

Monographien
Herausgegeben vom Deutschen Institut für Japanstudien
Band 66, 2021

Lukas Frank

Spiegel-Bilder

Die Darstellung von Kindern und
Jugendlichen in *Illustrierter Beobachter* und
Shashin shūhō, 1938 und 1943



Monographien aus dem
Deutschen Institut für Japanstudien

Band 66
2021

Monographien Band 66
Herausgegeben vom Deutschen Institut für Japanstudien
der Max Weber Stiftung – Deutsche Geisteswissenschaftliche
Institute im Ausland

Direktor: Prof. Dr. Franz Waldenberger

Anschrift:

Jochi Kioizaka Bldg. 2F

7-1, Kioicho

Chiyoda-ku

Tokyo 102-0094, Japan

Tel.: (03) 3222-5077

Fax: (03) 3222-5420

E-Mail: dijtokyo@dijtokyo.org

Homepage: <http://www.dijtokyo.org>

Umschlagbild:

Hittorā joshi seinen dōsha kunren ヒットラー・女子青年導者訓練
[Schulung der Mädelführerinnen] (5.10.1938): „Wakaki doitsu“
「若きドイツ」[Deutschlands Jugend]. In: *Shashin shūhō* 34. S. [1].

**Bibliografische Information
der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86205-055-0

© IUDICIUM Verlag GmbH München 2021

Alle Rechte vorbehalten

Druck: Totem Inowrocław

ISBN 978-3-86205-055-0

www.iudicium.de

„It occurs to me, Dr Leidner, that your work and the work that I do have much in common.“

„Really? All I've ever wanted to do is dig in the earth, find out the secrets that time has buried there.“

„Exactement! The digging into the past. The sifting of mass of dross draws for the clues and the people most important that you deal with are those who are dead.“

Hercule Poirot und Professor Dr. Eric Leidner
(„Murder in Mesopotamia“. R.: Tom Clegg. UK 2001)

„You see, but you do not observe. The distinction is clear.“
Sherlock Holmes

(Arthur Conan Doyle: „A Scandal in Bohemia“)

VORWORT

Ich danke meinen beiden Betreuern Herrn Prof. Dr. Jansen und Herrn Prof. Dr. Regelsberger dafür, dass sie mich bei der Erstellung dieser Arbeit unterstützten, ebenso Herrn Prof. Dr. Manabe von der Waseda-Universität Tōkyō für die freundliche Aufnahme und Unterstützung meiner Forschungen während meines Auslandsaufenthaltes im Jahr 2017. Zudem danke ich Herrn Prof. Dr. Waldenberger und Herrn Dr. Weber sowie dem Deutschen Institut für Japanstudien dafür, dass mir die Publikation meiner Arbeit innerhalb der Monografienreihe des Instituts ermöglicht wurde, und Frau Schaidhammer vom Iudicium-Verlag für die freundliche und zuverlässige Beratung bei der Fertigstellung der Endfassung meines Buches.

INHALTSVERZEICHNIS

1. FORSCHUNGSVORHABEN UND FORSCHUNGSANSATZ	9
1.1. Fragestellung, thematische Einordnung und Zielsetzung	9
1.2. Forschungsstand	24
1.3. Quellengrundlage	34
1.4. Zur Methode der Untersuchung.	35
1.5. Propaganda – Definition und Merkmale.	48
1.6. Die Fotografie als Propagandamedium.	53
2. PROPAGANDA IM NS-DEUTSCHLAND DER 1930ER- UND 1940ER-JAHRE	58
2.1. Akteure und allgemeine Tendenzen	58
2.2. Die Rolle der Pressekonferenzen und Presseanweisungen	64
2.3. Die Rolle des Eher-Verlags und Max Amanns	73
2.4. Fotojournalismus als Instrument deutscher Propaganda: Ein Überblick	80
2.5. Die Bildpropaganda Willy Stiewes.	92
2.6. Moderne Einflüsse auf die deutsche Bildpropaganda	103
2.7. Geschichte des <i>Illustrierten Beobachters</i> (1926–1945).	106
3. PROPAGANDA IM JAPAN DER 1930ER- UND 1940ER-JAHRE	111
3.1. Akteure und allgemeine Tendenzen	111
3.2. Das Werk Koyama Eizōs als Spiegel propagandistischer Ten- denzen der Zeit	118
3.3. Die Rolle des <i>Naikaku jōhōbu</i> und <i>Naikaku jōhōkyoku</i> sowie wei- terer Institutionen	125
3.4. Fotojournalismus als Instrument japanischer Propaganda: Ein Überblick	132
3.5. Die Bildpropaganda Hayashi Ken'ichis.	138
3.6. Moderne Einflüsse auf die japanische Bildpropaganda	147
3.7. Das Jugendbild Shimono Nobuyasus	148
3.8. Geschichte der <i>Shashin shūhō</i> (1938–1945).	153
4. TITELSEITEN	171
4.1. Juli bis Dezember 1938	172
4.2. Juli bis Dezember 1943	203
5. FOTO-TEXT-ARTIKEL	223
5.1. „Moralerhalt – Kinder und Jugendliche als Identifikationsfi- guren“	223
5.2. „Freundbilder“	244
5.3. „Feindbilder“	279

6. PRODUKTWERBUNG UND LESERFOTOGRAFIEN	305
6.1. Produktwerbung im <i>Illustrierten Beobachter</i>	305
6.2. Produktwerbung in der <i>Shashin shūhō</i>	306
6.3. Fast vollständiges Fehlen von Produktwerbung von Juli bis Dezember 1943	320
6.4. Leserfotos im <i>Illustrierten Beobachter</i>	321
6.5. Leserfotos in der <i>Shashin shūhō</i>	322
7. FAZIT	333
8. QUELLEN UND SEKUNDÄRLITERATUR	342
8.1. Analytierte Fotos	342
8.2. Weitere Quellen und Sekundärwerke	344
ANHANG	360
Glossar für die Untersuchung zentraler japanischer Namen und Begriffe	360
Index	364

1. FORSCHUNGSVORHABEN UND FORSCHUNGSANSATZ

1.1. FRAGESTELLUNG, THEMATISCHE EINORDNUNG UND ZIELSETZUNG

Aus weltgeschichtlicher Perspektive ist der Zeitraum zwischen 1870 und 1945 charakterisierbar als ein Zeitalter beispielloser Gewalt sowie der Macht des Nationalismus und des Rassismus. Zudem war es eine Zeit der Verdichtung globaler Netzwerke: Menschen, Waren und Ideen erlangten größere Mobilität; Technologien sowohl der Massenproduktion wie auch des Massenkonsums verbreiteten sich rasant und bildeten, bei aller Gemeinsamkeit, je nach Standort kulturspezifische Formen aus. Sich überschneidende Netzwerke mit globaler Reichweite, in welchen sowohl globale Uniformität wie auch lokale Diversität ihren Platz fanden, bildeten sich aus.¹ Relikte jener Zeit, die ohne Berücksichtigung dieser Tendenzen nur unzureichend erklärt werden können, bilden fotografische Abbildungen der deutschen und japanischen illustrierten Presse der 1930er- und 1940er Jahre. Bis heute legen sie anschaulich Zeugnis davon ab, welch gewaltige propagandistische Wirkung das Medium „Bild“ in einer Zeit aufstrebender Nationalismen entfalten kann, deren Hochphase die Zeit des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) bildete, eines Krieges, dessen Ausbruch dem Expansionsdrang deutscher und japanischer Militaristen geschuldet war.² Gleichzeitig sind sie Produkte jener weltweiten Vernetzung, die für das auslaufende 19. und frühe 20. Jahrhundert so bezeichnend ist.

Eine kritische Auseinandersetzung mit Bildern, insbesondere Massenbildern, ist nicht nur für die Betrachtung des vergangenen 19. und 20. Jahrhunderts von Bedeutung, sondern auch mit Blick auf die Gegenwart des 21. Jahrhunderts dringlicher denn je geworden. Die Menschen der in erster Linie westlich geprägten Gesellschaftssysteme verlassen sich mehr und mehr auf ihr Sehen, wenn sie sich über die Geschehnisse in der Welt informieren und geben dem Medium „Bild“ hinsichtlich seiner Verlässlichkeit den Vorzug vor dem geschriebenen Wort. Immer stärker ist darüber hinaus in jüngster Vergangenheit die Tendenz zu beobachten, dass über Bilder Meinungen und Weltbilder beeinflusst werden.³

Obgleich der Wunsch nach einer „Allgemeinen Bildwissenschaft“ erst in den vergangenen Jahren laut wurde⁴ und Pressefotografie in den Bildwis-

¹ Rosenberg (2012): S. 13, 15 f. (Zur Auflösung der Abkürzungen siehe Quellen- und Sekundärliteraturverzeichnis.)

² Rosenberg (2012): S. 21.

³ Halawa (2008): S. 24, 36.

⁴ Halawa (2008): S. 16, 25.

senschaften bis heute randständig ist,⁵ legt die medientheoretisch beeinflusste Bildwissenschaft seit kurzem einen Schwerpunkt auf die populäre, alltägliche Verwendung der Fotografie.⁶ Die Bedeutsamkeit der Erforschung des „Bildes“ hat auch die geschichtswissenschaftliche Forschung erkannt: Im Jahr 2003 äußern sich Fabio Crivellari und Marcus Sandl zur „Medialität der Geschichte“: Die Geschichtswissenschaft trete in den letzten Jahren vermehrt in einen Dialog mit den Medienwissenschaften, um beiden Disziplinen gemeinsame Forschungsbereiche zu erschließen.⁷ Alexander Kraus bemerkt 2006 in einer kritischen Auseinandersetzung mit der Ikonologie des Kunsthistorikers Erwin Panofsky, dass sich die historische Forschung der letzten dreißig Jahre vermehrt dem „Massenbild“ zugewandt habe.⁸

Mein Buch stellt eine überarbeitete Version meiner 2018 fertiggestellten Dissertation dar. Es vergleicht deutsche und japanische Pressefotografie⁹ der späten 1930er- und frühen 1940er-Jahre, einer Phase, welche für Deutschland als Zeit unmittelbar vor dem und während des Zweiten Weltkriegs (1939–1945) angesehen wird. Aus Sicht japanischer Historiker mit Blick auf Japan jedoch wird diese Zeit, nicht unwidersprochen, als Teil des „fünfzehnjährigen Krieges“ (1931–1945) aufgefasst.¹⁰ Unter Rückgriff auf die ikonographisch-ikonologische Methode des Kunsthistorikers Erwin Panofsky bei gleichzeitiger Bezugnahme auf das Bildverständnis Charles Sanders Peirces werden Muster der bildlichen Darstellung von Kindern und Jugendlichen in den beiden propagandistischen, in erster Linie mit Fotografien arbeitenden Zeitschriften *Illustrierter Beobachter* sowie *Shashin shūhō*¹¹ (写真週報, „fotografische Wochenzeitung“) analysiert, um hierdurch Rückschlüsse zu ziehen auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Ausgestaltung der Bildpropaganda beider Länder unmittelbar vor und im Zweiten Weltkrieg (1939–1945), auf allgemeine Tendenzen in der Gestaltung von Propaganda im selben Zeitraum, auf die Organisation und Funktion von Propaganda in nationalisti-

⁵ Grittmann (2007): S. 16.

⁶ Held (2007): S. 124.

⁷ Crivellari/Sandl (2003): S. 620.

⁸ Kraus (2006): S. 33.

⁹ „Pressefotografien“ erfüllen bestimmte Eigenschaften, von denen an dieser Stelle die wichtigsten genannt seien: Sie werden zum Zwecke der Verbreitung publiziert (was sie beispielsweise von privaten Fotografien für das Familienalbum unterscheidet) und stehen immer in einem bestimmten thematischen Zusammenhang, werden somit nicht ohne Text veröffentlicht. Sie dienen als Lesehilfe, haben jedoch zugleich eine werbende Funktion (Beifuss (1994): S. 115).

¹⁰ Klein (2012): S. 381. Die der Arbeit zugrunde gelegten verschiedenen Kriegsbezeichnungen werden noch in der Einleitung thematisiert.

¹¹ Im Folgenden wird bei der Umschrift japanischer Ausdrücke (abgesehen von direkten Zitaten anderer Autoren, die keine Übersetzungen darstellen) stets die Hepburn-Transkription gewählt.

schen Staaten.¹² Gleichzeitig wird durch Einbeziehung der Rezipientensicht die Frage nach Mehrdeutigkeit und, hiermit einhergehend, Wirkungsweise und Wirkungsgrad der Propaganda gestellt. Schwerpunkt der Untersuchung bilden sämtliche publizierten Ausgaben der zweiten Jahreshälften 1938 und 1943. Besonders im Fokus der Analyse stehen japanbezogene Bilder im *Illustrierten Beobachter* sowie deutschlandbezogene Bilder in der *Shashin shūhō*. Die Analyse schließt nur Fotografien und Fotomontagen ein. Andere Darstellungen wie beispielsweise Karikaturen bleiben außen vor, da die in den zu untersuchenden Quellen enthaltene Propaganda in erster Linie auf Fotografien fußt und demgemäß nur wenige bildliche Darstellungen innerhalb der Zeitschriften keine Fotografien darstellen.

In keinem der im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) kriegsführenden Länder existierte eine freie Berichterstattung.¹³ Sie alle stellten das Medium Fotografie in den Dienst der Propaganda.¹⁴ Einer vergleichenden Untersuchung der Propaganda der beiden Länder Deutschland und Japan kommt jedoch eine Sonderrolle zu: Ihr Verständnis ist von Bedeutung für die Kenntnis der deutsch-japanischen Verbindung insgesamt, weil das deutsch-japanische Bündnis nur in den Bemühungen von Propagandisten greifbare Realität gewesen war: „In short, the Berlin-Tokyo Axis lived by words and died by words“, formuliert Ricky W. Law in seiner 2012 eingereichten Dissertation zu deutschen und japanischen Massenmedien der Zwischenkriegszeit und deren Rolle bei der Konstruktion der „Achse“ Deutschland-Japan, die inzwi-

¹² Zu den Begriffen „nationalistisch“ und „radikalnationalistisch“: Die NSDAP wird von Hans-Ulrich Wehler als eine in erster Linie „radikalnationalistische Massenbewegung“ bezeichnet, der es um Ansehen, Ehre und Macht der Nation wie auch um die Herstellung der „Volksgemeinschaft“ durch die Schaffung rassischer Einheit gegangen sei (Wehler (2001): S. 85). Japan kann mit Walter Skya im Untersuchungszeitraum als ein durch „radikalen Shintō-Ultrationalismus“ geprägter Staat betrachtet werden. „Radikalen Shintō-Ultrationalismus“ definiert Skya wie folgt: „a revolutionary, mass-based religion of ethnic or völkisch nationalism that centered on the emperor nation-state and included the following characteristics: (1) deliberate irrationalism; (2) unlimited expansionism; (3) a tendency to pursue total destruction or global rule; (4) internal repression; and (5) total absorption of the individual into the collectivity“ (Skya (2009): S. 26). Dementsprechend verwende ich in der ursprünglichen Fassung meiner Studie noch den Begriff „radikalnationalistisch“ an einigen Stellen. In der jetzigen Fassung habe ich diesen jedoch durch „nationalistisch“ ersetzt. Eine Abgrenzung „radikalnationalistischer“ von „nationalistischen“ Bewegungen erscheint mir im Nachhinein fraglich; eine Verwendung des wenig verbreiteten Ausdrucks „radikalnationalistisch“ bietet keinen Mehrwert für diese Untersuchung und ruft nur Verwirrung hervor.

Auf den Begriff des „Faschismus“ wird in dieser Untersuchung verzichtet, da u. a. aufgrund des Fehlens einer zentralen Führerpersönlichkeit die Anwendung des Ausdrucks auf die Verhältnisse in Japan fragwürdig erscheint (Klein (2006): S. 384).

¹³ Ebert (2015): S. 63.

¹⁴ Ebert (2015): S. 66.

schen auch als Buch erschienen ist.¹⁵ Law sieht den Umstand unter anderem darin begründet, dass es wenig direkte Kontakte zwischen Deutschen und Japanern während des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) gegeben habe.¹⁶ Das im November 1936 durch den Anti-Komintern-Pakt geschlossene deutsch-japanische Bündnis habe zwar bis zum Ende des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) existiert, sei jedoch ein Bündnis aus Mangel an guten Alternativen gewesen.¹⁷

Zusätzlich erscheint ein Vergleich besonders reizvoll, weil in der aktuellen Forschung wiederholt auf Parallelen zwischen *Naikaku jōhōbu* (内閣情報部, „Informationsabteilung des Kabinetts“) und *Naikaku jōhōkyoku* (内閣情報局, „Informationsbüro des Kabinetts“),¹⁸ aufeinanderfolgend Herausgeber der *Shashin shūhō*, und dem deutschen Propagandaministerium aufmerksam gemacht wird.¹⁹ Die Darstellung von Kindern und Jugendlichen als inhaltlicher Schwerpunkt ist schließlich vor dem Hintergrund lohnenswert, dass in Japan die Mobilisierung von Kindern vorangetrieben wurde wie in keinem anderen Land, wahrscheinlich sogar intensiver als in Deutschland.²⁰ Hieraus ergeben sich gleich mehrere Problemstellungen: Lassen sich in den untersuchten Zeitschriften Versuche geistiger Mobilisierung von Kindern und Jugendlichen ausmachen, auch und gerade für den Kriegsdienst? Mit welchen propagandistischen Mitteln sollte dies vonstatten gehen? Worin liegen Gemeinsamkeiten und Unterschiede? Durch welche Einflüsse können diese Gemeinsamkeiten und Unterschiede erklärt werden? Waren die Mittel von Erfolg gekrönt?

¹⁵ Law (2012): S. 13. Im Buch heißt es in leicht abgewandelter Form: „Fundamentally, the Tokyo-Berlin Axis lived by words and died by words“ (Law (2019): S. 26). Einen Einblick darin, wie gezwungen die Konstruktion von Parallelen zwischen Deutschland und Japan in den Texten jener Zeit erscheint, bietet ebenfalls meine 2014 an der Universität Trier eingereichte Masterarbeit zu Konstruktionen des *Shintō* in deutschsprachigen Publikationen ab 1939 bis Kriegsende (Frank (2014)).

¹⁶ Law (2012): S. 26.

¹⁷ Law (2012): S. 9.

¹⁸ Theoretisch ist eine Übersetzung von *Naikaku jōhōbu* als „Informationsbüro des Kabinetts“ ebenfalls denkbar. Zur eindeutigen Abgrenzung der beiden Institutionen voneinander (die in der Forschung nicht immer gegeben ist) werden an dieser Stelle die oben angegebenen Übersetzungen gewählt, im weiteren Verlauf der Arbeit jedoch stets die japanischen Ausdrücke in Hepburn-Umschrift genutzt. Aus stilistischen Gründen wähle ich jedoch für beide japanischen Ausdrücke in *rōmaji* den Artikel „das“, spreche also von „dem“ *Naikaku jōhōbu* und „dem“ *Naikaku jōhōkyoku*, sodass hier theoretisch für beide Ausdrücke die Übersetzung „Informationsbüro des Kabinetts“ angenommen werden kann.

¹⁹ David C. Earhart sieht Parallelen von deutschem Propagandaministerium, amerikanischem United States Office of War und japanischem Cabinet Information Bureau (CIB) in der Zielsetzung ihrer Propaganda: die Moral aufrechtzuerhalten und die Menschen von der Richtigkeit des Krieges zu überzeugen (Earhart (2008): S. 3). Barak Kushner sieht im deutschen Propagandaministerium das Vorbild des *Naikaku jōhōkyoku* (Kushner (2002): S. 46).

²⁰ Earhart (2008): S. 183.

Dass die Sichtung der im Mittelpunkt der Arbeit stehenden Quellen mit der zweiten Jahreshälfte 1938 beginnt, ist zunächst der Tatsache geschuldet, dass 1938 das erste Publikationsjahr der *Shashin shūhō* darstellt. Aus deutscher Sicht war 1938 der Aufbau des Eher-Verlags (Herausgeber des *Illustrierten Beobachters*) als Pressekonzern des Dritten Reiches abgeschlossen.²¹ Zusätzlich liegt die Wahl des Zeitraumes darin begründet, dass insbesondere in der zweiten Hälfte der 1930er-Jahre eine Annäherung zwischen Japan und dem nationalsozialistischen Deutschland zu beobachten ist, die aus politikgeschichtlicher Perspektive zunächst im Abschluss des Antikominternpaktes im November 1936 (Beitritt Italiens im November 1937) klar erkennbar ist.²² Das verbindende Vorgehen gegen den gemeinsamen Feind „Bolschewismus“ überlagerte hier die ideologischen Unvereinbarkeiten und verschieden gelagerten Machtinteressen der beiden Bündnispartner.²³ In seiner 2014 erschienenen Untersuchung zu deutsch-japanischen Kulturbeziehungen der Jahre 1933 bis 1945 spricht Hans-Joachim Bieber aus kulturpolitischer Sicht von einer Verstärkung der Kulturbeziehungen Deutschlands und Japans zwischen Antikominternpakt und dem Frühjahr des Jahres 1938, die an eine 1936 erfolgte „politische Annäherung und kulturelle Kooperation“ anschließe.²⁴ Weite Teile des Jahres 1938 behandelt Bieber unter der Überschrift „Ansätze zur Ausweitung der deutsch-japanischen Kulturbeziehungen“.²⁵ Ende 1938 wurde zur Förderung binationaler Beziehungen ein Kulturabkommen geschlossen, welches Austausch in den Bereichen Wissenschaft, Kunst, Musik, Literatur, Film, Funk, Jugendbegegnung sowie Sport vorsah. Künftig strebten beide Seiten danach, insbesondere den Austausch Jugendlicher und Studierender, der „künftigen Elite“, zu fördern.²⁶ Parallel zu dieser Annäherung kam es seit Mitte der 1930er-Jahre von deutscher Seite zu einer regelrechten Werbekampagne für das nationalsozialistische Deutschland in Japan, die ihren Ausdruck in Ausstellungen, Filmen, der Beeinflussung japanischer Medien, der Entsendung prominenter Wissenschaftler sowie Jugend- und Studentendelegationen fand.²⁷

Zunehmend schwierig wurde der deutsch-japanische Kulturaustausch spätestens mit Ausbruch des Krieges in Europa. So ließ der Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) sowie der Konflikte in Europa 1939 zahlreiche Planungen zur Erweiterung deutsch-japanischer Kul-

²¹ Tavernaro (2004): S. 5.

²² Zöllner (2006): S. 364.

²³ Klein (2012): S. 407.

²⁴ Bieber (2014): S. 7 f.

²⁵ Bieber (2014): S. 9.

²⁶ Bieber (2014): S. 18 f. Auch Till Philip Koltermann spricht von einer intensiven Förderung deutsch-japanischer Beziehungen seit Abschluss des Kulturabkommens im November 1938 (Koltermann (2009): S. 85).

²⁷ Bieber (2014): S. 19.

turbeziehungen hinfällig werden.²⁸ Eine weitere Erschwernis bildete der Abschluss des Hitler-Stalin-Paktes im August 1939, auf den jedoch im Kontext des Dreimächtepaktes zwischen Deutschland, Italien und Japan im September 1940 eine erneute Annäherung erfolgte.²⁹ Nach dem Angriff auf Pearl Harbor im Dezember 1941 waren die Verkehrsverbindungen zwischen Japan und Deutschland weitestgehend abgebrochen. Ab 1943 kam als weitere Komplikation die Zunahme alliierter Bombenangriffe auf beide Länder hinzu.³⁰ Die Untersuchung vergleicht die Berichterstattung von 1938 mit jener von 1943, weil es vor dem soeben umrissenen ereignisgeschichtlichen Hintergrund besonders interessant erscheint, der Frage nachzugehen, welchen Einfluss der Kriegsbeginn in Europa und die fortschreitenden Erschwernisse deutsch-japanischen Austausches auf die Gestaltung der beiden Zeitschriften gehabt haben.

Zum analytischen Vorgehen ist zu bemerken, dass im Feld der bisher kaum etablierten Fotogesichte häufig auf Erwin Panofskys ikonographisch-ikonologische Methode der Bildanalyse zurückgegriffen wurde.³¹ Karin Hartewig bezeichnet diese in ihrem Aufsatz zur Quellengattung „Fotografie“ in der Geschichte als „ausgesprochen produktiv“, betont jedoch zugleich, dass sich Untersuchungen, deren Grundlage Methodenmixe bilden, in letzter Zeit als außerordentlich überzeugend erwiesen hätten.³² Diesen Bemerkungen Rechnung tragend, konstituiert sich aus den Darlegungen Panofskys das für diese Arbeit zentrale Bildverständnis und Interpretationsmodell (siehe Kapitel 1.4.). Dessen Dreischritt der Bildinterpretation und -analyse, bestehend aus vor-ikonographischer Beschreibung, ikonographischer Analyse und ikonologischer Interpretation, wird genauer erläutert. Ergänzend wird auf das Bildverständnis Charles Sanders Peirces rekurriert, welcher den Umstand betont, dass Zeichen nicht aus sich selbst heraus Zeichen sind, sondern erst durch einen Interpretationsakt zu solchen gemacht werden.³³ Somit rückt neben dem Propagandamedium „Bild“ und dem Verhältnis von Realität und Bezeichnung der Propagandarezipient und das Verhältnis von Vorstellung und Bezeichnung nicht in den Hintergrund. Der Schwerpunkt liegt gleichwohl bei Panofsky, da „Wahrnehmung“ als „ambivalentes Phänomen“ niemals eindeutig zu bestimmen³⁴ und somit in einer wissenschaftlichen Abhandlung nur schwer zu erfassen ist. Kapitel 1.5. und 1.6. legen den Fokus auf das Phänomen Propaganda, wobei Kapitel 1.5. einen Überblick über Definitionen und

²⁸ Bieber (2014): S. 20.

²⁹ Bieber (2014): S. 11.

³⁰ Bieber (2014): S. 30.

³¹ Hartewig (2002): S. 439.

³² Hartewig (2002): S. 439, 441.

³³ Halawa (2008): S. 60.

³⁴ Halawa (2008): S. 83.

Merkmale beinhaltet und die für diese Arbeit im Vordergrund stehenden Eigenheiten benennt. Zugleich wird die Rolle des Mediums „Fotografie“ als Instrument zur Verbreitung von Propaganda in Kapitel 1.6. erläutert.

Der Hauptteil des Buches gliedert sich in mehrere Kapitel, die eine schrittweise Annäherung an die Quellengattung der „Pressefotografie“ darstellen. Kapitel 2 widmet sich länderspezifisch NS-Deutschland in den 1930er- und 1940er-Jahren. An die Vorstellung von Akteuren und allgemeinen Tendenzen nationalsozialistischer Propaganda in Kapitel 2.1. schließt Kapitel 2.2. an, in welchem die Rolle der „Presseanweisungen“ und „Pressekonzferenzen“ für die Ausgestaltung medialer Propaganda erläutert und deren inhaltliche Entwicklung umrissen wird. Besonderes Augenmerk wird hierbei auf die illustrierten Zeitschriften gelegt. Die Rolle des Eher-Verlags als Herausgeber des *Illustrierten Beobachters* und des Verlagsleiters Max Amann sind ebenso zu analysieren, was in Kapitel 2.3. geschieht. Zudem wird auf deutscher Seite anhand des Kapitels 2.4. ein Überblick zur Entwicklung des Fotojournalismus als Propagandainstrument geboten und die Bildtheorie Willy Stiewes als führendem Bildpropagandisten der NS-Zeit behandelt (Kapitel 2.5.). Moderne Einflüsse werden gleichfalls erläutert (Kapitel 2.6.), ebenso wie die Geschichte des *Illustrierten Beobachters* (Kapitel 2.7.). Bei Kapitel 3 handelt es sich um das Pendant zu Kapitel 2, allerdings auf japanischer Seite. Neben einem Überblick über Akteure und zentrale Tendenzen von Propaganda im Japan der 1930er- und 1940er-Jahre in Kapitel 3.1. und der Aufbereitung zeitgenössischer Schriften des führenden Propagandatheoretikers Koyama Eizō (Kapitel 3.2.) werden die Rollen von *Naikaku jōhōbu* bzw. *Naikaku jōhōkyoku* und weiterer Institutionen für die Gestaltung der Propaganda im zeitlichen Verlauf dargelegt (Kapitel 3.3.) und auch hier ein länderspezifischer Überblick zur Entwicklung des Fotojournalismus gegeben (Kapitel 3.4.). Zudem wird auf die Bildpropagandatheorie Hayashi Ken'ichis sowie das Jugendbild Shimono Nobuyasus eingegangen, die zusammen einen bedeutenden Einfluss auf die Gestaltung der *Shashin shūhō* besaßen (Kapitel 3.5. und 3.7.), und moderne Einflüsse auf die japanische Bildpropaganda behandelt (Kapitel 3.6.). Kapitel 3.8. ist der Entwicklung der *Shashin shūhō* gewidmet. Kapitel 4 bis 6, das Herzstück der Arbeit, widmen sich der Analyse fotografischer Darstellungen von Kindern und Jugendlichen in beiden Zeitschriften. Die vorangegangenen Darlegungen werden für die Analyse nutzbar gemacht. Zum Schluss folgt ein Resümee der zentralen Ergebnisse der Untersuchung (Kapitel 7.).

Die Analyse von Fotografien geschieht anhand einer repräsentativen Auswahl bildlicher Darstellungen von *Titelseiten* (Kapitel 4), *Foto-Text-Artikeln* (Kapitel 5), *Produktwerbung* und *Leserfotografien* (Kapitel 6) unter zeitlichen und inhaltlichen Gesichtspunkten, die mit Panofskys Dreischritt unter zusätzlicher Bezugnahme auf die Aussagen Peirces interpretiert werden. Da mir eine vollständige Analyse der *Titelabbildungen* möglich ist, war hier keine Eingrenzung vorzunehmen. Aufgrund der hohen Anzahl von Fotografien mit

Kindern und Jugendlichen in den Foto-Text-Artikeln, Werbeanzeigen und Leserbeiträgen jedoch habe ich eine exemplarische Auswahl getroffen, der ich im Fall der *Foto-Text-Artikel* folgende Kriterien zugrunde gelegt habe: In meinem Werk wird „Propaganda“ schwerpunktmäßig als „Kriegspropaganda“ betrachtet wird, die dreierlei Ziele verfolgt: „die Moral in der Heimat hochzuhalten, die Beziehungen zu befreundeten Ländern zu pflegen und den Feind propagandistisch zu bekämpfen.“³⁵ Obgleich die drei Aspekte nicht klar voneinander zu trennen, da miteinander verflochten sind, habe ich mich dazu entschieden, diese inhaltlichen Schwerpunkte zum Ausgangspunkt meiner Auswahl zu machen. Die Kategorie „Moralerhalt“ fällt als inhaltliche Kategorie sehr vage aus, sodass ich mich dazu entschlossen habe, hier einen Schwerpunkt auf Kinder und Jugendliche als Identifikationsfiguren zu setzen. Ich habe pro Zeitschrift je ein Bildbeispiel aus dem Jahr 1938 ausgewählt, das die abgebildeten Personen nicht in einen unmittelbar kriegerischen Kontext setzt und kontrastiere es mit kriegsbezogenen Abbildungen von 1943, die Kinder und Jugendliche als Soldaten abbilden. Dass diese Entscheidung unter Berücksichtigung bereits in Grundzügen ausgeführter historischer Tendenzen sinnvoll ist, wird die detaillierte Bildanalyse zeigen. Im Rahmen der Kategorie „Freundbilder“ möchte ich unter anderem auf den Stellenwert Japans im *Illustrierten Beobachter* sowie Deutschlands in der *Shashin shūhō* eingehen, um so Aufschluss über das Japan- bzw. Deutschlandbild in der Zeitschrift des jeweils anderen Landes zu erlangen. Zu „Feindbildern“ habe ich für beide Zeitschriften beide Jahre berücksichtigt, um aufzuzeigen, welche inhaltlichen und gestalterischen Mittel genutzt werden, um die „Feinde“ Deutschlands und Japans zu diskreditieren und um zu verdeutlichen, dass die Darstellung bestimmter Länder als „feindlich“ in beiden Ländern von äußeren Faktoren, in erster Linie den Kriegsumständen, abhängig ist.

Ich habe Fotografien ausgewählt, deren Gegenüberstellung sich als besonders interessant erweist, entweder dadurch, dass ihnen gleiche oder verwandte Themen zugrunde liegen oder dadurch, dass sie in gegensätzliche Richtungen weisen, die stellvertretend für die prinzipielle Gestaltung der beiden Zeitschriften stehen. Zudem habe ich mich für Abbildungen entschieden, die, offensichtlich von den Machern nicht beabsichtigt, Brüche zur intendierten Bildaussage aufweisen. Gleichzeitig war es mir ein Anliegen, Abbildungen aus innerhalb der Zeitschriften wiederkehrenden Serien von Artikeln auszuwählen, um eine hohe Exemplarizität der intendierten Botschaften zu gewährleisten. Im *Illustrierten Beobachter* dient die Reihe „Signal an Europa“ 1943 zur Verbreitung des Feindbildes „Bolschewismus“,³⁶ wohingegen sich in der zweiten Jahreshälfte 1938 in der *Shashin shūhō* eine fünfteilige Reihe von

³⁵ Bussemer (2005): S. 31.

³⁶ „In dieser Folge beginnt unter dem Titel ‚Signal an Europa‘ eine Artikelserie über Wesen und Ziel des Bolschewismus.“ (Illustrierter Beobachter (19.8.1943): o. S.).

gebilderten Volksliedern findet,³⁷ deren Verbreitung offensichtlich im Interesse der Redakteure liegt. Außerdem möchte ich Bildaussagen herausarbeiten, die in der Forschung bisher wenig bis gar keine Berücksichtigung fanden.³⁸ Zusätzlich habe ich meine Auswahl von dem Stellenwert abhängig gemacht, den die Redakteure einer bestimmten Fotografie beigemessen haben: Einem eine ganze Seite einnehmenden Einzelporträt eines Kindes, das als Aufmachung des ersten in der Zeitschrift erscheinenden Foto-Text-Artikels dient, einer Montage mehrerer Fotografien von Kindern auf einer ganzen Seite, wird der Vorzug gegeben vor einem am Ende der Zeitschrift platzierten, deutlich kleineren Motiv neben anderen. Viele der im Mittelpunkt der Analyse stehenden Fotografien mussten mit anderen, auf derselben Seite abgedruckten Bildern und Texten zusammen analysiert werden. Da kurzfristig-taktische Entscheidungen zu Zeitpunkt, Thema und Gestaltung der Propaganda in den beiden behandelten Ländern aufgrund unterschiedlicher Schwerpunkte bezüglich Kriegsschauplatz, Kriegsverlauf sowie kriegführender Parteien stark unterschiedlich ausfallen können, es mir jedoch in diesem Kapitel um die Gegenüberstellung von Werken zu ähnlichen oder gleichen Themen geht, habe ich eine vorwiegend thematische Gliederung gewählt.

Die untersuchten *Werbeanzeigen* im *Illustrierten Beobachter* bieten nicht genügend Anhaltspunkte, um ihnen neben Botschaften zum Zwecke der Vermarktung von Produkten politische Botschaften zuzuweisen. Daher habe ich mich dazu entschieden, meine Analyse von Werbeanzeigen auf japanische Produkte zu beschränken. Ich erkläre das Fehlen politischer Aussagen im *Illustrierten Beobachter* mit der Tatsache, dass im Deutschland der NS-Zeit Propaganda und Werbung zwei voneinander getrennte Bereiche bildeten, während die Grenzen in Japan fließend waren.³⁹ Da Fotografien den Fokus dieser Arbeit bilden, habe ich mich dazu entschieden, mit der Analyse einer Anzeige zu Fuji-Film zu beginnen. Die auf japanischer Seite in der zweiten Jahreshälfte 1938 am häufigsten auftretende Firma Meiji stellt verschiedene Produkte her, am meisten beworben wird ihr Karamellbonbon, und zwar dreimal auf jeweils einer halben Seite in ähnlicher Aufmachung. Sämtliche dieser Anzeigen werden in Kapitel 6 untersucht. Zudem gehe ich der Frage nach, wieso es zu einer enormen Abnahme bzw. einem Wegfall der Anzeigen mit Kindern und Jugendlichen in beiden Zeitschriften kommt.

³⁷ Shashin shūhō (14.9.1938): S. [18 f]; Shashin shūhō (21.9.1938): S. [16 f]; Shashin shūhō (28.9.1938): S. [20 f]; Shashin shūhō (5.10.1938): S. [16 f]; Shashin shūhō (12.10.1938): S. [14 f].

³⁸ Auf eine Analyse einer Fotografie des japanischen Kronprinzen Akihito habe ich daher beispielsweise verzichtet, da Earhart bereits anhand einer anderen Ausgabe eine derartige Abbildung anspricht und zudem auf deren Anordnung innerhalb der Zeitschrift, neben einer Darstellung japanischer Kinder zur Konstruktion von Nähe, eingeht (Earhart (2008): S. 184). Der Autor bezieht sich auf eine Darstellung Akihitos an folgender Stelle: Shashin shūhō (10.1.1940): S. 2.

³⁹ Bussemer (2005): S. 26 f; Weisenfeld (2009): S. 13 f.

Im *Illustrierten Beobachter* findet sich im angesetzten Zeitraum keine Rubrik für *Leserfotografien*. Gründe für dieses Phänomen erläutere ich in Kapitel 6.4. In der *Shashin shūhō* hingegen wurden in der zweiten Jahreshälfte des Jahres 1938 in 21 der 25 Ausgaben des Zeitraumes⁴⁰ Werke von Lesern in der Rubrik „Leserkamera“ als „angeworbene Werke“ publiziert. Hierunter befanden sich auch Bilder von Kindern und Jugendlichen, von denen ich einen Teil exemplarisch analysiere. Gründe für meine Auswahl erläutere ich in Kapitel 6.5. Kapitel 7 bildet das Schlusskapitel der Arbeit.

Der Aufbau kommt einem „hermeneutischen Zirkel“ gleich, der davon ausgeht, dass die Erkenntnis des Einzelnen die Erkenntnis des Ganzen voraussetzt und entspricht somit der historischen Auffassung und Praxis Erwin Panofskys, obgleich dieser selbst den Ausdruck „hermeneutisch“ zur Beschreibung seiner Ansichten vermeidet.⁴¹ Das Individuum rückt hierbei in den Hintergrund, was im Einklang mit aktuellen Positionen zur Erforschung der Pressefotografie im Allgemeinen als auch der Fotografie im Dritten Reich im Speziellen steht: Elke Grittmann bemerkt 2007, dass es für die (politische) Pressefotografie bzw. den Pressejournalismus als Ganzes lohnender sei, die Perspektive auf Einzelbild und Individuum in den Hintergrund treten zu lassen und stattdessen die Regeln fotojournalistischer Berichterstattung zu betonen.⁴² An anderer Stelle warnt die Autorin davor, formalen Gestaltungsmitteln allgemeine Bedeutungen zuzuweisen, da sie immer in einem bestimmten Kontext stünden.⁴³ Rolf Sachsse rät ebenfalls in seiner 2003 publizierten Monografie zur Fotografie im Nationalsozialismus von einer voreiligen historischen Personalisierung ab⁴⁴ und bemerkt ferner: „Kein Fotograf hatte die Macht zur tatsächlichen Veränderung der massenkommunikativen Prozesse, an denen er beteiligt war – weder in der einen noch in der anderen Richtung“.⁴⁵ Der Aufbau des Propagandaministeriums sei darauf ausgerichtet gewesen, einen „sich selbst generierende[n] Diskurs“ zu etablieren, somit Prozesse in Gang zu setzen, deren individuelle Urheber nicht mehr ausgemacht werden könnten. Fotografie sei ein Bestandteil dieser Propagandamaschinerie gewesen.⁴⁶ Die Pressekonferenz als zentrales Instrument der Presselenkung habe sich in Verbindung mit der Konzentration der Presse auf Max Amann als Garant erwiesen für „eine fast nahtlose Vermittlung aller Verlautbarungen des Regimes.“⁴⁷ Als Verlagsleiter des Eher-Verlags war Amann mit der Ausschaltung missliebiger Zeitungsverlage und der ideologischen Beein-

⁴⁰ In den Ausgaben 21, 23, 24, 26, 28–30, 32–37, 39, 40–45.

⁴¹ Summers (1995): S. 18.

⁴² Grittmann (2007): S. 18.

⁴³ Grittmann (2007): S. 118 f.

⁴⁴ Sachsse (2003): S. 12.

⁴⁵ Sachsse (2003): S. 12.

⁴⁶ Sachsse (2003): S. 26 f.

⁴⁷ Sachsse (2003): S. 30.

flussung der Bevölkerung betraut.⁴⁸ Anton Holzer bemerkt zudem zu Fotografen im Ersten (1914–1918) und Zweiten Weltkrieg (1939–1945), dass diese im Dienst des Militärs gestanden hätten und einer allumfassenden Kontrolle ausgesetzt gewesen seien.⁴⁹

Bernd Sösemann unterscheidet 2011 in seiner umfangreichen Publikation zur Propaganda in der NS-Diktatur mehrere Ebenen der „Kommunikations- und Informationssteuerung sowie d[er] Nachrichten- und Medienbeeinflussung“,⁵⁰ von denen die vorliegende Untersuchung sämtliche Bereiche mit einbindet:

- die weltanschaulich-kulturelle Ebene, indem die in den Bildern ausgedrückten Inhalte ideologisch verortet werden,
- die partei- und personalpolitische Ebene, unter Einschluss der staatlichen Journalistenausbildung, indem Fragen nach Zusammensetzung und biografischem Hintergrund der für die Zeitschriften maßgeblichen Fotografen behandelt werden,
- die institutionelle Ebene des Medienverbundes, indem der Frage nach der Verbindung von Bild und Text in den Illustrierten der 1930er- und 1940er-Jahre anhand der „Pressefotografie“ nachgegangen wird,
- die rechtliche Ebene, indem wichtige Verordnungen mit Einfluss auf die Tätigkeit des Pressefotografen zumindest in Grundzügen behandelt werden,
- die wirtschaftliche und finanzielle Ebene, indem vergleichend das Phänomen der quantitativen Abnahme von Printmedien, sowohl Vielfalt als auch Auflage betreffend, im Verlauf des Krieges untersucht wird,
- die organisatorische Ebene, indem die (sofern überhaupt gegebene) berufsständische Organisation des „Pressefotografen“ zumindest am Rande Berücksichtigung findet,
- die thematisch-inhaltliche Ebene, indem der Schwerpunkt auf der Analyse der Darstellung von Kindern und Jugendlichen durch Pressefotografien liegt,
- die redaktionelle, verwaltungs- und vertriebstechnische Ebene, obgleich hierzu im Detail nur schwer Aussagen zu treffen sind,
- die symbolische Ebene, indem Fotografien, mit Panofsky, als Produkte ihrer Zeit aufgefasst werden, die Aufschluss über zentrale Tendenzen der behandelten Epoche geben können⁵¹
- sowie die persönliche und emotionale Ebene, indem die Rezipientensicht auf Pressefotografien ebenfalls mit eingebunden wird.⁵²

Das Buch kann folgendermaßen im Forschungsdiskurs verortet werden: Es steht in seiner Anlage dem *Pictorial Turn* nahe, da in der Arbeit Fragen nach dem Wandel in Produktion und Rezeption von Bildern in einem Zeitalter zunehmender Technisierung und kulturelle, soziale sowie (macht-)politische Implikationen des Bildes behandelt werden.⁵³ Zwei sich scheinbar konträr ge-

⁴⁸ Wilke (2007): S. 117 f.

