

Bilder und Musik sind Ausdrucksformen, die in erster Linie Gefühle ansprechen und damit einen unreflektierten Zugang zum Menschen herstellen. Das Gesehene und Gehörte wird nicht intellektuell bearbeitet, sondern emotional aufgenommen.

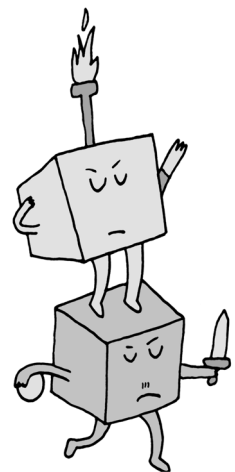
Im Bereich der Jugendkultur etabliert sich seit den 1980er Jahren Schritt für Schritt eine breite rechte Subkultur. Lifestyleprodukte wie beispielsweise Musik und Bekleidung (z. B. Jacken von Alpha Industries, Consdaple) haben diesen Prozess befördert. Rechte Musik ist eines der zentralen Vehikel, mit dem autoritäre, rechte und nazistische Ideologien wie Rassismus, Antisemitismus, Verherrlichung des Männerbündischen oder Überlegenheitsfantasien leicht und eingängig transportiert werden können. Mittlerweile sind rechte Inhalte, auch außerhalb der Skinheadrockszene, in allen jugendlichen Subkulturen angekommen. Aber nicht nur dort: „Neue deutsche Härte“ und autoritäre Symbolik prägen mehr und mehr auch das Alltagsbild in Film, Fernsehen und Zeitschriften. Die Bilder faszinieren nicht nur verirrte Jugendliche, sondern auch Erwachsene und oftmals uns selbst.

Da zu den Themenkomplexen „Rechtsextremismus“ und „Rechte Musik“ inzwischen umfangreiche Literatur und pädagogische Materi-

alien vorliegen, möchten wir uns an dieser Stelle mit „Rechten Bilderwelten“ auseinandersetzen, das heißt mit Bildern, die rechte Ideologie vermitteln.

Neben ganz eindeutigen Botschaften, die über Musik, Texte, Bilder und Codes vermittelt werden, interessieren uns vor allem die uneindeutigen Übermittlungen rechter Inhalte. In dieser Grauzone tummeln sich Werke, die mit rechter Ästhetik mehr oder weniger eindeutig „spielen“, daran anknüpfen, sich ganz offen darauf beziehen oder sie selbst kreieren ohne dass die Produzenten allgemein als Nazis gelten. Vielen bekannt sind vermutlich die Diskussionen um die Filme und Bildbände von Leni Riefenstahl, die Fotografien von Helmut Newton, die Bands Böhse Onkelz, Rammstein oder den Sänger Joachim Witt.

In dieser Ästhetik dominieren schöne, starke, gesunde und meist junge Menschen. Selbstverständlich gefallen auch uns solche „schönen Bilder“ aus der täglichen Werbewelt. Problematisch daran ist, dass die Verherrlichung von „perfekten“ Menschen auch die Abwertung all derer mit sich bringt, die nicht diesem Ideal entsprechen. Ihnen wird Anerkennung in der alltäglichen Bilderwelt – und nicht nur dort – nicht zuteil.



Ziele

Durch die Auseinandersetzung mit Botschaften und Wirkungsweisen von Bildern wollen wir Diskussionen anregen, durch die die Teilnehmenden zu einem souveräneren und bewussteren Umgang mit Bildsymboliken befähigt werden.

Konkret bedeutet dies:

- dafür zu sensibilisieren, dass Bilder wesentlich stärker auf Gefühle wirken als Texte;
- eine höhere Aufmerksamkeit bei der Wahrnehmung von Bildsprache im Alltag, in der Popkultur, in der Werbung etc. zu ermöglichen;
- die Reproduktion von Rassismus, Antisemitismus, Nationalismus und Autoritarismus in Bildern zu thematisieren;
- die Motive und Einstellungen, die hinter den Bildern stehen, erkennen zu lernen – denn „ein Bild kommt selten allein“, d. h. Bilder lösen Assoziationsketten aus, die es gilt, bewusster wahrzunehmen;
- Bildsprache und die Funktionen von Bildern im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Entwicklungen zu reflektieren;
- eine möglichst „unmoralische“ Diskussion darüber anzuregen, warum viele Menschen – und vielleicht auch wir – sich von dieser Ästhetik auch heute noch angesprochen fühlen;
- die eigenen Schönheitsideale kritisch zum Thema zu machen;
- die politische Wirksamkeit von rechten, autoritären Bildern im Nationalsozialismus, aber auch vorher und nachher, zu thematisieren.

Was & Wie – Inhalte und Methoden

Zum Einstieg empfehlen wir die

✳ AKTIVITÄT – *Kontrastbilder*. SEITE 271

Hier werden Bilder von Leni Riefenstahl mit aktuellen Illustriertenfotos verglichen, so soll für die eigenen Gefühle bei der Betrachtung der Bilder sensibilisiert werden.

Zur Vertiefung des Themas „Rechte Ästhetik und die Bildsprache der Leni Riefenstahl“, aber auch zur Team-Vorbereitung der Aktivität „Kontrastbilder“ dient das

AP ARBEITSPAPIER – *„Hart wie Riefenstahl“*. SEITE 273

Mit der Funktionsweise von Mythen, die schwer zu demontieren sind, beschäftigt sich am Beispiel des in der Zwischenkriegszeit hochwirksamen Langemarck-Mythos die

✳ AKTIVITÄT – *Langemarck-Mythos*. SEITE 279

Diese Aktivität ist für Gruppen geeignet, die zu einer analytisch-reflektierenden Auseinandersetzung mit einem Thema Lust haben.

Den Versuch, rechte Ideologeelemente und ihre Schnittpunkte zu anderen Argumentationsmustern zusammenzutragen, unternimmt das

AP ARBEITSPAPIER – *Ideologien des Rechtsextremismus*. S-CD

Die Möglichkeit einer eigenen Annäherung an Bilder aus der NS-Zeit, die Raum für eine Auseinandersetzung mit NS-Ideologie gibt, bietet die

✳ AKTIVITÄT – *Bilder aus der NS-Gesellschaft*. SEITE 275