, poings levés, accompagnés de différents slogans, dont ‚Autour de la résistance prolétarienne dans l’usine occupée’.‛ (Wlassikoff 2008:17)

Motiv 12.

5. Juni 1968

„SOUTIEN AUX USINES OCCUPEES POUR LA VICTOIRE DU PEUPLE“

(siehe Abbildung auf S. 179)

Fabrik (3 Dächer) mit Schornstein rechts im Hintergrund, Massen außerhalb der Fabrik

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:32)	s/w-Abbildung	
Dary (2008:74)	Abbildung 39, rot auf weiß, mit schwachem „Stempel“	
Dobson (1969:4)		
Galerie (1998:104)	Abbildung 125 (dunkelblau auf weiß)	
Gasquet (1978:181)	rot auf weiß	
Méssa (1975:108)	s/w-Abbildung	
Peters (1968:45, 104)	Abbildung 15 (rot auf weiß), Abbildung 129 (s/w-Abbildung)	
Wlassikoff (2008:94)	rot auf weiß	Quelle der Abb.

Größe: 48,5 x 76 cm, 48 x 77 cm, 48,7 x 75,9 cm, 48 x 73 cm, 47 x 76,5 cm

Farben: dunkelblau auf weißem Untergrund

Material: papier affiche (Plakatpapier), Zeitungspapier

Verfahren: Sérigraphie/„Tirée également en offset.“ (Wlassikoff 2008:36)

Datierungen:

29. Mai (Atelier Populaire 1968:32)

Anfang Juni (Dobson 1969:e25)

15./16. Juni (Méssa 1975:108)

nach dem 4. Juni (Wlassikoff 2008:36)

Die deutsche Übersetzung:

„Unterstützung der besetzten Fabriken für den Sieg des Volkes“ (Dobson 1969:4)

Motiv 13.

5. Juni 1968

„CHOISSISSONS NOTRE TERRAIN DE COMBAT

– JUIN 68 DEBUT D'UNE LUTTE PROLONGEE“ (siehe Abbildung auf S. 182)

Fabrik, Schornstein (mit Mauer-Kontur) links, rechte Faust aus dem Schornstein

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Dobson (1969:94)

Gasquet (1978:150) s/w-Abbildung

Wlassikoff (2008:99) rot auf weiß Quelle der Abb.

Größe: 55 x 45 cm, 77 x 94 cm

Farben: schwarz auf weißem Untergrund

Material: papier affiche (Plakat-Papier)

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

nach dem 4. Juni (Wlassikoff 2008:37)

Die deutsche Übersetzung:

„Lasst uns unser Schlachtfeld suchen. Juni '68. Anfang eines andauernden Kampfes“ (Dobson 1969:94)

Motiv 14.

6. Juni 1968

„LA DETENTE S'AMORCE“ (siehe Abbildung auf S. 184)

Fabrik (5 Dächer), Schornstein links mit „Text“-Wolke, bewaffneter Soldat mit einem Stiefel auf der Fabrik

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Dobson (1969:37)

Galerie (1998:68) Abbildung 11

Gasquet (1978:195) „Brun sombre“

Mésa (1975:63) s/w-Abbildung

Peters (1968:46, 104) Abbildung 16 (blau auf weiß), Abbildung 125 (s/w-Abbildung)

Wlassikoff (2008:103) schwarz auf weiß Quelle der Abb.

Größe: 89 x 71 cm, 57 x 45 cm, 89 x 66 cm, 56,5 x 43,5 cm, 48 x 23 cm

Farben: dunkelbraun auf weißem Untergrund

Material: papier affiche (Plakat-Papier)

Verfahren: Sérigraphie, Offset (rot auf weiß)

Datierungen:

7. Juni (Dobson 1969:e19)

3. Juni (Mésa 1975:63)

am Morgen des 6. Juni (Wlassikoff 2008:39)

Die deutsche Übersetzung:

„Die Entspannung beginnt“ (Dobson 1969:37)

Wlassikoff zum Entstehungszusammenhang:

„Première affiche de l'Atelier populaire en réaction à la nouvelle de l'envahissement de l'usine de Flins par le CRS, à l'aube du 6 juin.“ (Wlassikoff 2008:39)

Motiv 15.

8. Juni 1968

„OUVRIERS ETUDIANTS POPULATION

LIAISON effective FLINS“ (siehe Abbildung auf S. 187)

Schornstein links aus „L“ von „Liaison“ mit „Text“-Wolke

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:62)	s/w-Abbildung, „Tirée à Flins dans la clandestinité, 15 juin“	
Dary (2008:76)	Abbildung 49, schwarz auf weiß, mit schwachem „Stempel“	
Dobson (1969:39)		
Galerie (1998:103)	Abbildung 118	
Gasquet (1978:76)	s/w-Abbildung, „Noir sur fond jaune“	
Mésa (1975:118)	schwarz auf weiß	
Peters (1968:105)	Abbildung 132, s/w-Abbildung	
Wlassikoff (2008:107)	rot auf weiß	Quelle der Abb.

Größe:	60 x 80 cm, 59 x 89 cm
Farben:	schwarz auf gelbem (!) Untergrund
Material:	papier affiche, teinté (getöntes/farbiges Plakat-Papier), Zeitungspapier
Verfahren:	Sérigraphie
Datierungen:	
10. Juni	(Dobson 1969:e25)
19. Juni	(Mésa 1975:118)
15. Juni	(Atelier Populaire 1968:62)
8./9. Juni	(Wlassikoff 2008:39)

Die deutsche Übersetzung:

„Arbeiter, Studenten, Bevölkerung. Effektive Verbindung in Flins/Renault Fabrik bei Paris“
(Dobson 1969:39)

Zum Hintergrund der Entstehung erläutert Wlassikoff:

„Quelques témoignages de l'intense production durant le week-end du 8 et 9 juin qui accompagne la ‚bataille‘ de Flins, entre forces de l'ordre et jeunes ouvriers et étudiants venus les rejoindre; la CGT, quant à elles, dénonce: ‚les groupes étrangers à la classe ouvrière, entraînés quasi militairement‘.“ (Wlassikoff 2008:39)

Motiv 16.

10. Juni 1968

„TOUTE LA PRESSE EST TOXIQUE

lisez: les tracts les affiches La Journal Mural“ (siehe Abbildung auf S. 190)

Fabrik (3 Dächer), Schornstein (mit Mauer-Kontur) links, rechte Faust aus dem Schornstein

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:93)	s/w-Abbildung, „les seuls moyens d'information libre“	
Dary (2008:117)	Abbildung 210, schwarz auf weiß, mit schwachem „Stempel“	
Dobson (1969:48)		
Gasquet (1978:119)	s/w-Abbildung	
Mésa (1975:99)	schwarz auf weiß	
Wlassikoff (2008:121)	blau auf weiß	Quelle der Abb.