⁴⁹ Holzer (2003 I): S. 10, 13.

⁵⁰ Sösemann (2011): S. XXXVIII.

⁵¹ Panofsky (1978): S. 18.

⁵² Sösemann (2011): S. XXXVIII.

⁵³ Halawa (2008): S. 30.

genüberstehende Lager, Panofskys kunstwissenschaftlicher Ansatz der Bildinterpretation und Peirces semiotischer Blick auf das Bild als Zeichen, werden hierbei kombiniert.⁵⁴ Sowohl die Produzenten- wie auch die Rezipientensicht auf das Phänomen „Bild“, sowohl die Auffassung als konkreter Gegenstand wie auch als abstraktes, vom Beobachter abhängiges Phänomen, soll Berücksichtigung finden. Eine derartige Positionierung ist einerseits dadurch legitimiert, dass das Bild zum einen längst nicht mehr Objekt der Kunstwissenschaft und -geschichte allein ist,⁵⁵ zum anderen dadurch, dass sowohl Panofskys als auch Peirces Ansatz innerhalb der „Kulturwissenschaften“ zu verorten ist und somit die beiden Lager nicht sehr weit auseinander liegen.⁵⁶ Des Weiteren kann die Arbeit als ein Beitrag zur „kritischen Bildwissenschaft“ aufgefasst werden, sofern ich diese mit Ashraf Mark Halawa definiere als „Disziplin, die aufmerksam die Bedingungen der Entstehung und den Gebrauch von Bildern inklusive der damit verbundenen Intentionen und Wirkungen beobachtet, analysiert und bewertet“.⁵⁷ „Kritisch“ zu sehen bedeutet in diesem Zusammenhang, ganz nach der Auffassung Kants, „mündig zu sein und nicht blind auf Visuelles zu vertrauen und zu reagieren. Nicht nur *was* visuell präsentiert wird, auch *wie* und *von wem* es dargeboten wird, ist diesem Anspruch nach von Belang.“⁵⁸ Zudem kann die Arbeit in ihrer Ambition, neben Unterschieden auch Parallelen und Einflussnahmen deutscher und japanischer Propaganda- und Fotografiegeschichte aufzuzeigen, als ein Beitrag gegen einen exotisierenden Blick auf Japan verstanden werden, eine Tendenz innerhalb und außerhalb der Japanforschung, welche von Irmela Hijiya-Kirschner in ihrem 1988 erschienenen, vielfach rezipierten Essayband „Das Ende der Exotik: Zur japanischen Kultur und Gesellschaft der Gegenwart“ bereits thematisiert wurde.⁵⁹

Im Folgenden werden im Rahmen dieses ersten Teils der Einleitung noch für die Untersuchung zentrale begriffliche Präzisierungen vorgenommen, bevor genauer auf den Forschungsstand eingegangen wird. Eine eindeutige Definition von „Bild“ kann in dieser Publikation nicht zugrunde gelegt werden. Dies hängt damit zusammen, dass die Kunstgeschichte erst seit den 1990er-Jahren verstärkt bestrebt ist, eine wissenschaftliche Definition des Bildes zu entwickeln.⁶⁰ Noch 2008 bemerkt Mark Ashraf Halawa in seiner Monogra-

⁵⁴ Halawa (2008): S. 17. Gemeint ist hier der Gegensatz von Semiotik und Phänomenologie, von der Perspektive auf das Bild als Zeichen einerseits und der Erschließung des Bildes aus seiner Sichtbarkeit heraus andererseits. Darüber hinaus die Gegenüberstellung Grittmanns von semiotischen und ideologiekritischen Ansätzen und dem ikonographisch-ikonologischen Ansatz (Grittmann (2007): S. 102).

⁵⁵ Halawa (2008): S. 26.

⁵⁶ Grittmann (2007): S. 100, 102.

⁵⁷ Halawa (2008): S. 34.

⁵⁸ Halawa (2008): S. 38.

⁵⁹ Hijiya-Kirschner (1988).

⁶⁰ Grittmann (2007): S. 101.

phie für eine semiotische Fundierung des Bildbegriffs, dass eine Antwort auf die Frage, was ein Bild sei, außerordentlich schwierig ausfalle.⁶¹ Vor dem Hintergrund jedoch, dass Bilder als Propagandamittel untersucht werden, wird der Standpunkt vertreten, dass den untersuchten Bildern eine propagandistische Grundaussage innewohnt und sie somit „Abbilder“ im Sinne Gottfried Boehms sind. Dieser vertritt die Ansicht, dass in Abbildungen wie sie unter anderem in Reklamen vorzufinden sind, „bildliche Potenzen [...] nur insofern gefragt [seien], als sie von sich selbst weg[w]eisen und damit imstande s[ind], den dargestellten Sachverhalt zu veranschaulichen.“⁶² Über die propagandistische Aussage hinausweisend wird das Bild mit Panofsky als ein „Abbild“ historischer Wirklichkeit, ein Produkt historischer Einflussfaktoren mit einer „eigentlichen Bedeutung“, einem bestimmten „Gehalt“, verstanden,⁶³ das als kulturelles Artefakt schrittweise analysiert werden kann. Des Weiteren vertritt ich in der Arbeit die These von der Fotografie als konventionalisierter Bildwahrnehmung.⁶⁴ Das Bild ist somit im Sinne Peirces ein Abstraktum, das sich über Wahrnehmungsprinzipien des Rezipienten konstituiert, denen dieser bewusst oder unbewusst unterliegt.⁶⁵ Des Weiteren ist anzumerken, dass ich nur eine begrenzte Anzahl an Bildern ausführlich analysiere.

Bilder fasse ich zusätzlich als Kunst auf. Nach Bredekamp ist eine Trennung von Bild und Kunst unmöglich.⁶⁶ Der entgrenzte Kunstbegriff bezieht trivial-, massen- und alltagsästhetische Teilgebiete in den Bereich der Kunst mit ein,⁶⁷ zu welchen auch der im Zentrum meines Buches stehende Bereich des Fotojournalismus zu zählen ist. Eine erweiterte, am Rezipienten orientierte Kunstauffassung wiederum sieht es vor, Kunst im Kontext von Kultur zu definieren, wobei sich der moderne Kulturbegriff „weniger über einen Objektbereich (von Kunstwerken bis zu Arbeitsgeräten) als vielmehr über die kulturellen Handlungen, die Lebensweisen und Mentalitäten der Akteure“ definiert. Kunst und Kultur kann hierbei einerseits nach innen harmonisierend, andererseits nach außen hin abgrenzend wirken, auch und gerade in Zeiten von Krieg und Konfrontation.⁶⁸ Zuletzt wird der moderne, erweiterte Kunstbegriff im Kontext des Ideologiebegriffes definiert. Ideologie und Kultur sind hierbei das künstlerische Schaffen wesentlich beeinflussende Fakto-

⁶¹ Halawa (2008): S. 39.

⁶² Grittmann (2007): S. 101.

⁶³ Panofsky (1978): S. 38.

⁶⁴ Halawa (2008): S. 112. Das Konzept besagt, dass ein Urteil darüber, ob ein Bild als realistisch eingestuft wird oder nicht, auf Konventionen und Vereinbarungen beruht, nicht jedoch auf dem Verhältnis zwischen „Referent“ und Bild. Die Akzeptanz von Bildern gründet hierbei auf kultureller Eingewöhnung, da sich die Konventionen wandeln können (Halawa (2008): S. 113 f).

⁶⁵ Halawa (2008): S. 47.

⁶⁶ Bredekamp (2010): S. 34.

⁶⁷ Held (2007): S. 58.

⁶⁸ Held (2007): S. 55.

ren.⁶⁹ Jutta Held bemerkt zur Abgrenzung von Kultur und Ideologie in diesem Zusammenhang:

„Wird mit Kultur die (eher ungesteuerte) Selbstvergesellschaftung einer Population bezeichnet, die also horizontal erfolgt, so ist mit der Ideologie die Vergesellschaftung von oben angesprochen, in vertikaler Richtung, die in westlichen Gesellschaften von den dominanten ideologischen Apparaten der Kirche und des Staates, heute der Medien, geleistet wird.

Wir können nun Kunst als Teil sowohl der kulturellen als auch der ideologischen Verhältnisse einer Gesellschaft bestimmen. Diese begriffliche Anordnung markiert die Ambivalenz des Kunstbegriffs, der nach beiden Seiten hin ausgearbeitet worden ist: Kunst wurde einmal als Medium und Instrument von Herrschaft begriffen oder aber als ein die ideologischen Verhältnisse unterlaufender, prinzipiell antiideologischer Diskurs oder Energiestrom.“⁷⁰

Bilder als Kunstwerke werden zu Schnittstellen von Diskursen, wobei soziale und politische Kontexte im Fokus der Untersuchung stehen.⁷¹ Sie offenbaren sich nicht direkt, sondern indirekt im untersuchten Bildmaterial, das in seinem historischen Kontext ideologische und kulturelle Funktionen erfüllt.⁷²

Unter „Minderjährigen“ werden in der Untersuchung alle aus zeitgenössischer Perspektive Nicht-Volljährigen verstanden. In Japan wird die Volljährigkeit seit Inkrafttreten des Zivilgesetzbuches gegen Ende des 19. Jahrhunderts mit dem zwanzigsten Lebensjahr erreicht.⁷³ In Deutschland galten von 1875 bis in die Nachkriegszeit hinein Personen erst mit einundzwanzig Jahren als volljährig.⁷⁴ Die Grenze vom „Kind“ zum „Jugendlichen“ ziehe ich auf beiden Seiten nach heutigem deutschem Rechtsverständnis. Dies bedeutet, dass mit „Kindern“ in dieser Veröffentlichung Personen unter vierzehn Jahren gemeint sind, mit „Jugendlichen“ Personen im Alter von vierzehn bis zwanzig Jahren.⁷⁵ Ausnahmen dieser Festsetzungen bilden Zitate aus Quellen und Sekundärwerken, die diesbezüglich keine oder andere Festlegungen treffen. Als Anhaltspunkte zur Einschätzung dienen Signalwörter innerhalb der Publikationen, die für eine Zugehörigkeit der abgebildeten Personen zu jenen Gruppen sprechen.

Aufschluss über die zeitgenössische Wortwahl auf japanischer Seite gibt Nona L. Carter in ihrer 2009 eingereichten Dissertation zu japanischen Zeitschriften mit Kindern als Zielgruppe: In der Vorkriegszeit sei der Begriff *jidō* (児童) am meisten verbreitet gewesen und habe die nicht näher definierte Gruppe aller Minderjährigen gemeint. Das Wort *shōnen* (少年) sei spezifischer

⁶⁹ Held (2007): S. 55.

⁷⁰ Held (2007): S. 56.

⁷¹ Held (2007): S. 380, 390.

⁷² Held (2007): S. 393.

⁷³ Oka (1983): S. 16.

⁷⁴ Schäfer (1977): S. 13.

⁷⁵ Nach heutigem deutschem JuSchG § 1 Abs. 1 gelten Personen, die noch nicht 14 Jahre alt sind, als „Kinder“.

in seinem Gebrauch gewesen, denn es habe Literatur bezeichnet, die auf eine sehr junge Zielgruppe abzielte. Ausdruck für Zielgruppe und Medium waren somit deckungsgleich. Eine noch begrenztere Gruppe habe später der Ausdruck *shōkokumin* (小国民, „junger Staatsbürger“) umfasst, der für Kinder, die in etwa das Alter von Viertklässlern erreicht haben, genutzt worden sei und somit einen jüngeren Anteil der *shōnen* genannten Minderjährigen bezeichnet habe. Eine noch jüngere Personengruppe habe der Ausdruck *yōnen* (幼年) für jüngere Grundschüler mit eingeschlossen.⁷⁶

Mit der Meiji-Restauration und dem Aufstieg des Nationalismus, so Carter weiter, seien Schulen für alle Kinder ungeachtet ihrer Herkunft geöffnet worden.⁷⁷ In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts lasse sich im Zuge der Industrialisierung und des damit verbundenen Zuzugs in die urbanen Zentren ein Wandel hin zur Kernfamilie beobachten, obgleich diese erst nach dem Zweiten Weltkrieg (1939–1945) das dominierende Familienmodell gewesen sei. Sowohl das Konzept des „modernen“ Kindes wie auch das Modell der Kernfamilie seien dem Einfluss des aufkeimenden Nationalismus unterworfen gewesen, hätten diesen jedoch auch mitgeprägt.⁷⁸ Die Meiji-Gesetzgebung habe die japanische Familie, nicht das Individuum, als zentrale Verwaltungseinheit der japanischen Nation definiert, wodurch die Familie zum Metonym „nationaler Kultur“ erhoben worden sei.⁷⁹ Die „Familie“ sei zur zentralen Metapher der nationalen Gemeinschaft geworden, in deren Hierarchie der Loyalität zum *Tennō* eine größere Rolle zukam als der Loyalität zum Familienoberhaupt. Somit sei der Glaube bestärkt worden, dass der Dienst an der Familie gleichbedeutend sei mit der Opferung des eigenen Lebens für den *Tennō*.⁸⁰ Gleichzeitig habe das Konzept „Kindheit“ einen drastischen Wandel durchlaufen: Das romantisierende Konzept des „kindlichen Kindes“ (*kodomorashii kodomo*, 子供らしい子供) der 1920er-Jahre sei aufgegeben worden zugunsten der nunmehr stattfindenden Mobilisierung von Kindern, durchaus vergleichbar mit der von Erwachsenen. Kinder hätten somit als Verkörperung der „Zukunft der Nation“ eine große Last zu tragen gehabt.⁸¹

Aufgrund des vergleichenden Charakters der Untersuchung ist es unvermeidlich, definitorische Vorbemerkungen zur Terminologie der „Kriege“ vorzunehmen, die für diese Arbeit von Wichtigkeit sind. Ist vom „Zweiten Weltkrieg“ die Rede, so ist hiermit die aus deutscher Sicht gängige Datierung von 1939 bis 1945 gemeint. Der Ausdruck „fünfzehnjähriger Krieg“ verweist mit Blick auf Japan auf den Zeitraum von 1931 bis 1945.⁸² Der „Zweite Chinesisch-

⁷⁶ Carter (2009): S. 6.

⁷⁷ Carter (2009): S. 14.

⁷⁸ Carter (2009): S. 15.

⁷⁹ Carter (2009): S. 17.

⁸⁰ Carter (2009): S. 16.

⁸¹ Carter (2009): S. 180 f.

⁸² Klein (2012): S. 381; Yui (1995): S. 1.

Japanische Krieg“ bezeichnet den Konflikt Japans mit China in den Jahren von 1937 bis 1945.⁸³ Mit dem „Pazifischen Krieg“, „Krieg im Pazifischen Ozean“ oder „Pazifikkrieg“ letztlich ist aus japanischer Sicht der sich über die Zeit von Dezember 1941 bis zur japanischen Kapitulation im August 1945 erstreckende Konflikt der Japaner mit den Alliierten gemeint.⁸⁴

Zuletzt gehe ich auf mein Verständnis von Propaganda ein. In den letzten Jahren ist eine unüberschaubare Fülle an Publikationen, welche sich der Analyse von Propaganda verschreiben, publiziert worden. Die Möglichkeiten kritischer Quelleninterpretation sind hierbei jedoch nicht vollends ausgeschöpft worden.⁸⁵ Diesen Feststellungen Rechnung tragend ist in Bezug auf künftige Forschung zu bemerken, dass sich ein weiter Begriff als besonders ergiebig erweist, da er, wie Bernd Sösemann formuliert, „alle gezielten, systematischen, umfassenden und intensiven Werbemaßnahmen politischer Couleur in freiheitlichen *und* totalitären Gesellschaften“ beinhaltet. Vergleichende Untersuchungen seien „wissenschaftlich ergiebiger“, denn sie böten „entschiedenere Aussagen von einem höheren Nuancierungspotential über das weite, komplexe und konstitutiv unübersichtliche Forschungsfeld ‚Propaganda‘“.⁸⁶ Den Anmerkungen Sösemanns folgend liegt der Arbeit die nachstehende, von Thymian Bussemer 2005 formulierte allgemeine Definition von „Propaganda“ zugrunde, die in Kapitel 1.5. differenzierter ausgearbeitet wird, um eine wissenschaftliche Anwendung zu ermöglichen: Propaganda ist „in der Regel medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und als Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter Interessen“.⁸⁷

1.2. FORSCHUNGSSTAND

Ein Resümee des für dieses Buch zentralen Forschungsstandes fällt komplex aus, denn es erfolgt auf mehreren Ebenen: Werke zu Presse und Pressefotografie sind ebenso mit einzubeziehen wie Publikationen, die sich auf die Analyse der Darstellung von Kindern und Jugendlichen in Zeitschriften konzentrieren, sofern vorhanden auch im deutsch-japanischen Vergleich. Hierbei ist neben dem deutschen der japanische Forschungsstand zu erheben. Aussagen zur aktuellen Bedeutung Panofskys und Peirces in Untersuchungen zur Pressefotografie werden ebenfalls berücksichtigt.

Erst seit Ende der 1990er-Jahre rückt die „Bildpolitik der Fotografie“ auch theoretisch intensiver in den Mittelpunkt der Forschung, womit Verflechtun-

⁸³ Zöllner (2006): S. 365.

⁸⁴ Yui (1995): S. 1.

⁸⁵ Sösemann (2011): S. XL f.

⁸⁶ Sösemann (2011): S. XLI.

⁸⁷ Bussemer (2005): S. 30.

gen von Gesellschaft und Fotografie, eine Geschichte von Bildern und ihren politischen Wirkungen, größere Bedeutung erhalten.⁸⁸ Dennoch bemerkt Henrick Stahr noch 2004 in seiner Dissertation zu „Fotojournalismus zwischen Exotismus und Rassismus“, dass in Untersuchungen zur Geschichte der Fotografie die Pressefotografie bisher nur eine Nebenrolle spiele, der für seine Untersuchung ebenso wie für die vorliegende Arbeit wichtige Foto-Text-Artikel eine noch unbedeutendere.⁸⁹ Zusätzlich bemerkt Stahr:

„In der Regel wird in Forschungsarbeiten und Dokumentationen das Pressefoto aus dem Kontext des Artikels, in dem es erstmals in einer illustrierten Zeitschrift veröffentlicht wurde, isoliert und als Einzelbild oder als neu zusammengestellte Serie ohne die begleitenden Texte reproduziert – natürlich auch auf Grund der relativ schlechten Druckqualität der Illustrierten der zwanziger und dreißiger Jahre. Eine thematische Untersuchung von Foto-Text-Artikeln in der illustrierten Presse eines bestimmten Zeitraums ist bislang kaum unternommen worden.“⁹⁰

Zum Forschungsstand bezüglich Medien im Nationalsozialismus bemerkt Werner Faulstich 2007 ebenso ernüchternd, dass die Gattung „Zeitung“ als wichtigstes Printmedium der Zeit zweifellos am besten erforscht sei, spricht jedoch in diesem Zusammenhang von nur „wenigen“ Fallstudien, welche sich spezifischen Publikationen oder Verlagen zuwendeten.⁹¹ Zeitschriften bezeichnet er gar als „sträflich vernachlässigt“ und benennt nur eine Handvoll Untersuchungen, darunter Tatjana Schruttkes Werk zur Jugendpresse aus dem Jahr 1997.⁹²

Was Fotografien anbelangt, so konstatiert noch im Jahr 2000 Jens Jäger, dass Überblicksdarstellungen zum Verhältnis von Fotografie und Propaganda fehlten, dass nur punktuelle Studien vorliegen würden sowie, dass selbst zur Fotografie im NS-Staat erst seit den 1990er-Jahren Untersuchungen publiziert worden seien. Arbeiten zur propagandistischen Verwendung von Fotografien, so Jäger weiter, gehen in der Regel in zwei verschiedene Richtungen: zum einen wird der Frage nach „Fälschungen“ und Bildmanipulationen nachgegangen, zum anderen der Frage nach Absicht und Wirkung von Fotografien.⁹³ Zur Erforschung der Bilderpolitik des NS-Regimes machten in Deutschland Diethard Kerbs, Walter Uka sowie Brigitte Walz-Richter erste Anfänge, die sich der Aufarbeitung deutscher Pressefotografie der Jahre von 1930 bis 1936 widme-

⁸⁸ Stiegler (2010): S. 225 f.

⁸⁹ Stahr (2004): S. 30.

⁹⁰ Stahr (2004): S. 30.

⁹¹ Faulstich (2007): S. 168 f.

⁹² Faulstich (2007): S. 168. Faulstich benennt folgendes Werk: „Schruttkes (1997)“ (Faulstich (2007): S. 168). Eine erwähnenswerte, umfassende Untersuchung zum Zeitungswesen bildet die 1965 erstmals publizierte Veröffentlichung „Presse in der Zwangsjacke, 1933–1945“ von Oron J. Hale (Hale (1965)). 2011 erschien in vierter Auflage das bereits 1989 von Norbert Frei und Johannes Schmitz publizierte Werk „Journalismus im Dritten Reich“ (Frei/Schmitz (2011)).

⁹³ Jäger (2000): S. 113.

ten.⁹⁴ Auswirkungen der Fotografie im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) auf die Bereiche der Kunst und Ästhetik galten bis ins Jahr 2000 hinein als noch wenig erforscht.⁹⁵ Im Zentrum wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Fotografien der Zeit standen bis zu diesem Zeitpunkt vornehmlich gegenwärtige Deutungen, weniger Fragen nach dem zeitgenössischen Gebrauch. Jäger fordert dementsprechend in seiner Überblicksdarstellung zur historischen Bildforschung eine stärkere Hinwendung zur ikonographischen Analyse, eine eingehende Kontextualisierung des Materials sowie eine klarere Funktionsbeschreibung. Dies sei in der Forschung gelegentlich beherzigt worden, wie Ernst Langthalers Mikroanalyse von Kriegsbildern eines österreichischen Wehrmachtangehörigen von 1940 bis 1945 sowie makroanalytische Arbeiten zur Fotografie des Holocausts zeigten.⁹⁶

Meine Recherchen offenbaren, dass die Einschätzungen Jägers bis heute nicht wesentlich an Gültigkeit eingebüßt haben. Eine von Gerhard Paul verfasste Untersuchung von 1990 mit dem Titel „Aufstand der Bilder“ beispielsweise, welche in Jägers Resümee unerwähnt bleibt, schließt zwar Bilder im weitesten Sinne mit ein, widmet der Fotografie jedoch nur einen kleinen Absatz. Des Weiteren ist zu bemerken, dass sich Pauls Untersuchung auf die Zeit vor 1933 konzentriert.⁹⁷ In der mittlerweile vorliegenden 2003 erschienenen umfangreichen und überwiegend positiv rezensierten⁹⁸ Studie Rolf Sachsses zur Fotografie im NS-Staat wird eine Vielzahl vorher nicht behandelter Aspekte berücksichtigt. Jedoch moniert auch dieser, dass die Fotografie des NS-Staates ein weithin unbearbeitetes Themenfeld sei und dass Verbindungen von Fotografie und Politik nur am Rande Gegenstand der Untersuchungen seien.⁹⁹ 2004 äußert sich Gerhard Paul zu eben jenen Verbindungen in seinem Werk „Bilder des Krieges: Krieg der Bilder; Die Visualisierung des modernen Krieges“, das ein umfangreiches Kapitel zum Zweiten Weltkrieg (1939–1945)

⁹⁴ Jäger (2000): S. 119. Jäger bezieht sich auf folgenden Titel: Kerbs/Uka/Walz-Richter (1983).

⁹⁵ Jäger (2000): S. 126.

⁹⁶ Jäger (2000): S. 127 f. Jäger bezieht sich auf folgende Untersuchung, nennt den Autor aber im Verzeichnis irrtümlich „Langenthaler“: Ernst Langthaler (1994): „Heinrich, die Kamera und die Militärzeit: Ein Versuch, die Kriegs-Bilder eines jugendlichen Dorfbewohners zu verstehen“ In: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 5. S. 517–546.

⁹⁷ Paul (1990).

⁹⁸ „Die Forschungsarbeit Sachsses überzeugt durch die Fülle des bewältigten Materials und durch die präzisen Beobachtungen des Autors. Leider sind diese nicht immer anhand von Abbildungen nachvollziehbar, da das Buch spärlich illustriert ist.“ (Schmitz (2004): o.S.); „Mit seiner vielschichtigen Analyse der Verhältnisse zwischen Propaganda, Blick, Bild, Medien und kollektivem Gedächtnis ist es Rolf Sachsse gelungen, am Beispiel der Fotografie im Nationalsozialismus Bildforschung als komplexe und umfangreiche geschichtswissenschaftliche Analyse durchzuführen.“ (Diehl (26.6.2007): o.S.).

⁹⁹ Sachsse (2003): S. 9.

enthält. Hierin finden sich neben einem Teilkapitel zur Verflechtung von „Staat, Militär und Medien im totalen Krieg“ auch Überlegungen zur „ideologische[n] und ästhetische[n] Modellierung des nationalsozialistischen Krieges“ sowie zu „Propagandakompanien und Kamasoldaten“.¹⁰⁰ 2007 konstatiert Elke Grittmann, dass inzwischen auf deutscher Seite interdisziplinäre Pressefotografie- und Fotojournalismusforschung existent sei, die sich den Produktionsbedingungen verschreibe, vor allem jedoch bis zum Beginn des Dritten Reiches.¹⁰¹ Insgesamt seien bei der Erforschung politischer Pressefotografie nach wie vor Analysen einzelner Motive dominant.¹⁰² Ein Sammelband von Claudia Glunz, Artur Pelka und Thomas F. Schneider von 2007 mit dem Titel „Information Warfare: Die Rolle der Medien (Literatur, Kunst, Photographie, Film, Fernsehen, Theater, Presse, Korrespondenz) bei der Kriegsdarstellung und -deutung“¹⁰³ beinhaltet zwei lesenswerte Beiträge zum Themenkomplex des Zweiten Weltkriegs (1939–1945): neben Marek Ostrowskis Überlegungen zur „Darstellung des Krieges in der deutsch- und polnischsprachigen Presse der Jahre 1939–1945“¹⁰⁴ einen Aufsatz von Julia Bertschik mit dem Titel „Kriegs-Mode: Nationalsozialistische Propaganda in den Zeitschriften *die neue linie* und *Die Mode*“.¹⁰⁵ Hierbei ist jedoch zu bemerken, dass sich Ostrowski zwar dem *Illustrierten Beobachter* zuwendet, jedoch Bilder unberücksichtigt lässt, wohingegen sich Bertschik zwar auf Bilder konzentriert, diese jedoch nicht dem *Illustrierten Beobachter* entnommen sind.

Jäger benennt keine einzige Publikation zur Darstellung von Kindern und Jugendlichen auf Fotografien der Zeit des Nationalsozialismus.¹⁰⁶ Jedoch fördert eine Datenbankrecherche von Publikationen ab 2000 eine Handvoll Publikationen zutage, worunter besonders die Arbeiten Adrian Schmidtkes hervorzuheben sind.¹⁰⁷ Einen weiteren, umfangreichen Beitrag liefert 2004 Richard Raskin mit seinem Werk „A child at gunpoint: A case study in the life of a photo“, welches dem vielleicht bekanntesten Bild der Zeit des Holocausts, einer Abbildung eines Jungen des Warschauer Ghettos, fast zweihundert Seiten widmet.¹⁰⁸ Ein kleinerer, erst kürzlich publizierter Beitrag zum Thema ist ein Aufsatz Christoph Hamanns, der ebenfalls der Fotografie des Warschauer Ghetto-Jungen gewidmet ist.¹⁰⁹

¹⁰⁰ Paul (2004): S. 6 f. Inzwischen von Gerhard Paul erschienen ist die Monographie „Bilder einer Diktatur: Zur Visual History des Dritten Reiches“ (Paul (2020)).

¹⁰¹ Grittmann (2007): S. 108.

¹⁰² Grittmann (2007): S. 146.

¹⁰³ Glunz/Pelka/Schneider (2007).

¹⁰⁴ Ostrowski (2007).

¹⁰⁵ Bertschik (2007).

¹⁰⁶ Jäger (2000): S. 122–135.

¹⁰⁷ Schmidtko (2005); Schmidtko (2007); Schmidtko (2008); Schmidtko (2010); Schmidtko (2012); Schmidtko/Kraul (2006).

¹⁰⁸ Raskin (2004).

¹⁰⁹ Hamann (2008).

Mit Blick auf die japanische Seite wurden in der letzten Zeit Untersuchungen zur Geschichte verschiedener Medien publiziert, zum Zeitungsjournalismus allgemein etwa William de Langes Monografie „A History of Japanese Journalism“ von 1998,¹¹⁰ zur Geschichte der „Asahi Shinbun“ beispielsweise das von Barak Kushner übersetzte und gekürzte Werk „Media, Propaganda and Politics in 20th-Century Japan: The Asahi Shimbun Company“ von 2015.¹¹¹ Das jüngste Werk zum Zeitungsjournalismus ist Fabian Schäfers Buch „Public Opinion. Propaganda. Ideology: Theories on the Press and its Social Function in Interwar Japan, 1918–1937“ von 2012.¹¹²

Mit der Geschichte der Fotografie Japans befassten sich bisher nur wenige westliche Gelehrte, wobei Anne Wilkes Tucker 2003 mit „The History of Japanese Photography“ eine erste nuancierte und gründliche Darstellung zum Thema vorlegt.¹¹³ Ebenfalls erwähnenswert ist Mary Warner Mariens umfangreicher Band „Photography: A Cultural History“, welcher eine Geschichte der Fotografie von ihren Anfängen bis in die Gegenwart enthält und neben Europa und den USA zahlreiche weitere Länder, darunter auch Japan, berücksichtigt.¹¹⁴ Japanische Gelehrte wandten sich dem Thema erst viele Jahre nach dem Zweiten Weltkrieg (1939–1945) zu. Weite Teile der Forschung finden sich zusammengestellt in der *Nihon shashin zenshū* (日本写真全集, „Gesamtausgabe japanischer Fotografie“).¹¹⁵ Kuwabara Kineos 1987 publizierter überblicksartiger Aufsatz „Gesamteinführung: Aufzeichnungen des Krieges“ zur Fotografie im Krieg in der entsprechenden Reihe¹¹⁶ erweist sich für die Untersuchung jedoch als nicht sehr ergiebig. Eine ältere Publikation zu Fotojournalismus und Auslandspropaganda bildet Shibaoka Shin'ichirōs Werk „Pressefotografie und Auslandspropaganda: Die Welt der Fotografie im ‚fünfzehnjährigen Krieg‘“ von 1977.¹¹⁷ Ebenfalls zu nennen sind Kageyama Masaos 1987 publizierte Sammlung von kriegszeitlichen Fotografien unter dem Titel „Der Krieg und die Japaner: Aufzeichnungen eines Kameramanes“¹¹⁸ sowie Ishikawa Yasumasas Werk „Die Blütezeit der Pressefotografie: Natori Yonosuke und seine Gefährten“ zum Fotojournalismus in Japan.¹¹⁹ Ebenfalls 1991 erschien „The history of the Japanese camera“, herausgegeben von Gordon Lewis.¹²⁰ Das Werk enthält die Kurzfassung eines Beitrages von Tanaka Masao und Miyabe Hajimu, der im Detail aufbereitet, welche Kame-

¹¹⁰ De Lange (1998).

¹¹¹ Kushner (2015).

¹¹² Schäfer (2012).

¹¹³ Tucker (2003): S. 2.

¹¹⁴ Marien (2010).

¹¹⁵ Tucker (2003): S. 3.

¹¹⁶ Kuwabara (1987).

¹¹⁷ Shibaoka (1977).

¹¹⁸ Kageyama (1987).

¹¹⁹ Ishikawa (1991).

¹²⁰ Lewis (1991).

ramodelle in Japan im Untersuchungszeitraum verbreitet waren, mit zahlreichen Abbildungen und technischen Details.¹²¹

Aktuelle Darstellungen auf japanischer Seite existieren in großer Zahl und können an dieser Stelle nicht vollständig aufgeführt werden. Erwähnenswert sind zum einen die zahlreichen Werke Shirayama Maris: ein Aufsatz mit dem Titel „Pressefotografie gegen antijapanische Propaganda: Unter besonderer Berücksichtigung der Entstehung des ‚Shashin kyōkai‘“ von 2004, erschienen in der Zeitschrift *Intelligence* der Waseda-Universität Tōkyō,¹²² eine 2006 veröffentlichte Monografie namens „NIPPON: Natori Yonosuke und Nippon Kōbō, 1931–45“; Die Blütezeit von Pressefotografie und Grafikdesign“, herausgegeben gemeinsam mit Hori Yoshio,¹²³ zwei Werke aus dem Jahr 2014 unter den Titeln „‚Pressefotografie‘ und Krieg, 1930–1960“¹²⁴ sowie „Die Welt von Natori Yonosuke: Der Wegbereiter von Pressefotografie und Grafikdesign“¹²⁵ sowie zuletzt eine 2015 publizierte Monografie namens „Krieg und Frieden: Das Japanbild, das die ‚Pressefotografie‘ vermitteln wollte/War and postwar: The prism of the times“.¹²⁶ Ebenfalls erwähnenswert sind das unter anderem vom Nationalmuseum für moderne Kunst Tōkyō herausgegebene Werk „Ausstellung zu Kimura Ihei: Ihei Kimura; The man with the camera“,¹²⁷ das von Suzuki Yoshiko in Zusammenarbeit mit dem Tōkyōer Museum für fotografische Kunst herausgegebene Buch „Wiedererweckt: Zwölf Fotografien im Krieg“ von 2005¹²⁸ sowie Torihara Manabus Werk „Geschichte der japanischen Fotografie (Erster Halbband): Von der Meiji-Restauration bis zur Hochwachstumsphase“.¹²⁹

Zu Darstellungen der „Achse“ Deutschland-Japan in verschiedenen Medien äußert sich umfassend Ricky Law in seiner 2012 eingereichten Dissertation mit dem Titel „Knowledge is power: The interwar German and Japanese mass media in the making of the axis“.¹³⁰ Arbeiten deutscher Japanologen, die der vorliegenden Studie thematisch nahestehen, lassen sich nur vereinzelt ausmachen: Julia Sieps in der Japanologie Düsseldorf entstandene Studie „Nationalisierte Mütterlichkeit als Phänomen der Moderne: Frauenzeitschriften in Japan, Deutschland und Italien in den 1930er Jahren“ von 2011 steht der vorliegenden Veröffentlichung nur hinsichtlich der im Zentrum stehenden Quellen nahe. Sie behandelt einen Teilaspekt des Frauenbildes propagandistischer Zeitschriften der 1930er-Jahre im deutsch-italienisch-japanischen Ver-

¹²¹ Tanaka/Miyabe (1991).

¹²² Shirayama (2004).

¹²³ Shirayama/Hori (2006).

¹²⁴ Shirayama (2014 I).

¹²⁵ Shirayama (2014 II).

¹²⁶ Shirayama (2015).

¹²⁷ Tōkyō kokuritsu kindai bijutsukan/Masuda/Suzuki/Takeuchi (2004).

¹²⁸ Suzuki/Tōkyō-to shashin bijutsukan (2005).

¹²⁹ Torihara (2013).

¹³⁰ Law (2012).

gleich aus Gender-Perspektive.¹³¹ Zudem konzentriert sich die Arbeit auf Text. Fotografien als Medien mit besonderen Eigenheiten werden nicht gesondert berücksichtigt.

Arbeiten, welche den *Illustrierten Beobachter* ins Zentrum rücken, sind rar gesät und legen ihren Fokus nur vereinzelt auf Kinder und Jugendliche: Thomas Müllers 1983 an der Universität Leipzig eingereichte Dissertation trägt den Titel „Zur bildjournalistischen Verwendung des Fotos in der Presse des Hitlerfaschismus in Deutschland: Eine kritische Untersuchung am Beispiel des ‚Illustrierten Beobachters‘“. ¹³² Diese enthält ein kurzes Kapitel namens „Die ideologische Beeinflussung von Kindern und Jugendlichen und seine propagandistische Darstellung“, das inhaltliche Tendenzen aufzeigt, Fotografien jedoch nur marginal behandelt. ¹³³ 1999 befasst sich Iris Franco in ihrer Magisterarbeit an der Universität Kiel mit dem Thema „Das Bild der Juden in der Bildberichterstattung der Nationalsozialisten: Ein Vergleich der Ghettoportagen in der ‚Berliner Illustrierte [sic!] Zeitung‘ und dem ‚Illustrierten Beobachter‘“. ¹³⁴ Kleinere Beiträge bilden ein in der Zeitschrift „Fotogeschichte: Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie“ 1996 erschienener Beitrag von Katja Protte mit dem Titel „Das ‚Erbe‘ des Krieges: Photographien aus dem Ersten Weltkrieg als Mittel nationalsozialistischer Propaganda im Illustrierten Beobachter von 1926 bis 1939“ ¹³⁵ sowie ein 1998 von Dirk Maczkie-

¹³¹ Sieps Bemerkungen erscheinen mir zu eindimensional und verallgemeinernd. So heißt es zum Verständnis der Geschlechterrollen in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts: „Frauen konnten [...] dem Staat (nur) dienen, indem sie ihre Aufgaben und Pflichten als Mutter erfüllten. Auf diese Weise wurden Frauen [...] für die Erfüllung nationaler Ziele funktionalisiert“ (Siep (2011): S. 14). Gegen Ende ihrer Arbeit bemerkt sie: „Wollen die Frauen der Nation bzw. dem Regime zugehörig sein, so ist dies nur erreichbar, indem sie als Mütter mit der Nation verschmelzen und eins werden“ (Siep (2011): S. 274). Das Engagement von Frauen an der „Heimatfront“ und dessen Propagierung waren jedoch vielfältig, keinesfalls nur auf „Mütterlichkeit“, so weit man diesen Begriff auch auslegen mag, beschränkt. Die in der Propaganda vermittelten Erwartungen an Frauen waren stark von äußeren Einflüssen, vor allem dem Kriegsverlauf, abhängig und einem Wandel unterworfen. Titelseiten der *Shashin shūhō* veranschaulichen den Wandel, zeigen unter anderem Frauen als Flugschülerinnen (*Shashin shūhō* (16.3.1938): S. [1]), Fischerinnen (*Shashin shūhō* (13.4.1938): S. [1]), Näherinnen (*Shashin shūhō* (4.2.1942): S. [1]), Krankenschwestern in den eroberten Gebieten „Großostasiens“ (*Shashin shūhō* (22.7.1942): S. [1]), Soldatinnen in Ausbildung (*Shashin shūhō* (6.10.1943): S. [1]), Munitionsproduzentinnen (*Shashin shūhō* (22.3.1944): S. [1]), Mechanikerinnen (*Shashin shūhō* (10.5.1944): S. [1]). Tsuyoshi Miyaos Beitrag „Our Women in the Emergency“ von 1939 liefert weitere Beispiele für Bereiche, in denen Frauen tätig waren (Tsuyoshi (1939)). Wie gelangt Siep zu ihren einseitigen Aussagen über historische Realität, Propaganda und sogar deren Interpretation durch die zeitgenössischen Rezipienten?

¹³² Müller (1983).

¹³³ Müller (1983): S. 154–158.

¹³⁴ Franco (1999).

¹³⁵ Protte (1996).

witz und Raoul Zühlke publizierter Artikel namens „Sein oder Nicht-Sein‘: Hitler und Thälmann auf den Titelbildern des Illustrierten Beobachters und der Arbeiter-Illustrierten-Zeitung“.¹³⁶ 2019 erschienen ist Konrad Dussels Monografie „Bilder als Botschaft: Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905–1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum“.¹³⁷

Zur Untersuchung der *Shashin shūhō* ist die 2008 erschienene Monographie „Certain Victory: Images of World War II in the Japanese Media“ von David C. Earhart ein für meine Untersuchung wichtiger Beitrag, enthält diese doch einen kurzen Artikel zur Darstellung von Kindern in der *Shashin shūhō*, welcher als Anregung zur Themenfindung meiner Dissertation diente. Zu bemängeln ist allerdings, dass der Beitrag sich stark auf die Kriegsjahre ab 1941 konzentriert und nicht detailliert auf Bilder und deren Entstehungskontexte eingeht. Allerdings werden inhaltliche Tendenzen mit Blick auf Kinder und Jugendliche umrissen und Darstellungen aus Kinderzeitschriften ebenfalls mit einbezogen.¹³⁸ Weitere Arbeiten, welche anhand des Titels einen Bezug zur *Shashin shūhō* erkennbar werden lassen und verdeutlichen, dass das Medium in der japanischen Forschung der letzten Jahre intensiv behandelt wird, sind die englischsprachige Untersuchung „The Japanese views of the UK and the US from the second Sino-Japanese War to the Pacific War: Focus on the photographic weekly magazine ‚Shashin Shuhō‘“ von Tamai Kiyoshi von 2012¹³⁹ sowie weitere, kürzlich publizierte japanischsprachige Beiträge: „Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die ‚Shashin shūhō‘, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit“,¹⁴⁰ ein 2008 ebenfalls von Tamai Kiyoshi publiziertes Buch, welches einen Beitrag zu Kindern, Schülern und Studenten, verfasst von Oku Kentarō und Tsuruoka Satoshi,¹⁴¹ als auch einen Beitrag zu Repräsentationen Deutschlands von Iwamura Masashi¹⁴² enthält, eine 2011 von Tamai Kiyoshi publizierte Monographie namens „Das kriegszeitliche Japan aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“,¹⁴³ ein 1995 vom Internationalen Friedensmuseum der Ritsumeikan-Universität herausgegebener Band mit dem Titel „Pressefotos des kriegszeitlichen Japan: Umemoto Tadao und die ‚Shashin shūhō‘“,¹⁴⁴ ein 2007 veröffentlichter Aufsatz von Iwamura Masashi mit dem Titel „Das Bild Nazi-Deutschlands in der ‚Shashin shūhō‘“,¹⁴⁵ ein 2011 von Hosaka Masayasu herausgegebenes Werk namens „Das kriegszeitliche Japan aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“¹⁴⁶

¹³⁶ Maczkiewitz/Zühlke (1998).

¹³⁷ Dussel (2019).

¹³⁸ Earhart (2008).

¹³⁹ Tamai (2012).

¹⁴⁰ Tamai (2008 II).

