

## Propagandabilder als historische Quelle



**Karl-Konrad Tschäpe**  
*Verstrickte Bilder.*  
*Deutsche und sowjetische*  
*Propagandabilder als Komplizen von*  
*Krieg und Gewalt 1941–1945*  
Berlin: Metropol Verlag, 2020, 544 S.,  
€ 29,- (Print), € 23,- (E-Book)

Der bildreiche Band ist eine überarbeitete Version der Dissertation, die 2017 an der Europa-Universität Viadrina verteidigt wurde. Seine Besonderheit liegt darin, typische deutsche und sowjetische Freund- und Feindbilder im Zweiten Weltkrieg in ihrer Verstrickung und Kommunikation miteinander in einem breiteren Kontext der zeitgenössischen visuellen Diskurse zu untersuchen.

Bestimmten Bildern und Bildtypen wurde von der Propaganda eine besondere Bedeutung beigemessen: Sie wurden in ständiger Wiederholung, in hohen Auflagen und über verschiedene Medien für breite Massen produziert. Sie sollten in den Köpfen der Menschen verankert und damit zu Komplizen der Gewalt werden. Neben der Binnenpropaganda versuchten die Kriegsgegner auch, über Bilder miteinander und mit der Bevölkerung der besetzten Gebiete zu kommunizieren.

Die Studie stellt die Fragen: Welche Bilder waren das? Wie lassen sie sich interpretieren? Welchen Einfluss hatte die Gestaltung auf ihre Wirkung? Wie entwickelten einzelne Bilder aus ihrem Zusammenspiel mit anderen Bildern und Texten Deutungsstrukturen, die sich in Netzwerken weiterverbreiteten? Wurden die über die Frontlinien versendeten Propagandabilder auf der anderen Seite überhaupt verstanden?

In neun Kapiteln untersucht Karl-Konrad Tschäpe diverse visuelle Propagandaerzeugnisse: Briefmarken, Plakate, Karikaturen, Zeitungskollagen, Flugblätter und auch das Treptower Ehrenmal in Berlin. Der Autor schließt die bereits gut erforschten Bilder des Personenkults um Hitler und Stalin aus der Studie aus, fokussiert sich auf die am meisten verbreiteten Bilder und analysiert ihre gegenseitige Beeinflussung. Es handelt sich dabei um die deutschen Feindbilder des »jüdischen Bolschewisten« und des »jüdischen Kommissars« auf Mjöltnirs (Hans Schweitzer) Plakat »Sieg oder Bolschewismus« sowie um die Visualisierung des »Zachvatčik« durch die sowjetische Propaganda, des deutschen Angreifers und Besatzers, dem das Bild des sowjetischen Befreiers gegenübergestellt wird. Viktor Koreckij's Plakat »Krieger der Roten Armee, rette«, das auflagenstärkste Bild der Sowjetpropaganda, wird in einem breiten Kontext russisch-orthodoxer Ikonen als Mutter-Heimat-Allegorie

und sogar als Adaptation europäischer Madonnendarstellungen gedeutet.

Die Studie wird am Anfang und am Ende von zwei Kapiteln umrahmt, die besonders spannend zu lesen sind: einem Vergleich der deutschen und sowjetischen Selbst- und Fremdbilder auf Briefmarken sowie der Interpretation des sowjetischen Ehrenmals im Treptower Park in Berlin. Briefmarken werden in der historischen Wissenschaft allenfalls am Rande thematisiert. Karl-Konrad Tschäpe zeigt dagegen gut belegt, dass sie sehr viele Informationen zu Inhalten und Formen der jeweiligen Propaganda liefern können. Evgenij Vučetič's Treptower Monumentalskulptur »Krieger und Befreier« wird nicht nur auf Ähnlichkeiten mit anderen Kriegsbildern der damaligen Zeit hin, sondern in einem viel breiteren Kontext analysiert: von Sergei Ejzensteins Film ALEXANDER NEVSKIJ über traditionelle russisch-orthodoxe Ikonen von Schutzengeln bis hin zu Raffaels Madonnendarstellungen.

Leider werden zwei sehr wichtige Themenbereiche eher kurz und am Rande behandelt, obwohl das im Band gesammelte Bildmaterial dafür sehr ergiebig wäre, nämlich die Fragen nach der Rolle von Geschlechtlichkeit und Ethnizität. Zwar untersucht der Autor das Bild der Frau auf deutschen und sowjetischen Plakaten in ihrer traditionellen Rolle als Ehefrau, Mutter und Opfer, thematisiert aber kaum, dass in der Sowjetpropaganda im Unterschied zur deutschen eine aktive Frauendarstellung vorkommt: als Soldatin, Partisanin und Heldin der Sowjetunion wie zum Beispiel die abstrakte Mutter-Heimat-Figur oder die reale erste Heldin der UdSSR, Zoja Kosmodemjanskaja. Der Autor beleuchtet auch ausführlich den Antisemitismus der deutschen Propaganda und die antisemitischen Elemente in der Sowjetpropaganda, berücksichtigt aber kaum die zahlreichen deutschen und sowjetischen Propagandaerzeugnisse, die auf andere ethnische Gruppen der UdSSR gemünzt sind. Zum Beispiel wird die Briefmarke »Der Held der Sowjetunion Chanpaša Nuradilov, der in Kämpfen 920 Faschisten vernichtet hat« (S.134 f.) nur im Zusammenhang mit dem Motiv der Massentötung analysiert. Das Paradox, dass die Briefmarke im Juli 1944 einen Tschetschenen symbolisiert, obwohl die Tschetschenen fünf Monate zuvor deportiert worden waren, wird leider nicht beachtet.

In der Zeit des Iconic Turn auch in der Geschichtswissenschaft ist diese Studie insgesamt jedoch ein wichtiger Beitrag. Da man heute im postsowjetischen Raum wieder aktiv auf die alten Feindbilder des Zweiten Weltkriegs zurückgreift, ist der Band auch für aktuelle Debatten von großer Bedeutung, indem er den Blick dafür schärfen kann, gegenwärtige Bilder in ihren historischen Verflechtungen zu verstehen.

Svetlana Boltovska  
*Berlin-Karlshorst*