Größe:	87 x 64 cm
Farben:	schwarz auf weißem Untergrund, dunkelgrün auf weißem Grund
Material:	Zeitungspapier
Verfahren:	Sérigraphie

Datierungen:

12. Juni	(Atelier Populaire 1968:93)
12. Juni	(Dobson 1969:e21)
10./11. Juni	(Mésa 1975:99)
zwischen dem 10. und 13. Juni	(Wlassikoff 2008:42)

Die deutsche Übersetzung:

„Die ganze Presse ist vergiftet – Lesen Sie: Die Flugblätter Die Plakate Die Wandzeitung“ (Dobson 1969:48)

Wlassikoff zum Entstehungszusammenhang dieses Motivs:

“Dernière salve contre la presse et l'information frelatée.” (Wlassikoff 2008:42)

Motiv 17.

12. Juni 1968

„VIVE LES OCCUPATIONS D’USINES“ (siehe Abbildung auf S. 193)

Fabrik (3 Dächer, schräg dargestellt), Schornstein rechts (ohne Konturen), Massen „in“ der Fabrik

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Brandes (2008:88)	schwarz auf weiß	Quelle der Abb.
Gasquet (1978:188)	rot auf weiß, „Violet sur fond blanc“	
Mésa (1975:41)	schwarz auf weiß	
Peters (1968:105)	Abbildung 133, s/w-Abbildung	
Wlassikoff (2008:40)	s/w-Abbildung	

Größe: 48 x 65 cm, 45 x 56 cm

Farben: schwarz auf weiß, rot auf weiß, violett auf weiß

Material: Zeitungspapier

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

10. Juni (Dobson 1969:e26)

27. Mai (Mésa 1975:41)

12. Juni (Wlassikoff 2008:40)

Zum Entstehungshintergrund:

„Les ouvriers métallurgistes forment le dernier carré du refus; plus de cent mille d'entre eux sont encore en grève le 12 juin.“ (Wlassikoff 2008:40)

Motiv 18.

ab 13. Juni 1968

„LA LUTTE CONTINUE – JOURNAL MURAL 3“ (18. Juni 1968)

(siehe Abbildung auf S. 196)

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Dary (2008:121)	grün auf weiß, mit schwachem „Stempel“	
Dobson (1969:49)		
Mésa (1975:102)	s/w-Abbildung, mit schwachem „Stempel“	
Wlassikoff (2008:43, 128)	s/w-Abbildung, grün auf weiß	Quelle der Abb.

Größe:	94 x 116 cm
Farben:	grün auf weiß
Material:	unbekannt
Verfahren:	Sérigraphie

Insgesamt sind auf Grund der vorliegenden Literatur insgesamt 5 Ausgaben des „Journal Mural“ belegt²³¹. Die Daten für den gesamten Veröffentlichungszeitraum liegen zwischen dem 10. Juni und dem Ende des Monats Juni 1968.

„Un contact permanent étant maintenu avec les différents pôles révolutionnaires, l'atelier populaire, en accord avec les A. G. de l'École, décide de publier un 'journal mural' diffusé comme les affiches (collage dans la rue) afin de faire passer une information non filtrée.“ (Mésa 1975:100)

Nach Mésa (existieren die folgenden Ausgaben (Mésa 1975:100ff):

„Journal Mural“ (ohne Numerierung) vom 10. Juni

„Journal Mural 1“ ohne Datierung

„Journal Mural 2“ vom 11. Juni

„Journal Mural 3“ vom 15. Juni

„Journal Mural 4“ vom 17. Juni

Eine sechste Ausgabe²³² stand unmittelbar bevor, als die CRS in den Morgenstunden des 27. Juni 1968 die ENSBA besetzte.

²³¹ Vergl. „Wall newspaper: five issues are produced from June 10 to the end of June“ (Dobson 1969:21) und zum Journal Mural No 3: „Journal Mural No 3, cinq numéros sont imprimés du 13 au 21 juin.“ (Wlassikoff 2008:43)

²³² Vergl. Sprigath (1970:52).

Zu den Zielsetzungen des „Journal Mural“ formuliert Wlassikoff:

„Selon leur concepteurs, les affiches sont parmi les seuls supports à détenir une information authentique, ce qui justifie d'autant l'impression des longs communiqués et des proclamations regroupés au sein du ‚Journal mural‘, dont le premier numéro date du 12 juin. ‚Nous avons tiré cinq numéros du ‚Journal mural‘ sous le signe du poing levé. Dans quel but? Celui d'informer. nous avons voulu rendre compte véritablement des luttes du peuple, donner des informations variées que la presse bourgeoise cachait ou déformait.“²³³ Le contenu est largement inspiré du périodique ‚La Cause du peuple‘, lancé par l'UCML²³⁴ début mai, et la facture en est également proche.“ (Wlassikoff 2008:18)

Das „Atelier Populaire“ schreibt selbst über das „Journal Mural“ als über eines von zwei Experimenten²³⁵:

„Nous avons tiré cinq numéros du journal mural sous le sigle du poing levé. Dans quel but? Celui d'informer.

Nous avons voulu rendre compte véritablement des luttes du peuple, donner des informations vraies que la presse bourgeoise cachait ou déformait.

Comment avons-nous eu ces informations? Nous les avons recueillies principalement auprès des militants des comités d'action, eux-mêmes liés aux travailleurs. Nous avons aussi fait apparaître des informations importantes que la presse ne mettait pas à sa juste place.

Un des moyens utilisés a été la bande dessinée.“ (Atelier Populaire 1968:14/15)

Das „Journal Mural“ des Pariser Mai '68 erinnert an die ROSTA-Fenster²³⁶ aus der Zeit der Russischen Revolution. Diese Wandzeitungen der ROSTA gehörten seit Mitte des Jahres 1919 zu den Aktivitäten der Agentur. Treibende Kraft dort war unter anderem der russische Künstler Wladimir Majakowski. Zur Funktion dieser Wandzeitungen schreibt Ulrich Krempel:

„Die Fenster übernehmen die Funktion der Zeitungen, die vielfach aus Papiermangel nicht erscheinen;...“ (Krempel:34)

Diese ROSTA-Fenster stellen prägnante Beispiele in der sowjetischen Plakat-Kunst. Krempel begründet dies mit der Knappheit und Präzision der Darstellung sowie der parteilichen und realistischen Erfassung des dargestellten Themas²³⁷.

233 Hier zitiert Wlassikoff das Atelier Populaire. Vergl. Atelier Populaire (1968:14/15).

234 Die Abkürzung UCML steht für „Union des jeunes communistes marxistes-léninistes“.

235 Das zweite Experiment bezieht sich auf das „Atelier de Marionnettes“, ein Straßen-Marionnetten-Theater.

236 ROSTA steht ursprünglich als Abkürzung für die „Russische Telegraphenagentur beim Allrussischen Zentralen Exekutivkomitee der Bolschewistischen Partei“.