¹⁴¹ Oku/Tsuruoka (2008).

¹⁴² Iwamura (2008).

¹⁴³ Tamai (2011).

¹⁴⁴ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995).

¹⁴⁵ Iwamura (2007).

¹⁴⁶ Hosaka (2011).

sowie eine 2015 von der rechtswissenschaftlichen Fakultät der Keiō-Universität publizierte Arbeit Oda Yoshiyukis namens „Propagandaaktivität zu Transport in Kriegszeiten: Bilder von Land-, See- und Lufttransport in der ‚Shashin shūhō‘“.¹⁴⁷ Besonders hervorzuheben ist für meine Untersuchung der 2008 von Tamai publizierte Sammelband, da dieser einen Aufsatz Shimizu Jun’ichirōs zur Entwicklung der *Shashin shūhō* beinhaltet, welcher detailliert auf Zuständigkeiten einzelner Redakteure und Auflagenzahlen eingeht.¹⁴⁸ Iwamura Masashis Arbeiten erweisen sich bei der Analyse deutschlandbezogener Abbildungen als nutzbringend, da der Autor seiner Analyse sämtliche Ausgaben der Zeitschrift zugrunde legt und ein Vergleich meiner punktuellen Analysen mit durch ihn herausgearbeiteten allgemeineren Tendenzen möglich wird.¹⁴⁹ Ein Propaganda-Vergleich mit deutschsprachigen Quellen bleibt in diesen Untersuchungen jedoch außen vor.

Es sei noch darauf verwiesen, dass bestimmte Anmerkungen japanischer Autoren zum Forschungsstand bezüglich der *Shashin shūhō* zu meiner Entscheidung beigetragen haben, meiner wissenschaftlichen Analyse und Interpretation die Methode Panofskys zugrunde zu legen, welche sich durch die dezidierte Einordnung des Bildes in seinen historischen Kontext auszeichnet, was vor einer Überbetonung des Individuums bewahrt. Für Panofsky besteht der letzte Analyseschritt stets in der Herausarbeitung des „Gehaltes“ eines Werkes. Der Ausdruck zielt unter anderem auf gesamtgesellschaftliche Tendenzen, die sich im betreffenden Kunstwerk in der Rückschau erkennen lassen und vom zeitgenössischen Ersteller nicht bewusst intendiert sind.¹⁵⁰ Eine Beobachtung Shirayama Maris von 2014 verdeutlicht, dass eine Überbewertung des Fotografen in der Darstellung zu Irrtümern führen kann: So wurden in der *Shashin shūhō* publizierte Fotografien, auf deren Negativ lediglich auf die Fotografengruppe *Nippon Kōbō* (日本工房, „Japan-Werkstatt“, Übersetzung des deutschen Wortes „Werkstatt“ spiegelt hier den deutschen Einfluss auf ästhetische Auffassungen der Gruppe¹⁵¹) verwiesen wird, mittels Bildunterschrift Domon Ken zugeschrieben, obgleich dessen Urhebererschaft nicht eindeutig erwiesen ist.¹⁵² Hinzu kommt in diesem Zusammenhang das Problem, dass Fotografen in der *Shashin shūhō* mitunter nicht genannt werden.

Tamai Kiyoshi kritisiert 2008 eine allzu einseitige Herangehensweise an die *Shashin shūhō* als reines „Propagandainstrument“ in der bisherigen Forschung und betont die wechselseitige Einflussnahme von Zeitschrift und Gesellschaft.¹⁵³ Shimizu unterstreicht 2008, dass Dokumente mit Bezug zu *Naika-*

¹⁴⁷ Oda (2015).

¹⁴⁸ Shimizu (2008).

¹⁴⁹ Iwamura (2007); Iwamura (2008).

¹⁵⁰ Panofsky (1978): S. 18, 38.

¹⁵¹ Torihara (2013): S. 67.

¹⁵² Shirayama (2014): S. 100.

¹⁵³ Tamai (2008 I): S. ix f.

ku *jōhōbu* und *Naikaku jōhōkyoku* rar gesät, auf der Ebene der Herausgeber-schaft der Zeitschrift viele unklar sei. Rückschlüsse erlaubten hier die Erin-nerungen von Takano Tatsuo, publiziert unter dem Titel „Truppe des Verstan-des“.¹⁵⁴ Dieser war als Beamter im Redaktionsbüro von *Shūhō* und *Shashin shūhō* tätig.¹⁵⁵ Die von Tamai angesprochene Wechselwirkung wird in meiner Untersuchung unter anderem dadurch konkret fassbar, dass ich einen Fokus auf Leserfotos legen, die den potentiellen Einfluss weiter Teile der Bevöl-kerung auf die ihnen präsentierten Inhalte dokumentieren und hierdurch im Gegensatz zur Gestaltung des *Illustrierten Beobachters* stehen (Kapitel 6). Shimizus Kritik trage ich Rechnung, indem ich in meine Darstellung erhalten gebliebene Dokumente des *Naikaku jōhōbu* und *Naikaku jōhōkyoku* mit einbe-ziehe und deren inhaltliche Deckungsgleichheit mit den in der *Shashin shūhō* vorzufindenden Inhalten erläutere. Noch 2007 bemerkt Iwamura, dass in der Forschung zur *Shashin shūhō* die Berichterstattung über die Länder Europas und Amerikas kaum Berücksichtigung finde. Insbesondere deutsche Fotogra-fien seien in großer Zahl in die Zeitschrift eingebunden worden.¹⁵⁶ Diese Aus-sagen berücksichtigend wird sich die Untersuchung unter anderem auf die Darstellung deutscher Kinder und Jugendlicher konzentrieren.

Erwin Panofskys ikonographisch-ikonologischer Ansatz wurde bereits in den 1990er-Jahren zur Analyse von Pressefotos genutzt. Beispiele hier-für bilden Untersuchungen zur Kriegsberichterstattung von Anton Holzer so-wie zur Fotografie im Nationalsozialismus von Rudolf Herz.¹⁵⁷ Die politische Ikonographie als Fortentwicklung Panofskys stellt eher ein spezifisches Er-kenntnisinteresse denn ein klar umrissenes Forschungsfeld dar. Ihre Publika-tionen eint das Interesse an visuellen Ausdrucksformen von Politik. Auch hier sind Werke zu verorten, die den Bereich der Pressefotografie behandeln, beispielsweise Ernst Seidls Untersuchung einer Aufnahme Mitterands von Gisèle Freund.¹⁵⁸ Auch die semiotische ideologiekritische Forschung hat bis-her keine spezifischen Forschungen zur politischen Pressefotografie hervor-gebracht. Dennoch gibt es einzelne Studien zur Pressefotografie, die sich in erster Linie auf das Schaffen einzelner Fotojournalisten und -journalistinnen konzentrieren.¹⁵⁹

¹⁵⁴ Takano (1979).

¹⁵⁵ Shimizu (2008): S. 8.

¹⁵⁶ Iwamura (2007): S. 92.

¹⁵⁷ Grittmann (2007): S. 138. Sie bezieht sich wahrscheinlich auf folgende Werke (Letz-teres wurde nicht im Sekundärliteraturverzeichnis ihrer Monografie vermerkt): Herz (1994); Holzer (2003 II).

¹⁵⁸ Grittmann (2007): S. 142. Grittmann benennt folgende Untersuchung: Ernst Seidl (1998): „Das Paradox und sein Bild: François Mitterands Staatsportrait“ In: *Bildnis und Image: Das Portrait zwischen Intention und Rezeption*, herausgegeben von Andreas Koestler und Ernst Seidl. S. 335–349. Köln.

¹⁵⁹ Grittmann (2007): S. 140.

1.3. QUELLENGRUNDLAGE

Der Arbeit zugrunde liegen sämtliche publizierten und verfügbaren Ausgaben und Seiten des *Illustrierten Beobachters* sowie der *Shashin shūhō* der zweiten Jahreshälften 1938 und 1943, mit Ausnahme von Sonderausgaben.¹⁶⁰ Auf das Kriterium der heutigen Verfügbarkeit ist deshalb hinzuweisen, da einzelne Ausgaben des *Illustrierten Beobachters* nicht vollständig oder gar nicht verfügbar sind. Das Analysespektrum der Arbeit umfasst somit die Ausgaben 27 (7.7.1938) bis 51 (22.12.1938) des *Illustrierten Beobachters* von 1938 sowie die Ausgaben 27 (8.7.1943) bis 52 (30.12.1943) des *Illustrierten Beobachters* von 1943. Hinzu kommen die Ausgaben 21 (6.7.1938) bis 45 (21.12.1938) sowie 279 (7.7.1943) bis 302 (22.12.1943) der *Shashin shūhō*. Aus diesem Korpus wiederum wurde für die vorliegende Arbeit eine repräsentative Auswahl an Fotografien getroffen, welche in den Kapiteln 4 bis 6 schwerpunktmäßig analysiert werden. Diese Bilder sind im Anhang der Arbeit abgedruckt.

Beide untersuchten Zeitschriften waren von immenser Bedeutung für die Bildpropaganda der 1930er- und 1940er-Jahre. Beide besaßen eine enorme Reichweite: Der *Illustrierte Beobachter* stellte die wichtigste Illustrierte der nationalsozialistischen Presse dar.¹⁶¹ Die Gründung der Zeitschrift im Jahr 1926 markierte den Übergang der NSDAP zum massenpropagandistisch begründeten Fotografieeinsatz. Die Auflagenzahl der ersten Ausgabe übertraf bereits die des *Völkischen Beobachters*. Sofort nach Gründung wurde der *Illustrierte Beobachter* zum offiziellen Bilderblatt der NSDAP mit Monopolstellung.¹⁶² Er stand in Konkurrenz zu anderen Organen wie der Zeitung *Das Reich*, welche ab 1940 erscheinend zumindest 1941 und 1944 über eine höhere Auflage pro Ausgabe verfügte.¹⁶³ Trotz dieses Umstandes ziehe ich den *Illustrierten Beobachter* für eine vergleichende Analyse vor, weil dieser einen stärkeren Fokus auf das Bild als Propagandamedium legt. Zudem ermöglicht er, da bereits 1938 publiziert, auf deutscher Seite einen Vergleich vorkriegszeitlicher und kriegszeitlicher Berichterstattung.

In Japan wohnte den Printmedien ebenso wie in Deutschland zur Schaffung nationaler Solidarität eine Schlüsselstellung inne.¹⁶⁴ Ab 1938 trugen kommerzielle Magazine enorm zur enthusiastischen Vermittlung von Militarismus und Nationalismus bei.¹⁶⁵ Zeitschriften hatten zentrale Bedeutung bei der militärischen Mobilisierung von Kindern.¹⁶⁶ Die *Shashin shūhō* wurde zu

¹⁶⁰ Diverse Sonderausgaben des *Illustrierten Beobachters* erschienen im Untersuchungszeitraum, darunter die Titel „Befreites Sudetenland“ (Eher-Verlag (10.1938)) sowie „Reichsparteitag Großdeutschlands“ (Eher-Verlag (9.1938)).

¹⁶¹ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 224.

¹⁶² Herz (1994): S. 72 f.

¹⁶³ Sösemann (2011): S. 1091.

¹⁶⁴ Carter (2009): S. 19.

¹⁶⁵ Carter (2009): S. 150 f.

¹⁶⁶ Carter (2009): S. 169.

einem wichtigen Betätigungsfeld japanischer Fotografen im Zweiten Weltkrieg (1939–1945).¹⁶⁷ Es ist anzunehmen, dass die in der Zeitschrift enthaltenen Aussagen so gut wie jeden japanischen Bürger erreichten.¹⁶⁸

1.4. ZUR METHODE DER UNTERSUCHUNG

Zur Analyse der Fotografien wird in diesem Buch von Erwin Panofskys dreiteiligem Modell der Bildinterpretation Gebrauch gemacht. Zudem werden unter Hinzuziehung von Peirces Bildverständnis Überlegungen zur Rezipientensicht angestellt. Beide kulturwissenschaftlichen Ansätze¹⁶⁹ werden im Folgenden in drei Schritten vorgestellt: Auf einige Bemerkungen zur wissenschaftshistorischen Bedeutung folgen Darlegungen zur Bildtheorie und -analyse sowie zuletzt zur kritischen Rezeption.

ERWIN PANOFSKY

Ein Blick in aktuelle Publikationen verdeutlicht, dass Erwin Panofskys kunsthistorischer Methode sowohl historisch betrachtet als auch im aktuellen Wissenschaftsdiskurs große Bedeutung zukommt: Zum historischen Verdienst Panofskys wird von William S. Heckscher 1993 bemerkt, dass durch ihn die Ikonologie zum unentbehrlichen Bestandteil kunsthistorischer Methode geworden sei, der auch als ein Beitrag zur Ideengeschichte aufgefasst werden könne.¹⁷⁰ Für Horst Bredekamp ist Panofskys Ansatz ein Muster kunsthistorischer Methode schlechthin,¹⁷¹ die „bedeutendste bildanalytische Methode

¹⁶⁷ Shimizu (2008): S. 10.

¹⁶⁸ Kaneko (2003): S. 192.

¹⁶⁹ Grittmann (2007): S. 102. Das an den Anfang der Arbeit gestellte Schmuckzitat des Autors Arthur Conan Doyle als auch die Referenz auf eine Agatha-Christie-Verfilmung erhalten einen tieferen Sinn dadurch, dass Panofsky als begeisterter Leser Arthur Conan Doyles gilt (Holly (1984): S. 170), als auch dadurch, dass Peircesche Logik im weitesten Sinne in der Vergangenheit ebenfalls mit Sherlock Holmes in Verbindung gebracht wurde (Eco/Sebeok (1985)). Zu Panofsky bemerkt William S. Heckscher: „Neben dem Film als Kunstform war Panofsky fasziniert von dem, was er die aristotelische Qualität des Kriminalromans nannte. Er verglich gern den Kanon Sherlock Holmes' und seinen bewußten oder unbewußten Einfluß auf alle späteren Autoren in diesem Genre mit der Bedeutung des Kanons der Kirchenväter im Mittelalter: ‚Als gesichert galt, dass Sherlock Holmes' Wort die Wahrheit war. Alle Widersprüche mußten wie in der scholastischen Methode ausgebügelt werden.‘ Holmes' Wort ‚Wenn alles, was unmöglich ist, ausgeschlossen wurde, muß das Unwahrliche, das übrigbleibt, wahr sein‘ wurde in einer halb ernsten Weise Teil von Panofskys eigener ikonographischer Arbeitsmethode.“ (Heckscher (1993): S. 119).

¹⁷⁰ Heckscher (1993): S. 114f.

¹⁷¹ Bredekamp (2008): S. 61.

des 20. Jahrhunderts“,¹⁷² für Oscar Bätschmann das „einzige begründete Verfahren zur Inhaltsdeutung“ für „gegenständliche [Bilder], die ein (literarisches) Thema oder Konzept darstellen“.¹⁷³ Die transdisziplinäre Bilderforschung steht bis heute unter dem Einfluss Panofskys.¹⁷⁴ Die Bildwissenschaft als neuer Teilbereich der Kunstgeschichte etablierte sich insbesondere nach dem Iconic Turn, teils mit eigenen Lehrstühlen.¹⁷⁵ Noch 2014 bemerkt Susanna Partsch, dass Panofskys Erfolg bis heute anhalte, auch über die Grenzen der Kunstgeschichte hinaus.¹⁷⁶ Im Folgenden wird ein Einblick in Panofskys Bildtheorie und -analyse gegeben.

Ikonographie und Ikonologie als Methoden der Bildbetrachtung und -analyse sind bis heute fest mit dem Namen Panofsky verbunden. Panofskys Methode sieht drei Schritte der Bildinterpretation vor, die der Erschließung des Phänomen-, Bedeutungs- (Ikonographie) und Wesenssinns (Ikonologie) dienen. Eigentlich handelt es sich jedoch um einen einzigen, organischen Prozess.¹⁷⁷ Für das Zeichenverständnis nach Panofsky ist es von zentraler Bedeutung, dass dieser Zeichen in erster Linie als Phänomene begreift, die auf etwas anderes referieren:

„Die Zeichen und Gebilde des Menschen sind Zeugnisse, weil oder eigentlich: insofern sie Ideen artikulieren, die vom Vorgang des Zeichengebens und Bildens, auch wenn sie dadurch realisiert werden, doch unterschieden sind. Diese Zeugnisse besitzen daher die Eigenschaft, aus dem Strom der Zeit aufzutauchen, und in eben dieser Hinsicht werden sie vom Geisteswissenschaftler studiert. Er ist im wesentlichen Historiker.“¹⁷⁸

Vor diesem Hintergrund betrachtet ist Panofskys Ansatz meiner Meinung nach für die vorliegende Untersuchung besonders ergiebig, da das Bild als Medium der Vermittlung von Propaganda nicht in erster Linie für sich selbst steht, sondern als Referenz auf etwas *anderes* im Sinne Gottfried Boehms.¹⁷⁹ Dem Kunstwerk „Fotografie“ als Propagandamedium wird somit eine bestimmte „Intention“ unterstellt, die nicht in erster Linie vom Fotografen selbst, sondern, mit den Worten Panofskys, „von den Normen [der] Epoche und [der] Umwelt bedingt“ ist.¹⁸⁰

Das Ziel der Arbeit, einen deutsch-japanischen Vergleich von Bildpropaganda anhand der Fotografien zweier Zeitschriften zu vollziehen, ergibt sich anhand dessen, was Panofsky als den „Kulturkosmos“ bezeichnet, der eine

¹⁷² Bredekamp (2008): S. 70.

¹⁷³ Bätschmann (2009): S. 10.

¹⁷⁴ Drechsel (2012): S. 79.

¹⁷⁵ Partsch (2014): S. 10, 105.

¹⁷⁶ Partsch (2014): S. 56.

¹⁷⁷ Partsch (2014): S. 58 f.

¹⁷⁸ Panofsky (1978): S. 11.

¹⁷⁹ Grittmann (2007): S. 101 f.

¹⁸⁰ Panofsky (1978): S. 18.

„raum-zeitliche Struktur“ sei: „Zwei historische Phänomene sind nur insofern gleichzeitig oder haben nur insofern eine bestimmte zeitliche Relation zueinander, als sie sich in einem ‚Bezugsrahmen‘ einander zuordnen lassen, bei dessen Fehlen schon der Begriff der Gleichzeitigkeit in der Geschichte ebenso sinnlos wäre wie in der Physik.“¹⁸¹ Den ereignisgeschichtlichen Bezugsrahmen bildet in diesem Fall die in den späten 1930er- und frühen 1940er-Jahren zu beobachtende propagandistische Aktivität zweier Krieg führender nationalistischer Regime.

Die des Weiteren von Panofsky geforderte, anhand anderer Dokumente anzustrebende „Sicherheit“ der Aussagen über die untersuchten Bilder¹⁸² wird gewährleistet durch die in den Kapiteln 1 bis 3 getroffenen Bemerkungen zum Entstehungskontext der Fotografien, welche auf umfangreichen Quellen- und Literaturrecherchen fußen. Laut Panofsky gelte es, „die allgemeine Konzeption von Geschichte [...] aus unseren Einzelfällen herzustellen“.¹⁸³ Es gelte,

„die Grundprinzipien [zu] erfassen [...], die sowohl der Wahl und der Darstellung von Motiven wie auch der Herstellung und Interpretation von Bildern, Anekdoten und Allegorien zugrunde liegen und die sogar den angewandten formalen Anordnungen und technischen Verfahren Bedeutung verleihen.“¹⁸⁴

In der Untersuchung bedeutet dies, durch die Analyse von Fotografien und Begleittexten Muster der Vermittlung von Propaganda sowie propagandistische Grundaussagen zu ermitteln und aufzuzeigen, dass diese eng mit historischen Entwicklungen von zum Teil weltgeschichtlicher Bedeutung verknüpft sind: Die Entscheidung eines Redakteurs der *Shashin shūhō* im Jahr 1943 beispielsweise, den die amerikanische Seite betonenden Ausdruck *bei'ei* (米英, amerikanisch-englisch) zur Bezeichnung zweier verfeindeter Länder dem Wort *ei'bei* (英米, englisch-amerikanisch) vorzuziehen, entspringt keinem Zufall, sondern wird vor dem Hintergrund des Angriffes auf Pearl Harbor am 7. Dezember 1941 und der hieraus folgenden amerikanischen Mobilmachung gegen Japan verständlich (siehe Kapitel 5.3.).

Die drei Schritte, welche Panofsky zur Erschließung eines Kunstwerks vorsieht, ergeben sich anhand der drei Grundbestandteile der Form, der Idee (im Falle der bildenden Kunst des Sujets) sowie des Gehalts, welche die ästhetische Erfahrung des Werkes generieren.¹⁸⁵ An erster Stelle steht die *vor-ikonographische Beschreibung*, welche neben der Erschließung von Formen die Identifikation primärer oder natürlicher Bedeutungen, des primären oder natürlichen Sujets (Gegenstandes) des Kunstwerkes, vorsieht, wiederum unterteilt

¹⁸¹ Panofsky (1978): S. 12 f.

¹⁸² Panofsky (1978): S. 14.

¹⁸³ Panofsky (1978): S. 14.

¹⁸⁴ Panofsky (1978): S. 47 f.

¹⁸⁵ Panofsky (1978): S. 20 f.

in tatsachen- und ausdruckshaftes Sujet.¹⁸⁶ Es gilt hierbei, zur Aufschlüsselung der Tatsachenbedeutung bzw. des tatsachenhaften Sujets

„bestimmte sichtbare Formen mit bestimmten Gegenständen [zu] identifiziere[n], die mir aus praktischer Erfahrung bekannt sind, und [...] die Veränderung in ihren Beziehungen mit bestimmten Handlungen oder Ereignissen [zu] identifiziere[n].“¹⁸⁷

Die ausdruckshafte Bedeutung bzw. das ausdruckshafte Sujet ergibt sich wiederum durch „Einfühlung“, die ein gewisses Maß an Sensibilität voraussetzt, welches jedoch ebenfalls eine Komponente praktischer Erfahrung, der Vertrautheit mit gewissen Gegenständen und Ereignissen ist. Ein Beispiel für ein derartiges ausdruckshaftes Sujet bildet die Identifizierung einer Person als fröhlich oder traurig aufgrund ihres Gesichtsausdrucks oder der Art, wie sie ihre Handlung vollzieht.¹⁸⁸

Zweitens folgt die *ikonographische Analyse*,¹⁸⁹ welche nicht nur Vertrautheit mit der praktischen Welt voraussetzt, sondern darüber hinaus mit der „Welt von Bräuchen und kulturellen Traditionen, die einer bestimmten Tradition eigentümlich sind.“¹⁹⁰ Ziel ist die Erkenntnis sekundärer oder konventioneller Bildbedeutungen, welche intellektuell, nicht sinnlich, vermittelt werden und bewusst in die praktische Handlung, die das Medium ihrer Vermittlung darstellt, integriert wurden. Das durch Panofsky berühmt gewordene hiermit korrespondierende Beispiel bildet die Interpretation des Hutziehens eines Mannes als Grüßen.¹⁹¹ Ein Bezug zum Gegenstand dieser Arbeit aufweisendes Beispiel ist die Identifikation eines ausgestreckten rechten Armes als „Hitlergruß“. Zur Interpretation ist die Kenntnis historischer Quellen, die Aufschluss zu verbreiteten Themen und Vorstellungen der Zeit liefern, vonnöten. Als Korrektiv sieht Panofsky die Typen-Geschichte vor, das heißt das Wissen darum, wie unter bestimmten historischen Bedingungen Themen und Vorstellungen durch Gegenstände und Ereignisse vermittelt wurden.¹⁹²

Am Ende der Analyse steht die *ikonologische Interpretation*,¹⁹³ die Formulierung einer dritten, der eigentlichen Bedeutung, des „Gehalts“, desjenigen,

„was ein Werk preisgibt, aber nicht prunkend hervorhebt. Es handelt sich um die Grundhaltung einer Nation, einer Epoche, einer Klasse, einer religiösen oder philosophischen Überzeugung – all das wird unbewußt von einer einzigen Person ausgewiesen und in einem einzigen Werk verdichtet.“¹⁹⁴

¹⁸⁶ Panofsky (1978): S. 36–38.

¹⁸⁷ Panofsky (1978): S. 36.

¹⁸⁸ Panofsky (1978): S. 36 f.

¹⁸⁹ Panofsky (1978): S. 50.

¹⁹⁰ Panofsky (1978): S. 37.

¹⁹¹ Panofsky (1978): S. 37.

¹⁹² Panofsky (1978): S. 50.

¹⁹³ Panofsky (1978): S. 47, 50.

¹⁹⁴ Panofsky (1978): S. 18.

Diese Bedeutung nennt Panofsky „wesentlich“, nicht „erscheinungshaft“, in Abgrenzung zu den ersten beiden Bedeutungen.¹⁹⁵ Darüber hinaus sei sie „normalerweise so sehr über dem Bereich des bewußten Wollens [anzusiedeln], wie die ausdruckshafte Bedeutung darunter lieg[e].“¹⁹⁶ Zur Erschließung diene die „synthetische Intuition“, die „Vertrautheit mit den wesentlichen Tendenzen des menschlichen Geistes“, „geprägt durch persönliche Psychologie und ‚Weltanschauung‘“. ¹⁹⁷ Als Korrektiv heranzuziehen sei die „Geschichte kultureller Symptome oder ‚Symbole‘ allgemein“, die „Einsicht in die Art und Weise, wie unter wechselnden historischen Bedingungen wesentliche Tendenzen des menschlichen Geistes durch bestimmte Themen und Vorstellungen ausgedrückt wurden“.¹⁹⁸

Obwohl Panofskys Ansatz viel Lob erntete, wurde in der Vergangenheit wiederholt auf Schwächen hingewiesen. Die Kritik reicht „von grundsätzlichen Reserven gegenüber der Möglichkeit, individuelle und allgemeinkulturelle Prägungen miteinander zu verbinden, bis zum Einwand, daß Panofskys Vorgehen nur auf die vormoderne Kunst anwendbar sei.“¹⁹⁹ Auf Aussagen aus aktuellen Publikationen sei im Folgenden kurz hingewiesen: Wolfgang Brassat bemerkt 2003, dass kritische Stimmen von Anfang an gegeben waren, vornehmlich aus der Stilgeschichte und Hermeneutik. Wiederholte Kritik sieht Brassat darin, dass Panofsky nur die inhaltliche Seite eines Kunstwerkes berücksichtige und damit dessen Eigengesetzlichkeit und Irreduzibilität auf einen anderen Sinn übersehen werde. Das Kunstwerk werde damit zu einem Bestandteil allgemeiner Geistesgeschichte reduziert. In den 1980er-Jahren habe daher die „Ikonographie-Ikonologie“ ihre herausragende Stellung eingebüßt.²⁰⁰

Auch Alexander Kraus resümiert 2006 in seinem Aufsatz „Die Ikonologie Panofskys auf dem Prüfstein des Historikers“ zentrale in der Vergangenheit an Panofskys Ansatz vorgebrachte Kritikpunkte: William J. T. Mitchell habe auf eine zu geringe Berücksichtigung der Frage nach dem Betrachter verwiesen, die nicht von der Hand zu weisende Textfixiertheit sei seitens Otto Pächt kritisiert worden. Auch habe Pächt einen Verlust der Eigenständigkeit von Kunstwerken bemängelt, da diese „bloß illustrier[en], was in anderen geistigen Sphären vorher eronnen worden [sei]“, eine Kritik, die nach Kraus allerdings nicht haltbar sei, da Panofsky sein Modell auf ganz bestimmte Bildtypen angewandt sehen wolle. Die Kritik Reindert Falkenburgs, dass eine Überbetonung literarischer Quellen zum Zwecke der Bildinterpretation Gefahren mit sich bringe, sei, so Kraus weiter, zumindest für den Historiker wenig problematisch, da dieser literarischen Quellen ohnehin sehr wenig Beachtung schenke. Gleichzeitig kriti-

¹⁹⁵ Panofsky (1978): S. 38.

¹⁹⁶ Panofsky (1978): S. 38.

¹⁹⁷ Panofsky (1978): S. 50.

¹⁹⁸ Panofsky (1978): S. 48.

¹⁹⁹ Bredekamp (2008): S. 62.

²⁰⁰ Brassat (2003): S. 63.

sierende Falkenburg die „synthetische Intuition“ als zentrales Instrument der Analyse, da diese nicht überprüfbar sei und rasch vom Leser abgelehnt werden könne. Peter Burke habe darauf hingewiesen, dass Panofskys „Suche nach den zugrunde liegenden Prinzipien“ stets die Gefahr berge, exakt jenes in den Bildern vorzufinden, was schon zuvor bekannt gewesen sei. Überdies hält Kraus die Frage nach dem „Gehalt“ für verfehlt, da dieser die Frage nach verschiedenen Perspektiven auf ein Kunstwerk (und damit einhergehenden verschiedenen Deutungen) unberücksichtigt lässt.²⁰¹

Den vorgebrachten Einwänden setze ich mit Bezug auf diese Untersuchung entgegen, dass es gerade die Einbindung der Bilder in die Propagandapaxis der Zeit ist, die von Interesse ist, und dass von einer „Eigengesetzlichkeit“ des Kunstwerks, wenn überhaupt, nur bedingt zu sprechen ist angesichts der medialen Kontrollmechanismen in beiden Ländern im angesetzten Untersuchungszeitraum. Auch die Kritik an der „Textfixiertheit“ Panofskys fällt insoweit nicht ins Gewicht als dass das zentrale Propagandamedium der Untersuchung, der „Foto-Text-Artikel“, auf die Kombination von Bild und Text zur Inhaltsdeutung durch den Rezipienten setzt. Der bei Panofsky fehlenden Berücksichtigung der Möglichkeit unterschiedlicher Deutungen durch unterschiedliche Rezipienten wird durch die zusätzliche Hinzuziehung von Peirces Bildverständnis Rechnung getragen.

Ein wiederholt mit Bezug auf Panofsky vorgebrachter weiterer Einwand ist der Vorwurf, dass sein Modell kein eigenständiges Interpretationsmodell darstelle: Felix Thürlemann sieht in Panofskys Ausführungen nur ein Angebot, der „interpretativen Gewalt“ Grenzen zu setzen. Panofskys „Theorie der Bedeutungskonstitution der Bilder“ sei erst noch zu rekonstruieren.²⁰² Julia Burbulla bemerkt noch 2015, dass bis heute keine schlüssige Monografie zu Erwin Panofskys theoretischem Ansatz erschienen sei.²⁰³ Den Positionen ist zu entgegnen, dass die Stärke von Panofskys Überlegungen gerade darin besteht, dass sie durch entsprechende Konkretisierung und Erweiterung je nach Untersuchungsgegenstand vielfältig anwendbar sind. Selbst wenn Panofskys Modell „nur“ der „interpretativen Gewalt Grenzen setzt“, ist dies für valide wissenschaftliche Aussagen ein guter Ausgangspunkt.

Zuletzt wird häufig der Einwand erhoben, dass Panofskys Konzept auf Einzelbilder, nicht jedoch auf Bilder im Allgemeinen, anwendbar sei. Es sei, so Alexander Kraus, in der Vergangenheit zwar für die historische Forschung nutzbar gemacht worden. Dies sei jedoch nur durch Erweiterungen ermöglicht worden.²⁰⁴ Diese seien erforderlich, da Massenbildern in der Regel ein konkreter Auftraggeber fehle und sich daher der Fokus der Analyse hin zu „Merkmalen einer Bildergruppe in ihrer Zweckgebunden-

²⁰¹ Kraus (2006): S. 30 f.

²⁰² Thürlemann (2009): S. 214–216, 232.

²⁰³ Burbulla (2015): S. 17.

²⁰⁴ Kraus (2006): S. 31.

heit“ verschiebe.²⁰⁵ Auch Elke Grittmann sieht die Notwendigkeit einer Modifizierung, vor allem durch systematisches quantifizierendes Vorgehen, obgleich sie bemerkt, dass Panofsky für die Analyse von Wahlkampfstrategien gewinnbringend genutzt worden sei.²⁰⁶ Auch Benjamin Drechsel formuliert 2012, dass eine Erweiterung von Panofskys Modell oftmals vorgenommen werde, sodass dieses über die Analyse von Kunstwerken hinaus für Bilder im weitesten Sinne angewendet werden könne.²⁰⁷

Die Kritik ist einerseits zutreffend, da Panofskys Modell in der Tat nicht auf quantitative Untersuchungen, sondern auf Einzelbilder ausgelegt ist. Andererseits übersehen die Kritiker hier meiner Ansicht nach, dass Panofskys Aufforderung, „so viel wie möglich“ über die Zeitumstände in Erfahrung zu bringen, der Interpretation des Einzelbildes im historischen Kontext, bei Kenntnis zentraler Tendenzen der Zeit, eine gewisse Allgemeingültigkeit verleiht. So konzentriert sich auch die vorliegende Publikation zwar auf die Analyse von Einzelbildern, betont jedoch aufgrund der Kenntnis quantitativer Aussagen anderer Studien, aufgrund des Wissens um Aussagen aus anderen zeitgeschichtlichen Dokumenten sowie der Zeitumstände deren Beispielhaftigkeit für die Propaganda der Zeit. Zudem bleibt es nicht bei der Analyse einer einzelnen Fotografie, sondern es wird eine Summe an Einzelbildern untersucht. Es handelt sich somit um eine Reihe von Interpretationen einzelner Fotografien mit Begleittext oder auch von Bild-Text-Seiten und Foto-Text-Artikeln in ihrer Gänze, die ihre Plausibilität aus der Kraft des *pars pro toto* ableiten, indem die Zweckgebundenheit der Abbildungen als Propaganda ihrer Zeit dem Leser vor Augen geführt wird.

CHARLES SANDERS PEIRCE

Im dritten Teilband eines mehrbändigen Handbuchs zur Semiotik, herausgegeben von Roland Posner, Klaus Robering und Thomas A. Sebeok,²⁰⁸ betont Mauro Wolf 2003 die fundamentale Bedeutung der Propagandaforschung während des Ersten Weltkrieges (1914–1918) für die Entstehung der modernen Publizistikwissenschaft. Diese sei in den 1980er- und 1990er-Jahren im Wesentlichen durch ihre interdisziplinäre Ausrichtung geprägt gewesen, welche aus einer Symbiose von Semiotik und Publizistikwissenschaft resultiert sei.²⁰⁹ Mit Blick auf die Geschichtswissenschaft konstatiert Gerhard Theuerkauf 2003 ebenfalls eine betont interdisziplinäre, nationalstaatliche Grenzen überschreitende Ausrichtung in den 1990er-Jahren und zeigt beste-

²⁰⁵ Kraus (2006): S. 33. Kraus bezieht sich mit seinem Zitat auf folgendes Werk: Talkenberger (1990): S. 51.

²⁰⁶ Grittmann (2007): S. 20.

²⁰⁷ Drechsel (2012): S. 81.

²⁰⁸ Posner/Robering/Sebeok (2003).

²⁰⁹ Wolf (2003): S. 2926 f, 2932.

hende semiotische Aspekte der Disziplin auf.²¹⁰ Diese Einschätzungen über die Bedeutung der Semiotik für die historische Forschung und die Erforschung von Massenmedien haben nicht an Relevanz eingebüßt: Jutta Held betont 2007 ebenfalls den Nutzen semiotischer Modelle für die Analyse von trivialen Bildern und Werbung.²¹¹

Als Erweiterung von Panofskys Ansatz bei der Analyse von Massenbildern erscheint ein semiotisches Modell naheliegend: Die Semiotik war weit aus früher als die Kunstgeschichte Phänomenen der Populärkultur aufgeschlossen und nimmt auch ikonische (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Abbildverhältnis, auf Ähnlichkeiten, beruht, zum Beispiel optische Ähnlichkeit bei Piktogrammen²¹²) und indexikalische Zeichen (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Folgeverhältnis beruht, zum Beispiel Lachen als Zeichen für Freude²¹³), somit jedwede Form von Bildern, in den Blick.²¹⁴ Eine semiotische Ergänzung Panofskys ist zudem nicht abwegig durch den Umstand, dass dessen Doktorand Edgar Wind in seiner 1922 eingereichten Dissertation bereits den Versuch unternahm, „eine ‚generative Grammatik‘ der visuellen Gestaltung“ zu entwerfen.²¹⁵ Hierauf beruft sich Panofsky in seinem 1925 publizierten Aufsatz „Über das Verhältnis der Kunstgeschichte zur Kunsttheorie: Ein Beitrag zu der Erörterung über die Möglichkeit ‚kunstwissenschaftlicher Grundbegriffe‘“, nähert sich somit der Ansicht an, dass Kunst als Sprache anzusehen sei, bekennt sich jedoch nicht eindeutig zur Position Winds. Ein kunstwissenschaftliches Begriffssystem wurde nie erarbeitet.²¹⁶

Ein verbindendes Element von Panofsky und Peirce, welches ebenfalls die methodische Grundlage dieser Arbeit legitimiert, besteht darin, dass beide der Denktradition Kants nahestehen. Peirce vertritt ebenso wie Kant die Position, dass von allen Dingen nur das erkennbar ist, „was wir selbst in sie legen“. Der Mensch erschließt sich die Welt aktiv, seine Verstandes- und Denkkategorien sind stets „urteilsförmig“, nicht passiv.²¹⁷ Die zwei entscheidenden

²¹⁰ Theuerkauf (2003): S. 2941.

²¹¹ Held (2007): S. 372.

²¹² Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²¹³ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²¹⁴ Grittmann (2007): S. 102.

²¹⁵ Lüdeking (2014): S. 65; Wind (1922).

²¹⁶ Lüdeking (2014): S. 65 f; Panofsky (1925). 1989 betonte Gottfried Boehm ebenfalls, dass es die „Sprache“ der untersuchten Werke sei, die den Untersuchungsgegenstand der Kunstwissenschaft von rein objektivierenden Disziplinen unterscheidet (Boehm (1989): S. 15); Oskar Bätschmann äußerte gleichwohl, dass sich die Interpretationstheorie Panofskys „an der Interpretation des Schriftsinns orientiere“. Panofsky verfolge das Anliegen, Kunstwerke „mit einem Logos (einem Wort, d. h. einem Sinn) der Geschichte in Beziehung zu setzen bzw. in ihnen die Manifestation dieses Sinnes zu sehen.“ (Bätschmann (1989): S. 30).

²¹⁷ Halawa (2008): S. 56.

Unterschiede semiotischer Bildanalyse zu Panofsky bestehen darin, dass nicht nur Kunstwerke in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken und, dass die Analyse früher ansetzt, nämlich bei der Frage, wie jemand überhaupt in der Lage ist, ein Bild zu sehen.²¹⁸ Hierbei wird die Annahme zugrunde gelegt, dass Bilder erst existent seien, wenn diese durch einen Betrachtenden wahrgenommen und interpretiert würden.²¹⁹ Die Frage nach den Möglichkeiten des Bildes liegt im wahrnehmenden Subjekt und nicht im Bildgegenstand.²²⁰

Peirces Semiotik geht davon aus, dass Bilder als nichtmaterielle, gedankliche Zeichen nur im Rahmen der Wahrnehmung, somit „nur durch und mit dem Menschen [existieren]“.²²¹ Somit bleibt „Wahrnehmung“ stets ein ambivalentes, nicht klar bestimmbares Phänomen.²²² Zeichenprozesse sind nach Peirce Interpretationsprozesse: „Nichts ist ein Zeichen, wenn es nicht als Zeichen interpretiert wird“.²²³ Nach Mark Ashraf Halawa seien Zeichen für Peirce

„Elementarteilchen der Erkenntnis. Ihr Wesen besteht darin, zwischen den Dingen zu vermitteln, wobei eben jene Dinge erst durch diesen semiotischen Vermittlungsakt intellektuell greifbar gemacht werden. Wenn wir von Zeichenprozessen sprechen, reden wir demnach zugleich immer von Prozessen, die alle drei Fundamentalkategorien berücksichtigen.“²²⁴

Peirces Ansatz unterscheidet sich von anderen durch seine drei Relationsfundamente immaterieller Zeichen. Es reicht nicht aus, dass ein Ding 1 für ein Ding 2 steht (*aliquid stat pro aliquo*²²⁵), denn „ein Ding 1 kann diesem Konzept nach nur für ein Ding 2 stehen, wenn ein Ding 3 (das Element der Drittheit) zwischen Ding 1 und Ding 2 eine Relation herstellt.“²²⁶ Wir haben es somit mit einem Zeichen im engeren Sinne, auch Repräsentamen genannt, zu tun, einem Objekt, auf welches das Zeichen Bezug nimmt, sowie dem Interpretanten, den Peirce mitunter als Bedeutung des Zeichens definiert und der der Wirkung eines Zeichens im Bewusstsein eines Interpreten gleichkommt.²²⁷ Mit anderen Worten: Ein Bezug zwischen Zeichen und Bezeichnetem kann nur durch einen *Zeichenbenützer* hergestellt werden, Referenz und Subjekt können nicht unabhängig voneinander gedacht werden.²²⁸ Zeichen sind demzufolge für Peirce „Denkelemente“:

²¹⁸ Halawa (2008): S. 43.

²¹⁹ Halawa (2008): S. 47.

²²⁰ Halawa (2008): S. 48 f.

²²¹ Halawa (2008): S. 18 f.

²²² Halawa (2008): S. 83.

²²³ Halawa (2008): S. 61. „Nothing is a sign unless it is interpreted as a sign.“ (Peirce (1974 I): S. 172).

²²⁴ Halawa (2008): S. 59.

²²⁵ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 18.

²²⁶ Halawa (2008): S. 60.

²²⁷ Nöth (1985): S. 36–38.

²²⁸ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 25.

„Sie erhalten ihre Relation zum Objekt nur indirekt durch eine mentale Operation, weshalb Repräsentamen und Objekt letztlich in ihrer Beziehung zueinander gedachte (d. h.: erschlossene bzw. interpretierte) Entitäten sind. Deshalb lassen sich diese drei Zeichenklassen nur *funktional* voneinander unterscheiden.“²²⁹

Peirces berühmte semiotische dreifache Unterscheidung²³⁰ bildet die „Repräsentamen-Objekt-Relation“,²³¹ welche, über ihren funktionalen Gehalt definiert, mit den Termini Ikon, Index und Symbol näher zu fassen ist:²³² *Ikonische Zeichen* zeichnen sich durch eine Ähnlichkeitsbeziehung von Repräsentamen und Objekt aus, stehen somit in einem Abbildverhältnis zum Bezeichneten. *Indexikalische Zeichen* beinhalten ein Folgeverhältnis des Repräsentamens zum Bezeichneten, das heißt es besteht eine direkte, natürliche bzw. physikalische Verbindung beider.²³³ Fotografien sind aufgrund ihrer auf physikochemischen Vorgängen beruhenden Entstehung stets auch als indexikalische Zeichen zu definieren.²³⁴ Bei *symbolischen Zeichen* letztlich handelt es sich um Zeichen, welche aufgrund eines Gesetzes in Form von Konventionen einen Bezug des Repräsentamens zum Objekt herstellen. Es liegt somit weder ein Folge- noch ein Abbildverhältnis vor.²³⁵

Obgleich die soeben definierten Termini für die Bildanalyse gewinnbringend sein können, beinhaltet der von Peirce formulierte Begriff des „Interpretanten“ für diese Untersuchung mit Blick auf die Rolle des Rezipienten ein weitaus größeres Potenzial, geht es doch unter Hinzuziehung der Zeichentheorie Peirces nicht in erster Linie darum, das Verhältnis von Repräsentamen und Objekt zu klären, sondern jenes von Interpretant und Interpret bzw. Rezipient. Der *Interpretant* eines Zeichens meint die Wirkung, die ein Zeichen im Bewusstsein eines Interpreten hat.²³⁶ In der Definition zeigt sich der pragmatische Ansatz der Bedeutungstheorie Charles Sanders Peirces. Ausgehend von drei verschiedenen Wirkungsweisen des Zeichens auf den Interpreten unterscheidet er drei Arten des Interpretanten,²³⁷ die Winfried Nöth folgendermaßen zusammenfasst:

²²⁹ Halawa (2008): S. 65 f.

²³⁰ Pape (2004): S. 126.

²³¹ Halawa (2008): S. 64 f. Mitunter auch etwas unscharf als Beziehung eines Zeichens zu seinem Objekt bezeichnet, wie hier: Pape (2004): S. 126.

²³² Halawa (2008): S. 64; Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²³³ Halawa (2008): S. 64; Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²³⁴ Halawa (2008): S. 67.

²³⁵ Halawa (2008): S. 64; Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²³⁶ Nöth (1985): S. 38; „The Sign creates something in the Mind of the Interpreter, which something, in that it has been so created by the sign, has been, in a mediate and *relative* way, also created by the Object of the Sign, although the Object is essentially other than the Sign. And this creature of the sign is called the Interpretant.“ (Peirce (1979): S. 136).

²³⁷ Nöth (1985): S. 38.

„Der *emotionale* oder auch *unmittelbare* Interpretant ist das Gefühl (feeling), das ein Zeichen bewirkt. Peirce interpretiert z. B. die Wirkung von Musik als Beispiel für einen emotionalen Interpretanten. Der *energetische* oder auch *dynamische* Interpretant ist die Wirkung eines Zeichens in Form einer Handlung, einer ‚körperlichen oder geistigen Anstrengung des Interpreten‘, und der *logische, normale* (§ 8.343) oder auch *finale* Interpretant ist die Zeichenbedeutung als Denkgewohnheit, die gewohnheitsmäßige Korrelation eines Repräsentamens mit einem Objekt und schließlich auch als Veränderung des Denkens, als Verhaltensveränderung (habit change, § 5.476).“²³⁸

Die drei Typen des Interpretanten nach Peirce haben das Potential, Panofskys drei Schritte der Bildinterpretation dahingehend zu ergänzen, dass ein größerer Fokus auf den Rezipienten der zu untersuchenden Pressefotografie gelegt wird. Gleichzeitig bieten sie einen fruchtbaren Nährboden für künftige Propagandaforschungen. Dies bedarf näherer Erläuterung: Unter Berufung auf Panofsky leitet die Suche nach einem bestimmten „Gehalt“, der Referenz auf etwas Anderes, vornehmlich einer propagandistischen Grundaussage, die Interpretation, wobei dieses „Andere“ unabhängig vom Rezipienten als Spiegel der Tendenzen seiner Zeit dem Bild inhärent ist. Durch Hinzuziehung des von Peirce formulierten Begriffes des Interpretanten hingegen wird der Fokus auf die Bildwirkung, auf das Bewusstsein des Interpretierenden, gelegt. Eingangs wurde Propaganda definiert als „in der Regel medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen“.²³⁹ Effektivität oder Ineffektivität von Propaganda hat sich somit daran zu messen, inwieweit sie Einfluss auf das künftige Handeln der Rezipienten hat und ob dieses Handeln mit den Intentionen der Produzenten der Propaganda in Einklang steht. Mit anderen Worten: Stößt der Interpret bzw. Rezipient der Propaganda in seinem Bewusstsein auf die Ebene des (durch die Produzenten intendierten) finalen Interpretanten vor? Ändert sich sein Denken oder Verhalten durch die Rezeption von Propaganda? Oder entstehen Bruchlinien zwischen einer angestrebten Wirkung von Bildpropaganda und der De-Facto-Wirkung auf einzelne oder zahlreiche Rezipienten?

²³⁸ Nöth (1985): S. 38. Der von Nöth zitierte Paragraph § 5.476 verweist auf Band 5 der gesammelten Schriften Charles Sanders Peirces, § 8.343 verweist auf § 343 des achten Bandes der entsprechenden Reihe. Die von Nöth gewählte Art der Quellenangabe ist in der Peirce-Forschung etabliert, jedoch verweise ich aus Gründen der Einheitlichkeit in dieser Arbeit auf die entsprechenden Seiten der von mir gesichteten Ausgaben und zitiere einige Auszüge: „Habit-change“ definiert Peirce als „a modification of a person’s tendencies toward action. [...] It excludes natural dispositions, as the term ‚habit‘ does, when it is accurately used.“ (Peirce (1974 II): S. 327); Zur Unterscheidung der drei Typen des Interpretanten bemerkt Peirce in Band 8 zudem: „It is likewise requisite to distinguish the *Immediate Interpretant*, i. e. the Interpretant represented or signified in the Sign, from the *Dynamic Interpretant*, or effect actually produced on the mind by the Sign; and both of these from the *Normal Interpretant*, or effect that would be produced on the mind by the Sign after sufficient development of thought.“ (Peirce (1979): S. 232).

²³⁹ Bussemer (2005): S. 30.

Derartige Bruchlinien werden nur schwer zu rekonstruieren sein, sollten jedoch in einer der Erforschung von Propaganda gewidmeten Untersuchung nicht außer acht gelassen werden. Eine Einbindung erfolgt in diesem Werk unter Hinzuziehung quantitativer Erhebungen, die Rückschlüsse auf erzielte Wirkungen erlauben.²⁴⁰

Auch Peirces Modell ist in der Forschung bisweilen kritisiert worden. Auf einige für meine Darstellung relevante Punkte gehe ich im Folgenden ein. Zunächst zur „Repräsentamen-Objekt-Relation“: Die mit Blick auf das im Mittelpunkt der Untersuchung stehende Medium „Fotografie“ möglicherweise zentrale Kritik formuliert Nelson Goodman, dessen Verdienst darin zu sehen ist, aufgezeigt zu haben, dass für das Kriterium der Ähnlichkeit, der ikonischen Referenz auf ein Objekt, keinesfalls objektive Merkmale angelegt werden können. Nach Goodman besteht je nach Kontext die Möglichkeit, dass potentiell alles allem ähneln könne. ‚Ähnlichkeit‘ sei demnach ein von sozio-kulturellen Faktoren abhängiges Konstrukt. Umberto Eco ist ihm in diesem Punkt gefolgt. Nehmen wir Goodmans und Ecos Kritik ernst, so ist mit Bezug auf die Peirce’sche Zeichentheorie die Existenz ikonischer Zeichen insgesamt in Frage gestellt. Ikonische Relationen beruhen dann ebenfalls auf Konventionen, sodass Ikone als Symbole verstanden werden müssten. Dem ist jedoch einerseits entgegenzuhalten, dass Peirces Kategorien funktional zu verstehen sind und dass sich die Bedeutung der Unterscheidung von Ikonizität und Symbolizität in unserem täglichem Umgang mit Bildern offenbart, der stets ein gewisses Verständnis von „Ähnlichkeit“ gegenüber „Unähnlichkeit“ voraussetzt.²⁴¹ Halawa liefert hierzu ein anschauliches Beispiel und relativiert somit die Kritik Goodmans und Ecos:

„Doch gibt es dennoch Fälle, wo der Begriff der Ähnlichkeit durchaus eine Rolle im Umgang mit Bildern spielt. So wird z. B. Eco bestimmt nicht ohne weiteres zustimmen, wenn ihm anstatt eines gewöhnlichen Passfotos einfach nur eine Strichzeichnung oder eine Karikatur in den Pass geklebt wird.“²⁴²

Zusätzlich ist zu entgegnen, dass nicht übersehen werden darf, dass auch nach Peirce Zeichenprozesse stets in soziale Prozesse eingebunden sind und

²⁴⁰ Hierzu wurden in der Forschung bereits Überlegungen angestellt, die im der Analyse der Pressefotografie gewidmeten Kapitel näher ausgeführt werden. Iwamura Masashi bemerkt beispielsweise 2007 in einem Beitrag zum Deutschlandbild in der *Shashin shūhō*, dass die große Beliebtheit der Zeitschrift bei jungen Lesern dazu beigetragen haben könnte, dass sich Minderjährige aufgrund des in der Zeitschrift vermittelten idealisierten Bildes der Hitler-Jugend zum Kriegsdienst meldeten (Iwamura (2007): S. 98, 105). Diese von Iwamura angesprochene große Beliebtheit der Ausgaben bei jungen Lesern wiederum lässt sich anhand einer Leserumfrage aus dem Jahr 1941 nachweisen, zu der von Mitarbeitern des *Naikaku jōhōkyoku* ein Bericht verfasst wurde (Naikaku jōhōkyoku (1941 II)).

²⁴¹ Halawa (2008): S. 71–73.

²⁴² Halawa (2008): S. 73.

daher die Frage nach der Ähnlichkeit nicht losgelöst von einer bestimmten Interpretationsgemeinschaft zu entscheiden ist.²⁴³

Ein weiterer Kritikpunkt besteht darin, dass eine Rekonstruktion der Bildwirkung auf den Rezipienten stets mit Zweifeln behaftet bleibt.²⁴⁴ Wie die Rezipienten die zu untersuchenden Pressefotografien wahrgenommen haben und welche Einflüsse hieraus resultierten oder auch nicht, kann nicht eindeutig geklärt werden. Bezüglich dieses Einwands ist mit Blick auf die vorliegende Veröffentlichung folgendes zu bemerken: Es handelt sich nur um einen Nebenaspekt der Untersuchung. Dominierend ist stets die Bildinterpretation nach Panofsky, welche ebenfalls „trotz aller Redlichkeit des Interpretieren, trotz aller wissenschaftlichen Diskussion mit Fachleuten anderer Disziplinen [...] nie korrekt im Sinne von richtig, sondern nur im Sinne von überzeugend sein [kann].“²⁴⁵

Für eine Ergänzung des Panofsky'schen Ansatzes durch Charles Sanders Peirces Vorstellung vom Interpretanten spricht dagegen meiner Auffassung nach zum einen, dass Bilder nicht pauschal als ikonische Zeichen definiert werden, sondern selbstverständlich auch als gedachte Elemente im Mittel-punkt stehen. Die Vorstellung vom Bild als Ikon hingegen trägt nur gegenständlichen Bildern Rechnung.²⁴⁶ Führt man diesen Gedankengang konsequent zu Ende, so stellt bereits die Bezeichnung eines Bildelementes als „Symbol“ eine Rekurrenz auf Peirce dar, ist es doch der Rezipient, welcher anhand seiner Bildwahrnehmung erst zu dem Schluss gelangt, dass eine bestimmte Komponente als Symbol (Zeichen, welche aufgrund eines Gesetzes in Form von Konventionen einen Bezug des Repräsentamens zum Objekt herstellt²⁴⁷), eine andere hingegen als Ikon (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Abbildverhältnis, auf Ähnlichkeiten, beruht²⁴⁸) oder Index (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Folgeverhältnis beruht²⁴⁹) aufzufassen ist. Die in diesem Buch erfolgende Bezugnahme auf Peirces Konzept des „Interpretanten“ bedeutet eine methodische Problematisierung dieses Phänomens, die ergänzend zu Panofsky begriffliche Differenzierung ermöglicht. Sie gibt Termini an die Hand, die sich auch und gerade für die Analyse von Fotografien eignen: neben dem Konzept des Interpretanten die Unterscheidung von Ikon, Index und Symbol.

²⁴³ Halawa (2008): S. 74.

²⁴⁴ Hierzu sei an die folgende, zuvor bereits zitierte Bemerkung Bernd Sösemanns erinnert: „Über die gesamte Skala der möglichen Einstellungen und Haltungen einer Bevölkerung in diktatorialen oder totalitären Regimen wird es schwerlich jemals ein ausreichend belegtes und differenziertes Urteil geben können“ (Sösemann (2011): S. XLV).

²⁴⁵ Heidt Heller (1977): S. 267.

²⁴⁶ Halawa (2008): S. 75.

²⁴⁷ Halawa (2008): S. 64; Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²⁴⁸ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²⁴⁹ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

1.5. PROPAGANDA – DEFINITION UND MERKMALE

Eine erste systematische deutschsprachige Untersuchung von Propagandatheorien liefert Thymian Bussemer mit seinem 2005 erschienenen Werk „Propaganda: Konzepte und Theorien“,²⁵⁰ welches in dieser Arbeit als zentrale Referenz dient, um dem Untersuchungsgegenstand „Propaganda“ eine klar umrissene Definition zu geben. Laut Bussemer bildet die Auseinandersetzung mit politischer Propaganda eines der zentralen Themen des 20. Jahrhunderts.²⁵¹ Erst seit dessen Beginn könne von wissenschaftlicher Propagandaplanung gesprochen werden. Moderne Massenmedien seien erst ab Mitte des 19. Jahrhunderts derart im öffentlichen Leben präsent gewesen, dass sie als Medium von Propaganda interessant erschienen.²⁵² Für das Grundverständnis von Bussemers Werk wesentlich ist die Auffassung von Propaganda als Diskurssystem, sodass von einem einheitlichen Propagandabegriff kaum die Rede sein kann. Dennoch sind gewisse Konstanten nicht von der Hand zu weisen.²⁵³ Als Arbeitsdefinition dienlich ist eine Auffassung von Propaganda als Herrschaftskonzept, für das der Kampf um Einfluss über Kommunikation zentral ist.²⁵⁴ Eine begriffsgeschichtliche Annäherung an den Ausdruck „Propaganda“ zeigt, dass dieser erst in der Zeit des Ersten Weltkriegs (1914–1918) eine Politisierung und Militarisierung erfuhr. Sehr bald war er ausschließlich für die politische Sphäre reserviert und wurde, in seiner Ausrichtung verengt, genutzt für kurzfristige und klar definierte Ziele. In Deutschland war „Propaganda“ in den 1930er-Jahren unter dem Nationalsozialismus ein strikt vom Bereich der Werbung getrenntes Phänomen, wohingegen in den USA der 1920er-Jahre Kriegspopaganda und kommerzielle Werbung eine Verbindung eingingen.²⁵⁵

Über die Jahre hinweg erschien eine nahezu unüberschaubare Fülle an Arbeiten, die sich der Untersuchung parteipolitischer Werbung, weltanschaulich-ideologischer Informations-, Beeinflussungs- sowie Lenkungsmechanismen sowie Propagandastrategien verschrieben hat. Die Untersuchungen schöpfen ihr analytisches Potential nur selten vollends aus.²⁵⁶ Im Wesentlichen prägen zwei Tendenzen die Forschung der späten 1990er- und frühen 2000er-Jahre,²⁵⁷ in denen vermehrt Arbeiten zum Themenfeld „Propaganda“ publiziert wurden:²⁵⁸ Versuche der Geschichtswissenschaft, Propaganda- und Gesellschaftsgeschichte miteinander zu verknüpfen sowie kommunikationswissenschaftli-

²⁵⁰ Glotz (2005): S. 10.

²⁵¹ Bussemer (2005): S. 11.

²⁵² Bussemer (2005): S. 17.

²⁵³ Bussemer (2005): S. 13 f.

²⁵⁴ Bussemer (2005): S. 14.

²⁵⁵ Bussemer (2005): S. 26 f.

²⁵⁶ Sösemann (2011): S. XL f.

²⁵⁷ Bussemer (2005): S. 22.

²⁵⁸ Bussemer (2005): S. 20.

che Ansätze, die sich der Weiterentwicklung von Propagandawirkungstheorien verschreiben oder Propagandageschichte mitsamt ihren Folgen für Kommunikation, Gesellschaft und Politik mittels moderner methodischer Standards zu erschließen suchen.²⁵⁹ Inhalte neuerer Publikationen, die zudem Bezug zu Kriegspropaganda und Nationalsozialismus aufweisen, entsprechen ebenfalls genannten Tendenzen. Manuel Köppens Sammelband „Kunst der Propaganda: Der Film in Dritten Reich“ von 2007 enthält verschiedene Beiträge, darunter einen Aufsatz von Rüdiger Steinlein, der den nationalsozialistischen Jugendspielfilm im Kontext der nationalsozialistischen Kulturpolitik behandelt.²⁶⁰ Ein Kapitel des 2015 erschienenen Bandes „Propaganda: Begriffe, Typen, Phänomene“ von Hans Wagner verschreibt sich der Entwicklung einer (Kriegs-)propagandatheorie aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive.²⁶¹

Für vergleichende Untersuchungen, die Bernd Söseman für besonders ergiebig hält, empfiehlt dieser ein weites Propagandaverständnis zugrunde zu legen.²⁶² Mit Blick auf den deutschen Sprachraum bemerkt Thymian Bussemer, dass sich in einem synchronen Vergleich zwei Propagandabegriffe ausmachen lassen, die sich an zwei Enden einer Skala befinden: Zum einen werden Propagandabegriffe genutzt, die die auf den Rezipienten ausgeübte Wirkung als gering einstufen, zum anderen solche, die diese als „omnipräsentes Phänomen sozialer Kontrolle“ begreifen.²⁶³ Als gemeinsame Schnittmenge und Definition schlägt er daher die bereits genannte, weit gefasste Definition vor,²⁶⁴ der ich in dieser Arbeit folge: Propaganda ist „in der Regel medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und als Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter Interessen“.²⁶⁵ Darüber hinaus für mein Verständnis von „Propaganda“ zentral ist die Annahme, dass für ihre Konstituierung ein überhöhtes Selbstbild nebst denunzierendem Fremdbild grundlegend ist und die Formulierung von „Wahrheiten“ dem Kriterium der Effizienz nachsteht. Zudem gehe ich in meiner Untersuchung davon aus, dass Propaganda über die „Naturalisierung“ von Botschaften und Handlungsaufforderungen danach strebt, Schlussfolgerungen als selbstverständlich und naheliegend erscheinen zu lassen.²⁶⁶

Laut Bernd Söseman ist eine weitere Präzisierung und Operationalisierung des Begriffes „Propaganda“ unerlässlich für eine wissenschaftliche Anwendung. Der Ausdruck solle zwar aufgrund seiner Etabliertheit im

²⁵⁹ Bussemer (2005): S. 22.

²⁶⁰ Steinlein (2007): S. 217–246.

²⁶¹ Wagner (2015): S. 235–246.

²⁶² Söseman (2011): S. XLI.

²⁶³ Bussemer (2005): S. 29.

²⁶⁴ Bussemer (2005): S. 29 f.

²⁶⁵ Bussemer (2005): S. 30.

²⁶⁶ Bussemer (2005): S. 30.

wissenschaftlichen Diskurs und aus pragmatischen Gründen nicht aufgegeben werden, müsse jedoch „inhaltlich erweitert“ und „begrifflich präzisiert“ werden, um „ihm einen höheren Differenzierungsgrad zu verleihen“. Dies führe dazu, dass er mit Bezeichnungen wie „Informationssteuerung“, „weltanschauliche Werbung“ oder „Meinunglenkung“ variiert und somit präzisiert werden könne.²⁶⁷ Der in diesem Zusammenhang von Sösemann geforderten starken Einbindung der Rezeptionsbedingungen²⁶⁸ ist durch das Modell Panofskys Rechnung getragen, der Forderung nach Berücksichtigung der Adressatenperspektive²⁶⁹ durch Rekurrenz auf Peirces Perspektive auf Zeichen. Eine Einbeziehung beider ist deshalb vonnöten, weil sie das Potential besitzen, auf Überlegungen, Handlungen sowie Programme der Verantwortlichen und Kommunikatoren einzuwirken. Gleichzeitig wirkt Propaganda als konstituierendes Element der ihr zugrunde liegenden politischen Systeme.²⁷⁰ Merkmale zur weiteren begrifflichen Präzisierung von „Propaganda“ liefert Thymian Bussemer mit einer „Merkmalsliste“ von Propaganda. Die Merkmale werden in dieser Publikation zur besseren Übersicht in Relation zu vier verschiedenen Phänomenen gesetzt:²⁷¹

I. Propaganda und Realität: Propaganda verändert die Realität subjektiv in der Realitätskonstruktion der Menschen, was in weiteren fassbaren Veränderungen der Realität resultieren kann. Zur Realität pflegt sie auf inhaltlicher Ebene eine rein instrumentelle Beziehung, d.h. sie nutzt Wahrheiten nur dann, wenn sie den eigenen Zielen nützlich scheinen oder die Gefahr der Aufdeckung von Lügen gegeben ist. Das kognitiv verarbeitende Moment, das der Propaganda innewohnt, ist nicht dinglich, sondern symbolisch oder medial, was zur Folge hat, dass die von ihr verursachten Realitätsveränderungen auch dann noch Bestand haben, wenn die unsichtbare Propaganda selbst längst der Vergangenheit angehört. Propaganda basiert zumeist auf wissenschaftlichen Erkenntnissen.²⁷²

II. Propaganda und Politik: Propaganda als Technik dient bestimmten, vorher festgelegten politischen Zielen und setzt bestimmte Strategien ein. Ihr liegt ein Mediensystem zugrunde, das eine große Verbreitung von Botschaften erlaubt. Sie geht aus vom politischen System bzw. bestimmten politischen Akteuren und zielt auf Gewinn und/oder Erhalt von Macht (mitunter jedoch auch auf die Umwälzung bestehender Machtkonstellationen).²⁷³

III. Propaganda und Gesellschaft: Propaganda liegt als historisch spezifischem Kommunikationstyp die Voraussetzung zugrunde, dass die öffentli-

²⁶⁷ Sösemann (2011): S. VII.

²⁶⁸ Sösemann (2011): S. VII.

²⁶⁹ Sösemann (2011): S. VII.

²⁷⁰ Sösemann (2011): S. VII.

²⁷¹ Bussemer (2005): S. 30 f.

²⁷² Bussemer (2005): S. 30 f.

²⁷³ Bussemer (2005): S. 30 f.

che Meinung Einfluss auf die politische Entscheidungsfindung nimmt, sowie die Prämisse, dass Medien die zentralen Organisatoren öffentlichen Diskurses sind. Sie zielt auf die Überredung von Menschen ab, möchte, dass diese zu bestimmten Fragen bestimmte Haltungen einnehmen (oder Menschen in bestimmten Haltungen bestärken) und auch demgemäß handeln. Die von ihr nahe gelegten Handlungsoptionen haben den Anschein von Alternativlosigkeit. Um sie zu vermitteln, bedient Propaganda sich einer umfassenden Ideologisierung der Realität und nutzt eindeutige Dichotomien. Propaganda orientiert sich in ihrer Form an beim Publikum vorhandenen Meinungen, Bedürfnissen, Erwartungen sowie (Rezeptions-)Gewohnheiten, um möglichst große Akzeptanz und Rezeption zu erwirken.²⁷⁴ Trotz dieses Umstandes wäre es verfehlt, Propaganda als einseitig wirkendes Phänomen zu betrachten. Bernd Sösemanns Begriff der „Propagandakommunikation“ trägt diesem Umstand Rechnung und beinhaltet zwei Ebenen: die Informations- und Interaktionsebene, sodass das Publikum als agierende Größe im Bereich der öffentlichen Kommunikation nicht in den Hintergrund rückt.²⁷⁵

IV. Medialität von Propaganda: Ein weiteres, von Bussemer genanntes Merkmal besteht darin, dass Propaganda über und mit Sprache und Bildern arbeitet, die insofern manipuliert werden, als dass sie bei Rezeption neue Verknüpfungen von bestimmten Sachverhalten und bestehenden positiven oder negativen Einstellungen herstellen. Kombinationen von Sprache und Bild bilden gleichfalls die in der Arbeit untersuchten Foto-Text-Artikel. Zudem bemerkt Bussemer, dass Propaganda auf zweierlei Weise medial sei: Sie bediene sich des Umstands, dass die Welt von einer Vielzahl an Menschen nur noch aus zweiter Hand wahrgenommen werde, sodass es einflussreichen Eliten möglich sei, die mediale Repräsentation der Welt zu verfälschen. Außerdem nutze sie die unterschiedlichsten Trägermedien als Instrumente der Verbreitung.²⁷⁶

Das inhaltliche Profil von „Propaganda“ und „Propagandakommunikation“ leitet sich nach Sösemann erst aus der jeweiligen Fragestellung, dem untersuchten historischen Ereignis und der Kontextualisierung ab.²⁷⁷ Dennoch kann für diese Untersuchung mit Blick auf die mediale Vermittlung von Propaganda auf den Unterschied von „allumfassende[m] Medienverbund“ und „im Einzelfall kleine[m], aber zielgerichtete[m], problemrelevante[m] Medienensemble“ verwiesen werden.²⁷⁸ *Illustrierter Beobachter* und *Shashin shūhō* sind per definitionem als „Medienensembles“ zu betrachten. Aufgrund ihrer hohen Auflagenzahl und ihres großen Rezipientenkreises, so die These der Untersuchung, spiegeln sich in ihren Konzeptionen die Charakteristika „allumfassender Medienverbünde“: Diese zielen auf ein möglichst großes, allen-

²⁷⁴ Bussemer (2005): S. 30 f.

²⁷⁵ Sösemann (2011): S. XLI.

²⁷⁶ Bussemer (2005): S. 30 f.

²⁷⁷ Sösemann (2011): S. XLIV.

²⁷⁸ Sösemann (2011): S. XLIV.

falls technisch begrenztes Publikum ab. Die zu vermittelnde Botschaft fällt möglichst allgemeinverständlich aus. Sprache, Argumentation und Rhetorik bewegen sich „zum (unteren) Mittelmaß hin“ und sind hinsichtlich ihrer Forderungen und Handlungsanweisungen eingeschränkt. Bedient werden „historisch bewährte, also traditionsgesättigte visuelle und publizistische Stereotype“, die schnell abrufbar sind, Wahrnehmungsprozesse vorantreiben, Komplexität vermindern und Aussagen verstärken bzw. diesen eine Legitimation verleihen. Botschaften werden zusätzlich emotionalisiert.²⁷⁹

Der Untersuchung liegt ein kommunikationsgeschichtlicher Ansatz zugrunde, der bestrebt ist, Mechanismen suggestiver Beeinflussung des anvisierten Publikums offenzulegen,²⁸⁰ gleichzeitig jedoch Rezipientensicht und -wirkung mit einzubeziehen sucht, obgleich Sösemann diesbezüglich bemerkt: „Über die gesamte Skala der möglichen Einstellungen und Haltungen einer Bevölkerung in diktatorischen oder totalitären Regimen wird es schwerlich jemals ein ausreichend belegtes und differenziertes Urteil geben können“.²⁸¹ Propaganda wird in dieser Publikation schwerpunktmäßig als „Kriegspropaganda“ betrachtet, was dem Untersuchungszeitraum und den historischen Umständen geschuldet ist. Sie verfolgt per Definition das dreifache Ziel, „die Moral in der Heimat hochzuhalten, die Beziehungen zu befreundeten Ländern zu pflegen und den Feind propagandistisch zu bekämpfen.“²⁸² Zudem gilt sie als „kurzfristig-taktisches“ Phänomen, das als „primä-

²⁷⁹ Sösemann (2011): S. XLIV.

²⁸⁰ Sösemann (2011): S. XLIII.

²⁸¹ Sösemann (2011): S. XLV.

²⁸² Bussemer (2005): S. 31. Was in Bussemers Ausführungen nicht ganz deutlich wird, ist, dass Lasswells Bemerkungen dahingehend, durch Kriegspropaganda den Feind zu bekämpfen, auch darauf abzielen, diesen selbst zu demoralisieren. Eine derartige Fokussierung kann den Redakteuren der beiden im Folgenden zu untersuchenden Zeitschriften jedoch nicht zugesprochen werden. Bussemer bezieht sich auf eine Publikation Harold D. Lasswells von 1927, in deren unverändertem Nachdruck von 1938 sich folgende Passagen finden: „During war much reliance must be placed on propaganda to promote economy of food, textiles, fuel and other commodities, and to stimulate recruiting, employment in war industries, service in relief work, and the purchase of bonds. But by far the most potent rôle of propaganda is to mobilize the animosity of the community against the enemy, to maintain friendly relations with neutrals and allies, to arouse the neutrals against the enemy, and to break up the solid wall of enemy antagonism. In short, it is the significance of propaganda for international attitudes in war which renders it of peculiar importance.“ (Lasswell (1938): S. 9 f); „This study is a preliminary and highly provisional analysis of the group of propaganda problems connected with the control of international antipathies and attractions in wartime. How may hate be mobilized against an enemy? How may the enemy be demoralized by astute manipulation? How is it possible to cement the friendship of neutral and allied peoples?“ (Lasswell (1938): S. 12). Aus den definitorischen Bemerkungen Lasswells ergeben sich konsequenterweise folgende Kapitelüberschriften: „V. The Illusion of Victory“ (Lasswell (1938): S. 102), „VI. Preserving friendship“ (Lasswell (1938): S. 114), „VII. Demoralizing the Enemy“ (Lasswell (1938): S. 161).

re Integrationsagentur der Gesellschaft“ in Diktaturen durch Gewalt ergänzt wird.²⁸³ Wird in dieser Arbeit von „totalitärer Propaganda“ gesprochen, so ist hiermit eine Anspruchshaltung verbunden, ein Wesenszug des Phänomens innerhalb totalitärer Regime, der von Siegfried Kracauer folgendermaßen beschrieben wird: „Entweder sie erreicht die totale Mobilisierung der Massen, oder sie erreicht überhaupt nichts.“²⁸⁴ Für meine Untersuchung bedeutet dies, dass ich von der Grundannahme ausgehe, dass die Redakteure von *Illustrierter Beobachter* und *Shashin shūhō* als Produzenten von Propaganda bei der Erstellung ihrer Zeitschriften auf eine möglichst leichte und umfassende Rezipierbarkeit für die von ihnen anvisierten Zielgruppen besonderen Wert legten. Abseits allgemeiner Definitionen darf die de facto praktizierte Propaganda in den beiden zu untersuchenden Ländern, insbesondere mit Fotografien, nicht in den Hintergrund rücken. Im Folgenden sei noch auf das besondere Potential des Mediums „Fotografie“ innerhalb des Medienverbundes der Propaganda eingegangen, bevor sich die Darstellung den beiden Ländern Deutschland und Japan zuwendet.

1.6. DIE FOTOGRAFIE ALS PROPAGANDAMEDIUM

Vor dem Hintergrund der soeben dargelegten Eigenheiten von Propaganda überrascht die Feststellung kaum, dass der Fotografie als Trägermedium ein besonderes Vermögen innewohnt. Dies sei anhand vier zentraler Bezüge verdeutlicht:

I. Fotografische Propaganda und Realität: Das Verhältnis von Fotografie und Wirklichkeit ist seit der Erfindung des Mediums ein zentrales Thema. Die frühe Position der mechanischen Naturwiedergabe geriet bereits im 19. Jahrhundert ins Wanken. Seit den 1980er-Jahren wurde die Idee des Realitätsbezugs fallengelassen.²⁸⁵ Ein derart kritisches und reflektiertes Verhältnis zur Fotografie spricht Siegfried Kracauer 1927 seinen Zeitgenossen allerdings nicht zu. Er bemerkt mit Blick auf die Illustrierten seiner Zeit:

„Der schlagende Beweis für die ausgezeichnete Gültigkeit der Fotografie in der Gegenwart wird vor allem durch die Zunahme der *illustrierten Zeitungen* geliefert.

²⁸³ Bussemer (2005): S. 33, 35.

²⁸⁴ Kracauer (2013): S. 47. In der ursprünglichen Version meiner Arbeit verwende ich den Begriff „totalitäre Propaganda“ in weiteren Kontexten, in denen sich der Ausdruck „Propaganda“ eher angeboten hätte, sodass ich für die jetzige Fassung Revisionen vorgenommen habe. Es ist zudem fraglich, ob sich der Begriff für die Verhältnisse innerhalb des japanischen Staates überhaupt anbietet. Totalitären Bewegungen und Diktaturen liegen laut Karl Dietrich Bracher zwei Grundvorstellungen zugrunde: konkurrenzlose Staats- und Parteiherrschaft sowie die Idee einer totalen Identität von Regierung und Regierten (Bracher (1989): S. 491). In Japan waren jedoch beispielsweise alle Parteien erst ab 1940 ausgeschaltet (Klein (2012): S. 383).

²⁸⁵ Grittmann (2007): S. 109.

[...] Noch niemals hat eine Zeit so gut über sich Bescheid gewußt, wenn Bescheid wissen heißt: ein Bild von den Dingen haben, das ihnen im Sinne der Fotografie ähnlich ist. [...] Noch niemals hat eine Zeit so wenig über sich Bescheid gewußt. Die Einrichtung der Illustrierten ist in der Hand der herrschenden Gesellschaft eines der mächtigsten Streikmittel gegen die Erkenntnis.²⁸⁶

Das Zitat Kracauers veranschaulicht aus zeitgenössischer Perspektive das allgemeine Potential fotografischer Darstellungen, das ihnen zur Beeinflussung der Realitätswahrnehmung der Rezipienten innewohnt: Der Rezipient wird aufgrund der gesteigerten Bildhaftigkeit des Mediums im Vergleich zur Zeitung in den irrigen Glauben versetzt, an zentralen gesellschaftlichen Ereignissen unmittelbar teilzuhaben, „gut über sie Bescheid“ zu wissen. Dieser Umstand jedoch bildet den Nährboden für gezielte Manipulation durch die Herrschenden einer Gesellschaft, sobald diese den medialen Diskurs zu steuern vermögen. Einige Jahre später weitete Kracauer in seinem Werk zur totalitären Propaganda diesen Gedanken auf propagandistische Medien insgesamt aus und bemerkt: „Man erfährt nichts vom realen historischen Geschehen, wenn man die politischen Parolen und die zur Schau getragenen Gesinnungen für bare Münze nimmt.“²⁸⁷ Die heutige Forschung stimmt mit den Ansichten Kracauers im Wesentlichen überein und betont das Potential fotografischer Darstellungen zur Beeinflussung der Realitätswahrnehmung ihrer Rezipienten. Rudolf Schnell bemerkt unter Bezugnahme auf den französischen Philosophen und Semiotiker Roland Barthes: „Die Fotografie [besitzt] die Fähigkeit zur Weltnachbildung und -neubildung, die ein Gutteil Realitätsmächtigkeit repräsentiert, und zugleich eine zunächst undefinierte Nähe zu künstlerischer Produktivität.“²⁸⁸ Und Horst Bredekamp äußert zum Verhältnis von Fotografie und Wirklichkeit:

„Die Vorstellung, daß in der Photographie die abgebildete Wirklichkeit materiell verkörperlicht sei, zieht sich bis in jüngere Phototheorien, die von einem magischen Realbezug zum abgebildeten, vergangenen Gegenstand der Photographie oder zumindest von ‚indexikalisch‘ verweisenden Bezügen ausgehen.“²⁸⁹

Die semiotische Fototheorie als auch Peirces Zeichentheorie bilden eine Grundlage, um den Einfluss fotografischer Darstellungen auf den Rezipienten in diesem Kontext begrifflich zu fassen. Das zentrale Argument der semiotischen Fototheorie besteht darin, Fotografien als Abbilder der Wirklichkeit zu betrachten, die durch bestimmte Einflussfaktoren einer Verzerrung unterliegen.²⁹⁰ Nach Halawa bilden Bildgesellschaften eine „ikonische Rationali-

²⁸⁶ Kracauer (1927): S. 240–242.

²⁸⁷ Kracauer (2013): S. 11.

²⁸⁸ Schnell (2001): S. 79. Der Autor bezieht sich auf folgendes Werk, jedoch ohne Seitenangabe: Roland Barthes (1985): *Die helle Kammer: Bemerkungen zur Photographie*. Frankfurt am Main.

²⁸⁹ Bredekamp (2010): S. 188, 190.

²⁹⁰ Grittman (2007): S. 111 f.

tät“ aus, die es zu hinterfragen gelte.²⁹¹ Nicht das Bild selbst sei problematisch, sondern der Rezipient, welcher stark dazu tendiere, Fotografien als indexikalische Zeichen zu lesen. Fotografien werde deshalb so stark vertraut, die Realität abbilden zu können, weil sie Ikon (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Abbildverhältnis, auf Ähnlichkeiten, beruht,²⁹² in diesem Fall die Fotografie als scheinbar „getreues“ Abbild eines real existierenden Gegenstandes) und Index (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Folgeverhältnis beruht,²⁹³ in diesem Fall die Fotografie als Produkt des mittels eines technisch-chemischen Verfahrens abgebildeten Gegenstandes) in sich zu vereinen scheinen. Es werde eine scheinbare Einheit von Bild und Index erzeugt.²⁹⁴ Hinzu kommt bei Fotografien die Möglichkeit der „Nicht-Existenz des Erzählers“, der Umstand, dass Authentizität konstruiert werden kann, indem ein Hinweis auf den Urheber des Bildes unterbleibt.²⁹⁵ Panofskys Ansatz wiederum ist für die Erschließung von fotografischer Propaganda in ihrer Beziehung zur Realität gewinnbringend, da er sich der Entschlüsselung der historischen Umstände von Bildentstehung und -rezeption im weitesten Sinne verschreibt und damit Erklärungen für veränderte Rezeptionsmuster liefern kann.

II. Fotografische Propaganda und Politik: Entwicklungen in der Kunst können als Reaktionen auf Entwicklungen sowie Umwälzungen politischer, sozialer und religiöser Art verstanden werden.²⁹⁶ Umgekehrt kann eine Forcierung dieser Veränderungen über das Mittel der „Pressefotografie“ erreicht werden, einem „von überaus zahlreichen Versuchen, die Kamera als soziales Instrument, als gesellschaftliche wie medienpolitische Waffe einzusetzen.“ „Benütze Photographie als Waffe“ lautete das Motto John Heartfields, des bekanntesten politischen Fotomonteurs des letzten Jahrhunderts.²⁹⁷ Horst Bredekamp bemerkt zum politischen Einsatz von Bildern, dass das 20. Jahrhundert in diesem Kontext als „Jahrhundert der Bilder“ gelten könne, denn hier sei es zu einer „ungeahnte[n] Durchmischung und wechselseitige[n] Befruchtung alter und neuer Medien“ gekommen.²⁹⁸ Politik brauche Bilder, erzeuge Bilder, sie folge diesen jedoch auch gleichzeitig nach.²⁹⁹ Zudem trügen als Propaganda eingesetzte Bilder dazu bei, „Konflikte über die Augen zu entgrenzen und mentale Prozesse in Gang zu setzen, die auf unmittelbarere Weise als zuvor den Waffengang selbst zu steuern oder gar zu ersetzen vermögen.“³⁰⁰

²⁹¹ Halawa (2008): S. 37.

²⁹² Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²⁹³ Linke/Nussbaumer/Portmann (2004): S. 19.

²⁹⁴ Halawa (2008): S. 69 f.

²⁹⁵ Grittmann (2007): S. 118.

²⁹⁶ Partsch (2014): S. 145.

²⁹⁷ Stiegler (2010): S. 225 f.

²⁹⁸ Bredekamp (2010): S. 13 f.

²⁹⁹ Bredekamp (2010): S. 197.

³⁰⁰ Bredekamp (2010): S. 14.

Vor diesem Hintergrund kann Panofskys Ansatz der Bildinterpretation als ein Instrument ideologiekritischer Auseinandersetzung verstanden werden.³⁰¹ Für ihn sind Werke „materialisierte Manifestationen von Vorstellungen“. Deren Tradierung bietet das Potential, geistige Verbundenheit von Produzent und Rezipient zu erzeugen, auch über die zeitliche Differenz hinaus.³⁰² Mit Blick auf den für die Arbeit relevanten Bereich der Semiotik kann darüber hinaus auf Roland Barthes' strukturalistische Semiologie verwiesen werden: Indem sich die Ideologie des Pressefotos bemächtigt, erhält dieses eine über die Abbildung hinausgehende Bedeutungsdimension.³⁰³

III. *Fotografische Propaganda und Gesellschaft*: Werden Fotografien unter dem Gesichtspunkt ihrer „kulturdiagnostischen Funktion“ betrachtet, so ergeben sich Fragen nach gesellschaftlichen Veränderungen, die sich durch den Einfluss des Mediums ergeben haben und gesellschaftlichen Wandlungen, die sich über sie aufzeigen lassen. Bereits in der Zwischenkriegszeit des 20. Jahrhunderts verfassten Walter Benjamin und Siegfried Kracauer diesen Fragen Rechnung tragend Medien- und Kommunikationstheorien, die historischen Bezug auf die Presse nehmen. Der Fotografie wird eine „gesellschaftsverändernde Kraft“ zugesprochen. Fotografien werden wie etwa bei Pierre Bourdieu zu „Agenten eines gesellschaftlichen Habitus [...], die weit mehr auf die Tradierung gesellschaftlicher Ordnungen wie Ordnungsformen als auf ihre Veränderung zielen.“³⁰⁴ Panofskys Auffassung entspricht im Wesentlichen derjenigen Bourdieus. Für ihn ist der „Habitus“ das „Kollektive im Individuellen“, eine Verbindung des Künstlers mit der Kollektivität.³⁰⁵ Renate Heidt Heller bemerkt zu Panofskys Sicht auf das Verhältnis von individueller und allgemeiner Weltanschauung treffend, dass für diesen „die individuelle Persönlichkeit des Künstlers“ lediglich als ein „Spezialfall des Allgemeinen“ in Erscheinung trete, stark gebunden an das „geistesgeschichtliche Umfeld.“³⁰⁶ Mit Blick auf Peirce ist zu bemerken, dass Zeichen stets Sozialität als Grundlage voraussetzen. Denkprozesse erfolgen in Abhängigkeit von Inter-

³⁰¹ Siehe hierzu detaillierter Heidt Heller (1977): S. 281–286.

³⁰² Heidt Heller (1977): S. 8 f.

³⁰³ Grittmann (2007): S. 119 f.

³⁰⁴ Stiegler (2010): S. 227 f. Bourdieu definiert Habitusformen als „Systeme dauerhafter Dispositionen, strukturierte Strukturen, die geeignet sind, als strukturierende Strukturen zu wirken, mit anderen Worten: als Erzeugungs- und Strukturierungsprinzip von Praxisformen und Repräsentationen, die objektiv ‚geregelt‘ und ‚regelmäßig‘ sein können, ohne im geringsten das Resultat einer gehorsamen Erfüllung von Regeln zu sein; die objektiv ihrem Zweck angepaßt sein können, ohne das bewußte Anvisieren der Ziele und Zwecke und die explizite Beherrschung der zu ihrem Erreichen notwendigen Operationen vorauszusetzen, und die, dies alles gesetzt, kollektiv abgestimmt sein können, ohne das Werk der planenden Tätigkeit eines ‚Dirigenten‘ zu sein.“ (Bourdieu (1976): S. 165).