237 Vergl. Krempel (1973:35).

zu Motiv 18:

Alle 5 Ausgaben des „Journal Mural“ im Überblick

JOURNAL MURAL
17 JUNE

IL FAUT-DIT POMPIDOU. REALISER AU SEIN DES FRANÇAIS UN MAXIMUM DE FRATERNITE ? COMMENT SE REALISE CETTE FRATERNITE ?
En organisant la manifestation quinquennale du Mont-Solierien
En libérant toute autre manifestation en France
En expulsant 161 antistes bourgeois et tout les membres membres d'organisations.
En autorisant la création d'extremes droites Occidentales
En permettant la dissolution d'organisations.

QUELLES SONT CES ORGANISATIONS ?
En permettant le dialogue au sein des organisations politiques.
En permettant la prise de conscience au sein des organisations politiques.
En permettant la prise de conscience au sein des organisations politiques.

QU'EST CE QU'UNE UNIVERSITE ?
C'est un lieu de rencontres.
Où les étudiants, enseignants et chercheurs échangent leurs connaissances.
Où ils échangent leurs connaissances.
Où ils échangent leurs connaissances.
Où ils échangent leurs connaissances.

COMITES D'ACTION

JOURNAL MURAL
17 JUNE

FASCISME
17 JUNE

DOCKERS
17 JUNE

REPRESION
17 JUNE

BATELIERS
17 JUNE

JOURNAL MURAL
17 JUNE

LA CRÈME CONTINUE
17 JUNE

JOURNAL MURAL
17 JUNE

RELEVÉS
17 JUNE

JOURNAL MURAL
17 JUNE

RELEVÉS
17 JUNE

JOURNAL MURAL
17 JUNE

RELEVÉS
17 JUNE

Motiv 19.

19. Juni 1968

„pour un enseignement au service du peuple

NON A L'UNIVERSITE DE CLASSE“ (siehe Abbildung auf S. 198)

2 Fabriken (spiegelbildlich), Schultafel an 2 Schornsteinen rechts und links

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:90) s/w-Abbildung, „Le mot d'ordre des étudiants“

Dary (2008:64) Abbildung 5, schwarz auf weiß, mit „Stempel“

Dobson (1969:56)

Galerie (1998:94) Abbildung 91

Gasquet (1978:171) schwarz auf weiß

Mélsa (1975:119) schwarz auf weiß

Quelle der Abb.

Größe: 50 x 65 cm, 52 x 87 cm, 51 x 87 cm

Farben: schwarz auf weißem Untergrund

Material: papier affiche (Plakat-Papier)

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

4. Mai-Woche (Dobson 1969:e24)

19. Juni (Mélsa 1975:119)

Die deutsche Übersetzung:

„Für eine Ausbildung (,) die dem Volke dient (.) Nein zur Klassen-Universität“ (Dobson 1969:56)

Motiv 20.

20. Juni 1968

„MAI 68

DEBUT D'UNE LUTTE PROLONGEE“ (siehe Abbildung auf S. 201)

Fabrik (“MAI 68”), Schornstein links, Fahne nach rechts wehend

Quellen (mit Angaben zur Abbildung):

Atelier Populaire (1968:77)	schwarz auf weiß, „La grève réussie, la lutte continue“	
Brandes (2008:34)	schwarz auf weiß	
Dary (2008:65)	Abbildung 16, rot auf weiß, mit schwachem „Stempel“	
Dobson (1969:1)	Titelseite	
Galerie (1998:120)	Abbildung 188	
Gasquet (1978:199)	rot auf weiß, mit schwarzem Stempel	
Mésa (1975:117)	rot auf weiß	
Peters (1968:104)	Abbildung 124, s/w-Abbildung	
Wlassikoff (2008:140)	rot auf weiß	Quelle der Abb.

Größe: 42 x 65 cm, 51 x 78 cm, 44,5 x 72 cm, 70 x 71 cm, 58 x 78 cm, 49,5 x 76,5
cm

Farben: rot auf weißem Untergrund

Material: Zeitungspapier

Verfahren: Sérigraphie

Datierungen:

18. Juni (Mésa 1975:117)

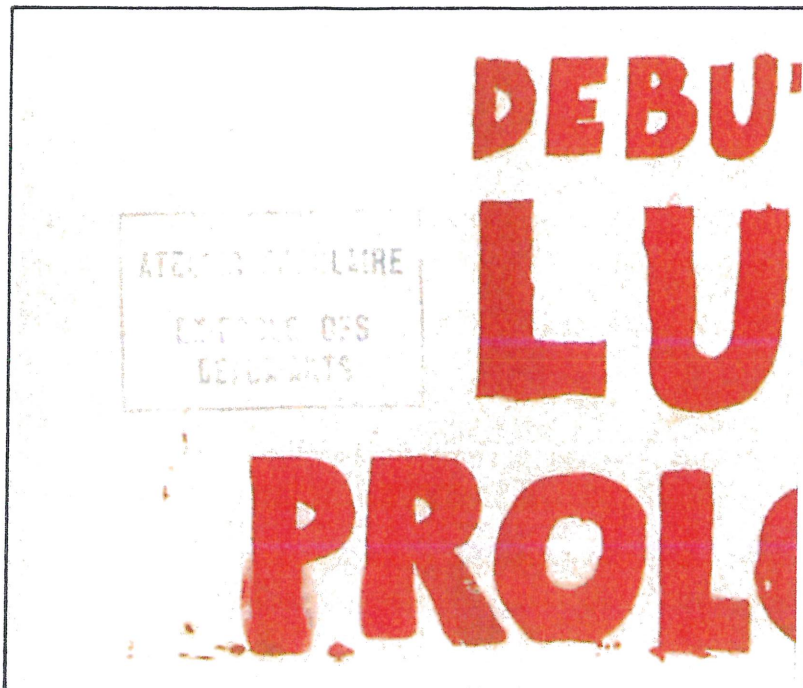
20. bis 25. Juni (Wlassikoff 2008:45)

Zum Entstehungshintergrund:

„Deux des ultimes affiches prenant date autour du mot d'ordre de ‚lutte prolongée‘.“ (Wlassikoff 2008:45)

Motiv 21.