³⁰⁵ Abels (1994): S. 222.

³⁰⁶ Heidt Heller (1977): S. 277.

pretationsgemeinschaften, unter Rekurs auf bestimmte Begriffe, deren Wesen sozialer Natur ist.³⁰⁷ Werden somit Fragen nach dem Verhältnis von fotografischer Propaganda und Gesellschaft sowie fotografischer Propaganda und Diskurs gestellt, erfolgt dies unter der impliziten Annahme dieser von Peirce getroffenen Prämisse.

IV. *Fotografische Propaganda und Diskurs*: Werden Fotografien als Elemente innerhalb eines gesellschaftlichen Diskurses betrachtet, so hängt ihre Bedeutung vom kulturellen Kontext ab. Ein Diskurs ist hierbei zu definieren als „Schauplatz für den Informationsaustausch [...], d. h. als Beziehungssystem zwischen denjenigen, die am kommunikativen Akt teilhaben.“³⁰⁸ Dem Diskurs kommt somit eine einschränkende Funktion zu. Es wird ein Raum gemeinsamer Erwartungen bezüglich der Bedeutung von Bildern geschaffen. Nur der außerhalb des Diskurses Stehende kann jene Beschränkungen thematisieren.³⁰⁹ Es ist anzunehmen, dass im allumfassenden Medienverbund von Propaganda vor allem danach gestrebt wird, Zuschreibungen bestimmter Bedeutungen zu bestimmten Bildern zu fördern und andere zu unterbinden. Somit wird der „Fotografie-Diskurs“ zu einem „System, innerhalb dessen [...] fotografische Bilder für bestimmte gegenständliche Zwecke ein[ge]setzt werden.“³¹⁰ Vor diesem Hintergrund sind es die Redakteure der untersuchten Zeitschriften, die sich um die Eindeutigkeit ihrer Text- und Bildaussagen bemühen. Dies wiederum deckt sich mit meiner Entscheidung, Fotografien im *Illustrierten Beobachter* und *Shashin shūhō* als ihrem Anspruch nach „totalitär“ zu charakterisieren, auf eine Erreichung möglichst aller Rezipienten einer anvisierten Zielgruppe hin ausgerichtet. Panofskys Perspektive auf das Bild deckt sich mit dieser Annahme, denn

„er geht davon aus, daß der künstlerische Schaffensprozess nicht allein vom Interesse an der Form geleitet wird, sondern auch von der Absicht, Werke zu erstellen, die in einem praktischen Funktionszusammenhang stehen und inhaltliche Vorstellungen vermitteln. Die Kommentare und Selbstinterpretationen der Künstler dienen vor allem dazu, die inhaltliche Aussage, die ‚Botschaft‘, wie Panofsky sagt, für die Nachwelt zu klären.“³¹¹

Fotografische Propaganda und ihr Verhältnis zu Realität, Politik, Gesellschaft und Diskurs – Indem Bildpropaganda nicht isoliert betrachtet wird, sondern unter Berücksichtigung dieser vier Perspektiven als ein Phänomen begriffen wird, das in einem größeren historisch-kulturellen Kontext steht, werden Erklärungen zu Entstehung und Intention möglich.

³⁰⁷ Halawa (2008): S. 62.

³⁰⁸ Sekula (1982): S. 302.

³⁰⁹ Sekula (1982): S. 302.

³¹⁰ Sekula (1982): S. 306.

³¹¹ Heidt Heller (1977): S. 238.

2. PROPAGANDA IM NS-DEUTSCHLAND DER 1930ER- UND 1940ER-JAHRE

2.1. AKTEURE UND ALLGEMEINE TENDENZEN

Obwohl in den letzten Jahren abweichende Ansichten zur Propaganda im Nationalsozialismus formuliert worden seien, darunter häufig die Meinung, dass diese nicht so effektiv gewesen sei, handele es sich bei ihr laut Bernd Sösemann um ein „nicht gering zu achtende[s] Element“.¹ Auch wenn allgemeingültige Aussagen zur nationalsozialistischen Propaganda fast nicht zu treffen sind,² gibt das folgende Teilkapitel 2.1. Einblicke in grundlegende propagandatheoretische Annahmen führender Nationalsozialisten, in erster Linie Adolf Hitlers und Joseph Goebbels'. Zudem erläutere ich zentrale inhaltliche und gestalterische Besonderheiten. Unter diesen Aspekt fallen auch meine Äußerungen zur Bedeutung des Phänomens der „Volksgemeinschaft“ für die nationalsozialistische Propaganda, die zudem Anmerkungen zu deren Interpretation in dieser Untersuchung beinhalten. Eine Untersuchung zur propagandistischen Instrumentalisierung von Medien im NS-Staat kommt nicht ohne Berücksichtigung des am 13. März 1933 geschaffenen „Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda“ aus, dessen Einflussnahme auf die Presse über die so genannten „Pressekonferenzen“ erfolgte (Kapitel 2.2.). Deren Inhalte sind heute noch partiell überliefert und werden in der Arbeit ebenfalls behandelt (Kapitel 2.2.). Kapitel 2.3. wendet sich der Rolle des Eher-Verlages und dessen Verlagsleiter Max Amann zu, denen entscheidende Bedeutung für die Verbreitung nationalsozialistischer Propaganda zukommt. Der endgültigen Etablierung des Verlages als zentraler Instanz zur Verbreitung nationalsozialistischer Propaganda ging ein Konzentrations- und Ausschaltungsprozess anderer Verlage voraus, dessen wichtigste Stationen ich in diesem Kapitel ebenfalls behandle. Kapitel 2.4. vermittelt einen kursorischen Überblick über wichtige Stationen der Geschichte des Fotojournalismus, wobei der Fokus selbstverständlich auf dessen Entwicklung und schrittweise Instrumentalisierung im NS-Staat gelegt wird. Willy Stiewes Ansichten zur Bildpropaganda werden gleichfalls behandelt (Kapitel 2.5.), da dieser im Nationalsozialismus als die zentrale Autorität auf dem Gebiet der Verwendung des Bildes als Propagandamedium galt. Auf den Anteil der Moderne an der Gestaltung der Bildpropaganda jener Zeit wird ebenfalls eingegangen (Kapitel 2.6.), wie auch auf die Geschichte des *Illustrierten Beobachters* (Kapitel 2.7.).

¹ Sösemann (2011): S. IX.

² Sösemann (2011): S. XLIX.

Mitunter wird in der Forschung „eine planmäßige [propagandistische] Theoriebildung auf Seiten der Akteure unterstell[t]“, wobei häufig als Grundlage das Kapitel zur Propaganda aus Hitlers „Mein Kampf“ herangezogen wird.³ Dies sei laut Thymian Bussemer nicht ganz unproblematisch, da Erkenntnisse zur Propagandatheorie der Nationalsozialisten immer noch vergleichsweise gering ausfallen, in erster Linie, weil sich weder Hitler noch Goebbels hierzu analytisch äußerten. Nur unter Hinzuziehung von „Bild- und Symbolwirkung“⁴ könne sie erschlossen werden.⁵ Auch Bernd Sösemannt bemerkt sehr kritisch, dass verbindliche medienpolitische Richtlinien durch die Nationalsozialisten nie erarbeitet worden seien. Unklare und fehlende Regelungen bildeten Konfliktherde. Auseinandersetzungen um Verantwortlichkeiten, die oft bis ins Persönliche gingen, waren an der Tagesordnung. Aus Goebbels' Dienstnotaten oder Hitlers „Mein Kampf“ ließen sich daher Prinzipien nationalsozialistischer Propaganda nur wenig überzeugend ableiten.⁶ Bereits ein Vergleich von ein paar Hundert der über zweieinhalbtausend öffentlichen Aussagen Goebbels' mit Bezug zur Propaganda, so Sösemannt weiter, ließen Widersprüche zu Tage treten.⁷ „Zu keinem Zeitpunkt“ könne auf Seiten der Machthaber von „vertieften Kenntnissen und Einsichten über die realen Möglichkeiten, strukturellen Mängel und die Komplexität der Materie“ gesprochen werden.⁸ Auch habe Goebbels keinesfalls über jenen medialen Einfluss verfügt, welchen er in seinen Aufzeichnungen vorgebe zu besitzen.⁹ Sein Einfluss auf das Pressewesen sei beschränkt gewesen durch Personen wie Max Amann und Otto Dietrich.¹⁰ Fehlende Einbeziehung durch Hitler bei der Erörterung wichtiger Ereignisse habe dessen Arbeit ebenfalls behindert. Erst infolge militärischer Niederlagen habe sich dies gewandelt.¹¹

Peter Longerichs Biografie zu Goebbels wird in diesem Zusammenhang von Sösemannt bemängelt, da sie „eher konventionell konzipiert [sei] und vorrangig an den täglichen Selbstzeugnissen von Goebbels in quellenkritisch unbefriedigender Weise entlang erzähl[e]“. Longerich „bleib[e] einem normativen Verständnis des Propagandistischen verhaftet, bezieh[e] Adressatenperspektive und Rezeptionsbedingungen nicht angemessen mit ein und operier[e] bei der Vorstellung seines ‚Chefpropagandisten‘ mit einem zu engen Begriff von ‚gelenkter Öffentlichkeit‘ sowie mit zumindest missverständlichen

³ Bussemer (2005): S. 172 f.

⁴ Bussemer (2005): S. 173. Der Autor bezieht sich mit dem Zitat auf folgende Stelle, die ich ebenfalls gesichtet habe: Longerich (1993): S. 295.

⁵ Bussemer (2005): S. 172 f.

⁶ Sösemannt (2011): S. XLIX f.

⁷ Sösemannt (2011): S. XLVIII.

⁸ Sösemannt (2011): S. L.

⁹ Sösemannt (2011): S. XLVI.

¹⁰ Sösemannt (2011): S. XLVI.

¹¹ Sösemannt (2011): S. XLVII f.

Aussagen über ‚Verführung‘ und ‚Ausrichtung‘.¹² Eine höheren Ansprüchen verschriebene Untersuchung nationalsozialistischer Propaganda müsse zumindest Aussagen Goebbels‘ und Hitlers nach 1933 hinzuziehen sowie die der kompletten NS-Führungsriege.¹³ Wie zuvor bemerkt erkenne ich wie Sösemann die Notwendigkeit einer intensiven Einbeziehung von Adressatensicht und Rezeptionsbedingungen, worin meine Entscheidung gründet, die Ansichten Panofskys und Peirces als theoretisch-methodisches Fundament dieser Arbeit zu nutzen: In Peirces Verständnis bildet die Interpretation durch einen Rezipienten die Grundlage dafür, dass etwas als Zeichen definiert werden kann. In der Regel ist bei der Rezeption von Propaganda in nationalistischen Regimen der Rezipient zugleich der *Adressat*, da ein gezieltes Ansprechen bestimmter Zielgruppen mit bestimmten Arten von Propaganda erfolgt. Für Panofsky ergibt sich der „Gehalt“ eines Kunstwerkes erst unter Hinzuziehung verschiedenster Zeitumstände, seien sie politischer, gesellschaftlicher oder anderweitiger Natur. Eine Formulierung dieser Einflüsse kommt einer Aufbereitung der *Rezeptionsbedingungen* gleich.

Was kann angesichts der scharfen Kritik Sösemanns dennoch zu zentralen Tendenzen der NS-Propaganda insgesamt gesagt werden? Zum einen, dass NS-Propaganda sich nach Tagespolitik und als wichtig erachteten Notwendigkeiten ausrichtet,¹⁴ was sie in die Nähe des eingangs definierten Verständnisses von „Kriegspropaganda“ als „kurzfristig-taktische[m]“ Phänomen rückt.¹⁵ Dieser Zusammenhang wird durch Sösemann bestätigt. Dieser bemerkt, dass die mittels Propaganda angestrebte weltanschauliche Beeinflussung zur Zeit des Zweiten Weltkriegs (1939–1945) mehr als in der Vorkriegszeit mit tagespolitischen – sprich naheliegenden militärischen – Notwendigkeiten in Einklang gebracht werden musste.¹⁶ Zudem lagen der NS-Propaganda keine prinzipiellen Erwägungen oder gar eine ausgearbeitete Propagandatheorie zugrunde.¹⁷ De facto steht eine rudimentär entwickelte Propagandatheorie Hitlers der differenzierteren Praxis Joseph Goebbels‘ gegenüber. Beiden gemeinsam ist die Orientierung an einem „massenpsychologischen Basistheorem“,¹⁸ wobei Hitlers Konzept stark von Gustave Le Bons Massenpsychologie geprägt zu sein scheint, was durch eine ausgeprägte Bezugnahme Hitlers auf Le Bon in seinem Werk „Mein Kampf“ untermauert wird.¹⁹ Von einer Theoretisierung der Propa-

¹² Sösemann (2011): S. XLIX. Sösemann bezieht sich auf folgendes Werk: Peter Longe-rich (2010): *Goebbels: Biographie*. München.

¹³ Sösemann (2011): S. L.

¹⁴ Bussemer (2005): S. 173. Ein detaillierterer Einblick in die Propaganda-Konzeption des Nationalsozialismus, insbesondere vor 1933, findet sich hier: Paul (1990): S. 23–54.

¹⁵ Bussemer (2005): S. 33.

¹⁶ Sösemann (2011): S. XL.

¹⁷ Bussemer (2005): S. 173.

¹⁸ Bussemer (2005): S. 173.

¹⁹ Bussemer (2005): S. 175. In der Forschung herrscht Uneinigkeit darüber, ob Hitler Le Bon möglicherweise nur indirekt rezipiert hat (Bussemer (2005): S. 176).

gandapraxis hielt Hitler jedenfalls wenig und verfolgte in seiner Propagandatätigkeit einen Hit-and-Miss-Ansatz: „Der Diktator wiederholte, was sich bei vorangegangenen Veranstaltungen bewährt hatte, orientierte sich dabei vor allem an seinen Wiener Erfahrungen und verließ sich ansonsten eher auf seine Intuition und Charisma als auf ausgeklügelte Propagandatechniken.“²⁰

Thymian Bussemer äußert zur Propagandapraxis im Nationalsozialismus, dass massenpsychologische Vorstellungen diese bis zu einem bestimmten Grad leiteten. Hieraus habe Hitlers Wertschätzung von Bild und gesprochenem Wort als Mittel ebenso resultiert wie die Annahme, dass Propaganda so bildhaft wie möglich ausgestaltet sein müsse, um auf die Vorstellungskraft der Menschen zu setzen.²¹ Zudem bemerkt Bussemer, dass Joseph Goebbels' Propagandatechniken zwar einem Wandel unterworfen gewesen seien, mit Blick auf die Kriegszeit jedoch gesagt werden kann, dass dieser sich intensiv mit Fragen des „Informationsmanagements“ auseinandergesetzt habe, also mit „Entscheidungen darüber, zu welchem Zeitpunkt in welcher Aufmachung was für Nachrichten welchem Publikum bekannt gegeben werden sollten.“ „Erfolg“ von Propaganda habe Goebbels fast exklusiv an deren „kurzfristiger taktischer Wirkung“ festgemacht.²²

Zur inhaltlichen Ausrichtung können folgende allgemeine Aussagen getroffen werden: Für Rolf Sachsse war Propaganda im NS-Staat „per definitionem Erziehung, im Gegensatz zur Werbung und als positiver Dualismus zur Hetze“.²³ Sösemann bemerkt, dass Propaganda nicht schmückendes Beiwerk zur Tat war, sondern dass die propagandistische Aufbereitung die Grundlage jedes Vorhabens der Machthaber gewesen sei.²⁴ Hier kam dem emotionalen Charakter der Propaganda eine hohe Bedeutung zu:

„Die in und von dem Kollektiv erzeugte Emotionalität bildete die günstigste Trägersubstanz alles Propagierens. Das reichlich unbedarfte Propaganda-Mantra lautete: Alle Aktionen haben frei von oberlehrerhaften oder professoralen Anmutungen zu bleiben! Das Publikum müsse dem Veranstalter oder Redner in einer Woge von Zustimmung leicht folgen können. Auf Analysen sei deshalb zu verzichten, auf Begründungen und Rechtfertigungen ebenfalls; abends seien Einvernehmlichkeit und Einklang schneller und mit größerer Nachhaltigkeit zu erreichen als tagsüber; Kompliziertes verstöre, schlicht und anschaulich Dargestelltes sei leicht zu begreifen; mehrmals Wiederholtes präge sich ein. In der Massenversammlung stehe der Einzelne mit seinen Emotionen, Hoffnungen und Erwartungen im engen Austausch mit seiner Umgebung, fühle und verhalte sich, wenn er geführt werde, nahezu unbewusst gemäß den Parolen ‚Du bist nichts, Dein Volk ist alles!‘ oder ‚Ein Volk, ein Reich, ein Führer‘.“²⁵

²⁰ Bussemer (2005): S. 177.

²¹ Bussemer (2005): S. 177 f.

²² Bussemer (2005): S. 178 f.

²³ Sachsse (2003): S. 15.

²⁴ Sösemann (2011): S. L.

²⁵ Sösemann (2011): S. LI.

Insgesamt bemerkt Sösemann, dass im NS-Staat nicht von einer „totalen Gleichschaltung“ der Medien gesprochen werden könne, jedoch habe sich im medialen Bereich Opposition als wesentlich schwerer erwiesen als auf anderen Gebieten. Bis heute sei daher nur eine geringe Zahl ideologisch wenig oder nicht belasteter Zeugnisse überliefert.²⁶ Zudem betont Sösemann die inhaltliche Bedeutung der „Volksgemeinschaft“ in der Propaganda der Nationalsozialisten. In den letzten Jahren habe seitens der Forschung eine Neubewertung eingesetzt, die ihr eine stärkere Wirkungskraft zugestehe als bisher angenommen. Es sei nicht von der Hand zu weisen, „in welchem großen Umfang und in welcher Intensität die Beschwörung der ‚Volksgemeinschaft‘ in der Bevölkerung gewirkt, Gestaltungskraft angenommen und auch Realitäten geschaffen“ habe. Andererseits sei „die Ansicht nicht völlig abwegig“, dass es sich bei ihr um „kaum mehr als ein[en] äußerst geschickten propagandistischen Schachzug“ gehandelt habe, um ein „nie erreichtes Ideal in einem korrupten System“, „dessen vorrangiges Ziel es gewesen sei, durch populäre Aktionen die Bevölkerung zu befrieden, sie über die eigentlichen Ziele des Regimes zu täuschen und die errungene Macht der Parteilite langfristig zu sichern.“²⁷ „Die formierte ‚Volksgemeinschaft‘ wurde von den Propagandisten trotz ihres nebulösen Charakters zum zentralen Orientierungspunkt ihres Handelns erhoben. Sie sollte Vielerlei bringen und ermöglichen“, bemerkt Sösemann weiter.²⁸ Sie sei charakterisierbar als „exklusiv“, „rassistisch“, „antisemitisch“ sowie „generell minderheitenfeindlich“, dazu „arisch“ und „herrisch und heroisch, aggressiv-militaristisch und nicht ohne antibürgerliche Tendenzen.“²⁹ Die Bevölkerung sollte der „Volksgemeinschaft“ dienen auf Kosten individueller Rechte, vorgeblich, um selbige vor der „Auflösung“ bzw. „Zersetzung“ aufgrund bürgerkriegsähnlicher Zustände zu bewahren.³⁰ Auf diese Weise konnten allerhand Pflichten und gesetzliche Einschränkungen legitimiert werden.³¹ Mit der historischen Realität hätte dies wenig gemein gehabt.³² In einem 2012 publizierten Aufsatz vertritt Rolf Pohl die von Sösemann angesprochene These von der „Volksgemeinschaft“ als Konstrukt zur Sicherung der Macht einiger und der Loyalität vieler zumindest mit Blick auf die Weimarer Zeit:

„Die Idee der ‚Volksgemeinschaft‘ erfüllte für den Zusammenhalt innerhalb der Bevölkerung und ihrer Loyalitätsbereitschaft gegenüber der nationalsozialistischen Führung mehrere grundlegende Funktionen: Als Antithese zur bürgerlich-liberalen Gesellschaftsauffassung spielte das Konstrukt ‚Volksgemeinschaft‘ eine wichtige Rolle bei der Zerstörung der rechtsstaatlichen Ordnung und ihrer Transformation in eine Führerdiktatur nach dem Muster des von Fraenkel so treffend

²⁶ Sösemann (2011): S. L, LXI.

²⁷ Sösemann (2011): S. LI.

²⁸ Sösemann (2011): S. LIV.

²⁹ Sösemann (2011): S. LII.

³⁰ Sösemann (2011): S. LIII f.

³¹ Sösemann (2011): S. LVI.

³² Sösemann (2011): S. LIII.

charakterisierten ‚Doppelstaats‘: Rechtssicherheit für die ‚Volksgenossen‘ und terroristische Willkür gegenüber allen, die nicht dazugehörten und ausgegrenzt wurden. Darüber hinaus diente die mit dem Konzept ‚Volksgemeinschaft‘ verbundene Suggestion gesellschaftlicher Harmonie der Verschleierung von Klassengegensätzen und auf Ungleichheit beruhenden sozialen Konflikten unter dem Anschein von Homogenität und Ausgleich.“³³

Ich schließe mich in dieser Arbeit sowohl den Bemerkungen Pohls wie auch jenen Sösemanns an, weil die hier zitierte Bemerkung Pohls von der „Volksgemeinschaft“ als „Konstrukt“ lediglich auf die Weimarer Republik (1918–1933) Bezug nimmt – späterhin spricht er von einem „Konzept“. Die von Sösemann erwähnte, in der Forschung diskutierte These von der „Volksgemeinschaft“ als „kaum mehr als ein[em] äußerst geschickten propagandistischen Schachzug“ lehne ich hingegen ab. Zwar erscheint es verlockend, als Propagandaforscher eine derartige Position zu vertreten: Mit der Annahme einer (fast) vollends konstruierten „Volksgemeinschaft“ geht die Konsequenz einher, der nationalsozialistischen Propaganda als Mittel der Konstruktion eben jener Gemeinschaft eine Schlüsselrolle zukommen zu lassen und somit ihre Relevanz für die Erforschung des Nationalsozialismus insgesamt aufzuwerten. Dennoch vertrete ich die Ansicht, dass die Vorstellung einer konstruierten „Volksgemeinschaft“ allenfalls für die Weimarer Zeit (1918–1933) haltbar ist: Zu präsent waren die in das Leben der Zeitgenossen eingreifenden politischen Maßnahmen, die allesamt mit dem Ideal der Verwirklichung der „Volksgemeinschaft“ verbunden waren: die Einbindung weiter Teile der deutschen Bevölkerung in nationalsozialistische Organisationen, die der Förderung des Gemeinschaftsgefühls ebenso dienlich war wie der Ausübung ideologischen Drucks, zudem die Exklusion vermeintlich nicht zum „deutschen Volk“ zugehöriger Minderheiten, welche sich in der Tötung „unwerten Lebens“ kranker und behinderter Menschen äußerte und im Holocaust kulminierte.

Für meine Untersuchung ergibt sich daher die folgende Betrachtungsweise: Aussagen der untersuchten Propaganda, welche das Ideal der „Volksgemeinschaft“ vermitteln, dienen der Vermittlung eines Gemeinschaftsgefühls durch Betonung des Gemeinsamen und der Exklusion des „Fremden“. Zugleich liegt den Aussagen jedoch in der Regel ein wie auch immer geartetes politisches Konzept zur Realisierung eben jener Gemeinschaft zugrunde, das die „Volksgemeinschaft“ zur realen Bedrohung nicht zur Gemeinschaft gehörender Gruppen werden lässt. Die Propagierung der Zugehörigkeit auch der Bevölkerung Südböhmens zur „Volksgemeinschaft“ sowie zum „Reich Adolf Hitlers“ etwa impliziert gleichzeitig die Ausgrenzung all jener Bevölkerungsteile, welche sich dieser Meinung nicht anschließen und legitimiert gleichzeitig ein gewaltsames Vorgehen gegen diese. Es ist die enge Verbindung von abstraktem Ideal und konkreten politischen Maßnahmen vor Ort, die dem

³³ Pohl (2012): S. 70.

Konzept der „Volksgemeinschaft“ eine für nicht zu ihr gezählte Personen existenzbedrohende Macht verleiht.

Ein in Ansätzen ähnliches Konzept auf japanischer Seite sehe ich in der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, die zur Legitimierung eines, stärker als auf deutscher Seite, kulturellen Imperialismus diene. Zwar sind die Konsequenzen des Strebens nach deren Verwirklichung quantitativ nicht mit dem nationalsozialistischen Vorgehen gegen die europäischen Juden vergleichbar, jedoch wurde auch hier unter dem Deckmantel der Verwirklichung einer vermeintlich idealen Ordnung die Ermordung unzähliger nicht „zugehöriger“ oder sich dieser Ordnung widersetzen Menschen legitimiert. Beispiele hierfür bilden das Nanking-Massaker³⁴ (September 1937 bis Februar 1938), in dessen Verlauf unzählige Zivilisten und Kriegsgefangene ermordet wurden sowie die Menschenversuche der Einheit 731 in der durch japanische Truppen besetzten Mandschurei zur Entwicklung biologischer Waffen im Dienste der „neuen Ordnung“.

2.2. DIE ROLLE DER PRESSEKONFERENZEN UND PRESSEANWEISUNGEN³⁵

Die nationalsozialistische Führung legte besonderen Wert auf die „Rechtmäßigkeit“ ihrer Zensurmaßnahmen und legitimierte diese durch die Reichstagsbrand-Notverordnung, das Ermächtigungsgesetz und die beiden Gesetze zur Gleichstellung der Länder mit dem Reich. Richtlinien und Anweisungen nebst staatlicher Journalistenausbildung sollten Verbote, Präventiv- und Nachzensur überflüssig werden lassen. Zensur sollte Strategien der Befriedigung, Disziplinierung und Integration sicherstellen.³⁶ Pressekonferenzen dienten als bedeutendstes Instrument der Presselenkung. Kombiniert mit der Pressekonzentration durch Max Amann war eine annähernd nahtlose Übermittlung der Verlautbarungen der Konferenz garantiert. Der Umgang mit Bildern folgte hierbei ebenfalls dem Sprachgebrauch der Konferenzen und Anweisungen.³⁷ Die Pressekonferenzen hatten großen Einfluss auf Berichterstattung in den NS-Zeitungen. Insbesondere späterhin kann man davon ausgehen, dass die hier vorgebrachten Weisungen penibel befolgt wurden, nicht zuletzt bedingt durch organisatorische Maßnahmen wie die Amann-Verordnungen von 1935.³⁸ Zuständig

³⁴ Das Nanking-Massaker, in revisionistischen Kreisen, aber auch in teils seriösen Werken als Nanking. Zwischenfall bezeichnet, wurde sowohl in Forschung und Öffentlichkeit intensiv diskutiert. Ein detaillierter Überblick findet sich hier: Krebs (2000/2001).

³⁵ Eine systematische Übersicht zu „Pressekonferenzen, Anweisungen und Informationen“ findet sich hier: Söseman (2011): S. 1108 f.

³⁶ Söseman (2011): S. XXXIX.

³⁷ Sachsse (2003): S. 30 f.

³⁸ Wilke (2007): S. 252.

für Steuerung und Kontrolle der Verwendung fotografischer Darstellungen in der Presse waren neben den Pressekonferenzen der Reichsregierung die wöchentliche Reichszeitungskonferenz sowie Sonderpressekonferenzen für illustrierte Zeitschriften. Darüber hinaus wurden Einzelanweisungen erlassen.³⁹ Eine genauere Beschäftigung mit Ablauf und Inhalt der Pressekonferenzen und Presseanweisungen ist daher zum Verständnis der Bilddarstellung im *Illustrierten Beobachter* unerlässlich.

Eine erste zusammenhängende vergleichende Untersuchung von Presseanweisungen Deutschlands im 20. Jahrhundert bietet Jürgen Wilke mit seinem Werk „Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert: Erster Weltkrieg, Drittes Reich, DDR“.⁴⁰ Für den Entstehungszeitraum dieser Arbeit, vornehmlich 2017, liegt keine aktuellere, vom Umfang her vergleichbare Studie vor, sodass sich die folgenden Bemerkungen nebst eigenen Ausführungen mehrheitlich auf Jürgen Wilke stützen. „Presseanweisungen“ definiert dieser als „explizite amtliche Vorgaben für die Berichterstattung und die Gestaltung der Zeitungen und auch der anderen Medien“.⁴¹ Die Tradition dieser Anweisungen, so Wilke weiter, hätten die neuen Machthaber aus der Weimarer Republik übernommen, sie bald nach Errichtung des Reichsministeriums für Volksaufklärung und Propaganda jedoch in selbiges eingegliedert. Ab diesem Zeitpunkt seien Pressekonferenzen nicht mehr selbstständig gewesen, die politische Bindung sei verstärkt worden.⁴² Die Zahl der Teilnehmer sei Schwankungen unterworfen gewesen und habe sich auf ungefähr 150 Personen belaufen,⁴³ wobei keine Bildjournalisten zugegen gewesen seien.⁴⁴ Rückläufige Teilnehmerzahlen seien durch die Zurückdrängung bürgerlicher Zeitungen und ihren Aufkauf durch den Eher-Verlag zu erklären.⁴⁵ Anzahl und Umfang der Presseanweisungen selbst seien nicht mehr genau festzustellen, jedoch lägen Schätzungen zwischen 50.000 und 100.000 Anweisungen. Diese hätten jährlich zugenommen, was auf eine intensiviertere Reglementierung der Presse hindeute.⁴⁶ Die Teilnehmer seien dazu angehalten worden, ihre Aufzeichnungen später zu vernichten. Heutige Erkenntnisse seien allein jenen mutigen Journalisten zu verdanken, die ihre Mitschriften aufbewahrt hätten.⁴⁷

³⁹ Herz (1994): S. 80, 82.

⁴⁰ Wilke (2007): S. 2. Wilke unterscheidet mehr als 20 Typen von Anweisungen, auf die in dieser Untersuchung nicht eingegangen werden kann. Auch nach Sprechakten und Zeitbezug differenziert er in seiner Analyse (Wilke (2007): S. 179, 190 f.). Darüber hinaus verweist er auf per Kartothek übermittelte Anweisungen, die bisher kaum erforscht wurden (Wilke (2007): S. 231).

⁴¹ Wilke (2007): S. 1.

⁴² Wilke (2007): S. 118 f.

⁴³ Wilke (2007): S. 120.

⁴⁴ Sachsse (2003): S. 32.

⁴⁵ Wilke (2007): S. 123.

⁴⁶ Wilke (2007): S. 142 f.

⁴⁷ Wilke (2007): S. 130–131, 134.

Nach der Eingliederung ins Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP) fand die Pressekonferenz werktags um 12 Uhr statt, anfangs im Sitzungssaal des Stadtrates, dann seit dem 1. März 1935 im „Pompejanischen Saal“ des Propagandaministeriums. Der Leiter der Abteilung Presse im RMVP, zugleich stellvertretender Reichspressechef, übermittelte hierbei den Journalisten Informationen der Ministerien und der Reichskanzlei und verband dies mit Anweisungen, wie mit den erhaltenen Informationen umzugehen sei. Das Amt hatte zunächst Dr. Kurt Jahncke inne, dann ab 1935 Alfred-Ingemar Berndt, ab Dezember 1938 Hans Fritzsche, sowie ab 3. November 1942 Erich Fischer. Außerdem waren Referenten der verschiedenen Abteilungen und Vertreter weiterer Regierungsinstitutionen sowie Inhaber amtlicher Funktionen anwesend. In der Kriegszeit war zudem ein Sprecher des Oberkommandos der Wehrmacht (OKW) zugegen.⁴⁸

Ab Juni 1937 wurde zudem die Reichszeitungskonferenz eingerichtet. Zeitschriftenvertreter wurden hier die Informationen der Pressekonferenz der Reichsregierung gesondert vorgetragen. Zudem gab es in Schriftform die so genannte *Zeitschriften-Information* (ZI), eine Zusammenfassung der Zeitschriftenkonferenz und eine Art Nachschlagewerk für die Hauptschriftleiter der jeweiligen Zeitschriften. Ab Mai 1939 erschien der *Zeitschriften-Dienst* dann wöchentlich und besaß ein Monopol bei Anweisungen dieser Pressegeattung. Ab dem 7. November 1941 schließlich wurden seine Inhalte auf zwei Druckschriften verteilt: den *Deutschen Wochendienst* und den *Zeitschriften-Dienst*, deren beiderlei Erscheinen bis zum 18. Juni 1943 belegt ist.⁴⁹

Neben der Einberufung von Sonderkonferenzen, die 1938 und 1939 signifikant zunahmen, kam es mit dem Ausbruch des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) immer häufiger zu Konferenzen,⁵⁰ was die Presse immer mehr in ihrer gestalterischen Freiheit beschnitt. Im Kontext des Überfalls auf Polen und des beginnenden Zweiten Weltkrieges (1939–1945) ordnete das RMVP am 25. August 1939 eine strenge Zensur durch Zensuroffiziere an. Derartige formelle Zensur hatte es vorher nicht gegeben, sie spielte jedoch nur eine geringe Rolle, da die Pressekonferenzen weiter liefen und amtlicher Wehrmachtsbericht und Propagandakompanien hinzukamen. Eine wesentliche Änderung in jener Zeit bildete hingegen die Präsenz des Militärs im Propagandaapparat.⁵¹ Kurz nach Kriegsausbruch wurde darüber hinaus eine eigene Pressekonferenz des Auswärtigen Amtes zur

⁴⁸ Wilke (2007): S. 124–126.

⁴⁹ Wilke (2007): S. 239 f, 242 f. Eine detaillierte Analyse dieser Zeitschriften kann im Rahmen dieser Arbeit nicht erfolgen. Jedoch erlaubt die Deckungsgleichheit weiter Teile der Druckschriften mit den Inhalten der Pressekonferenz der Reichsregierung, Tendenzen der Berichterstattung im *Illustrierten Beobachter* vor ihrem zeitgeschichtlichen Hintergrund anhand der umfangreichen Arbeiten Wilkes zum Inhalt der Presseanweisungen nachzuvollziehen.

⁵⁰ Wilke (2007): S. 126, 128.

⁵¹ Wilke (2007): S. 194–196.

Koordinierung der Auslandspropaganda etabliert, auf der auch Korrespondenten aus Japan anwesend waren.⁵² Ab November 1940 wurden in Folge der zunehmenden Militarisierung der Informationspolitik „Tagesparolen“ herausgegeben, die wortwörtlich mitzuschreiben und weiterzuleiten waren.⁵³ Ein genaues Ende der Pressekonferenzen ist nicht ermittelt worden, jedoch ist es wahrscheinlich, dass diese sich bis in die letzten Kriegstage hinein fortsetzten.⁵⁴

Wie die Journalisten auf die ihnen erteilten Anweisungen reagierten, ist nur schwer zu erfahren, jedoch dürften nationalsozialistisch Gesinnte mit deren Befolgung keine Probleme gehabt haben.⁵⁵ Bereits die laufende Beobachtung durch das Propagandaministerium machte es Journalisten schwer, sich den Anweisungen zu entziehen. Hinzu kamen weitere Institutionen der Lenkung der Berichterstattung, etwa das Deutsche Nachrichtenbüro, aus dem etwa die Hälfte der vom durchschnittlichen Zeitungsleser zwischen 1934 und 1945 gelesenen Texte stammte.⁵⁶ Dennoch hatte die Wirkung der Presseanweisungen auch ihre Grenzen. Besonders Sprachregelungen erwiesen sich als teils erfolglos, wie beispielsweise die gescheiterte Abschaffung der Begriffe „Antisemitismus“ und „antisemitisch“ zeigt.⁵⁷ Zudem machten in den letzten Kriegsjahren der Papiermangel und die damit verbundenen Einschränkungen den deutschen Zeitungen zunehmend zu schaffen.⁵⁸

Zum Inhalt der Presseanweisungen ist mit Blick auf die bildjournalistische Presselenkung allgemein zu bemerken, dass das primäre Interesse in der Steuerung des Bildes der Herrschenden, in erster Linie Adolf Hitlers als „Führerpersönlichkeit“, lag.⁵⁹ Im Folgenden werden anhand der quantitativen Auswertung Wilkes zentrale inhaltliche Tendenzen in der Vorkriegs- und Kriegszeit skizziert, die im späteren Verlauf mit der Bildpolitik des *Illustrierten Beobachters* im angesetzten Untersuchungszeitraum verglichen werden. Presseanweisungen aus der Zeit des Zweiten Weltkrieges (1939–1945) sind bisher nicht ediert worden. Wilke legt mit seiner Darstellung eine inhaltlich selektive, nach Themenbereichen geordnete Analyse der Anweisungen der Vorkriegszeit vor. Ebenfalls beinhaltet sein Werk eine exemplarische Sichtung der Kriegsjahre. Der enorm große Korpus erhaltener Anweisungen, so Wilke, habe dieses Vorgehen notwendig gemacht.⁶⁰

⁵² Wilke (2007): S. 138 f.

⁵³ Wilke (2007): S. 134.

⁵⁴ Wilke (2007): S. 129.

⁵⁵ Wilke (2007): S. 243.

⁵⁶ Wilke (2007): S. 249.

⁵⁷ Wilke (2007): S. 254.

⁵⁸ Wilke (2007): S. 253. Dies zeigt sich auch anhand des *Illustrierten Beobachters*, dessen Umfang im Vergleich der zweiten Jahreshälften 1938 und 1943 in späterer Zeit knapper ausfällt.

⁵⁹ Sachsse (2003): S. 33.

⁶⁰ Wilke (2007): S. 141 f. Eine eigens durchgeführte Recherche führte ebenfalls keine kürzlich erschienenen Editionen zu Anweisungen der Kriegszeit zutage.

Seine Ergebnisse lassen sich folgendermaßen mit besonderem Augenmerk auf die Jahre 1938 und 1943 zusammenfassen: Innenpolitische Themen der Vorkriegsjahre betreffen die Bereiche Gesetzgebung, Justiz und Kriminalität sowie Kirche und Religion.⁶¹ 1938 sind im Bereich Gesetzgebung Presseanweisungen zu Juden und anderen Minderheiten (32 Anweisungen) und dem Anschluss Österreichs (35 Anweisungen) neben Wirtschaft und Versorgung am häufigsten vertreten.⁶² Der Umgang mit Juden als vorrangiges Thema der Presseanweisungen von 1938 steht nicht zuletzt mit den Vorfällen um die Reichspogromnacht in Zusammenhang.⁶³ Eine Presseanweisung vom November desselben Jahres fordert zur Verharmlosung der Geschehnisse auf:⁶⁴

„Im Anschluss an die heute morgen ausgegebene DNB-Meldung können eigene Berichte gebracht werden. Hier und dort seien Fensterscheiben zertrümmert worden, Synagogen hätten sich selbst entzündet oder seien sonst wie in Flammen aufgegangen. Die Berichte sollen [nicht] allzu groß aufgemacht werden, keine Schlagzeilen auf der ersten Seite. Vorläufig keine Bilder bringen. Sammelmeldungen aus dem Reich sollen nicht zusammengestellt werden, aber es könne berichtet werden, dass auch im Reich ähnliche Aktionen durchgeführt worden seien. Einzeldarstellungen darüber sind zu vermeiden. Über örtliche Vorgänge könne ausführlicher berichtet werden. Dies alles nur auf der zweiten oder dritten Seite. Wenn Kommentare für notwendig befunden würden, so sollen sie nur kurz sein und etwa sagen, dass eine begreifliche Empörung der Bevölkerung eine spontane Antwort auf die Ermordung des Gesandtschaftsrates gegeben habe.“⁶⁵

Auch wenn die hier exemplarisch zitierte Anweisung keinen direkten Bezug zur Berichterstattung über Kinder und Jugendliche aufweist, verdeutlicht sie, wie einschneidend die in den Pressekonferenzen an die Journalisten weitergegebenen Informationen für die Berichterstattung innerhalb der Zeitschriften gewesen sein müssen, soweit diese strikt befolgt wurden: Neben Bemerkungen zum Inhalt („Hier und dort seien Fensterscheiben zertrümmert worden, Synagogen hätten sich selbst entzündet oder seien sonst wie in Flammen aufgegangen“) enthält die Weisung Informationen zu visueller Gestaltung („[nicht] allzu groß aufgemacht“, „keine Bilder“) und Positionierung innerhalb der Zeitschrift („nur auf der zweiten oder dritten Seite“).

Presseanweisungen zur katholischen Kirche nehmen bis 1939 zu (im Themenfeld Kirche/Religion von 18,9 Prozent 1933 auf 24,3 Prozent 1938 und 44 Prozent 1939), wobei der „Klostersturm“, Proteste gegen katholische Priester wegen vorgeblicher Devisenschiebereien und Verstößen gegen die Sittlichkeit zentrale Themen bilden. Andere Glaubensgemeinschaften werden weitestge-

⁶¹ Wilke (2007): S. 146 f. Wilke nennt in seiner Untersuchung nicht immer präzise Zahlen, sondern mitunter nur Tendenzen.

⁶² Wilke (2007): S. 149.

⁶³ Wilke (2007): S. 153 f.

⁶⁴ Wilke (2007): S. 154.

⁶⁵ Bohrmann (1999): S. 1060 f.

hend ausgeblendet (zum Beispiel liegen Anweisungen zur evangelischen Kirche 1939 bei 8,3 Prozent).⁶⁶

Außenpolitische Unterthemen zu Kirche und Religion nehmen 1938 wegen des „Anschlusses“ Österreichs zu.⁶⁷ Militär- und Rüstungsfragen werden vor 1939 ebenfalls thematisiert, jedoch ist dies nur selten der Fall (Von 540 Anweisungen aus dem Bereich Wehrmacht/Rüstung stammt knapp die Hälfte (260) von 1938 und 1939⁶⁸). Erst mit Kriegsausbruch setzt ein Wandel ein und zu Kriegszeiten ist eine Dominanz militärischer Anweisungen zu beobachten.⁶⁹ Gleichwohl bildet mit nahezu 600 Anweisungen bis 1939 der Spanische Bürgerkrieg eines der am intensivsten in den Konferenzen behandelten Ereignisse vor dem Zweiten Weltkrieg (1939–1945).⁷⁰ Anweisungen zu insgesamt sechs Ländern machen knapp ein Drittel des Anteils der Vorkriegszeit aus. Nach Häufigkeit geordnet handelt es sich um die Länder Tschechoslowakei (1313 von 4899 Anweisungen, 27 Prozent⁷¹), Großbritannien (1242 Anweisungen, 25 Prozent), Frankreich (905 Anweisungen, 18 Prozent), Österreich (616 Anweisungen, 13 Prozent), Sowjetunion (514 Anweisungen, 10 Prozent) und USA (309 Anweisungen, 6 Prozent). Der Einmarsch in die Tschechoslowakei am 1. Oktober 1938 hat hier stark dazu beigetragen, dass 1938 allein 1074 Anweisungen mit Bezug zur Tschechoslowakei vorliegen, somit 82 Prozent aller Weisungen der Vorkriegszeit mit Bezug zu diesem Land, überliefert sind. Anlass der Weisungen sind häufig Minderheitenprobleme und Ausschreitungen, Grenzzwischenfälle und die Rolle der Sudetendeutschen Partei.⁷² Dies dokumentieren auch Anweisungen vom August 1938, in welchen Deutschland-Besuche „Sudetendeutscher“ nach Möglichkeit von der Presse nicht allzu groß aufgemacht werden sollten, damit es bei der Rückreise nicht zu Problemen komme:

„12. August 1938 / Im Anschluss an Breslau haben sudetendeutsche Turner eine Deutschland-Fahrt gemacht. Kommen heute in Berlin an. Bilder hierüber und Veröffentlichungen mit Vorsicht mit Rücksicht auf die Rückkehr der jungen Leute. HJ nicht als Veranstalter herausstellen.“⁷³

Großbritannien wiederum hat große Bedeutung für die Presseanweisungen, weil es in Hitlers Außenpolitik eine Schlüsselrolle einnahm und man zunächst auf Verständigung setzte. Diese Position wandelt sich mit dem Ein-

⁶⁶ Wilke (2007): S. 152 f.

⁶⁷ Wilke (2007): S. 153.

⁶⁸ Wilke (2007): S. 170.

⁶⁹ Wilke (2007): S. 312.

⁷⁰ Wilke (2007): S. 164.

⁷¹ Prozentzahlen eigene Rechnung.

⁷² Wilke (2007): S. 155 f.

⁷³ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 744. Das Turn- und Sportfest in Breslau 1938 war neben den Olympischen Spielen 1936 eines der zentralen in den Presseanweisungen behandelten Sportereignisse (Wilke (2007): S. 179).

marsch in Österreich am 12. März 1938, obgleich Großbritannien weiterhin auf eine Einigung hoffte, demonstriert durch das Münchner Abkommen vom 29. September 1938. Großbritannien wird in diesem Zusammenhang überaus häufig thematisiert, weil die Journalisten dazu angeleitet werden sollten, den diplomatischen Erfolg des Abkommens herunterzuspielen. Jede fünfte der 1200 Presseanweisungen zu Großbritannien hat das deutsch-britische Verhältnis zum Gegenstand. Weitere Weisungen sollten die Kluft vergrößern. Der Bürgerkrieg in Spanien, Krisen um Österreich, die Tschechoslowakei und Polen sowie die Kolonialpolitik des Landes sind Themenbereiche, die man zu diesem Zweck bewusst aufgriff. In den 900 zu Frankreich erhaltenen Presseanweisungen der Vorkriegszeit ist das 1938 geschlossene Münchner Abkommen ein dominantes Thema. In Bezug auf Österreich im Jahr 1938 macht Wilke die Beobachtung, dass die wichtigsten außenpolitischen Ereignisse zur Thematisierung des Landes in den Weisungen der Anschluss Österreichs, dessen Vorgeschichte und die daran anschließende „Gleichschaltung“, zudem die Krise in der Tschechoslowakei seien. Ab Mai 1938 erreicht die Zahl der Weisungen ein Normalmaß, im Jahr darauf tritt Österreich vom Bedeutungsgrad her in den Hintergrund (von 9,3 Prozent der länderbezogenen Anweisungen 1938 auf 1,6 Prozent 1939⁷⁴). Das Verhältnis zur Sowjetunion war von Opportunismus geprägt, wie auch die Weisungen belegen: Sie wird im Zusammenhang mit dem Einmarsch ins Sudetenland häufig thematisiert, weil sie 1935 einen Beistandspakt mit der Tschechoslowakei geschlossen hatte. Der Schwerpunkt der Weisungen liegt jedoch im Jahr 1939, da hier im Vorfeld des absehbaren Krieges Andeutungen deutsch-russischer Annäherung vermieden werden sollten. Die USA hatte eine vergleichsweise geringe Bedeutung für die deutsche Außenpolitik, wird jedoch bei Vergleich der Zeiträume 1933–1936 und 1937–1939 im zweiten Zeitraum viermal so oft thematisiert. Wenn die beiden Länder in Interessenskonflikt standen, so bildete sich dies in den Presseanweisungen ab, was unter anderem als Reaktion Deutschlands auf zunehmende Kritik in den USA zu deuten ist. Die meisten vorkriegszeitlichen Anweisungen zu Italien, mehr als 100, entfallen auf das Jahr 1938, davon 44 auf den Staatsbesuch Hitlers vom 3. bis zum 9. Mai 1938. Ein besonderes Bemühen um gute Beziehungen zu Japan ist für das Jahr 1937 erkennbar, in dem von den mehr als 200 japanbezogenen Weisungen etwa ein Drittel verfasst wurde.⁷⁵ Dieses Bemühen besteht auch im Untersuchungszeitraum von Juli bis Dezember 1938, wie eine Presseanweisung vom 9. Juli

⁷⁴ Wilke (2007): S. 161.

⁷⁵ Wilke (2007): S. 155–165. Ein Indiz dafür, dass sich diese Bemühungen fortsetzten, bietet auch Till Philipp Koltermann, der darauf verweist, dass eine Pressedirektive des Propagandaministeriums vom 13. April 1942 dazu aufgefordert habe, die Begriffe „Rasse“ und „Rassenkampf“ im Zusammenhang mit Ostasien und Japan zu vermeiden. Das Schlagwort von der „Gelben Gefahr“ sei in den folgenden Wochen aus dem Japanbild Deutschlands verschwunden (Koltermann (2009): S. 126).

1938 zum Besuch der Hitler-Jugend in Japan demonstriert: Der Delegation wurde kurz vor Abreise eine neue Uniform zur Verfügung gestellt:

„Am Montag (11. Juli) reist die HJ-Delegation ab, die in Japan einen Gegenbesuch veranstaltet. Die Reichsjugendführung bemerkt hierzu, dass diese für ihre Reise eine neue Uniform erhalten haben, die man vielleicht ein wenig als Angeberei betrachten könne, aber man müsse nun einmal nach außen so auftreten.“⁷⁶

Auch ein Besuch der deutschen Jugendherbergen sollte von den Journalisten möglichst wohlwollend berücksichtigt werden:

„19. August 1938 / Am Sonntag (21. August) empfängt Leiter des Reichsverbandes für deutsche Jugendherbergen japanische Kommission, die zu Studium der deutschen Jugendherbergen im Auftrag der Caritas-Stiftung in Deutschland weile. Freundliche Beachtung erbeten.“⁷⁷

Gleichzeitig liegen jedoch Anweisungen vor, die zeigen, dass eine allzu eindeutige Parteinahme für Japan im russisch-japanischen Konflikt sowie eine zu große Aufmachung unerwünscht waren:

„21. Juli 1938 / Gesandter Aschmann: Der russisch-japanische Konflikt ist in einigen Zeitungen sehr groß aufgemacht worden. Ich glaube nicht, dass es uns gelingt, ihn durch große Aufmachung größer zu machen als er tatsächlich ist. Es wird also in gewissem Umfang gewarnt. Es scheint nämlich, dass es im Verhandlungswege weitergehen wird.“⁷⁸

„10. August 1938 / AA: Es könne kein Zweifel sein, wo im russisch-japanischen Konflikt die deutschen Sympathien ständen. Deutschland empfinde für Japan warme Sympathie, besonders angesichts der unerhörten Provokationen der Sowjetrussen. Jedoch dürften Pressestimmen nicht dahin ausklingen, als ob wir ein Interesse an dem Konflikt und an seiner Ausbreitung hätten. Vielmehr wünschten wir eine Beilegung des Konflikts, wobei Gerechtigkeit nach allen Seiten Voraussetzung sei.“⁷⁹

Wirtschaftsbezogene Anweisungen machen in den Jahren 1937, 1938 und 1939 insgesamt etwa ein Zehntel der Gesamtzahl aus. Der Bedeutungsverlust hängt mit der baldigen Expansion des Reiches zusammen. Die vorher noch wichtige Finanzpolitik tritt insbesondere 1938 und 1939 in den Hintergrund, allgemeine Wirtschaftspolitik bewahrt jedoch ihren Stellenwert. Insbesondere der aus der „Angliederung“ des Sudetenlandes und Österreichs erwachsende wirtschaftliche Gewinn wird 1938 zum Thema.⁸⁰ Fast die Hälfte der vorkriegszeitlichen Anweisungen zum Militär verteilen sich auf die zwei letzten Vorkriegsjahre. Drei Viertel der Anweisungen beziehen sich auf sechs Unterthemen, sortiert nach Bedeutung: Aufbau und Organisation der Wehr-

⁷⁶ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 641.

⁷⁷ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 762.

⁷⁸ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 670.

⁷⁹ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 731 f.

⁸⁰ Wilke (2007): S. 165 f, 168 f.

macht, Personalfragen, Einmärsche und militärische Besetzungen, Marine, Heer und Luftwaffe, Rüstungsfragen und Truppenübungen sowie Manöver.⁸¹ Kulturelle Anweisungen nehmen mit dem generellen Anstieg der Weisungen ebenfalls zu und erreichen 1937 einen Höhepunkt. Danach nimmt ihre Zahl wieder ab, da nunmehr die Kriegsvorbereitungen in den Vordergrund rücken.⁸²

Material zur Kriegszeit liegt reichhaltig vor, ist jedoch noch nicht nach wissenschaftlichen Kriterien aufbereitet worden. Somit sind die folgenden Aussagen Wilke lediglich exemplarisch zu verstehen. Militärische Vorgänge nehmen in den Weisungen seit Kriegsausbruch größeren Raum ein, das im Vordergrund stehende Kriegsgeschehen strahlt auch auf andere Bereiche. Der Heeresbericht ist nunmehr an einem „guten Platz“ auf der ersten Seite, nicht zu sehr im Vordergrund, zu platzieren, und wird wenige Wochen später durch den Wehrmachtsbericht erweitert. Die Anweisung, Material des Deutschen Nachrichtenbüros (DNB) zu verwenden, wird verschärft, die Übernahme von Äußerungen von Privatpersonen untersagt. Ebenso wird der Abdruck von Gefallenlisten verboten. Gefallenanzeigen sind nun hinsichtlich ihrer Zahl und Größe genauen Regelungen unterworfen. Dies alles geschieht, um nach dem Polenfeldzug die Kriegsbereitschaft aufrecht zu erhalten.⁸³ Mit der Niederlage von Stalingrad jedoch beginnt die Taktik der „Ausweichmanöver“, um nicht über militärische Niederlagen zu berichten. Die Entdeckung der Massenerschießungen von Katyn bietet hierbei einen guten Vorwand, um verstärkt zur antisemitischen Berichterstattung aufzufordern. Bis zum Kriegsende hält man an Euphemismen fest.⁸⁴ Die erlassenen Tagesparolen werden immer illusionärer und die Inhalte dünnen sich allmählich aus.⁸⁵

Auf die Außenpolitik bezogene Inhalte bestehen immer wieder in scharfen Angriffen gegen Chamberlain und Churchill. Offen feindlich gegenüber den USA tritt man in den Darstellungen ab Ende 1941 auf, während ein deutliches Ersuchen erkennbar ist, die Achse Italien-Deutschland-Japan zu stärken. Zurückhaltend wirken hingegen Anweisungen zu neutralen Staaten und außenpolitischen Entwicklungen wie Regierungsbildungen und zwischenstaatlichen Konflikten. Innenpolitisch wird die Stärkung der „inneren Front“ forciert, insbesondere durch Berichte zu Reden Hitlers, Goebbels' und anderer Funktionäre. Auch werden Verordnungen zur inneren Situation im Kriegsfall thematisiert, während die Berichterstattung zu Justiz und Kriminalität zurückgestuft werden soll.⁸⁶ Wirtschaftlich sind Berichte über Einschränkungen und Mangelerscheinungen zu vermeiden, Aktionen zur kollektiven Überwindung wirt-

⁸¹ Wilke (2007): S. 170 f.

⁸² Wilke (2007): S. 172 f.

⁸³ Wilke (2007): S. 201–204.

⁸⁴ Wilke (2007): S. 208 f.

⁸⁵ Wilke (2007): S. 211.

⁸⁶ Wilke (2007): S. 212–215.

schaftlicher Not zu betonen. Kulturelle Inhalte treten zurück. Wenn Erzählungen, Geschichten und Feuilletons thematisiert werden, dann als Mittel zur Spendung von Zuversicht und Mut, zur Stärkung des Siegeswillens.⁸⁷

2.3. DIE ROLLE DES EHER-VERLAGS UND MAX AMANNS

Die „zentrale Instanz zur Vermittlung der nationalsozialistischen Propaganda“⁸⁸ bildete die so genannte Franz-Eher-Nachfolger-GmbH, oder kurz Eher-Verlag genannt, Verlags- und Presseimperium und zugleich Zentralverlag der NSDAP.⁸⁹ Sie besaß rund 150 Verlage sowie rund ein Drittel aller Zeitungen, und zwar 352 mit einer Auflage von gut 80 Prozent, während die Privatverleger mit 625 Zeitungen nur über 20 Prozent der Auflage verfügten. Der Netto-Gewinn des Verlags nahm ab 1937 kontinuierlich zu, mit einem leichten Rückgang erst im Jahr 1943.⁹⁰ Hauptsitz des Verlages war stets München, Zweigniederlassungen wurden ab 1933 in Berlin und 1938 in Wien etabliert. Personell war das Unternehmen mit Gleichschaltungs- und Lenkungsinstitutionen des NS-Regimes, insbesondere der Reichspressekammer, verknüpft.⁹¹

Der Eher-Verlag stand nach 1933 im Mittelpunkt eines Konzentrationsprozesses der Zeitungs- und Zeitschriftenverlage.⁹² Nicht nationalsozialistisch geführte Zeitungsverlage wurden ausgeschaltet oder vom Eher-Verlag übernommen. Zugleich hatte der Verlag als Ziel die inhaltliche Einflussnahme und ideologische Beeinflussung der Bevölkerung im Blick. Betraut hiermit war der Verlagsleiter Max Amann,⁹³ gleichzeitig Reichsleiter für die Presse der NSDAP und zudem seit November 1933 Präsident der Reichspressekammer.⁹⁴ Amann wurde am 24. November 1891 in München geboren. Nach dem Besuch einer Handelsschule sowie seiner Lehrzeit in einem Münchner Anwaltsbüro diente er fünf Jahre in der bayrischen Armee. Im Ersten Weltkrieg (1914–1918) war er eine Zeitlang als Hauptfeldwebel Hitlers Vorgesetzter. Nach seiner Entlassung aus dem Militärdienst heiratete Amann 1919 und arbeitete in einer Münchner Hypothekenbank. Amanns Ausführungen zu der Zeit seines 1920 erfolgten Parteieintritts in die NSDAP und seines Verhältnisses zum Nationalsozialismus unterscheiden sich, je nachdem ob man Aussagen von vor oder nach 1945 heranzieht, stark voneinander. Zweifelsfrei sind

⁸⁷ Wilke (2007): S. 218–220.

⁸⁸ Tavernaro (2004): S. 7.

⁸⁹ Für einen ersten Überblick zur erschienenen Literatur zum Eher-Verlag siehe hier: Tavernaro (2004): S. 9–12.

⁹⁰ Sösemann (2011): S. 1082.

⁹¹ Tavernaro (2004): S. 8.

⁹² Tavernaro (2004): S. 8.

⁹³ Wilke (2007): S. 117 f.

⁹⁴ Tavernaro (2004): S. 14.

Amanns Beziehungen zur NSDAP keinesfalls nur rein geschäftlicher Natur gewesen, sondern im Gegenteil auch politisch motiviert. Dies zeigt unter anderem Amanns Beteiligung am Hitler-Putsch 1923, in dessen Verlauf er mit-half, das Gebäude jener Bank zu besetzen, in der er vorher angestellt war. Amann erhielt im anschließenden Prozess eine niedrig ausfallende Strafe von 100 Goldmark, ersatzweise zehn Tage Haft. Nach der „Machtergreifung“ ge-noss Amann weiterhin Gunst und Vertrauen Hitlers, was sich in der weiteren Entwicklung des Eher-Verlags offenbart. Als Direktor desselbigen war Max Amann Hitler in Berlin unmittelbar verantwortlich. Sein Lebensmittelpunkt blieb jedoch weiterhin München.⁹⁵ Oron Hales Untersuchung zur NS-Presse geht neben biografischen Daten auf Charakterzüge Amanns ein, die sich aus der Auswertung nachkriegszeitlicher Prozessakten ergeben. Demnach sei Amann ein „nach außen hin [...] jovialer Bayer“ gewesen, obgleich „in seinem Wesen jähzornig, roh und herrschsüchtig. In seinen persönlichen wie auch geschäftlichen Beziehungen dachte er ganz materiell. Seinen Untergebenen gegenüber war er tyrannisch und rücksichtslos.“⁹⁶ Zudem bemerkt Hale:

„Seine Fähigkeiten als Parteimann und politischer Aktivist waren sehr beschränkt. Er konnte weder reden noch diskutieren, und auch schriftlich vermochte er sich nicht gut auszudrücken. [...] Als Generaldirektor eines Unternehmens, in dem er nur Befehle zu erteilen oder auszubrüllen hatte, war er indessen ein tüchtiger Mann. Er erwarb sich eine gründliche Kenntnis des Verlagsgewerbes und der Bilanzmethoden, überließ aber klugerweise wichtige, Finesse erfordern-de Geschäftsverhandlungen anderen, besser geeigneten Personen.“⁹⁷

Der Eher-Verlags besaß drei Hauptämter in München, Berlin und Wien, alle in gleicher Weise strukturiert. Sie waren unterteilt in Zeitungsverlag (mit den Stellen Inspektion, Statistik, Archiv), Zeitschriftenverlag und Buchverlag (mit Hauptstelle Lektorat). In München existierten zudem die Ämter Finanzver-waltung (mit Hauptstellen Hauptbuchhaltung, Hauptkassa und den Stellen Personal, Geheimschriften-Verkehr des Reichsleiters für die Presse, Lohn-buchhaltung, Beschaffungsstelle, Hausverwaltung, E-Werke) und Revision (Hauptstellen Revision-Innendienst, Revision-Außendienst, Rechtsabteilung, Revision-Auswertung). Zudem war in München ein eigenes Hauptamt für die Hauptschriftleitung des *Völkischen Beobachters* angesiedelt. Zum Haupt-amt Zentralschriftleitung des Zentralverlags der NSDAP befanden sich in Berlin und München zusätzlich Hauptstellen, ergänzt durch die Hauptstelle Lektorat der Zentralschriftleitung. Hier befand sich unter anderem die Hauptschriftleitung des *Illustrierten Beobachters*. Leiter der Zentralschriftlei-tung des Zentralverlags der NSDAP war ab 1932 Wilhelm Weiß, ehemals der Hauptschriftleiter des *Völkischen Beobachters*.⁹⁸

⁹⁵ Hale (1965): S. 32 f, 36 f.

⁹⁶ Hale (1965): S. 35.

⁹⁷ Hale (1965): S. 37.

⁹⁸ Tavernaro (2004): S. 67 f.

Die Aus- und Gleichschaltung missliebiger Verlage bis hin zur endgültigen Etablierung des Eher-Verlags wurde ermöglicht durch interne Verordnungen der Reichsparteileitung der NSDAP, die notwendig waren, da der Eher-Verlag unmittelbar nach der „Machtergreifung“ weder formal noch materiell über Mittel verfügte. Die Verordnungen folgten der noch unkoordinierten Ausschaltung SPD- und KPD-eigener Druck- und Verlagsbetriebe: Verordnungen vom September 1933 sahen vor, dass Reichsstatthalter, Minister und Beamte im Staatsdienst nicht mehr als Herausgeber oder verantwortliche Redakteure von Zeitungen in Erscheinung treten durften, die im Besitz der NSDAP waren. Am 20. Oktober wurden diese erweitert und fortan schlossen die Verordnungen auch prominente Persönlichkeiten der Partei mit ein. Allerdings war nicht die Rede von solchen Persönlichkeiten, die bereits Herausgeber waren, sodass mit den erlassenen Regelungen ein bereits existierender Zustand beibehalten werden sollte. Das Reichskulturkammergesetz vom 22. September 1933 sah Joseph Goebbels als Präsidenten vor. Die Kammer unterteilte sich in Einzelkammern für die verschiedenen kulturellen Bereiche wie Presse, Film, Musik und Theater, die über je einen von Goebbels ernannten Präsidenten verfügten. Anordnungen, die innerhalb dieser Kammern getroffen wurden, waren einzuhalten und jeder Kulturschaffende musste über einen einer der Kammern zugehörigen Fachverband Mitglied sein. Max Amann war Präsident der Reichspressekammer, Vizepräsident wurde Otto Dietrich. Das Schriftleitergesetz vom 4. Oktober 1933 machte Journalisten indirekt zu Dienern des Staates, die inhaltliche Gleichschaltung der Druckerzeugnisse trieb Joseph Goebbels als Reichspropagandaminister voran. Die Verleger hatten nun keine Verantwortung mehr für die publizierten Inhalte, was Max Amann stark missfiel und einen bis Kriegsende andauernden Kompetenzstreit zwischen diesem, Joseph Goebbels sowie Reichspressechef Otto Dietrich hervorrief.⁹⁹ Die Mehrheit der Journalisten begrüßte das Schriftleitergesetz, obgleich nicht jeder von ihnen nationalsozialistisch eingestellt war. Es wirkte, als würde die Regierung Presse und Journalisten stärker würdigen als jede Regierung zuvor, sodass der Zwang zu weltanschaulicher Nähe zu den neuen Machthabern in Kauf genommen wurde.¹⁰⁰

Max Amann, nunmehr Präsident der Reichspressekammer sowie Reichsleiter für die Presse der NSDAP, erhielt von Hitler zum 19. Januar 1934 weitreichende Befugnisse, unter anderem die Entscheidungsgewalt darüber, welche von Parteimitgliedern verlegten periodischen Druckschriften erscheinen durften, sowie die Möglichkeit, allgemeine Anordnungen zum Verlagswesen zu erlassen, die für eben diese Druckschriften bindend waren. Die Verlagslei-

⁹⁹ Hale bemerkt zum Verhältnis Amanns zu Goebbels und Dietrich, dass Amann direkte Konfrontationen mit Goebbels aufgrund von dessen intellektueller Überlegenheit vermieden habe, bei Auseinandersetzungen mit Dietrich jedoch in der Regel die Oberhand behalten habe (Hale (1965): S. 36).

¹⁰⁰ Sösemann (2011): S. XXXIX.

ter waren Amann nun unmittelbar unterstellt.¹⁰¹ Die formalen Rahmenbedingungen der geschäftlichen Tätigkeit Max Amanns von 1933 und 1934 bis 1945 gründeten auf seiner Tätigkeit als Reichsleiter der Presse der NSDAP, Präsident der Reichspressekammer sowie Geschäftsführer des Eher-Verlags, der privatrechtlich organisiert war, dem jedoch der Charakter eines staatlichen Verlages innewohnte. Als Reichsleiter für die Presse verleibte Amann große Teile der Presse dem Eher-Verlag ein und führte so eine indirekte Verstaatlichung herbei. Im jährlich erscheinenden Organisationsbuch des Reichsorganisationsleiters der NSDAP wird Amanns Aufgabe wie folgt umrissen:¹⁰²

**„Der Reichsleiter für die Presse
Aufgabe**

Dem Reichsleiter für die Presse obliegen verlagspolitische Aufgaben.

Er ist beauftragt, dem deutschen Volk eine Presse zu schaffen, die ihm verpflichtet und verantwortlich ist und die das Leben und Erleben der deutschen Volksgemeinschaft widerspiegelt. Ferner hat der Reichsleiter für die Presse die Aufgabe, die zur Verwirklichung der im Programm der NSDAP unter Punkt 23 aufgestellten **verlagspolitischen** Forderungen nötigen Anordnungen zu treffen und ihre Durchführung zu überwachen.“¹⁰³

Mit der „Ersten Verordnung des Reichsleiters für die Presse“ begann deren systematische Zentralisierung, zunächst mit der Parteipresse der NSDAP. Hiernach waren die Gauleiter zwar Eigentümer der jeweiligen Verlage, agierten jedoch lediglich als Treuhänder der NSDAP, die wiederum durch den Eher-Verlag vertreten wurde. Den Treuhändern stand somit kein Einfluss in verlegerischen Fragen zu, jedoch war es ihnen freigestellt, Einfluss auf die „politische Gesamthaltung der Zeitung“ zu nehmen, etwa durch die Formulierung von Richtlinien an den oder die Schriftleiter. Der Ullstein-Verlag war einer der renommiertesten betroffenen Verlage. Er ging infolge der „Arisierung“ 1934 in das Eigentum des Eher-Verlags über, wurde zu einem „Musterbetrieb“ von Propaganda umgewandelt und 1937 in „Deutscher Verlag KG“ umbenannt. Für die ehemaligen Ullstein-Leser blieb fast alles wie zuvor. Auch Erfolgsblätter wie die *Berliner Illustrierte Zeitung* erschienen in kaum verändertem Design.¹⁰⁴ Für die Entwicklung des japanischen Fotojournalismus hingegen hatte die „Arisierung“ des Ullstein-Verlages und die hierin begründete Emigration des ehemaligen Verlagsmitarbeiters Natori Yonosuke entscheidenden Einfluss (siehe Kapitel 3.4.).

Erste Anfänge der Schaffung von Tochtergesellschaften fallen mit einer zentralen Anordnung des Präsidenten der Reichspressekammer vom 24. April 1935 zusammen. Die „Anordnung über Schließung von Zeitungsverlagen zwecks Beseitigung ungesunder Wettbewerbsverhältnisse“ erschwerte die

¹⁰¹ Tavernaro (2004): S. 48–50.

¹⁰² Tavernaro (2004): S. 51.

¹⁰³ Reichsorganisationsleiter der NSDAP (1938): S. 308.

¹⁰⁴ Frei/Schmitz (2011): S. 75; Tavernaro (2004): S. 53–55.

Neugründung und Aufrechterhaltung von Zeitungsverlagen und gab Amann freie Hand, Einsichten in die Finanzen von Verlagen zu nehmen und diese gegebenenfalls zu schließen. Eine weitere Anordnung vom 24. April 1935 sollte der „Beseitigung der Skandalpresse“ zugute kommen. Den größten Umfang besaß die Anordnung „zur Wahrung der Unabhängigkeit des Zeitungsverlagswesens“, mit der es vielen Zeitungsverlegern unmöglich gemacht wurde, profitabel zu produzieren. Es wurde verfügt, dass Zeitungen sich in ihrer Ausrichtung nicht „auf einen konfessionell, beruflich oder interessenmäßig bestimmten oder bestimmbaren Personenkreis“ hin ausrichten durften. Weitere Anordnungen Amanns, die die Zeitschriftenverlage berührten, folgten.¹⁰⁵ Am 23. Mai 1936 äußert sich Amann in der 21. Ausgabe der *Deutschen Presse* (DP) rückblickend zu den getroffenen Maßnahmen und blickt voraus auf die Zeitschriften betreffende Regelungen:¹⁰⁶

„Wenn nun nach einem Jahr die in der Praxis gewonnenen Erfahrungen auf das Zeitschriftenwesen übertragen werden, was durch die Verkündung meiner mit dem 30. April 1936 erlassenen Anordnung zur Wahrung der Unabhängigkeit des Zeitschriftenverlagswesens geschieht, so sei zunächst zweierlei bemerkt:

1. Die Tatsache, daß erst die Regelung der Verhältnisse im deutschen Zeitungswesen angepackt wurde, konnte niemals bedeuten, daß etwa die deutsche Zeitschriftenpresse unberücksichtigt bleiben sollte. Zeitung und Zeitschrift bilden insgesamt die deutsche Presse, und sie unterliegen der gleichen grundsätzlichen Betrachtungsweise. [...]

2. Wenn das deutsche Zeitungs- und Zeitschriftenverlagswesen nicht in einem Zuge erfaßt wurde, so war [...] hierfür die Erkenntnis maßgebend, daß in Erfüllung der Verpflichtung, die der gesamten deutschen Presse zugefallen ist, beide Erscheinungsformen aus ihrer unterschiedlichen Sonderaufgabe heraus nach eigenen Regeln sich entwickelt haben. Diese Besonderheiten waren zu erforschen und zu berücksichtigen.“¹⁰⁷

Für Amann bildet die „Volksgemeinschaft“ den zentralen Fixpunkt journalistischer Betätigung, sodass sich ein zentrales Element nationalsozialistischer Propaganda auf der Ebene der Presse wiederfindet: „Für die gesamte Presse kann es nur eine Betätigung in der Volksgemeinschaft für die Volksgemeinschaft geben.“ Da Zeitung und Zeitschrift beide der „Arbeit der Führung zu dienen“ hätten, seien die Voraussetzungen ihrer Arbeit ebenfalls identisch. Ihre „Einsatzfähigkeit“ werde durch den Schriftleiter gewährleistet, dessen „Unabhängigkeit und Verantwortlichkeit“ durch das Schriftleitergesetz zugesichert werde. Zudem ermögliche das Gesetz „eine Auslese“ aller Journalisten „nach der persönlichen Seite hin“.¹⁰⁸ Auch der Verleger „als Träger des Verlages“ sei auf-

¹⁰⁵ Tavernaro (2004): S. 57–60.

¹⁰⁶ Eine Rede, welche Amann auf dem Reichsparteitag im September 1937 hielt, war ebenfalls voll des Lobes für die durch ihn in Gang gesetzten Maßnahmen zur Neugestaltung der Presse (Hale (1965): S. 240 f).

¹⁰⁷ Amann (23.5.1936): S. 245.

¹⁰⁸ Amann (23.5.1936): S. 245.

grund seiner Persönlichkeit auszuwählen, die „der Verantwortung, die ihr vom Nationalsozialismus im Hinblick auf die Mitwirkung an der Aufklärung, Weiterbildung und Erziehung der gesamten Nation in allen ihren Teilen gestellt wird, nur gerecht werden könne, wenn sie das *Gemeininteresse über ihr eigenes, die ideelle Aufgabe über den wirtschaftlichen Profit* stell[e].“¹⁰⁹ Mit anderen Worten: Journalistisches Wirken ist in den Augen Amanns nur all jenen vorbehalten, die aufgrund ihrer „Persönlichkeit“ uneingeschränkt hinter den Idealen des Nationalsozialismus, insbesondere dem Ideal der „Volksgemeinschaft“, stehen und diese über ihre Arbeit nach außen hin vertreten.

Von besonderem Interesse sind Max Amanns Bemerkungen zu inhaltlichen Unterschieden zwischen Tagespresse und Zeitschrift: Während die Tagespresse den „einzelnen Volksgenossen“ als „Glieder der Volksgemeinschaft“ aufsuche, obliege es der Zeitschrift, „besonderen Wünschen in weiterem Ausmaß Rechnung zu tragen.“ Durch ihre Konzentration auf Teilaspekte sei es ihr gestattet, „sich in den Dienst besonderer Interessen von Gruppen und Gemeinschaften, schließlich sogar in den Dienst von Eigeninteressen privater Art zu stellen“, jedoch unter der Prämisse, dass „die Vertretung solcher Sonderinteressen niemals im Widerspruch zu den Grundsätzen der nationalsozialistischen Weltanschauung“ stehen dürfe.¹¹⁰ Die Position Amanns, Interessen von Gruppen und Einzelpersonen nur zuzulassen, wenn diese in ihrer Bejahung des Nationalsozialismus verbunden sind, weist meiner Ansicht nach deutliche Parallelen zur Haltung Koyama Eizōs, des bedeutsamsten japanischen Propagandatheoretikers im fünfzehnjährigen Krieg (1931–1945),¹¹¹ auf. Dessen Propagandatheorie gründet auf der Annahme, dass die japanische Gesellschaft in zahlreiche Interessensgruppen geteilt sei, die es unter dem Einfluss von Propaganda zu überwinden gelte (siehe Kapitel 3.2.). Ebenso wie die Formierung von Gruppen zur Durchsetzung von Eigeninteressen die in Deutschland etablierte Herrschaft des Nationalsozialismus zu gefährden vermag, ist dies in Japan mit Blick auf die nationalistische, vornehmlich durch die Ideologie des Staats-*Shintō* geprägte Ordnung der Fall.

Parallel zu den von Amann initiierten Maßnahmen wurde am 16. April 1934 die Parteiamtliche Prüfungskommission zum Schutze des nationalsozialistischen Schrifttums (PPK) etabliert, die als zentrale Zensureinrichtung und inoffizielles Vorlektorat des Eher-Verlags auf Rudolf Heß zurückgeht und von Philip Bouhler geleitet wurde. Ihre Kompetenzen reichten bis hin zur Verhängung von Berufsverboten.¹¹² Amann stand somit nicht nur mit Goebbels und Dietrich in Konflikt, sondern auch mit dieser Stelle, von der er abhängig blieb und der die inhaltliche Lenkung und Kontrolle belletristischer sowie weltanschaulicher Bücher sowie Kleinschriften oblag. Mit dem Amt Schrifttumspflege unter Alfred

¹⁰⁹ Amann (23.5.1936): S. 246.

¹¹⁰ Amann (23.5.1936): S. 246.

¹¹¹ Kushner (2002): S. 59; Kushner (2006): S. 33.

¹¹² Söseman (2011): S. XXXVIII f; Tavernaro (2004): S. 61.

Rosenberg stand er in einem besseren Verhältnis.¹¹³ Die Schaffung einer Zweigniederlassung in Wien anlässlich der Annektion Österreichs sowie Einsetzungen neuer Prokuristen im Jahr 1938 waren zwei der letzten wichtigen Stationen des Eher-Verlags vor Anbruch des Zweiten Weltkrieges (1939–1945).¹¹⁴

Mit der Annektion weiterer Länder konnte der Verlag seine Aktivitäten ausweiten, was sich in höheren Auflagen und der Schaffung neuer Blätter niederschlug.¹¹⁵ Amann besaß die Rückendeckung Hitlers und der Reichsparteileitung, die in mehreren Anordnungen darauf hinwies, dass parteiamtliche Schriften ausschließlich im Eher-Verlag zu erscheinen haben.¹¹⁶ Obwohl Amann auch weiterhin in Abhängigkeit Rosenbergs agierte, wurde im April 1943 ein Zentrallektorat für den Eher-Verlag geschaffen, dessen Cheflektor aus dem Hauptamt Schrifttumspflege herangezogen wurde.¹¹⁷ Amann wurde in Kriegszeiten zudem die Funktion des obersten „Papierzuteilers“ zugewiesen, allerdings in Abhängigkeit von Albert Speer, sodass Amann in den Jahren 1941, 1943 sowie 1944 unter Verweis auf den kriegsbedingten „Papiermangel“ Schließungen mehrerer Verlage veranlasste.¹¹⁸ In Wahrheit hatte die Beschneidung des Zeitungswesens 1943 mit der ungünstigen militärischen Lage zu tun.¹¹⁹ Nach der Schlacht von Stalingrad konnte die Presse kaum mehr als Medium der täglichen Information dienen.¹²⁰ Nicht zuletzt aufgrund dieser Maßnahmen konnte der Verlag zwischen 1939 und 1943 große Gewinne für sich verbuchen.¹²¹ Zur inhaltlichen Gestaltung der „deutsche[n] Presse im Kriege“ äußert sich Amann 1944:

„Im Hinblick auf die Heimat und auf das feindliche und das vom Kriege unberührte Ausland ergaben sich zwei Kernaufgaben der Inhaltsgestaltung für alle politischen Tageszeitungen, die jede einzelne in ihrer Art, aber in einem Ergebnis zu lösen hat:

1. Es gilt, das nationalsozialistische Reich in seiner ganzen Gestalt und den Krieg, den es führt, jedem deutschen Volksgenossen zu seiner Sache zu machen.
2. Deutschland ist mit allen seinen Ausstrahlungen in die ganze Welt und damit in seinen neuen weltpolitischen Ausblicken zu vertreten und darzustellen.“¹²²

Trotz kriegsbedingter Einschränkungen war der Verlag bestrebt, die Bevölkerung mit Propaganda zu versorgen. Erst die vollständige Zerstörung des Verlagshauses der Hauptniederlassung in München sowie weiterer Niederlassungen in den Jahren 1944 und 1945 setzte diesen Aktivitäten ein Ende.¹²³

¹¹³ Tavernaro (2004): S. 61, 63.

¹¹⁴ Tavernaro (2004): S. 62.

¹¹⁵ Herz (1994): S. 89.

¹¹⁶ Tavernaro (2004): S. 63.

¹¹⁷ Tavernaro (2004): S. 70.

¹¹⁸ Tavernaro (2004): S. 65.

¹¹⁹ Hale (1965): S. 284.

¹²⁰ Hale (1965): S. 317.

¹²¹ Hale (1965): S. 275.

¹²² Amann (1944): S. XII.

¹²³ Tavernaro (2004): S. 70.

2.4. FOTOJOURNALISMUS ALS INSTRUMENT DEUTSCHER PROPAGANDA: EIN ÜBERBLICK

Neben der Fotografie bildete die illustrierte Massenpresse die zweite wichtige Grundlage des Fotojournalismus.¹²⁴ Die ersten in Deutschland erscheinenden illustrierten Zeitungen waren die Leipziger *Illustrierte Zeitung* ab 1843,¹²⁵ die eine Verschmelzung von Wort und Bild über Holzstiche erreichen wollte,¹²⁶ und die ab Dezember 1891 veröffentlichte *Berliner Illustrierte Zeitung*, bei der es sich zum Beginn des Ersten Weltkrieges (1914–1918) um die meistgelesene Illustrierte Deutschlands handelte.¹²⁷ Erste Bildagenturen nach amerikanischem Vorbild wurden um die Jahrhundertwende gegründet¹²⁸ und bald waren Handkameras eine Grundlage des Fotojournalismus. Zentrales Genre bildete die so genannte Sozialreportage, die soziale Ungerechtigkeit publik machen sollte.¹²⁹

Nachrichten- und Informationsvermittlung in Zeitschriften um 1900 war schneller, aktueller und scheinbar objektiver. Zur neuen Visualität des Mediums bemerkt Susanne Lachenicht, dass in den Programmen und Intentionen der Verlage die Aktualität der Bilder zunächst keine entscheidende Rolle eingenommen habe. Vordergründig für die *Berliner Illustrierte Zeitung* etwa sei in erster Linie das Bild als Tatsachenbeweis gewesen. Der Bildanteil an der gesamten Druckfläche nahm jedoch stetig zu. Von der Xylographie zur Autotypie gelangte 1896 der Ullstein-Verlag, der für die *Berliner Illustrierte Zeitung* eine erste chemigraphische Abteilung einrichtete. Neue Formen der Bildpräsentation lassen sich anhand der Leipziger *Illustrierten Zeitung* aufzeigen, welche folgende gestalterische Mittel aufwies: großformatige Bilder, Panoramabilder, Fotocollagen, Bildunterschriften, Titelfotos im Autotypie-Druck, Bildserien, die zur visuellen Erlebnisvermittlung eines Handlungsablaufs beitrugen, Bildreportagen, die die Darstellung eines Themas in mehreren Aspekten ermöglichten. Eine erste Blüte erlebte die Bild- und Fotoreportage durch den Ersten Weltkrieg (1914–1918), obgleich sie sich in manchen Blättern erst in den späten 1920er-Jahren durchsetzen konnte.¹³⁰

Einen Boom erlebten die Illustrierten in der Zeit der Weimarer Republik (1918–1933) nach der Inflationszeit.¹³¹ Boulevardzeitungen wurden populär¹³² und die deutsche Ermanox-Kamera fand Verbreitung, bevor sie ab den

¹²⁴ Pensold (2015): S. 8.

¹²⁵ Lachenicht (2006): S. 67, 72.

¹²⁶ Pensold (2015): S. 8.

¹²⁷ Lachenicht (2006): S. 67.

¹²⁸ Sachsse (2003): S. 112.

¹²⁹ Pensold (2015): S. 9.

¹³⁰ Lachenicht (2006): S. 71–79.

¹³¹ Lachenicht (2006): S. 82.

¹³² Marien (2010): S. 237.

1930er-Jahren von der kleineren Leica-Kamera der Firma Leitz abgelöst wurde.¹³³ Diese wurde erstmals 1925¹³⁴ auf der Leipziger Frühjahrmesse vorgestellt und erlaubte rascheres, gezielteres und umfassenderes Fotografieren, was sie zum idealen Werkzeug des Fotojournalismus machte.¹³⁵ Der dokumentarische Fotograf Henri Cartier-Bresson bediente sich in seinem Schaffen der Leica und entwickelte die Theorie des „entscheidenden Augenblicks“, die darauf abzielt, die vorgefundene Realität möglichst unbeeinflusst mit der Kamera festzuhalten und mit der Ablehnung von Blitzlicht, gestellten Aufnahmen sowie ausschnittthafter Übernahmen einhergeht.¹³⁶ Steigender Bildbedarf ließ neue Bildagenturen entstehen. Bald wandten sich die Gestalter der Zeitschriften ganzen Bildgeschichten und Fotoreportagen zu.¹³⁷

Der Beruf des Pressefotografers etablierte sich. Einer der berühmtesten unter ihnen, Erich Salomon, war anfangs bei Ullstein, dem weltgrößten Verlags- haus der 1920er-Jahre,¹³⁸ tätig und beeinflusste entscheidend Natori Yonosuke, auf den noch näher einzugehen sein wird (siehe Kapitel 3.4.). Statt Redaktionsfotografen waren zunehmend eigenverantwortliche Fotografen für die Agenturen tätig, die häufig sozialkritisch inspiriert und politisch links eingestellt waren. Die amerikanische Life entwickelte sich zur erfolgreichsten Fotoillustrierten ihres Zeitalters. Der sich in den Illustrierten entfaltende Fotojournalismus war weniger dem Aktualitätsdiktat unterworfen. Er setzte vielmehr auf gute Bilder, die der Fotograf in aller Ruhe aufgrund seiner Eindrücke gewann.¹³⁹ Das Jahr 1926 markiert den Übergang der NSDAP zum massenpropagandistischen Einsatz der Fotografie, festzumachen an der Gründung des *Illustrierten Beobachters*.¹⁴⁰ Dessen Monopolstellung ergibt sich aus dem Umstand, dass nationalsozialistische Fotopropaganda der Weimarer Zeit (1918–1933) in zentralen Gebieten deckungsgleich ist mit der Fotografie des *Illustrierten Beobachters*, und somit mit der Arbeit Heinrich Hoffmanns als

¹³³ Pensold (2015): S. 49 f.