Beispiele unterschiedlicher „Stempel“ als Plakat-Signaturen

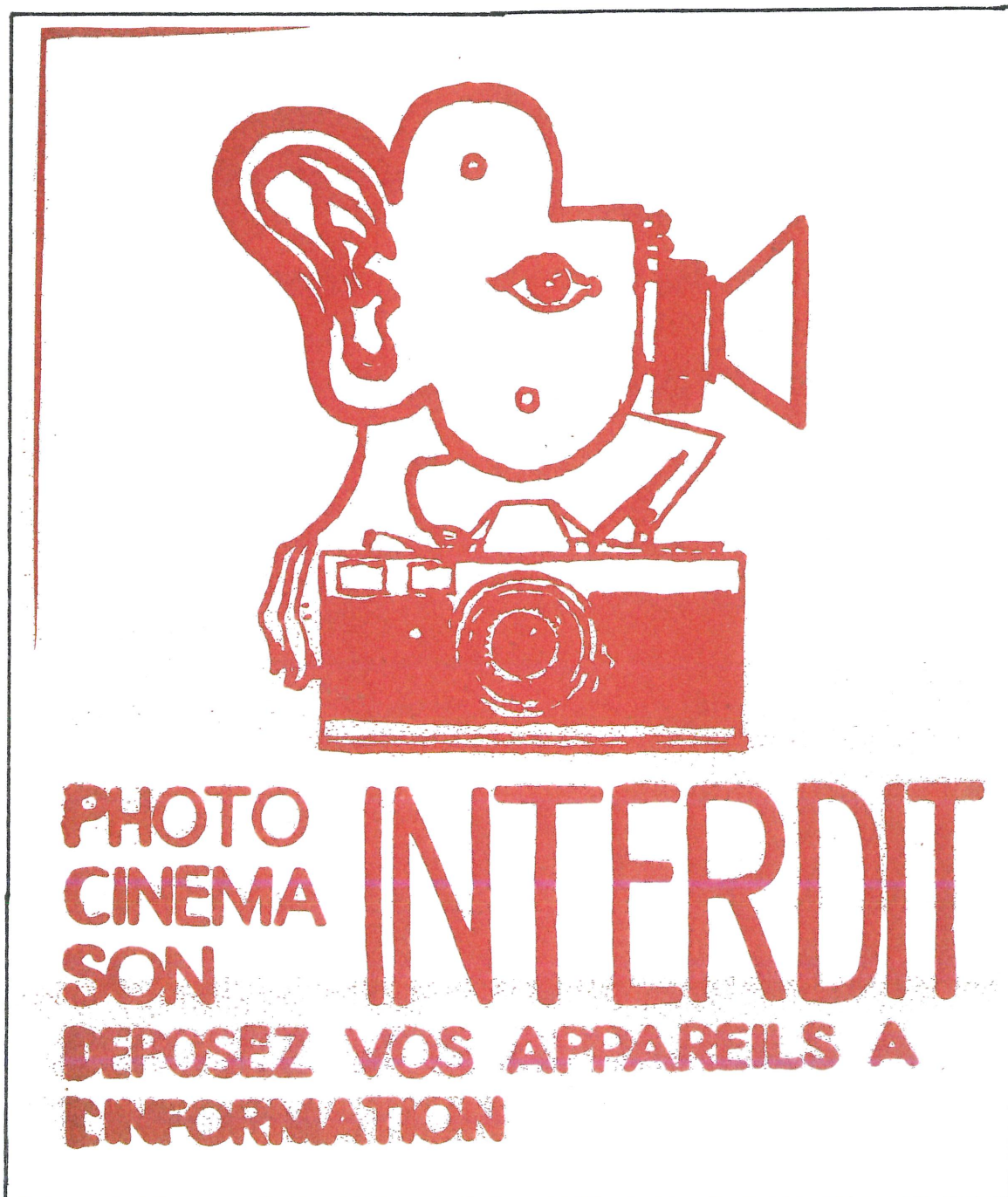


Motiv 22.

(konkreter Erscheinungstermin unbekannt)

Motiv der ENSBA zum Fotografier-Verbot

(Quelle: Mésa 1975:20)



Motiv 23.

Weitere „Fabrik“-Varianten



Anmerkung:

Diese Motive tauchen in unterschiedlichen Zusammenhängen auf, sind jedoch nicht mit erläuternden Informationen versehen. Sie dienen an dieser Stelle lediglich zur Illustration der kreativen Vielfalt im Pariser Mai/Juni 1968.

Motiv 24.

27. Juni 1968

„La police s'affiche aux beaux arts - ...“



Das letzte Plakat der ENSBA:

„La police s'affiche aux beaux arts – Les beaux arts s'affichent dans la rue“

Quelle: Peters 1968:64 u. a.
Größe: 48 x 64 cm (Wlassikoff 2008:45)
60 x 80 cm (Galerie 1998:155)
Farben: Schwarz auf Weiß, Rot auf Weiß
Material: papier affiche
Verfahren: Sérigraphie

Das letzte Plakat-Motiv der ENSBA wurde in die Reihe der Abbildungen zu der vorliegenden Arbeit aufgenommen, obwohl es der thematischen Zuordnung der „Fabrik“-Motive nicht entspricht. Dafür sprechen im Wesentlichen zwei Gründe: Zum einen markiert dieses Motiv das definitive Ende der gesamten Produktionsphase an der ENSBA. Zum anderen entspricht der gesamte Aufbau dieses Motivs der Plakat-Ästhetik, die u. a. auch für die Motiv-Gruppe der „Fabrik“-Motive typisch und prägend ist. Es entstand am 27. Juni 1968²³⁸ nach der Besetzung der Schule durch die CRS: „La Police s'affiche aux Beaux-Arts – Les Beaux-Arts affichent dans la Rue“ (mit dem Stempel „ATELIER POPULAIRE“).

Ohne an dieser Stelle eine detaillierte Analyse des visuellen und verbalen Zeichensystems sowie deren Vernetzung vorzunehmen, strahlt dieses Motiv in besonderer Weise das Selbstbewusstsein, die Entschlossenheit und die Kreativität der politischen Künstler aus.

Peters stützt diese Bewertung, indem er resümiert:

„Mit der Besetzung der Kunstschule durch die Polizei, die vergeblich nach Waffen suchte, war und ist der Plakatfeldzug jedoch noch nicht gestoppt, denn ‚die revolutionäre Kunst bleibt in der Welt‘ (...), ‚die Beaux-Arts werden weiterhin die Straße mit ihren Plakaten beleben‘ (...).“ (Peters 1968:73)

Nach den Ausführungen von July handelt es sich bei diesem Motiv um einen Entwurf von Fromanger in Zusammenarbeit mit Merri Jolivet:

„Les conséquences de l'Atelier Populaire sont peut-être plus importantes que sa production propre. Prenons le cas de Fromanger. Il participe aux premières heures de l'atelier. Il est l'auteur d'une des

²³⁸ Vergl. dazu: „27 juin, réalisée quelques heures après l'occupation de l'école des Beaux-Arts par la police“ (Atelier Populaire 1968:95).

premières affiches et de la dernière réalisée avec Merri Jolivet, après l'évacuation des Beaux-Arts par la police.“ (July 2008:51)

Wie sehr auch dieses Motiv einen künstlerischen Reflex auf die aktuellen Auseinandersetzungen darstellt, der gleichermaßen als politische Aktion wirkt, zeigen die Aussagen von Gervereau:

„Quand les CRS ont occupé les Beaux-Arts, nous avons été accueillis par le PSU, rue Mademoiselle. Le matin, les journaux titraient ‚les CRS occupent les Beaux-Arts' et il y avait sur tous les murs de Paris: ‚La police s'affiche aux Beaux-Arts, les Beaux-Arts affichent dans la rue'. Nous avons travaillé toute la nuit pour la tirer...“ (Gervereau 1988c:191)

Auch nach Wlassikoff lag der Produktionsort für dieses letzte Motiv nicht mehr in der ENSBA, sondern im Büro der PSU:

„Le soir même, quelques contributeurs de l'Atelier installent un châssis dans les locaux du PSU, rue Mademoiselles, et livrent l'ultime affiche signée de l'Atelier populaire de l'ex-école des Beaux-Arts: ‚La police s'affiche aux Beaux-Arts, les Beaux-Arts affichent dans la rue'.“ (Wlassikoff 2008:19)

Bernard Rancillac und Eric Seydoux richteten in einer protestantischen Kirche eine kleine Werkstatt ein und produzierten noch weitere Motive²³⁹.