¹³⁴ Sachsse (2003): S. 62. Marien nennt hier das Jahr 1924, in dem die Leica einem größeren Publikum vorgestellt worden sei (Marien (2010): S. 237), womit vermutlich die Messe gemeint ist, was jedoch unzutreffend sein müsste, denn auch Tanaka und Miyabe nennen das Jahr 1925 (Tanaka/Miyabe (1991): S. 41).

¹³⁵ Pensold (2015): S. 50 f.

¹³⁶ Pensold (2015): S. 53 f.

¹³⁷ Pensold (2015): S. 51. Für Stefan Lorant, einen ehemaligen Bildredakteur der *Münchener Illustrierten Presse*, zeichnen sich „Fotoreportagen“ durch ein zentrales Leitmotiv aus, das sämtliche Facetten einer Geschichte beinhaltet, weitere Fotos, die Details und Blickwinkel ergänzen sowie einen deutlichen Anfangs- und Endpunkt (Pensold (2015): S. 51).

¹³⁸ Marien (2010): S. 236.

¹³⁹ Pensold (2015): S. 49, 54, 56 f.

¹⁴⁰ Herz (1994): S. 71 f. Obgleich Sachsse bemerkt, dass zumindest bis 1931 die Bedeutung visueller Medien innerhalb der Partei unterschätzt worden sei (Sachsse (2003): S. 25).

bedeutendstem Fotografen der Illustrierten.¹⁴¹ Sie erreichte 1932 bereits eine Auflage von 300.000 Exemplaren pro Nummer.¹⁴²

Einen abrupten Einschnitt in der Laufbahn vieler Fotografen vor allem jüdischer Herkunft bildete die „Machtergreifung“ der Nationalsozialisten 1933, die den Zusammenbruch des deutschen Fotojournalismus in seiner bisherigen Gestalt einläutete. Profiteure der Emigration jüdischer Fotoreporter waren der französische, englische und amerikanische Illustriertenmarkt.¹⁴³ Auch Japan profitierte entscheidend von den Entwicklungen in Deutschland, wie in späteren Kapiteln des Buches deutlich wird. Die deutsche Bildpresse hingegen war bei Machtantritt der Nationalsozialisten 1933 in einer schlechten Verfassung.¹⁴⁴ Technisch als auch gestalterisch mittelmäßige Fotografen erhielten nunmehr außerordentliche Berufschancen,¹⁴⁵ darunter auch junge Männer, die den Beruf des Fotografen als Ersatzberuf nutzten.¹⁴⁶ Das Gros der Fotografen im NS-Staat war handwerklich ausgebildet: Auf Hunderte Porträt-, Hochzeits- und Kinderfotografen kamen nur wenige Architektur-, Industrie- oder Werbefotografen. Alle hatten in der Vergangenheit unter der Weltwirtschaftskrise zu leiden.¹⁴⁷ Die meisten von ihnen, die nunmehr als Bildjournalisten tätig wurden, arbeiteten für Bildagenturen.¹⁴⁸ Inhaltlich wurde die Fotopropaganda der Nationalsozialisten im Vergleich zur Weimarer Zeit (1918–1933) neu ausgerichtet und erweitert. Nicht länger war kämpferisch-oppositionelle Betätigung gefragt, sondern „staatstragende Propaganda“. Im Mittelpunkt stand fortan die Darstellung nationalsozialistischer „Errungenschaften“.¹⁴⁹ Bei den verbleibenden Presseleuten stand nunmehr die Angst vor Repressionen im Vordergrund.¹⁵⁰

Obwohl die auflagenstärkste Zeitung weiterhin die *Berliner Illustrierte Zeitung* blieb,¹⁵¹ wurde der *Illustrierte Beobachter* zur bedeutendsten Plattform des NS-Regimes. Dessen wichtigster Lieferant und zudem verantwortlicher Redakteur wurde Heinrich Hoffmann.¹⁵² Für lange Zeit war die Zeitschrift sein wichtigster Abnehmer.¹⁵³ Rudolf Herz bemerkt in seiner Studie zur nati-

¹⁴¹ Herz (1994): S. 73.

¹⁴² Lachenicht (2006): S. 82.

¹⁴³ Pensold (2015): S. 54–56.

¹⁴⁴ Sachsse (2003): S. 113.

¹⁴⁵ Sachsse (2003): S. 17.

¹⁴⁶ Sachsse (2003): S. 102.

¹⁴⁷ Sachsse (2003): S. 110 f.

¹⁴⁸ Sachsse (2003): S. 114 f.

¹⁴⁹ Herz (1994): S. 77.

¹⁵⁰ Herz (1994): S. 82.

¹⁵¹ Frei/Schmitz (2011): S. 75.

¹⁵² Pensold (2015): S. 54 f. Bestätigt wird dies durch den Umstand, dass Hoffmann wiederholt im *Illustrierten Beobachter* als „Reichsbildberichterstatter“ bezeichnet wird (Illustrierter Beobachter (14.7.1938): S. 1038; Illustrierter Beobachter (21.7.1938): S. 1073).

¹⁵³ Herz (1994): S. 36.

onalsozialistischen Fotopropaganda, dass selbige von Hoffmann wiederholt wichtige Impulse aufgenommen habe.¹⁵⁴ Der am 12. September 1885 in Fürth geborene Heinrich Hoffmann ging seit 1901 auf eine mehrjährige Wanderschaft, die ihn zu zahlreichen Fotografen seiner Zeit führte und ihn zur Aneignung zeitgenössischen Fotografiegebrauchs ermunterte. Eine gelungene Aufnahme eines Luftschiffunglücks bei der Franco-Britischen Ausstellung 1908 bestärkte Hoffmann darin, sich der Pressefotografie zuzuwenden. Beeinflusst von der Illustriertenpresse Großbritanniens führte er ein Fotostudio in London, bevor er 1909 nach München zurückkehrte, ein Atelier eröffnete und sich zudem als Pressefotograf betätigte. Die Gründung der ab 1913 überlieferten Presseillustrationsfirma „Photobericht Hoffmann“ bedeutete eine formelle Trennung von Atelierbetrieb und Pressefotografie. Ab Herbst 1909 wurden Hoffmanns Aufnahmen regelmäßig in der *Münchener Illustrierten Zeitung* publiziert. Zugleich belieferte er Berliner Blätter und pflegte Kontakte ins Ausland. Zum besseren Verständnis seines Werkes ist es wichtig zu wissen, dass Hoffmann Gebrauchsfotograf war, was meint, dass seinen Aufnahmen keine besondere ästhetische Konzeption zugrunde liegt. Er war von seiner Ausbildung her kein journalistisch denkender Pressefotograf, sondern ein traditionell handwerklich-ästhetisch orientierter Berufsfotograf, was ihn mit vielen Vertretern seiner Generation verband. Hoffmann besaß ein besonderes Interesse an Porträts. Hieraus resultierte auch seine Überzeugung, dass ein Weg der Dokumentation von Zeitgeschichte vor allem im Festhalten geschichtsträchtiger Persönlichkeiten zu sehen sei.¹⁵⁵ Auf eine völkisch-nationalistische Grundeinstellung Hoffmanns schließen lässt seine Broschüre „Ein Jahr bayrische Revolution im Bilde“, die einen großen kommerziellen Erfolg darstellte und seinen Einstieg ins verlegerische Geschäft ermöglichte. Sein nächstes publiziertes Bildheft sollte bereits seine erste Publikation für Nationalsozialisten sein.¹⁵⁶

Hoffmann trat der NSDAP am 6. April 1920 bei, 1923 folgte die erste Dokumentation eines NSDAP-Auftritts durch selbigen. In der Folgezeit trugen seine Aktivitäten dazu bei, dass sich die Nationalsozialisten allmählich der fotografischen Bildpropaganda zuwandten. Hoffmann wurde zum persönlichen Fotografen des „Führers“ und nutzte zunehmend moderne Reportageformen. Seine privilegierte Stellung ließ ihn auch nach 1933 weiterhin Privatperson und selbstständiger Unternehmer bleiben. Es erfolgte keine Eingliederung in den staatlichen Propagandaapparat. Der Zusammenbruch der nationalsozialistischen Herrschaft bedeutete das Ende des Hoffmann'schen Unternehmens. Nach seiner Haftentlassung 1950 lebte er bis zu seinem Tod am 16. Dezember 1957 in München.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Herz (1994): S. 70.

¹⁵⁵ Herz (1994): S. 26–28.

¹⁵⁶ Herz (1994): S. 31, 33.

¹⁵⁷ Herz (1994): S. 33, 35, 37, 39 f, 45, 47.

Anderen Fotografen wurden diese Privilegien nicht gewährt. Das im Oktober 1933 erlassene Schriftleitergesetz bedeutete das Ende des Rechts auf freie Meinungsäußerung. Pressefotografen sollten nunmehr ihren Beruf im Einklang mit der nationalsozialistischen Weltanschauung ausüben, nur noch deutsche Staatsbürger „arischer“ Abstammung konnten Schriftleiter werden. Textjournalisten und Fotografen waren fortan rechtlich gleichgestellt.¹⁵⁸ Bedeutende Repräsentanten des Bildjournalismus emigrierten in Folge des Gesetzes, und die Zahl selbstständiger Pressebildagenturen ging zurück. Es blieben nur privilegierte Agenturen des Dritten Reiches wie Atlantic, Weltbild und Presseillustrationen Heinrich Hoffmann. Die ausländische Agentur Transocean war als Privatunternehmen weiterhin tätig, die amerikanische Agentur Associated Press bestand noch bis zum Kriegseintritt der USA im Jahr 1941. Die Agenturen boten zwar Bildmaterial an, waren aber nicht weisungsbefugt. Verantwortlich für Steuerung und Kontrolle des Einsatzes von Fotografien in der Presse waren die verschiedenen Pressekonferenzen sowie Einzelanweisungen. Meldungen des Deutschen Nachrichtenbüros (DNB) kamen hinzu.¹⁵⁹ Ende 1933 wurde der Reichsausschuss der Bildberichterstatter im Reichsverband der deutschen Presse eingerichtet, das eigentliche Steuerungsinstrument des Bildjournalismus. Seine Gründung wurde durch die Gleichstellung von Bild- und Wortreportern ermöglicht und fortan musste ihm jeder Bildjournalist angehören.¹⁶⁰

Die Errichtung des „Führerstaates“ 1934 lässt die Möglichkeiten publizistischer Dissidenz durch zunehmende Kontrolle und Reglementierung weiter zurückgehen. In der politischen Berichterstattung war bald eine Tendenz zur Eintönigkeit erkennbar. Angst und Unsicherheit hatten nicht selten Überanpassung zur Folge.¹⁶¹ Mit der Gründung der Agentur Weltbild als reichseigener Agentur sollte das Monopol Heinrich Hoffmanns gebrochen und das Bildangebot verbessert werden. Aus diesem Grund wurde sie mit Staatsaufträgen deutlich bevorzugt. Zu einer Besserung der Situation kam es allerdings letzten Endes nicht.¹⁶² Den Amann-Verordnungen vom Frühjahr 1935 kam eine Schlüsselrolle in der Zentralisierung der Parteipresse zu. Die Illustriertenpresse erlebte nunmehr einen beachtlichen Aufschwung¹⁶³ und das Propagandaministerium war bestrebt, Amateurfotografen als Propagandisten zu gewinnen. Diese Pläne wurden jedoch mit dem Scheitern der Ausstellung „Gebt mir vier Jahre Zeit“ im Frühjahr 1937, für die Amateure angehalten wurden, Bildmaterial zuzusenden, aufgegeben: Der eigens ausgeschriebene Amateurfotowettbewerb erhielt wenig Resonanz und die Ausstel-

¹⁵⁸ Herz (1994): S. 78–80.

¹⁵⁹ Herz (1994): S. 80, 82.

¹⁶⁰ Sachsse (2003): S. 28 f.

¹⁶¹ Herz (1994): S. 82 f.

¹⁶² Sachsse (2003): S. 114 f.

¹⁶³ Herz (1994): S. 83.

lung wurde kaum besucht.¹⁶⁴ Eine offizielle Anweisung von 1937 machte den Gebrauch von Kleinbildkameras zur Pflicht.¹⁶⁵ Die Leica war weiterhin von Bedeutung, wie ein Blick in eines der Standardwerke des Fotojournalismus jener Zeit, Hans Windischs „Die neue Foto-Schule“, zeigt: „Ein Kameratyp, der die eigentliche Kleinbild-Fotografie vertritt: höchste mechanische Präzision, äußerst handlich, von schnellster Schußbereitschaft.“¹⁶⁶ 1938 wurde die Bildberichterstatter-Uniform eingeführt,¹⁶⁷ im Herbst desselben Jahres ein Ausbildungsgang zum Bildjournalisten beschlossen. Erste Absolventen wurden im Herbst 1939 der Presse vorgestellt.¹⁶⁸ Durch den Kriegsbeginn stieg der Bildbedarf ins Unermessliche, was mit keinem Ausbildungsgang mehr kompensiert werden konnte. 1942 wurde zwar ein weiteres Zentrum zur Ausbildung von Bildjournalisten geschaffen, es brachte jedoch aller Wahrscheinlichkeit nach nicht sehr viele Absolventen hervor.¹⁶⁹ Mit Kriegsausbruch war der maximale Umfang der Illustrierten auf 28 Seiten beschränkt.¹⁷⁰ Es folgten in den kommenden Jahren zahlreiche Zensurmaßnahmen. Mit Kriegsbeginn wurden Kameras konfisziert, Amateurfotografen in Verwahrung genommen und unter Spionageverdacht einbehalten.¹⁷¹ Berufsfotografen spürten weitere Einschränkungen ihrer gestalterischen Freiheiten vor allem an der Front: Fotografische Kriegsberichterstattung war hier Sache der militärischen Stellen und in der Hand der Propaganda-Kompanien. Fotografien durch Privatleute waren unzulässig. Pressebildagenturen dienten als Verbreitungsinstrument der vom Bildpressereferat zur Verfügung gestellten Aufnahmen. Indes stieg der Nachrichtenhunger des Publikums weiter an. Die Auflagen stiegen, was die Massenpresse in Hochkonjunktur versetzte. Die NS-Propaganda stand im Zenit.¹⁷²

Um die Nachfrage zu bedienen, wurde ab August 1938 die Aufstellung von vier Propaganda-Kompanien angeordnet, jeweils dreier Kriegsberichterzüge (bestehend aus Worttrupp, Bildtrupp, Filmtrupp und Rundfunktrupp) und außerdem eines Lautsprechertrupps. Erstmals wurden diese Anfang Oktober beim Einmarsch in die Tschechoslowakei eingesetzt. Seit Beginn des Zweiten Weltkriegs (1939–1945) standen dann sieben Propaganda-Kompanien des Heeres zur Verfügung, vier der Luftwaffe und zwei der Marine. Im Zivilberuf waren die Berichterstatter häufig Journalisten oder Foto-, Film- und Radioreporter gewesen, andere wurden speziell in Propaganda-Ersatz-

¹⁶⁴ Sachsse (2003): S. 136 f.

¹⁶⁵ Herz (1994): S. 87.

¹⁶⁶ Windisch (1937): S. 10.

¹⁶⁷ Herz (1994): S. 82.

¹⁶⁸ Sachsse (2003): S. 115 f.

¹⁶⁹ Sachsse (2003): S. 116.

¹⁷⁰ Herz (1994): S. 89.

¹⁷¹ Sachsse (2003): S. 212.

¹⁷² Herz (1994): S. 88 f.

Abteilungen ausgebildet. Ziel war es, die deutsche Bevölkerung über Kriegsverlauf und Geschehen an der Front zu informieren und „Aktiv-Propaganda“ in den Kampfgebieten zu betreiben.¹⁷³

Zur Gestaltung ihrer Propaganda verfügten die Fotografen der Propaganda-Kompanien standardmäßig über Leica-Kameras,¹⁷⁴ des Weiteren über Instrumente und Hilfsmittel zur Herstellung als auch Verteilung von Plakaten, Wandzeitungen sowie kleineren Zeitschriften.¹⁷⁵ Aufträge von militärischen Vorgesetzten wurden vor Ort entwickelt und nach Fertigstellung der militärischen Zensur unterzogen. Im Propagandaministerium erfolgte dann eine erneute Zensur, diesmal nach politischen Kriterien. Vorgaben des Ministeriums sahen in der Regel heldenhafte Darstellungen vor, die Siegeszuversicht nährten, zudem die Darstellung gegnerischer Soldaten als böse und „rassistisch“ minderwertig. Tabuisiert waren durch Deutsche begangene Kriegsverbrechen und Massenmorde sowie Bezugnahmen auf Soldatentode, obgleich mitunter auch Leichen gezeigt wurden, sofern sich damit Stimmung erzeugen ließ.¹⁷⁶ Möglichkeiten freier Berichterstattung existierten somit in den Propaganda-Kompanien ebenso wenig wie ein gestalterischer Zugang zur Opferperspektive. Ein „mitreißendes deutsches Siegesepos“ war in Szene zu setzen, das anschließend in Illustrierten wie dem *Illustrierten Beobachter* oder der *Signal* publiziert werden konnte.¹⁷⁷ Zusätzlich bemerkt Rolf Sachsse zu den Ambitionen der Propaganda-Kompanien:

„Sowohl in den Amateur-Zeitschriften als auch in den Zeitungsbeilagen am Wochenende wurde das Fotografieren an der Front und in der Etappe generell als positiv herausgestellt. Die Schaffung positiver Erinnerungen sollte sich auf das Erlebnis des Krieges ausdehnen. Allgemein wurde der PK-Fotograf als unerreichbares Vorbild hingestellt. [...] Die Dokumentation des Kriegsgeschehens ist aus Sicht der Beteiligten ein positives Identifikationsziel der Propaganda gewesen. Die

¹⁷³ Sachsse (2003): S. 199; Wilke (2007): S. 250 f.

¹⁷⁴ Pensold (2015): S. 73.

¹⁷⁵ Sachsse (2003): S. 199.

¹⁷⁶ Pensold (2015): S. 73 f.

¹⁷⁷ Pensold (2015): S. 75. Pensold bemerkt, dass die amerikanische Berichterstattung durchaus Ähnlichkeiten zur deutschen aufwies, jedoch der entscheidende Unterschied in der Motivation beider Seiten zu sehen sei: „Den maßgeblichsten Unterschied macht wohl die dahinter stehende Motivation aus: auf der einen Seite ist es das Bestreben, einen brutalen Angriffs- und Eroberungskrieg siegreich zu exekutieren und auf der anderen der Versuch, eben das zu verhindern. Auf der einen Seite geht es um die Inszenierung eines unaufhaltsamen Siegeslaufs einer weitgehend entmenslichten Kriegsmaschinerie, auf der anderen um die Rettung des Menschen vor der Maschinerie. Während Fotografen wie Walter Henisch bemüht sind, deutsche Panzer zu unüberwindlichen mythischen Ungetümen zu stilisieren, sucht Robert Capa in seinen Bildern den verletzlichen Menschen. [...] In diesem moralischen Anspruch vor allem, den Krieg zu zeigen, wie er wirklich ist, und ihn damit in Frage zu stellen, unterscheiden sich so manche amerikanische Kriegsfotografen grundlegend von den deutschen *Propaganda-Kompanien*.“ (Pensold (2015): S. 79).

darin durchwegs enthaltene Gleichsetzung von Kamera und Gewehr hat aber nicht allein die Funktion eines martialischen Sprachgebrauchs, sondern definiert auch die Zielrichtung aller PK-Arbeit: Es ging um die Legitimation aller Bürger des NS-Staates mit den Zielen und Mitteln des Krieges.¹⁷⁸

Die deutschen Aufnahmen waren anfangs sogar derart gut gelungen, dass sie in amerikanischen Zeitschriften publiziert wurden, was sich durch den Kriegseintritt der USA im Jahr 1941 allerdings änderte.¹⁷⁹

Kriegsbedingt waren die Propaganda-Kompanien bald in ihren Möglichkeiten eingeschränkt: Zunächst sollte die Ausrüstung aller Fotografen an der Front standardmäßig den Farbfilm beinhalten. Ab 1942 folgten jedoch vermehrt Aufrufe zur Sparsamkeit in Bezug auf Filmmaterial und Neuanschaffungen von Geräten, was als Indikator einer sich rasch verschlechternden Versorgung in diesem Bereich zu deuten ist. Zudem wurde die Bewegungsfreiheit der Fotografen an der Front nun eingegrenzt.¹⁸⁰ Problem der Kompanien war zudem, dass ihr Material zu schnell veraltete und daher Radio und Funk aktueller waren. Dies war jedoch in erster Linie ein Problem der Zeitungen im Gegensatz zu den Illustrierten: Curt Wohlfahrt weist in seiner Dissertation „Theorie des aktuellen Bildes“ von 1937 auf das im Vergleich zur Illustrierten strengere Aktualitätsgebot der Zeitung hin und betont, dass es daher umso zentraler sei, in illustrierten Zeitschriften eine einwandfreie Wiedergabe zu gewährleisten:

„Betrachten wir schließlich die illustrierte Zeitschrift in ihrem Verhältnis zur Tageszeitung mit ihren Ausdrucksmitteln Wort und Bild, so gilt das eben von der Wochenschau Gesagte unter Berücksichtigung der natürlichen Unterschiede. Genau wie diese der Aktualitätsvermittlung in starkem Maße fähig, muss die Bildzeitschrift die länger unterbrochene Periode ihres Erscheinens durch den ruhigen, ausführlichen Bildbericht und dessen formaltechnisch einwandfreie Wiedergabe zu überbrücken suchen. Das ist das Entscheidende: Die Art, wie man sich interessiert in eine Illustrierte vertieft und die (individuell verschiedene) Spannung, die das aktuelle Zeitungsbild, als ausdrucksvolle Wiedergabe jeweilig jüngster, Aktualität weckender oder erhöhender Ereignisse beim Beschauer hervorruft. Die Spannung – das bedeutet das unbedingt zu erwartende Neue, das ist die Möglichkeit zu einer überraschenden Wendung. Das Interesse dagegen, das man der illustrierten Zeitschrift entgegenbringt, rankt sich in der Hauptsache um den bildlichen Aufbau, die ausführliche optische Umschreibung der zum größten Teil bekannten Geschehnisse.“¹⁸¹

1943 waren erste Anzeichen des katastrophalen Niedergangs der deutschen Presse klar erkennbar: Immer weniger Zeitungen wurden publiziert, verbleibende Zeitungen waren Papiereinsparungen unterworfen. Auf eine fotografische Bebilderung wurde jedoch nicht vollkommen verzichtet. Zum Sommer-

¹⁷⁸ Sachsse (2003): S. 215.

¹⁷⁹ Pensold (2015): S. 76 f.

¹⁸⁰ Sachsse (2003): S. 215 f.

¹⁸¹ Wohlfahrt (1937): S. 9.

ende 1944 waren Zeitungen auf vier Seiten reduziert, Illustrierte bis auf geringe Ausnahmen eingestellt.¹⁸² Für die bis zu diesem Zeitpunkt ihrer Arbeit nachgehenden Bildjournalisten gab es im Spätsommer 1944 abgesehen von Ausnahmen keine Publikationsorgane mehr.¹⁸³ Im Herbst 1944 letztlich existierte nur noch jede zehnte der 1939 registrierten Zeitschriften.¹⁸⁴

Ich folge in meinen anschließenden Ausführungen zu Inhalt und Gestaltung¹⁸⁵ zunächst den Ergebnissen der mehrfach positiv rezensierten¹⁸⁶ Publikation Rolf Sachsse zur Fotografie im NS-Staat aus dem Jahr 2003, da seither kein ebenso umfangreiches und detailliertes Werk publiziert wurde. Nach Sachsse zielte die Bildpropaganda der Nationalsozialisten in erster Linie auf eine „Erziehung zum Wegsehen“ ab:¹⁸⁷ Medien dienten mehr der Verhinderung denn der Gewinnung von Erkenntnis. Sie „sollten und konnten nicht die Botschaft sein, sondern effektive Hilfsmittel in der Vermittlung ästhetischer Inhalte und Programme.“¹⁸⁸ Zudem bemerkt er: „Nicht das kritische Urteilsvermögen ist gefragt, sondern das gefühlvolle Erleben. Nicht die produktive Erweiterung des Individuums ist das Ziel, sondern sein Aufgehen in der Masse.“¹⁸⁹ Joseph Goebbels' Bild des Fotografen entspricht dieser Auffassung, wenn er den „Wahrheitsanspruch“ der Fotografie und das durch die Kamera ermöglichte „Volkserlebnis“ in den Mittelpunkt seiner Rede stellt, die er 1933 zur Eröffnung der Messe „Kamera“ hielt:

„Das Lichtbild ist ein sichtbarer Ausdruck für die Höhe unserer Kultur; den Wert der Lichtbilderei nicht nur für das künstlerische Leben, sondern vor allem auch für den praktischen Daseinskampf in vollem Umfang zu erkennen, und die Fotografie wie die Graphik in den Dienst der deutschen Sache zu stellen, ist Aufgabe dieser Ausstellung. [...] Wir glauben an die Objektivität der Kamera und sind skeptisch gegen das, was uns durch das Gehör oder durch Lettern vermittelt wird. Wir stehen an der Schwelle einer Zeit, die an uns durch die Glaubensbereitschaft ungewöhnliche Ansprüche stellt. Der Mensch unserer Tage hat begonnen – und vor allem der in vierzehn grausamen Jahren millionenfach auf allen Gebieten be-

¹⁸² Herz (1994): S. 89.

¹⁸³ Sachsse (2003): S. 214.

¹⁸⁴ Frei/Schmitz (2011): S. 82.

¹⁸⁵ Eine Zusammenstellung zentraler Quellen zum Thema „Bildjournalismus als Beruf“ aus der NS-Zeit findet sich hier: Sachsse (2003): S. 285–296.

¹⁸⁶ „Die Forschungsarbeit Sachsse überzeugt durch die Fülle des bewältigten Materials und durch die präzisen Beobachtungen des Autors. Leider sind diese nicht immer anhand von Abbildungen nachvollziehbar, da das Buch spärlich illustriert ist.“ (Schmitz (2004): o. S.); „Mit seiner vielschichtigen Analyse der Verhältnisse zwischen Propaganda, Blick, Bild, Medien und kollektivem Gedächtnis ist es Rolf Sachsse gelungen, am Beispiel der Fotografie im Nationalsozialismus Bildforschung als komplexe und umfangreiche geschichtswissenschaftliche Analyse durchzuführen.“ (Diehl (26.6.2007): o. S.).

¹⁸⁷ Sachsse (2003): S. 14.

¹⁸⁸ Sachsse (2003): S. 13.

¹⁸⁹ Sachsse (2003): S. 11.

trogene Deutsche – misstrauisch zu werden gegen Nachrichten und Behauptungen, die ihm nur durch das Ohr oder das Medium der Lettern zugeleitet werden. Er will selber sehen, und er hat bei dem hohen Stand der Fotokunst und illustrierten Presse auch ein Anrecht darauf. Er kann verlangen, dass man ihm, den man mit Wort und Schrift jahrelang irreführte, bis er plötzlich vor dem Abgrund stand, heutzutage schwarz auf weiß – das heißt im Foto – beweist, dass eine neue Zeit heraufgestiegen ist und wirklich alle Herzen gewonnen hat.

Hier wird unser modernes künstliches Auge, die Kamera, zum Schwurzeugen für die neue Zeit. [...]

Das Erlebnis des Einzelnen ist zum Volkserlebnis geworden, und das nur durch die Kamera.¹⁹⁰

Goebbels ist sich der manipulativen Wirkung der Fotografie als scheinbar Ikon (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Abbildverhältnis, auf Ähnlichkeiten, beruht, in diesem Fall die Fotografie als scheinbar „getreues“ Abbild eines real existierenden Gegenstandes) und Index (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Folgeverhältnis beruht, in diesem Fall die Fotografie als Produkt des mittels eines technisch-chemischen Verfahrens abgebildeten Gegenstandes) in sich vereinigendem Medium bewusst. Wer um diese Wirkung weiß, ist in der Lage, Fotografie für Propaganda zu instrumentalisieren. Seine Worte von der „Objektivität der Kamera“ jedoch lassen erkennen, dass dieser bestrebt ist, in seinen Zuhörern den Glauben zu erwecken oder zu bestärken, dass es sich bei der Fotografie um ein Medium der Berichterstattung handelt, dem uneingeschränktes Vertrauen entgegengebracht werden kann. Zwar moniert Goebbels eine der „Machtergreifung“ vorausgehende jahrelange Irreführung „mit Wort und Schrift“, spricht vom „millionenfach auf allen Gebieten betrogene[n] Deutsche[n]“, lässt jedoch außen vor, dass auch nationalsozialistische Medien wie der *Illustrierte Beobachter* zur Zeit der Weimarer Republik (1918–1933) das Bild propagandistisch vereinnahmten. Nun jedoch, da der Nationalsozialismus an der Macht ist, wird die Kamera durch Goebbels zum „künstlichen Auge“ erhoben, am Wahrheitsgehalt der illustrierten Presse der „neue[n] Zeit“ bestehe kein Zweifel. Die Aussagen Goebbels' zum politischen Auftrag der Fotografie im Dritten Reich beinhalten zudem zwei zentrale Aspekte nationalsozialistischer Propaganda: den Appell an die Emotionen zur Überzeugung der Masse („Er kann verlangen, dass man ihm [...] schwarz auf weiß – das heißt im Foto – beweist, dass eine neue Zeit heraufgestiegen ist und wirklich alle Herzen gewonnen hat“) und die „Volksgemeinschaft“ als zentralen Bezugspunkt journalistischer Betätigung („Das Erlebnis des Einzelnen ist zum Volkserlebnis geworden, und das nur durch die Kamera“). Fotografie hat fortan im „Dienst der deutschen Sache“ zu stehen, und dass es sich bei dieser Formulierung nicht nur um eine Worthülse handelt, zeigen die zahlreichen Einschränkungen freier journalistischer Betätigung im Dritten Reich.

¹⁹⁰ Goebbels (1933): S. 3–5.

Allein die konventionelle Wirkung des Mediums „Bild“ war nun gefragt,¹⁹¹ der Gebrauch des Bildes vordergründig, nicht eine dem Bild selbst inhärente Botschaft.¹⁹² Funktionalität ging vor Ästhetik.¹⁹³ Heiner Kurzbein, ab 1933 Referent für Lichtbild, später für Bildpresse, im Propagandaministerium,¹⁹⁴ formuliert dementsprechend zur Haltung des Fotografen zu den Bildern, welche er produziert: „Der Berufs-, Presse- und Amateurfotograf soll sich bewusst sein, dass das Bild ebenso wie das gesprochene und gedruckte Wort werben kann für die Ziele unseres Führers, so dass auch der Fotograf mit seiner Kamera Kämpfer ist für Ehre, Freiheit und Brot.“¹⁹⁵

Zwar hatte bei der Nachricht das Wort stets das Primat vor dem Bild, jedoch waren durch das Schriftleitergesetz Bild- und Wortreporter formal gleichgestellt: Die Richtlinien der Bildreporter folgten implizit den Richtlinien der Wortreporter. Nur, wo das Bild über Worte hinausgehende Inhalte vermittelt, galten eigene Aussagen zur Bildpolitik¹⁹⁶ und ein knapper Text war Charakteristikum vieler Bildreportagen.¹⁹⁷ Diese Gleichstellung von Schrift und Bild wird auch dadurch deutlich, dass Wilhelm Weiß in einer Anordnung zur „Berufsausbildung der Bildberichterstatte“ diese als „Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen“,¹⁹⁸ bezeichnet.

Im zeitlichen Verlauf fällt auf, dass eine große Zahl an Motiven der Anfangsjahre des NS-Regimes „Idyllen“-Darstellungen ausmachten, die eine positive Identifikation mit den neuen Machthabern ermöglichen sollten. Ab 1937 wurde diese Strategie der NS-Propaganda sogar bewusst zur Kriegspropaganda genutzt.¹⁹⁹ Zahlreiche vom NS-Staat getroffene Maßnahmen nach den Olympischen Spielen 1936 liefen auf Expansion und einen baldigen Krieg

¹⁹¹ Sachsse (2003): S. 25.

¹⁹² Sachsse (2003): S. 12.

¹⁹³ Sachsse (2003): S. 26.

¹⁹⁴ Sachsse (2003): S. 403.

¹⁹⁵ Kurzbein (1933): S. 5.

¹⁹⁶ Sachsse (2003): S. 29. Menzels Feststellung, dass „die suggestive Wirkung der Bildzusammenstellungen, die vermeintlich ‚alles sagen‘, sodass der Text bis auf einstimme Geleitworte und kurze Bildunterschriften überflüssig scheint“, Charakteristikum der Bildpropaganda sei, ist somit zumindest für den Fotojournalismus in Zweifel zu ziehen (Menzel (2003): S. 81, 84).

¹⁹⁷ Frei/Schmitz (2011): S. 78.

¹⁹⁸ Weiß (18.2.1939): S. 67.

¹⁹⁹ Sachsse (2003): S. 17 f. Ein Bedürfnis nach „Idylle“ umschreibt Jürgen Joachimsthaler als „Bedürfnis nach ‚ein[em] erfüllte[n] Dasein innerhalb überschaubarer Verhältnisse und fern von allen komplexen sozialen Gefügen“ (Joachimsthaler (2007): S. 85). Hierbei bezieht er sich auf folgende Stelle: Schneider (1997): S. 147. Das Werk wurde von mir ebenfalls gesichtet und hier heißt es zudem, dass die „Idylle“ die „heile Welt im Kleinen“ sei, „sie beschreibt den vertrauten Umgang der Menschen miteinander und mit einer freundlichen Natur“ (Schneider (1997): S. 147).

hinaus.²⁰⁰ Dies zeigt sich unter anderem in der zunehmenden Militarisierung von Jugendorganisationen vor dem Zweiten Weltkrieg (1939–1945) und dem in diesem Kontext entstandenen fotografischen Bildmaterial. Angehörige der Hitler-Jugend erhielten in den Jahren 1937 und 1938 eine paramilitärische Ausbildung. Sportliche Aktivitäten wurden immer mehr auf ihren militärischen Nutzen hin ausgerichtet und auch auf diese Weise in Szene gesetzt. In diesem Zusammenhang wurden auch amateurfotografische Aktivitäten stimuliert.²⁰¹ Ab Mitte 1943 sind Anweisungen überliefert, die eine verstärkte Konzentration auf antijüdische und antibolschewistische Tendenzen fordern.²⁰²

Zwei Aspekte der Bildlenkung sind im NS-Staat zu unterscheiden und beide weisen dadurch, dass sie auf das Wecken von Begehrrissen abzielen, Parallelen zur Werbung auf: die Verherrlichung des Krieges sowie die Verharmlosung des Krieges. Eine Reihe romantisierender Stereotype wurde hierbei genutzt, um die Zustimmung der Bevölkerung zum Krieg zu erhöhen, etwa die Darstellung des Krieges als Abenteuer, Spiel und Indiz von Männlichkeit. Rational handhabbare Technik stand hierbei der emotional gesteuerten Selbstverwirklichung individueller Soldaten gegenüber. Der Krieg wurde verherrlicht und versachlicht, durch phallische Symbolik, durch dessen Legitimierung als „schicksalhaftes“ Ereignis, was sich im Gebrauch christlicher Ikonographie niederschlug, durch Übernahme moderner Bildformen, unter anderem aus dem Umfeld des „Neuen Sehens“, auf das späterhin noch genauer einzugehen ist. Schattenseiten wurden verharmlost, ein positives Bild des Soldatenlebens vermittelt. Kameradschaft und gegenseitige Hilfe, das Miteinander, die Kommunikation, der soziale Aspekt wurden zu diesem Zweck betont.²⁰³

Eine wichtige Rolle bei der Propagierung des Krieges hatten zudem „Heimatbilder“, deren wichtigstes Bildmotiv Kinder waren.²⁰⁴ Sie entsprechen dem Genre der so genannten „Heimatfotografie“, die 1933 durch Paul Lüking, Funktionär des Verbandes Deutscher Amateurfotografen-Vereine (VDAV) und ab 1933 Führer des Reichsbundes deutscher Amateurfotografen (RDAF),²⁰⁵ in der Zeitschrift *Fotofreund* definiert wird als „sachliche photographische Darstellung der Heimat, ihrer Landschaft, ihrer Menschen und deren Schaffens in alter und neuer Zeit.“²⁰⁶ „Heimatbilder“ wurden aus den Heimatländern an die Front gesandt, um im Soldaten positive Erinnerungen an die „Heimat“ zu wecken und somit den Kampfwillen aufrecht zu erhalten:

²⁰⁰ Sachsse (2003): S. 74.

²⁰¹ Sachsse (2003): S. 139.

²⁰² Frei/Schmitz (2011): S. 81 f.

²⁰³ Sachsse (2003): S. 208–210.

²⁰⁴ Sachsse (2003): S. 210 f.

²⁰⁵ Sachsse (2003): S. 407.

²⁰⁶ Lüking (1933): S. 207.

„Sie sollten ein glückliches, positives und stabiles Dasein zu Hause signalisieren.“²⁰⁷ Wer positive Erinnerungen mit sich trug, so der zugrunde liegende Gedankengang, wusste, wofür er kämpfte, und nichts lässt Mut und Willen zur Heimkehr eher aufkeimen als die Erinnerung an das eigene Kind. Ab Frühjahr 1940 wurden junge Schauspielerinnen und jüngere Schauspielerinnen mit Kindern jedoch nicht mehr gezeigt, da sich die kulturelle Berichterstattung den Gegebenheiten des „totalen Krieges“ anpassen sollte.²⁰⁸ Frontbilder letztlich zeigten in den Jahren 1940 und 1941 vor allem Zerstörungen in eroberten Städten und Landstrichen, zudem Szenen aus dem Leben an der Front, in der Etappe und in den besetzten Gebieten sowie Porträts von und mit Frauen vor Ort. Fotografieren hinter der Front war kaum Einschränkungen unterworfen.²⁰⁹

2.5. DIE BILDPROPAGANDA WILLY STIEWES

Für die Bildpresse des Nationalsozialismus bildeten die Aussagen Willy Stiewes den wichtigsten theoretischen Bezugspunkt.²¹⁰ Im Bereich des Bildjournalismus galt er als die einzige kompetente Autorität für die Verwendung des Bildes als meinungsbildendem Medium. Er tat seine Meinung in Form von zahlreichen Publikationen in journalistischen Fachjournalen und Büchern kund.²¹¹ Der 1900 in Berlin geborene Stiewe war zunächst als Redakteur tätig und ab 1931 Chefredakteur der *Neuen Illustrierten Zeitung*. 1936 promovierte er mit einer Arbeit mit dem Titel „Das Pressephoto als publizistisches Mittel“.²¹² Zusätzliche Bedeutung erlangt er in dieser Untersuchung durch seine Tätigkeit als Bildredakteur des *Illustrierten Beobachters*.²¹³ Nach 1945 war er als Politiker und Bezirksbürgermeister in Berlin tätig, wo er 1971 verstarb.²¹⁴

Bereits 1933 äußert sich Stiewe zum „Zeitungsbild in der Staatspropaganda“ mit den folgenden Worten:

²⁰⁷ Sachsse (2003): S. 210.

²⁰⁸ Sachsse (2003): S. 210 f.

²⁰⁹ Sachsse (2003): S. 216 f. Mit Blick auf die Kriegsfotografie nennt Sachsse noch die beiden Kategorien „Verbotene Bilder“ sowie „Greuelthaten“ (Sachsse (2003): S. 208, 211, 217).

²¹⁰ Müller (1983): S. 48; Sachsse (2003): S. 430.

²¹¹ Müller (1983): S. 48.

²¹² Sachsse (2003): S. 430. Sachsse nennt hier irrtümlich einen abweichenden Titel der Dissertation von 1936 „Das Foto als publizistisches Mittel“. Müller nennt sie „Das Bild als publizistisches Mittel“. Es mag sein, dass das Werk unter verschiedenen Titeln publiziert wurde. Die Quelle, die mir vorlag allerdings trägt den Titel „Das Pressephoto als publizistisches Mittel“, den ich durchgehend verwende.

²¹³ Sachsse (2003): S. 28.

²¹⁴ Sachsse (2003): S. 430.

„Wenn das Modernste in der Propaganda nach den Ausführungen des Reichsministers Dr. Goebbels gerade gut genug sein soll, so bezieht sich das zweifellos in allererster Linie auf das Bild, das gleichzeitig auch der zweiten Forderung nach Einfachheit, Wucht und Konzentration gerecht wird und außerdem so unmittelbar wirkt, dass es auch der einfachste Mann von der Straße begreifen kann. [...]

Im Augenblick gibt es nur eine wichtige Forderung zu erfüllen: die Bildberichterstattung von allen verantwortungslosen Elementen zu säubern, die sich nicht als verantwortungsbewusste Bildreporter für In- und Ausland betätigen, sondern nur um des Profits willen einen regelrechten ‚Bildhandel‘ betreiben, wobei ihnen der pekuniäre Erfolg über jeden moralischen geht.“²¹⁵

Stiewes Forderung nach „Einfachheit“ und „Konzentration“ des Bildes deckt sich mit zuvor getätigten Aussagen zu „allumfassende[n] Medienverbände[n]“ als Vermittlern von Propaganda, die auf Allgemeinverständlichkeit abzielen und sich Vereinfachungen bedienen.²¹⁶ Seine Einforderung der „Wucht“ des Bildes findet ihr Pendant wiederum in der gezielten Emotionalisierung vermittelter Botschaften.²¹⁷ Mit Blick auf das im selben Jahr erlassene Schriftleitergesetz lässt sich zudem eine, wenn auch zurückhaltend formulierte, Zustimmung Stiewes zum Ausschluss von Pressejournalisten herauslesen, deren Berichterstattung nicht im Einklang mit den Grundlagen der NS-Weltanschauung steht. Dieser Eindruck wird durch einen Auszug aus einem Text von 1940 (siehe unten) bestätigt. Der Verweis Stiewes auf die Modernität des Mediums „Bild“ hängt zweifellos mit dem erst in der Weimarer Republik (1918–1933) geprägten Charakter deutscher Pressefotografie zusammen, obgleich er dies, sicherlich nicht ohne Grund, nicht explizit benennt. Eigenheiten des Bildes als Medium des Bildjournalismus, die Stiewe mit „Einfachheit“, „Wucht“, „Konzentration“ und „Unmittelbarkeit“ umreißt, überraschen bei detaillierter Kenntnis seiner Werke kaum. Erstaunlich ist jedoch, dass sich den Einlassungen Stiewes überaus ähnliche Positionen auch in japanischen Publikationen finden lassen, wie im weiteren Verlauf der Untersuchung aufgezeigt wird.

Zum Verständnis der Bildpropaganda Willy Stiewes ist insbesondere ein Werk als zentral anzusehen, das detailliert auf die Wirkung des Bildes als Propagandamedium innerhalb von Zeitschriften eingeht: Seine Dissertation „Das Bild als publizistisches Mittel“, dessen eingehendere Untersuchung 1983 bereits von Thomas Müller in seiner Dissertation gefordert wurde.²¹⁸ Bereits in seiner Definition des Pressefotos wird deutlich, dass für Stiewe das Fotografieren im Auftrag der Illustrierten im NS-Staat zum Politikum geworden ist:

²¹⁵ Stiewe (15.4.1933): S. 76 f. Fettdruck im Original.