Die französische Staatsmacht vermutete Offset-Drucktechnik in der ENSBA, fand aber keine Maschinen:

„A la fin, quand les CRS ont investi l'école, ils ont cherché partout les machines offset pendant que types partaient tranquillement avec les cadres de sérigraphie sous les bras...“ (Gervereau 1988c:185)

239 Vergl. Tempest (2006:25).

Motiv 25.

Plakat-Motiv von 1936: „CGT: 40 heures“



(Quelle: www2.ac-lyon.fr/.../Savoir_lire_et_comprendre_une_affiche_politique.pdf)

July sieht in zahlreichen Plakat-Motiven des Pariser Mai '68 die Wiederaufnahme der Ikonografie des Jahres 1936:

„La représentation ouvrière par l'atelier des Beaux-Arts reprend spontanément l'iconographie ouvriériste de 1936. L'affiche du 21 mai ‚nous sommes le pouvoir‘ met en scène un groupe plus sculpté que dessiné de six silhouettes ouvrières, dont deux au moins avec casquette, bleu de chauffe, l'une tenant une clé à molette, l'autre brandissant un poing carré. Ce motif, l'un des plus emblématiques de la production de l'atelier est repris début juin avec ‚la lutte continue‘ (...). Iconographie 36 toujours: les affiches représentant des usines avec les verrières en dent de scie et des hautes cheminées; c'est le cas de l'affiche du 22 mai: ‚Oui Usines Occupées‘. Il est vrai qu'en 1968, nous sommes plus proches du Front Populaire, que nous le sommes aujourd'hui de 1968.“ (July 2008:48)

Das auf Seite 268 abgebildete Motiv stammt aus dem Mai 1936 und wurde im Auftrag der französischen CGT von einem Künstler namens Peiros (weitere Informationen stehen hier leider nicht zur Verfügung) entworfen. Die Darstellung von Fabriken mit rauchenden Schornsteinen bildet den Hintergrund dieses Motivs. Die Fabriken bilden vom linken bis zum rechten Rand des Motivs den Horizont bzw. Hintergrund. Die Vielzahl der Dachspitzen der Fabrikhallen und die insgesamt sichtbaren 8 Schornsteinen vermitteln statt der Abbildung einer einzigen Fabrik eher den Eindruck einer Fabrik- bzw. Industrie-Landschaft, die als schwarze und nicht weiter konturierte Fläche durchaus als bedrohlich und wenig einladend interpretiert werden kann. Die spezifische Formgebung der Fabrik(en) erinnert stark an die Fabrik-Darstellung des Plakat-Motivs 17 dieser Arbeit.

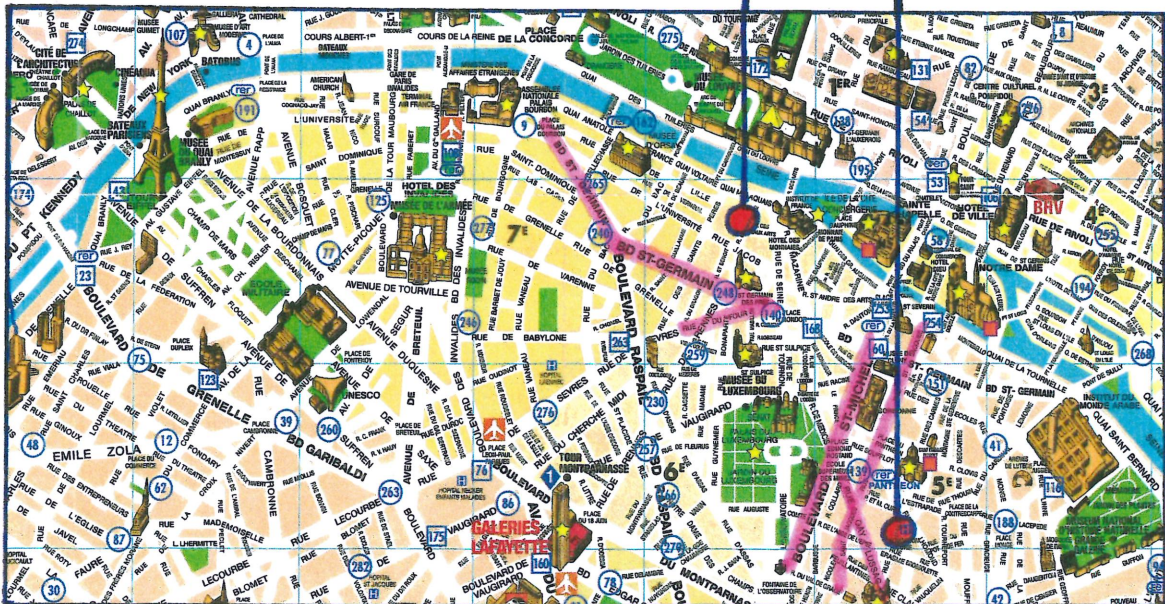
Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1.	Die Orte des Geschehens (Paris und Großraum Paris).....	264
Abbildung 2.	Aktuelle Fabrik-Icons (Frankreich, Deutschland, Spanien).....	265
Abbildung 3.	Titelseite des Magazins der WGZ-Bank.....	268

Abbildung 1. Die Orte des Geschehens (Paris und Großraum Paris)

Die ENSAD in der „Rue d’Ulm“ im 5. Arrondissement

Die ENSBA in der „Rue Bonaparte“ im 6. Arrondissement



Das Zentrum der „Barrikaden-Nacht“ vom 10./11. Mai 1968:

„Boulevard Saint-Germain“, „Boulevard Saint-Michel“, „Rue du Four“, „Rue Gay Lussac“ und „Rue Saint-Jacques“



Die Universität von Nanterre:

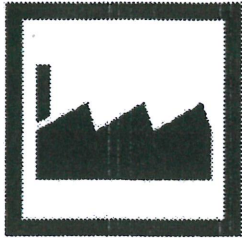
„Université Paris Oest Nanterre La Défense“

Die Pariser Sorbonne:

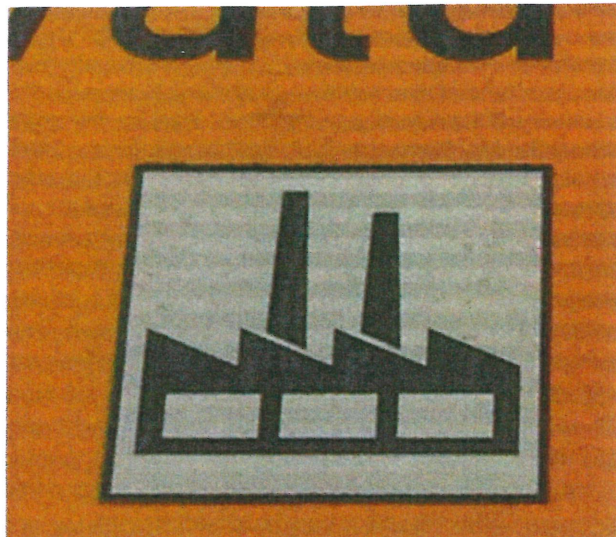
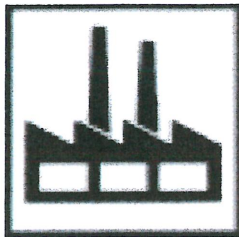
„Université Paris-Sorbonne“

Abbildung 2. Aktuelle Fabrik-Icons (Frankreich, Deutschland, Spanien)

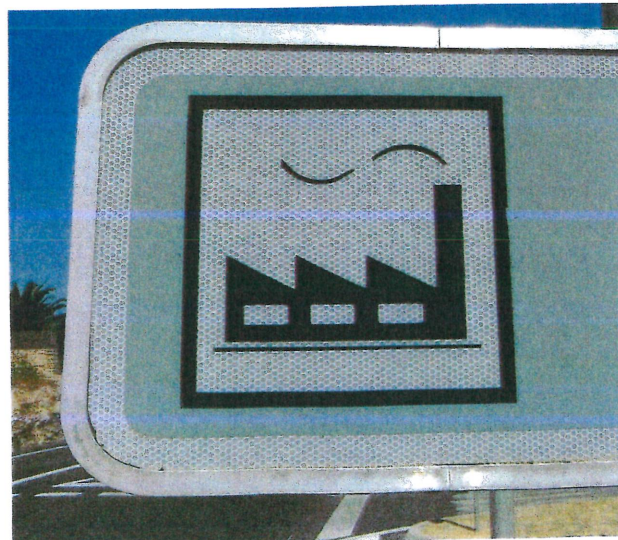
Frankreich: das Zeichen ID 35



Deutschland: das Zeichen V13
(Foto: Detlev Rossa)



Spanien: Hinweisschild
(Foto: Detlev Rossa)



Die Grundstruktur der vereinfachten Abbildung einer Fabrik aus einer Kombination aus Fabrikhalle mit Sheddach und einem (rauchenden) Schornstein findet sich aktuell an vielen Stellen in der Öffentlichkeit und in zahlreichen medialen Darstellungen.

Ohne Anspruch auf Repräsentativität zeigen vier Beispiele²⁴⁰ die Kontinuität der Darstellungsweise der „Fabrik“ von 1968 bis heute. Drei dieser Beispiele resultieren aus der Wahrnehmung des Straßenbildes und seiner Verkehrs- und Hinweisschilder, eines aus Frankreich, eines aus Deutschland und eines aus Spanien (fotografiert auf Mallorca).

Frankreich: das Zeichen ID 35 (ID steht für „idéogramme“) für „Zone industrielle ou parc d'activités“

Dieses Zeichen findet sich sowohl in der „Annexe de l'arrêté du 24 novembre 1967 relatif à la signalisation des routes et autoroutes“ wie auch den „Décrets, arrêtés, circulaires“ des „Ministère de l'écologie, du développement durable, des transports et du logement“ vom 6. Dezember 2011 als Aktualisierung der Version von 1967. Die Darstellung der Fabrik ähnelt hier sehr stark den Darstellungen in den ausgewählten Plakat-Motiven, insbesondere durch die drei Dachspitzen und einen einzigen Schornstein, die in ihrer Anordnung u. a. den Motiven 6 (Zentral-Motiv) und 20 entsprechen. Die Formgebung der Dachspitzen wiederum ist durch die Schräge aller Flächen derjenigen im Motiv 17 ähnlich. Die weiße Trennlinie zwischen der Fabrikhalle und dem Schornstein erzeugt in der zweidimensionalen Darstellung eine bildliche Tiefe. Der Gesamteindruck dieses Zeichens ist durch das Fehlen von „Fensteröffnungen“ in der Fabrikhalle eher schwer.

Deutschland: das Zeichen V 13 (V steht für Verkehrsziele) für „Industriegebiet, Gewerbegebiet“

Die Bundesanstalt für Straßenwesen (BASt) verzeichnet das abgebildete Piktogramm in der Übersicht „Verkehrszeichen und Symbole“ unter den „Symbolen der Richtlinien für die wegweisende Beschilderung außerhalb von Autobahnen 2000“ als Symbol für „Industriegebiet, Gewerbegebiet“²⁴¹. Hier kommen vier Dächer (jedoch wie in der spanischen Version drei Fenster/Öffnungen) zum Einsatz, die in der grafischen Form der spanischen Variante sehr ähnlich sind. Allerdings befinden sich die Schornsteine (hier zwei Schornsteine) ohne Rauchentwicklung zentral hinter der Fabrikhalle.

240 Siehe auch Abbildung 3.

241 Vergl. BASt (o. J.:1).

Spanien: das spanische Piktogramm „Industriegebiet/Gewerbegebiet“

Wie in der Mehrzahl der Darstellungen aus dem Pariser Mai 1968 verfügt die Fabrikhalle in der Abbildung über drei Einzeldächer, die architektonisch mit je einem negativ-weißen Rechteck (Hinweis auf ein Fenster oder eine Öffnung) kombiniert sind. Zwei weitere Details zeigen ebenfalls Parallelen: Am Rand (hier dem rechten Rand) ist der Schornstein angesetzt, der seinen Rauch (nicht als vollflächige Wolke, sondern in der Form von zwei feinen Linien, die nahezu beschwingt wirken) in Richtung der Fabrikhalle entlässt. Abweichend von der französischen Variante verzichtet das spanische Zeichen durch das Fehlen einer weißen Trennlinie zwischen Schornstein und Fabrikhalle auf eine bildliche Tiefe. Die Gesamtanmutung der spanischen und der deutschen Version ist allerdings sehr ähnlich.

Abbildung 3. Titelseite des Magazins der WGZ-Bank



(Quelle: Unternehmensmagazin der WGZ-Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank, Ausgabe 2/2011, Mai 2011)

Das dritte Beispiel stellt die Abbildung auf der Titelseite eines Unternehmensmagazins dar. Hier in der dreidimensionalen grafischen Darstellung gezeigt, verfügt die Fabrikabbildung ebenfalls über eine Fabrikhalle mit drei Einzeldächern und hier kombiniert mit zwei Schornsteinen.

Der nicht repräsentative Vergleich zwischen den „Fabrik“-Darstellungen des Jahres 1968 zu einigen Darstellung aus den Jahren 2011 und 2012 zeigt ein hohes Maß an Ähnlichkeit in der Gestaltung. Analog zur weitgehend identischen grafischen Darstellung ist davon auszugehen, dass auch das Objekt, auf das diese Darstellung verweist und sich bezieht, in den vergangenen mehr als vierzig Jahren nahezu unverändert geblieben ist.

Selbst wenn sich natürlich auf Grund der Veränderungsprozesse in der industriellen Produktion das Gesamtbild der Industrie-Architektur gewandelt hat oder sich zumindest durch die Tendenz zu einem höheren Anteil des Dienstleistungsbereiches ein anderes Erscheinungsbild ergibt, ist der spezifische Baukörper aus einer Kombination von Fabrikhalle und Schornstein in der Realität noch immer ein Indiz für den konkreten Standort von Industrie und damit auch von den entsprechenden Arbeitsplätzen.

Die Tatsache, dass die heutige „Fabrik“-Darstellung im Straßenverkehr und in der Wegweisung verstanden wird, belegt zum einen die hohe Konstanz des gewählten Zeichens, zum anderen zeigt sie aber auch die feste und über die Jahre tradierte Position dieser Darstellung als Teil des kollektiven Zeichenvorrats.

Primärquellen-Verzeichnis

Die hier genannten Bücher sind in einem separaten Primärquellenverzeichnis zusammengestellt, da sie die materielle Grundlage für das Korpus dieser Arbeit bilden. Hier sind die Plakat-Motive als verkleinerte gedruckte Wiedergaben der Original-Motive dargestellt.

Atelier Populaire

1968: Atelier Populaire présenté par lui-même, 87 affiches de mai-juin 68 (Bibliothèques de Mai), Paris: 1968 U.U.U édition (Usines Universités Union).

Dary²⁴²

2008: Anne Dary u.a.: Les affiches de mai 68, Paris: Beaux-Arts de Paris les éditions/Musée des beaux-arts de Dole.

Dobson

1969: Atelier Populaire – Mai 68 Debut d'une lutte prolongee – Texts and Posters by Atelier Populaire – Posters from the Revolution, Paris, May 1968, London: Dobson Books Ltd. (und: Indianapolis/New York: The Bobbs-Merrill Company.), Online-Paper: http://1000littlehammers.files.wordpress.com/.../may68-posters_from_the_revolution.pdf (Stand: 31.05.2012)

Galerie

1998: Galerie Beaubourg: mai 68 ou l'imagination au pouvoir, Paris: Éditions de la différence.

Gasquet

1978: Vasco Gasquet: Les 500 affiches de mai 1968, Paris: Éditions Balland.

Mésa

1975: Mésa: Mai 1968 – Les Affiches de l'Atelier Populaire de l'Ex-École des Beaux-Arts, Paris: S.P.M. ÉDITION PARIS.

Peters

1968: Louis F. Peters: Kunst und Revolte – Das politische Plakat und der Aufstand der französischen Studenten, Köln: Verlag M. DuMont Schauberg.

Wlassikoff

2008: Michel Wlassikoff: L'affiche en héritage, Paris: Éditions Alternatives.

242 Doppelnennung (vergl. Literaturverzeichnis).

Literaturverzeichnis

Académie

o. J.: Académie de Lyon: Savoir lire et comprendre une affiche politique, o. V., Lyon.
Online-Paper:
http://www2.ac-lyon.fr/Savoir_lire_et_comprendre_une_affiche_politique.pdf
(Stand: 18.07.2011)

Arnold

2004: Judith Arnold: Das Abstimmungsplakat als deliberative Redegattung – Begründung der klassischen Rhetorik als text- und bildanalytischer Zugang, Zürich.
Online-Paper:
<http://www.arsrhetorica.ch/Abstimmungsplakate-03.pdf>
(Stand: 31.08.2011)

Barthes

1974: Roland Barthes: Mythen des Alltags, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag (3. Auflage).

Barthes

1990: Roland Barthes: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag (1. Auflage).

BAST

o. J.: BAST (Bundesanstalt für Straßenwesen).
Online-Paper:
http://www.bast.de/nn_82230/DE/Aufgaben/abteilung-v/referat-v1/Verkehrszeichen/n...
(Stand: 01.07.2011)

Bonsiepe

1966: Gui Bonsiepe: Visuell/verbale Rhetorik, in: Ulm: Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung, 9. Jahrgang 1966, Heft Nr. 14, Ulm, 23-40.

Brandes

2008: Volker Brandes: Paris, Mai '68, Frankfurt am Main, Brandes & Apsel (1. Auflage).

Cushing

2006: Lincoln Cushing: A brief history of the „clenched fist“ image, San Francisco.
Online-Paper:
<http://www.docspopuli.org/articles/Fist.html>
(Stand: 08.04.2011)

Dary²⁴³

2008: Anne Dary, Pascale Le Thorel: Les images de mai, in: les affiches de mai 68, Paris: Beaux-Arts de Paris – les éditions, 17-22.

Demarmels

2009: Sascha Demarmels: Ja. Nein. Schweiz. - Schweizer Abstimmungsplakate im 20. Jahrhundert, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

243 Doppelnennung (vergl. Primärquellen-Verzeichnis).

Der Spiegel

1968: Der Spiegel, Nr. 49/1968, 187.

Döhl

o. J.: Reinhard Döhl: Collage und Realität. Historische Aspekte zum Thema Collage.

Online-Paper:

<http://www.netzliteratur.net/experiment/collreal.htm>

(Stand: 24.01.2011)

Eco

1972: Umberto Eco: Einführung in die Semiotik, München: Wilhelm Fink Verlag (Uni-Taschenbücher UTB 105).

Enel

1973: Françoise Enel: l'affiche – fonctions langage rhétorique, Ligugé/Frankreich: collection aujourd'hui H.M.H. (2. Auflage).

Enzensberger

1970: Hans Magnus Enzensberger: Baukasten zu einer Theorie der Medien (Kursbuch 20/März 1970), in: Palaver, Politische Überlegungen (1967-1973), Frankfurt am Main.

Online-Paper:

<http://www.uni-due.de/~bj0063/doc/enzensberger.pdf>

(Stand: 22.07.2011)

Fix

2000: Ulla Fix, Hans Wellmann: Sprachtexte – Bildtexte. Bemerkungen zum Symposium „Bild im Text – Text und Bild“ vom 6.-8. April 2000 in Leipzig, in: Bild im Text – Text und Bild, Hrsg. Ulla Fix und Hans Wellmann, Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter Heidelberg GmbH, XI-XVII.

Fonds Pierre Restany

o. J.: Fonds Pierre Restany, Biographie, historique, in: Guide général des fonds d'archives/Archives de la critique, 2.

Online-Paper:

http://www.archivesdelacritiquedart.org/outils_documentaires/fonds...

(Stand: 11.10.2012)

Garcia

2008: Anne-Marie Garcia: La donation Bernard Alleaume Duplacad à la cimaise – L'Atelier Populaire maître de son destin, in: les affiches de mai 68, Paris: Beaux-Arts de Paris – les éditions, 53-60.

Gervereau

1988a: Laurant Gervereau: L'art au service du mouvement - Les affiches de „mai 68“, in: Matériaux pour l'histoire de notre temps, N. 11-13, Lyon, 160-171.

Online-Paper:

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mat_0769-3206_1988_num_11_1_403849

(Stand: 07.02.2011)

Gervereau

1988b: Laurant Gervereau: La sérigraphie à l'école des Beaux-Arts. Entretien avec Rougemont, in: Matériaux pour l'histoire de notre temps, N. 11-13, Lyon, 180-183.
Online-Paper:
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mat_0769-3206_1988_num_11_1_403851
(Stand: 07.02.2011)

Gervereau

1988c: Laurant Gervereau: L'atelier populaire de l'ex-Ecole des Beaux-Arts. Entretien avec Gérard Fromanger, in: Matériaux pour l'histoire de notre temps, N. 11-13, Lyon, 184-191.
Online-Paper:
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mat_0769-3206_1988_num_11_1_403852, (Stand: 07.02.2011)

Gervereau

1988d: Laurant Gervereau: L'atelier des Arts-décoratifs. Entretien avec François Miehé et Gérard Paris-Clavel, in: Matériaux pour l'histoire de notre temps, N. 11-13, Lyon, 192-197.
Online-Paper:
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/mat_0769-3206_1988_num_11_1_403853, (Stand: 07.02.2011)

Gilcher-Holtey

1995: Ingrid Gilcher-Holtey: „Die Phantasie an die Macht“ - Mai 68 in Frankreich, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag (1. Auflage).

Josephson

2010: Katharine Josephson: The art of protest and the year that changed the world: a study of the 1968 student demonstration posters in Paris and Mexico City, New York.
Online-Paper:
<http://www.jps.library.utoronto.ca/index.php/UTAJ/article/download/15496/12585>
(Stand: 14.02.2012)

Hecken

2009: Thomas Hecken: Pop. Geschichte eines Konzepts 1955-2009, Bielefeld: transcript Verlag.

Höger

o. J.: Rainer Höger: Merkmale effizienter Plakatmotive, Witten.
Online-Paper:
http://www.neuwerbung.eu/.../Download_VISATT-Studie_Ergebnis.pdf
(Stand: 20.07.2011)

Horvat-Pintarić

1975: Vera Horvat-Pintarić: Das Politische Plakat, in: Politische Kommunikation durch das Plakat, Bonn-Bad Godesberg: Hohwacht Verlag KG, 45-96.

July

2008: Serge July Le style de mai, in: les affiches de mai 68, Paris: Beaux-Arts de Paris – les éditions, 43-51.

Kamps

1999: Johannes Kamps: Plakat (Grundlagen der Medienkommunikation Band 5), Tübingen: Max Niemeyer Verlag GmbH.

Kämpfer

1985: Frank Kämpfer: „DER ROTE KEIL“ - Das politische Plakat – Theorie und Geschichte, Berlin: Gebr. Mann Verlag.

Krempel

1973: Ulrich Krempel: Die Parteilichkeit des Künstlers in der Revolution – Wladimir Majakowski und die ROSTA-Fenster, in: Zeitschrift „tendenzen“, Nr. 91, 14. Jg., Okt./Nov. 1973, 33-35.

Kugelberg

2008: Johan Kugelberg: May 1968: A Graphic Uprising: Creative Review, o. O.
Online-Paper:
<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2008/april/may-1968-a-graphic-uprising>
(Stand: 23.11.2010)

Le Monde

2006: Le Monde: „LE TEMPS DES GRÈVES“, Les Archives du Monde, o. V., Paris, 20. Mai 2006/Le Monde 2.
Online-Paper:
http://www.medias.lemonde.fr/mmpub/edt/doc/20080428/1039230_Im2_mai68_2.pdf
(Stand: 05.04.2011)

Moles

1969: Abraham Moles: La situation sociale de l'affiche, in: Communication et langages, No 4, 1969, 73-82.
Online-Paper:
http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1969_num_4_1_3770, (Stand: 28.10.2011)

Restany

1968: Pierre Restany: Le livre rouge de la révolution picturale, Mailand: o. V., in: Pierre Restany/Textes choisis, 2.
Online-Paper:
<http://www.id.erudit.org/iderudit/45974ac>
(Stand: 11.10.2012)

Rössler

1979: Gerda Rössler: Konnotationen – Untersuchungen zum Problem der Mit- und Nebenbedeutung, Wiesbaden: Franz Steiner Verlag GmbH.

Sandig

2000: Barbara Sandig: Textmerkmale und Sprache-Bild-Texte, in: Bild im Text – Text und Bild, Hrsg. Ulla Fix und Hans Wellmann, Heidelberg: Universitätsverlag C. Winter Heidelberg GmbH, 3-30.

Seidman

1996: Michael Seidman: Revolutionary collectivism: Parisian poster art in 1968, in: Contemporary French Civilization, Volume 20, n. 1, winter-spring 1996, 145-167.

Semin

2008: Didier Semin: Karl Marx, Savignac et Saint François, in: les affiches de mai 68, Paris: Beaux-Arts de Paris – les éditions, 23-41.

Sprigath

1970: Gabriele Sprigath: Usines Université Union – Nachtrag zu einer erfolgreichen Plakataktion, in: Bildende Kunst, 18. Jahrgang, Heft 1, Dresden, 51/52.

Steiner

o. J.: Jean-Michel Steiner: Autour de la grève de 1948 – La violence dans le mouvement social stéphanois: représentations et réalités, Archives Municipales de Saint Étienne.

Online-Paper:

<http://www.archives.saint-etienne.fr/site/.../COMMUNICATION%2048%20JMS.pdf>

(Stand: 28.02.2011)

Stöckl

2004: Hartmut Stöckl: Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache, Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text, Berlin: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.

Sykora

1983: Katharina Sykora: Das Phänomen des Seriellen in der Kunst – Aspekte einer künstlerischen Methode von Monet bis zur amerikanischen Pop Art, Würzburg: Königshausen + Neumann.

SZ

2012: Süddeutsche Zeitung, Nr. 189, 17. August 2012, 12.

Tempest

2006: Gene M(arie) Tempest: Anti-Nazism and the Ateliers Populaires: The Memory of Nazi Collaboration in the Posters of Mai '68, Berkeley.

Online-Paper:

http://www.docspopuli.org/articles/Paris1968_Tempest/AfficheParis1968_Tempest.ht...

(Stand: 21.02.2011)

trend-partisan

o. J.: trend.partisan, Die Situationistische Internationale, Quelle: SI-Homepage.

Online-Paper:

<http://www.trend.partisan.net/trd0499/t0800499.html>

(Stand: 26.06.2003)

Zatryp

2004: Christian Daniel Zatryp: Text-Bild-Beziehungen in öffentlicher Kommunikation. Untersuchungen an Beispielen aus der zeitgenössischen Kunst, Essen.

Online-Paper: http://www.linse.uni-due.de/linse/esel/pdf/text_bild_oeffentlich.pdf

(Stand: 29.08.2011)