²¹⁶ Sösemann (2011): S. XLIV.

²¹⁷ Sösemann (2011): S. XLIV.

²¹⁸ „In seinem 1936 erschienenen Buch ‚Das Bild als publizistisches Mittel‘ geht Stiewe noch detaillierter auf die Wirkungen des Bildes ein. [...] / Es ist hier nicht der Platz, alle diese Aussagen im einzelnen zu untersuchen, das würde sicher eine lohnenswerte Aufgabe einer weiteren Dissertationschrift sein.“ (Müller (1983): S. 51).

„I. Wesen des Pressephotos.

Unter Publizistik ist nach Münster eine ‚Zeichengebung und Zeichenübermittlung zu verstehen, die ‚öffentlich wirksam‘ ist oder mit der Absicht öffentlicher Wirksamkeit erfolgt. ‚Öffentlich wirksam‘ ist eine Zeichengebung dann, wenn sie Wirkungen erzielt, welche die politische Meinungsbildung und Meinungspflege des Menschen beeinflussen‘. Dabei ist es für die Publizistik gleichgültig, ‚ob die Zeichengebung öffentlich (im Gegensatz zu geheim) ist, oder ob die Zeichengebung im geheimen erfolgt, oder ob sie nur einer Gruppe von Menschen zugänglich ist oder nur einem Einzelnen. Ausschlaggebend dafür, daß es sich um Publizistik handelt, ist nur, ob eine Beeinflussung der politischen Meinungsbildung der Menschen vorliegt oder beabsichtigt oder möglich ist‘. ‚Politisch‘ ist dabei alles, was Volk und Staat irgendwie betrifft.

Jede Photographie, die in diesem Sinne zu politischer Beeinflussung benutzt wird, [...] ist demnach ein publizistisches Mittel. Von einem Pressephoto sprechen wir, wenn die Verwendung des Photos als Mittel der Beeinflussung durch Abdruck in einer Zeitung oder Zeitschrift in einer diesem Zweck gemäßen Form und Aufmachung erfolgt.“²¹⁹

Zur „Eignung des Pressephotos als Mittel der Beeinflussung im Vergleich zum Zeitungstext“²²⁰ äußert sich Stiewe in aller Ausführlichkeit. Er benennt zwölf Punkte, die im Folgenden in gekürzter Form wiedergegeben werden. Zunächst bemerkt Stiewe, ähnlich seiner Ausführungen von 1933 auf die Modernität des Bildes rekurrierend, dass es

„kein Zufall [sei], daß das Pressephoto mit fortschreitender Bewältigung der technischen Schwierigkeiten sich einen immer breiteren und einflußreicheren Platz in der Presse errungen hat. Seine von der Textwirkung in vielem abweichende Wirkung stellt nicht nur eine Bereicherung der Presse, sondern vielfach auch eine Wirkungssteigerung dar, auf die diese heute nicht mehr mit gutem Gewissen verzichten darf.

Suchen wir uns über diese Verschiedenheit der Wirkungsweise und ihre publizistische Wertung klar zu werden.“²²¹

Zunächst betont Stiewe die „Voraussetzungslosigkeit“ des durch einen Betrachter wahrgenommenen Bildes:

„1. Ein Bild will seinem Wesen nach angesehen werden. Was es mitteilt, was es zum Ausdruck bringt, erschließt sich – unter Leitung der Betitelung bzw. Beschriftung – dem Beschauer, mag es das Original sein oder die Vervielfältigung in einer Zeitung. Technische Unzulänglichkeiten der Vervielfältigung können zwar die Wirkung abschwächen, aber diese – übrigens behebbare – graduelle Verschiedenheit ändert an der wesensmäßigen Wirkungsweise nichts. Anders jedoch beim Wort. Dieses soll ja seiner Natur nach zunächst ausgesprochen und gehört werden, und indem es geschrieben, gedruckt und in einer Zeitung gelesen wird, erleidet es eine Umwandlung seiner Wirkungsweise. Durch diese Umwandlung erfährt es eine Beeinträchtigung seiner Wirkung. [...]

²¹⁹ Stiewe (1936): S. 6.

²²⁰ Stiewe (1936): S. 33.

²²¹ Stiewe (1936): S. 33.

Freilich in anderer Hinsicht ist es dem Gedicht stark überlegen; das ist seine Voraussetzungslosigkeit.²²² Das schmückende Bild verlangt keinerlei Bildung oder literarische Kenntnisse wie dieses, um seinen Wert mit Genuß in sich aufnehmen zu können. Ja selbst wenn es in einer Zeitung stünde, deren Sprache man nicht beherrscht, würde es seine Wirkung behaupten. „Das Photo ist das Esperanto der Welt.“²²³

Das als „Esperanto der Welt“ jedwedem Rezipienten mit einschließende Verständnis des – wenn auch hier „schmückenden“ – Bildes (eine von fünf Bildkategorien, die Stiewe unterscheidet), das Stiewe hier formuliert, ist bereits durch die dieser Arbeit zugrunde liegende Bildtheorie Erwin Panofskys in Frage gestellt: Die allzu „optimistische“ Einschätzung Stiewes kann lediglich für die erste Ebene der „vor-ikonographischen Beschreibung“ gelten, wie die in diesem Werk enthaltenen Bildanalysen vor Augen führen werden. So wird nicht jedweder Rezipient über diese erste Interpretationsebene hinausgehende Erkenntnisse erlangen können, und sollte ihm dies dennoch gelingen, dann sind hier aufgrund unterschiedlicher kultureller Prägung je nach Betrachter verschiedenste Schlüsse möglich. Als Beispiel für ein „schmückendes Bild“ benennt Stiewe an anderer Stelle das Beispiel einer „anmutigen Frau“ eines bestimmten „Rasstyps“ (vgl. weiter unten). Jedoch wird nicht jeder Rezipient zur Einordnung der Abbildung auf die Kategorie „Rasse“ zurückgreifen.

„2. [...] Jedes Wort ist Träger eines Begriffes, das eine bestimmte Gegenständlichkeit meint, ebenso ist der grammatikalische Satz eine Begriffsverbindung, die einen bestimmten Sachverhalt entwirft. Diesen Weg über die Sphäre des Begrifflichen braucht nur das Bild nicht, um die Gegenstände und Sachverhalte vor den Leser zu bringen, es führt sie ihm selber vor. Durch diese Anschaulichkeit spricht das Pressephoto zu jedem in einer sofort verständlichen Sprache.“²²⁴

Vor dem Hintergrund des dieser Arbeit ebenfalls zugrunde gelegten Zeichenverständnisses Charles Sanders Peirces sind auch diese Aussagen Stiewes mit Distanz zu betrachten. Auch Bilder verlangen, ebenso wie Texte, dem Rezipienten eine Denkleistung ab, welche darin besteht, eine Relation des Zeichens zum Objekt herzustellen. Geschieht dies nicht, ist gemäß der Auffassung Peirces nicht von einem „Zeichen“ im eigentlichen Sinne zu sprechen. Stiewe hingegen charakterisiert in den anschließenden Ausführungen den Rezeptionsprozess als „schlagartig“ und „unmittelbar“, lässt somit den nach Peirce erforderlichen Denkprozess entweder außer acht oder ordnet ihn seiner Komplexität nach als relativ gering ein. Stiewe geht davon aus, dass sich der „aufklärende“ und „belehrende“, der „appellierende“ und „tendenziöse“ Cha-

²²² Gesperrte Wörter werden im Folgenden stets unterstrichen wiedergegeben, weil dies die Lesbarkeit erleichtert.

²²³ Stiewe (1936): S. 33 f.

²²⁴ Stiewe (1936): S. 34.

rakter eines Bildes unmittelbar erschließen lasse. Dies würde jedoch beispielsweise die Verwendung von Bildunterschriften ad absurdum führen:

„3. [...] Ein Bild [...] wird vom Leser angesehen, und damit nimmt er es augenblicklich in sich auf, schlagartig dringt es in das Bewußtsein des Beschauers ein, selbst wenn er gar nicht die Absicht hatte, sich mit dem dargestellten Gegenstand zu beschäftigen. Das kommt vor allem dem aufklärenden und belehrenden, dem appellierenden wie überhaupt tendenziösen Bild zugute. ‚Man sieht ein Bild beim Durchblättern der Zeitung oft nur flüchtig an, aber es bleibt doch ein Eindruck haften. Darum sind Bilder so gut für die politische Propaganda geeignet.‘

4. Durch die Unmittelbarkeit seiner Wirkung übertrifft das Bild jede Schilderung durch das Wort. Was der Text in sorgfältigem Nach und Nach mit eindrucksvollster Wortwahl unter starker Inanspruchnahme der Phantasie des Lesers zu erreichen versucht, und was ihm doch vielfach mißlingen muß, weil die Phantasie des betreffenden Lesers eben nicht ausreicht, oder weil es nun einmal Dinge gibt, die man gesehen haben muß, um sie sich vorstellen und über sie denken und urteilen zu können, das schildert das Pressephoto, indem es die Sache selbst in der Abbildung vorführt.“²²⁵

Die Aussagen Stiewes sind vor dem Hintergrund der Tendenzen von Propaganda nachvollziehbar, wenn man sich deren Anspruch erneut vor Augen hält, mit möglichst großer Einfachheit der Aussagen möglichst viele Rezipienten zu erreichen. Im Idealfall kann dies durch gut gelungene Bildpropaganda ohne jedweden Text vonstatten gehen. Dass dieser Anspruch jedoch häufig fehlt, zeigt sich darin, dass fast kein Bild deutscher und japanischer Propaganda der untersuchten Zeitschriften ohne Kommentierung auskommt. Zudem heißt es bei Stiewe zum Bild:

„5. Ein weiterer Vorzug, der auf der Anschaulichkeit des Bildes beruht, kommt besonders dem Bildbericht gegenüber der Wortnachricht zugute. Er ermöglicht selbst auf kleinem Raum die Kenntnis zahlloser Einzelheiten einer Person, eines Gegenstandes oder eines Ereignisses. Das Nachrichten-Pressephoto informiert durch seine Ausführlichkeit und minutiöse Genauigkeit weit mehr, als es der Wortbericht auf gleichem Raume vermag.“²²⁶

Diese Bemerkung Stiewes ist mit Blick auf die vorliegende Arbeit insofern von Interesse, als dass danach zu fragen sein wird, welche „zahllose[n] Einzelheiten“ die Ersteller von Propaganda durch bewusst inszenierte, in Bildberichte implementierte Fotografien zu vermitteln suchen. Das nächste Charakteristikum, das Stiewe benennt, ist die große Einprägsamkeit von Bildern, die diese seiner Ansicht nach dem Text gegenüber überlegen machen. Dieser Umstand liege schon in der „Gegenständlichkeit“ des Bildes begründet:

„6. Ist das zunächst ein Vorteil, insofern die reine Tageszeitung sich entweder mit weniger ausführlichen Berichten oder mit einer geringeren Anzahl ausführlicher [...] Berichte begnügen muß, so kommt noch hinzu, daß der Wortberichterstatler mit aller Kunst des Wortes nicht das erreichen kann, was mit dem Anschauen

²²⁵ Stiewe (1936): S. 34 f.

²²⁶ Stiewe (1936): S. 35.

des Photos ohne weiteres gegeben ist: das leibhaftige Vorsichhaben. Der Beschauer eines lebendig wiedergegebenen Ereignisses ist im Geiste geradezu mit dabei, nimmt an ihm teil. Was man aber in dieser Weise gewissermaßen als Augenzeuge mit erlebt, das wird in uns nicht nur einen viel stärkeren Widerhall haben, es kann in uns auch ganz anders nachwirken und viel länger in unserem Gedächtnis verharren als ein Ereignis, von dem uns nur von Dritten berichtet wird.

7. Darüber hinaus haftet ganz allgemein das im Bild Dargestellte durch seine Gegenständlichkeit länger im Gedächtnis als das bloß Gelesene, wie auch die Erfahrungen des Anschauungsunterrichtes in der Schule beweisen.²²⁷

Stiewes Rede vom „Beschauer eines lebendig wiedergegebenen Ereignisses“, der „im Geiste geradezu mit dabei“ sei, „an ihm teil[nehme]“, weist inhaltliche Nähe zur zuvor zitierten Aussage Joseph Goebbels' auf, für den „das Erlebnis des Einzelnen [...] zum Volkserlebnis geworden [ist], und das nur durch die Kamera.“²²⁸ Dem Medium Fotografie wird hier das Vermögen zugesprochen, ein Ereignis über das Medium Bild so eindrucksvoll vermitteln zu können, dass es für das eigene Erleben keinen Unterschied macht, ob man bei einem Ereignis selbst zugegen war oder es nur über die Bildpresse vermittelt bekommt.

Stiewe spart in seinen Ausführungen der Relation des Pressefotos zum Zeitungstext trotz obiger, allzu optimistischer Aussagen, etwaige Nachteile des Mediums nicht aus und räumt ein, dass der Text durch die ihm gegenüber dem Bild fehlende „Unmittelbarkeit“ gleichzeitig einen Vorteil genieße:

„8. [...] Der Sinn des Textes enthüllt sich erst im Nach und Nach, der des Bildes in einem Nu. Genauere Betrachtung kann noch die Anschauung in Einzelheiten vervollständigen und den gedanklichen und gefühlsmäßigen Eindruck verstärken, aber nichts Neues einbringen, mit dem das Bild von sich aus über sich hinaus weist und so den Leser weiter an sich fesselt. Die Form des Sichdarbietens eines Bildes ist im Vergleich zum Text schlichter und gleichförmiger. Nur in der Bildserie ist eine Möglichkeit geschaffen, mit Hilfe der Bildaufmachung und Beschriftung eine dem Text analoge Wirkungsweise (zusammenfassend, betonend, überraschend, sich steigend usw.) zu erzielen.“²²⁹

Punkt 9 seiner Ausführungen betont den Wahrheitsgehalt des Bildes, der diesem als Produkt des „objektive[n] Werkzeugs Kamera“ innewohne. Ein In-Relation-setzen zum Text erfolgt durch Punkt 10. Vorangehend wurde bereits auf die besondere Qualität der Fotografie als Propagandamedium verwiesen, scheinbar Index (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Folgeverhältnis beruht, in diesem Fall die Fotografie als Produkt des mittels eines technisch-chemischen Verfahrens abgebildeten Gegenstandes) und Ikon (Zeichen, deren Beziehung zum Bezeichneten auf einem Abbildverhältnis, auf Ähnlichkeiten, beruht, in diesem Fall die Fotografie als scheinbar „getreues“ Abbild eines real existierenden Gegenstandes) in sich zu vereinen. Zu-

²²⁷ Stiewe (1936): S. 35.

²²⁸ Goebbels (1933): S. 5.

²²⁹ Stiewe (1936): S. 35 f.

sätzlich wurde in diesem Zusammenhang die Möglichkeit betont, Schein-Objektivität durch mangelnden Verweis auf den Fotografen zu erzeugen. Dass man sich diese Eigenheiten bei der Produktion von Propaganda zunutze mache, gibt Stiewe offen zu, und es wird Aufgabe der vorliegenden Arbeit sein, die dem Produkt „Bild“ zugrunde liegenden Einflüsse, die es gleichzeitig seines „objektiven“ Charakters berauben, zu entschlüsseln:

„9. Das Pressephoto entsteht, wie jeder weiß, durch das objektive Werkzeug Kamera. Es hat dadurch vor der Wortnachricht ein gewisses Maß von Glaubwürdigkeit voraus, es wirkt überzeugender. Daß das Wort und auch das gedruckte Wort lügen kann, hat fast jeder leider nur zu oft erfahren. Daß auch das Pressephoto zuweilen lügt, ist weniger bekannt, und wo es bekannt ist, wird dem eine geringere Bedeutung zugemessen, weil die Bildlüge weit seltener ist und weniger Möglichkeiten hat.

10. [...] So steht es also hierin beim Bildbericht wie bei der Wortnachricht völlig gleich: die genaue Kenntnis als Augenzeuge oder Fachmann mag im besonderen Einzelfall eine genaue Prüfung der Richtigkeit einer Meldung ermöglichen, sonst kann man sich nur auf das Maß an Vertrauen stützen, das man von der Haltung eines Blattes und der Wahrhaftigkeit seiner Schriftleiter gewonnen hat. Das Maß an Vertrauen richtet sich nach den Erfahrungen, die man mit dem Blatt in jenen Fällen, wo man wirklich prüfen konnte, gemacht hat.“²³⁰

Seine unter Punkt 1–4 getätigten Ausführungen werden relativiert, wenn Stiewe letztlich dennoch bemerkt, dass das „Pressefoto“ erst durch den mit ihm verknüpften Text als komplett angesehen werden könne. Kritik an eventueller „Oberflächlichkeit“ der Bildberichterstattung im Vergleich zum Wortbericht kontert Stiewe mit der Einlassung, dass nicht der Bericht, sondern höchstens der Rezipient „oberflächlich“ sei. Immerhin existiere zum Bild noch die „Unterschrift aus Worten“ und es sei niemand daran gehindert, sich gründlicher mit dem Bild auseinanderzusetzen. Dass diese Auseinandersetzung seitens der Redakteure überhaupt erwünscht ist, ist vor dem Hintergrund der in der Regel keinen Interpretationsraum offen lassenden Bildunterschriften mehr als anzuzweifeln:

„11. Immerhin gibt es ja noch andere Stellungnahmen des Lesers gegenüber einer Meldung als deren Fürwahrhalten oder Nichtfürwahrhalten, etwa ob das gemeldete Faktum zu begrüßen oder zu beklagen ist, ob es recht oder unrecht ist, nützlich oder schädlich ist usw. Und man könnte nun der Meinung sein, daß die bebilderte Zeitung wenigstens darin einen Vorzug vor der reinen Textzeitung verdient, daß sie in den Bildern eine objektivere Unterlage für diese Art Urteilsbildung des Lesers schafft, als es durch den Wortbericht eines Journalisten möglich wäre. Allein hier ist wiederum zu beachten, daß erst das Bild mitsamt seiner Beschriftung das eigentliche Pressephoto darstellt. Im Geiste der Unterschrift, die ja auch – mindestens bei jeder gründlichen Betrachtung – vorweg gelesen wird, sieht man das Bild an, durch sie wird es ja auch dem Betrachter erst eindeutig verständlich. [...] 12. [...] Wenn aber nun behauptet wird, gerade die Bildberichte erzögen den Leser zur Oberflächlichkeit, indem er ihn der viel geistigeren Atmosphäre des Wortes

²³⁰ Stiewe (1936): S. 36, 41.

entzieht und alles Denken, das nun einmal mit dem Wort verbunden sei, abnimmt, so ist das selbst auf diesem begrenzten Gebiet der Berichterstattung unzutreffend. Denn erstens besteht ja auch die Unterschrift aus Worten, und es ist zur Genüge gezeigt worden, was für eine bedeutende Rolle die Unterschrift spielt, und zweitens wird ja niemand verhindert, sich gründlich mit dem Bilde zu beschäftigen und sich über dasselbe seine Gedanken zu machen. Nicht das Bild, sondern der Betrachter ist oberflächlich oder nicht oberflächlich. Ebenso wird sich ja ein Leser, der nie Zeit und Energie aufbringt, sich in eine Sache zu vertiefen, auch mit dem gedruckten Wort nicht gründlich auseinandersetzen und nur etwa die Überschriften lesen.“²³¹

Zur Steigerung der Bildwirkung betont Stiewe an anderer Stelle lediglich die große Bedeutung der Wahl des Bildausschnitts. Ästhetische Kriterien seien in erster Linie für schmückende Bilder von Bedeutung:

„In formaler Hinsicht soll jedes Pressebild [...] illustrativ wirksam sein, den Blick des Lesers für sich einnehmen und ihn zur Betrachtung geradezu zwingen. Die künstlerisch ästhetischen Momente der Verteilung von Hell und Dunkel und des Verhältnisses der wesentlichen Flächen und Linien zueinander machen sich vor allem für die Bewertung des schmückenden Bildes geltend. Der Ausschnitt, in dem ein Gegenstand oder ein Vorgang zu sehen ist, ist aber auch für das belehrende und berichtende Bild von Bedeutung, insofern mit ihm eines der wichtigsten Kunstmittel gegeben ist, um die Wirkung eines Bildes zu steigern: Weglassen alles Überflüssigen und Konzentration auf das Wesentliche. Darüber hinaus verlangt der Bildbericht eine Ausführung, die das Dargestellte in möglichster Klarheit und Anschaulichkeit wiedergibt.“²³²

Dass Stiewe den illustrierenden Charakter des Pressefotos bedeutend stärker gewichtet als seinen ästhetischen Wert, zeigt auch die folgende Unterscheidung fünf verschiedener Arten von Pressefotografien, die darauf beruht, dem Bild verschiedene Aufgaben innerhalb des Foto-Text-Artikels zuzuweisen:

„II. Arten des Pressefotos.

Niemals erfolgt eine Bildveröffentlichung ohne eine bestimmte Absicht, die durch den Inhalt des Photos bedingt ist. Dem Verwendungszweck entsprechend lassen sich die Aufnahmen, die von der Presse herausgebracht werden, in folgende Gruppen einteilen:

1. Nachrichtenbilder.

Sie sind Nachrichten in Bildform und machen darum, wie die Nachricht den wesentlichen Teil jeder Zeitung darstellt, das Schwergewicht aller Zeitungsbebildung aus. Als Bildbericht bringt das Pressephoto Abbildungen gegenwartswichtiger Geschehnisse von öffentlicher Bedeutung, die möglichst in einem für das betreffende Ereignis charakteristischen Augenblick aufgenommen sind, oder Abbildungen von Personen, die durch ihre Leistung, ihre Stellung oder durch einen aktuellen Vorfall der Zeitgeschichte angehören. [...]

²³¹ Stiewe (1936): S. 41–43.

²³² Stiewe (1936): S. 11.

2. Appellierende Bilder.

Hier wird das Abgebildete zum bloßen Träger des Appells, des Aufrufs, mit dem sich die Zeitung werbend, mahnend oder polemisch an Einsicht und Gefühl des Beschauers wendet, und dieser Haltung wird auch die Form der Unterschrift (Ausruf, Frage, unmittelbare Anrede an den Leser) entsprechen. [...]

3. Behelrende Bilder.

Was nur immer auf den Gebieten der Kultur, des Wissens, der Technik, Industrie, Wirtschaft usw. sich durch anschauliche Wiedergabe übermitteln läßt, mag es sich um das Faksimile eines Goetheschen Gedichtes, um eine Erfindung oder technische Verbesserung, um die Sitten und Bräuche eines neu entdeckten Eingeborenenstammes, um Ratschläge zur Gesundheitspflege und körperlichen Ertüchtigung handeln, all das kann das behelrende Pressephoto bringen, sofern sein Inhalt geeignet ist, einem größeren Publikum unterbreitet zu werden. Mit dieser Aufklärung und Belehrung setzt das Pressephoto den Anschauungsunterricht der Schule fort und wird selbst zu einer Art Schulmeister des ganzen Volkes. [...]

4. Unterhaltende Bilder.

Sie dienen der Zerstreuung und Entspannung. Eine lustige Tiergruppe, ein ungewöhnlicher Reklamezug in den Straßen einer Stadt, eine Bergbesteigung, deren Bilder eine entsprechende Beschreibung begleiten, modische Gruppen auf dem Rennplatz, Faschingstrubel – das sind Beispiele für Themen dieser Gruppe. Auch hier wirkt sich die Auswahl des Gebotenen als meinungsbildende Faktor aus, denn es kann ja nicht gleichgültig sein, mit welchen Themen ein Volk sich vorwiegend unterhält. Jeder Leser nimmt nach seiner Eigenart über die Unterhaltung hinaus von dem Gesehenen einen bleibenden Eindruck mit, der ein Mosaikstein zu seinem Weltbild wird oder doch werden kann.

5. Schmückende Bilder.

Es sind Bilder, die teils durch ihre künstlerische Gestaltung, teils durch ihren schönen, eindrucksvollen oder stimmungsstarken Inhalt sich an unseren ästhetischen Geschmack wenden, an jenen Sinn, mit dem wir dichterische Werke in uns aufnehmen. [...] Sie geben zu denken und zu sinnen und veranlassen auch zur Lektüre der Seiten, denen sie beigegeben sind. Auch diese Bilder verzichten – ob bewußt oder unbewußt bleibe dahingestellt – keineswegs auf meinungsbildende Möglichkeiten. So wird z. B. die Gestalt einer anmutigen Frau, deren Bild groß und eindrucksvoll auf der Titelseite einer Zeitschrift steht, einen bestimmten Rassetyp aufweisen, der die Vorstellung des Lesers von der ‚idealen Frau‘ nicht unwesentlich formen kann.²³³

Auch Stiewes Aussagen zur Bildunterschrift bestätigen den Eindruck, dass Fotografien für ihn niemals ohne Text als „publizistisches Mittel“ verwendet werden können:

„Ein Bild ohne das begleitende Wort mag vielleicht einer beschaulichen Betrachtung dienen, den meinungsbildenden Charakter des Pressephotos (als publizistisches Mittel!) aber erhält es erst durch die Beschriftung oder vielmehr durch die Einheit von Bild und Schrift. [...] Die Bildbeschriftung ist also nicht bloß eine Zutat und Beilage, mit der ein Bildredakteur in seinem Eifer die Wirkung eines Bildes zu steigern sucht, sondern ein notwendiger Teil des Pressephotos selbst, und entspre-

²³³ Stiewe (1936): S. 6–9.

chend wird die Rolle der Beschriftung bei den einzelnen Arten von Bildern, die ja nach ihrem Verwendungszweck bestimmt worden sind, notwendig eine verschiedene sein.²³⁴

Die Frage nach der Leserschaft im nationalsozialistischen Staat beantwortet Stiewe unter Verweis auf drei verschiedene Gruppen: Nationalsozialisten, deren Gegner sowie politisch Neutrale. Diese seien jedoch nunmehr Vergangenheit und seine Darstellung erweckt den Eindruck, dass nunmehr jeder bereitwillig den Nationalsozialismus aus tiefster Überzeugung unterstütze. Stiewes Bild vom Leser legt den Eindruck nahe, dass Bildpropaganda in seinem Verständnis nicht mehr die Notwendigkeit besitzen muss, den Rezipienten von der nationalsozialistischen Weltanschauung zu überzeugen, sondern diesen lediglich darin zu bestärken. Sie wird implizit vorausgesetzt, sodass Rudolf Herz' Einschätzung der Fotografie im NS-Staat als bloß „staatstragende[r] Propaganda“²³⁵ bestätigt wird:

„IV. Der Leser im nationalsozialistischen Staat.

Drei Gruppen von Lesern sind in der Zeit kurz nach der Machtübernahme noch deutlich zu unterscheiden: 1. die Nationalsozialisten (die Parteigenossen sowohl, als auch die Sympathisierenden); 2. die Gegner, die aus allen möglichen Parteilagern kamen; 3. die politisch Neutralen, d. h. solche, die durch die Systemwirtschaft sich vom politischen Leben abgewandt hatten.

1. Die Nationalsozialisten selbst verlangten nach dem historischen 30. Januar naturgemäß von der gesamten Presse, daß sie nicht allein in ihren Textteilen, sondern auch im Bild eingehend über alle Belange der Bewegung berichtete. Mit Recht konnte es der Kämpfer der Bewegung als eine Selbstverständlichkeit betrachten, daß nach der Machtübernahme über den unaufhaltsamen Vormarsch der Idee Bilder über Bilder veröffentlicht wurden.

2. Die Gegner der Neuordnung stellten sich zunächst zum Teil scharf auf die feindliche Seite; ein anderer Teil aber nahm abwartende Haltung ein und hielt es noch für durchaus nicht sicher, daß die neue Regierungsgewalt sich gegen ihre Gegner auf längere Dauer durchsetzen könnte. Indessen war aber das Interesse für alle Unternehmungen der NSDAP bis ins Leidenschaftliche gesteigert, und man griff willig zum Pressephoto als dem anschaulichen Berichterstatter über die neuen Männer und Einrichtungen, die begeisterte Beteiligung der Bevölkerungsmassen und die Werke vom sozialen und wirtschaftlichen Neuaufbau des Reiches.

3. Die ‚politisch Neutralen‘ horchten auf, als die neue Regierung mit ungeheurer Lebendigkeit begann, ihre versprochene Reform durchzuführen. Es wurden auch diejenigen wach, denen bis dahin das ganze politische Leben gleichgültig geworden war. Auch sie erwarteten in jenen Zeiten gerade vom Pressephoto Aufklärung. Wie sehr sie dem politischen Bilde den Vorzug gaben, läßt sich an den Umsätzen der einzelnen Ausgaben der illustrierten Zeitschriften erkennen, deren Titelbilder schon die politischen Vorgänge wiedergaben.²³⁶

²³⁴ Stiewe (1936): S. 12 f.

²³⁵ Herz (1994): S. 77.

²³⁶ Stiewe (1936): S. 67 f.

Auch wenn Stiewes Aussagen zum Leser nur wenig mit der Realität im NS-Staat gemein haben, kann man seine Aussagen aus theoretischer Perspektive betrachten, was interessante Einsichten liefert: Sein Rückblick in die Vergangenheit räumt der Pressefotografie ein derart großes Potential ein, dass diese das Interesse von Gegnern des Nationalsozialismus wie auch von politisch Neutralen zu wecken vermocht habe. So seien diese letztlich zu Befürwortern der neuen Machthaber geworden. Mit Peirce gesprochen: Die Bilder der nationalsozialistischen Bildpropaganda haben hier, zumindest, wenn es nach Stiewes verklärender Darstellung geht, das Potential, bei Kritikern und neutral eingestellten Personen Wirkung auf der komplexesten Ebene des Interpretanten zu entfalten: Sie wecken Interesse und Neugierde (emotionaler Interpretant) und sorgen letztlich für eine Unterstützung des Nationalsozialismus durch derartige Rezipienten (logischer Interpretant), denn laut Stiewe existierten die derart strikt getrennten Gruppen nur zur Anfangszeit des Nationalsozialismus.

In seinem Werk „Das Bild in der Presse“ von 1940 greift Stiewe das Thema der Relation des Bildes zum Text erneut auf.

„Die Aufgabengebiete des B[ild]berichterstatters und seine Leistungen werden umfassend durch die Anordnung des Leiters des RDP gekennzeichnet, in der es heißt: ‚Der Beruf des Bildberichterstatters ist kein Handwerk wie die Fachphotographie (Innung). Bildberichterstatter sind Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen. Ihre Arbeit besteht nicht nur in der Lieferung von Ereignisberichten, sondern auch in der Schilderung von Zuständen politischer, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher, kultureller Natur, in volkstümlicher Darstellung wissenschaftlicher Forschungen im Laboratorium oder auf Expeditionen.‘

Indes steht die *Idee* des Dargestellten im Mittelpunkt der Berufsarbeit. Die Eignung eines B[ilde]s für die Presse hängt von seinem *Nachrichtenwert* ab. Das Neue, noch Unbekannte, nie Gesehene, Unerhörte ist daher in der Regel von größerem Wert als das bereits Gezeigte. Aber auch die unbekanntere Seite eines sonst bekannten Stoffes interessiert. Dabei ist die Qualität der photographischen Technik nicht ohne Bedeutung, wenn sie auch nicht ausschlaggebend ist.

Der Inhalt ist wichtiger als die Form. Am besten ist *packender Inhalt in vollendeter Form*. Hier liegen bereits Richtlinien für die fachmännische Ausbildung, die das phototechnische Rüstzeug voraussetzen sollte und allen Nachdruck auf die *Erziehung zum ‚journalistischen Denken‘* legen muß. Die Frage ‚Was interessiert den Leser? – Was will er wissen? – Was weiß er noch nicht?‘ muß jeden Tag neu gestellt werden. Selbstverständlich muß der B[ild]berichterstatter auch in der Lage sein, für seine Aufnahmen wirksame Unterschriften und Begleittexte zu schreiben.

Das bloße ‚Schön-photographieren-Können‘ ist nur eine selbstverständliche Voraussetzung, aber noch kein Befähigungsnachweis für die B[ild]berichterstattung.“²³⁷

Dass Stiewe Bild und Text als gleichwertige Medien zur Vermittlung von Propaganda ansieht, zeigt sich darin, dass er Bildberichterstatter als „Schriftleiter, die statt der Feder die Kamera führen“ bezeichnet, eine Formulierung, die Stiewe wörtlich aus einem bereits zitierten Text von Wilhelm Weiß, Leiter des

²³⁷ Stiewe (1940): Sp. 605–607.

Reichsverbands der deutschen Presse (RDP), übernimmt.²³⁸ Der Nachrichtenwert des Bildes ist dem des Textes gleich, jedoch ist „der Inhalt [...] wichtiger als die Form“. Mit anderen Worten: Die von den Erstellern erwünschte, zugrunde liegende „Grundaussage“ hat höheren Stellenwert als die Darstellung, welche Mittel zur Vermittlung der Aussage ist. Dies führt zum einen wieder zur von Sachsse getroffenen Aussage, dass das Bild in der NS-Propaganda lediglich in seinem Gebrauch vordergründig gewesen sei, zum anderen zur Bildtheorie Erwin Panofskys, dessen Prinzip der Herausarbeitung des „Gehalts“ des Bildes als Stellvertreter seiner Zeit von mir als eine ergiebige Methode zur Analyse propagandistischer fotografischer Darstellungen der Zeit geschätzt wird.

2.6. MODERNE EINFLÜSSE AUF DIE DEUTSCHE BILDPROPAGANDA

Kontinuitäten der Moderne in Fotografien der Zeit des Nationalsozialismus zeigen sich in erster Linie in strukturellen Übernahmen, da ihnen ein besonderes Potential zur Beeinflussung der menschlichen Wahrnehmung inneohnt. Moderne fotografische Bildformen fasst Rolf Sachsse unter dem Begriff des „Neuen Sehens“ zusammen, das er anhand von vier Grundmustern charakterisiert, die Ende der 1920er-Jahre mit bestimmten Bedeutungen versehen wurden: zunächst das „Prinzip der Reihung“.²³⁹

„Das Bild besteht aus der häufigen Wiederholung eines kleinen Elements, das am Bildrand zur Evokation der unendlichen Wiederholbarkeit prinzipiell angeschnitten wird. [...] Im Bild wie in der von ihm evozierten Wirklichkeit galt das einzelne Element nichts, die Wiederholung alles – Kracauers Schlagwort vom *Ornament der Masse* wurde Abbild der Realität.“²⁴⁰

Dieses Prinzip wurde vor allem zur fotografischen Inszenierung von Massenaufmärschen auf Parteitagungen und anderen Großveranstaltungen eingesetzt. Als zweites Muster nennt Sachsse die „Kontrakomposition“, welcher „ein schräggestelltes Kompositionskreuz mit gleichwertigen Seitenstrahlen und bevorzugter Diagonale zur Dynamisierung eigen [sei].“²⁴¹ Bevorzugt wurde diese Darstellung auf Fotografien modernster Technik und speziell zur Abbildung von Rüstungstechnologie.²⁴² Das dritte Muster bildet die Fotomontage, die sich in Unterformen wie „Klebemontage“ und „Belichtungsmontage“ unterteilt, sowie verschiedene Misch- und Zwischenformen. Die Montage mit grafischen Elementen wird „Fotoplastik“ oder „Typofoto“ genannt. Fotomontagen wurden bis Frühjahr 1934 in Publikationen des NS-Regimes verwandt, dann jedoch wegen ihrer Nähe zu John Heartfield, der inzwischen im Exil an oppositionel-

²³⁸ Weiß (18.2.1939): S. 67.

²³⁹ Sachsse (2003): S. 48 f.

²⁴⁰ Sachsse (2003): S. 49.

²⁴¹ Sachsse (2003): S. 49.

²⁴² Sachsse (2003): S. 49.

len Publikationen mitarbeitete, abgelehnt, bis sie im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) zum Zwecke der Feind- und Auslandspropaganda wiederauflebten.²⁴³ Das vierte Grundmuster der „Bildserie“, der thematisch verbundenen Reihe von Fotografien, sieht Sachsse im NS-Staat „vom Inhalt her oft verniedlicht und zur platten Erzähltechnik verflacht, wenn auch bei passenden Gelegenheiten in Anlehnung an andere Kompositionsformen des Neuen Sehens angepasst.“²⁴⁴ Die Ziele, die man mit der Übernahme dieser Elemente des „Neuen Sehens“ verfolgte, bestanden vor allem in der „Herausstellung von Modernität und Weitläufigkeit“, insbesondere der visuellen Vermittlung moderner, für die Rüstung relevanter Technologien. So konnten Kriegsvorbereitungen als erstrebenswerte Zeichen technischen Fortschritts in Szene gesetzt werden. Die Konsumartikelwerbung war zudem „Bestandteil der positiven Grundeinstellung gegenüber dem Staat“, wie Rolf Sachsse bemerkt.²⁴⁵

Bauhausfotografie²⁴⁶ wurde im NS-Staat gezielt genutzt, um das Fortleben der Moderne in der Auslandspropaganda sicherzustellen. Zu diesem Zweck wurden häufig ganze Auflagen von Zeitschriften wie *die neue linie* erworben, um sie im Ausland zu verkaufen²⁴⁷ oder um sie bei großen inländischen Ereignissen wie der Olympiade zum Erwerb anzubieten.²⁴⁸ László Moholy-Nagy, ab 1923 Mitglied des Bauhauses und richtungweisend für die moderne Bauhausfotografie, vertrat die Überzeugung, dass eine umfangreiche Verbreitung von Bildern es dem Künstler ermögliche, Wahrnehmungen der Welt entscheidend zu beeinflussen und somit den Drang nach sozialem Umschwung zu befördern.²⁴⁹ Diese Ambition wurde nunmehr ins Gegenteil verkehrt, indem zumindest einige wenige der Leistungen des Bauhauses in den Dienst des Machterhalts eines nationalistischen Regimes gestellt wurden. Zwar fanden sich auch bei im Inland vermarkteten Zeitschriften mitunter ehemalige Bauhausfotografen, jedoch war moderner Einfluss in ihren Bildern kaum

²⁴³ Sachsse (2003): S. 49 f. Marien äußert sich detaillierter zu den Begriffen „Fotomontage“ und „Fotocollage“. Die Fotomontage hat ihren Ursprung in Deutschland, wurde jedoch bald von russischen Künstlern kurz nach dem Ersten Weltkrieg adaptiert. Es wurden Bilder aus Zeitschriften und Zeitungen ausgeschnitten und neu zusammengeklebt, um konventionelle Erwartungen an Größenverhältnisse und Perspektive in Frage zu stellen. Vom französischen „collage“ („Kleben“) abgeleitet entstand der Begriff „Fotocollage“. Nach dem Ersten Weltkrieg (1914–1918) jedoch wurde von experimentellen Künstlern fast exklusiv der Begriff der „Fotomontage“ genutzt (Marien (2010): S. 246), sodass ich in dieser Publikation ebenfalls stets von „Fotomontagen“ spreche.

²⁴⁴ Sachsse (2003): S. 50.

²⁴⁵ Sachsse (2003): S. 50.

²⁴⁶ Die Bauhaussschule wurde vom Architekten Walter Gropius (1883–1969) gegründet und setzte sich die Verbindung von Kunst und Industrie zum Ziel (Marien (2010): S. 247).

²⁴⁷ Für diesen Aspekt des Fortlebens der Moderne in der *neuen linie* siehe insbesondere das folgende Werk: Bertschik (2007).

²⁴⁸ Sachsse (2003): S. 52 f.

²⁴⁹ Marien (2010): S. 245, 247.

noch erkennbar. Dies verwundert nicht merklich: Die Bauhausfotografie verfügt über nur wenige gattungsspezifische Ansätze, die am weitesten ausgeprägte Motivgattung bildet hier die private Erinnerungsfotografie, und ihre Bedeutung für die funktionale Entwicklung des „Neuen Sehens“ fällt ebenfalls gering aus. Zudem bemerkt Sachsse, dass sich Bauhausfotografen bis auf Ausnahmen der immensen Bedeutung der Pressefotografie nicht bewusst gewesen seien. Das „Typofoto“ kann, ein weites Begriffsverständnis zugrunde gelegt, definiert werden als „integrierte Verbindung von Schrift und Fotografie“.²⁵⁰ Als genuine Entwicklung des Bauhauses wurde es von der NS-Propaganda übernommen und bildet²⁵¹ „eine der stabilsten Kontinuitäten der Moderne in den NS-Staat hinein“.²⁵² Mit Blick auf dessen Ausprägung in der NS-Zeit kann bemerkt werden:

„Dabei wird die Fotografie als Bestandteil von Typofoto zwar wichtiger, weil die Schrift weniger eigenständig zu sein hat, aber das einzelne Bild wird dafür auch weniger ausdrücklich gestaltet: Meist erfolgt visuell ein starker Rekurs auf Idylle und Romantik, auf Vorspiegelung sachlicher Objektivität oder (besonders bei Arbeitsdarstellungen) auf einen dynamischen Eindruck hin. Im NS-Typofoto wird bevorzugt das Portrait als Träger emotionaler Botschaften eingesetzt, dies sicher auch in Anbindung an die Personalisierung in der Vermittlung von Politik und im diametralen Gegensatz zur Dingbindung der Neuen Sachlichkeit.“²⁵³

Die Aussagen Sachsstes decken sich mit eigenen Beobachtungen zur Gestaltung des *Illustrierten Beobachters*: In den gesichteten Ausgaben wird bevorzugt das Porträt zur Vermittlung von Emotionen eingesetzt. Dies wiederum deckt sich mit dem Umstand, dass Heinrich Hoffmann nicht nur wesentlichen Einfluss auf die Gestaltung der Zeitschrift nahm, sondern auch einer ihrer bedeutendsten Zulieferer war: Seine Vorliebe für Porträts zur Abbildung historisch bedeutsamer Persönlichkeiten konnte er hier zur Gänze ausleben (siehe Kapitel 2.4.). Auch auf Seite der *Shashin shūhō* bilden Porträts ein wichtiges gestalterisches Mittel zur Weckung von Emotionen beim Rezipienten, wie meine Analyse der Titelseite der Erstausgabe demonstriert (siehe Kapitel 3.8.). Idyllendarstellungen finden sich zudem im *Illustrierten Beobachter*, wie anhand einer exemplarischen Analyse der Fotografien von Kleinkindern demonstriert wird (siehe Kapitel 5.1.). Insgesamt erweist sich der Anteil der Moderne an der Ästhetisierung der NS-Propaganda jedoch als überaus unspezifisch. Nach außen hin wurde sie vorgeführt, nach innen jedoch nicht gefördert, sodass insbesondere nach den Olympischen Spielen von 1936 viele Fotografen ihre moderne Prägung verleugneten. Grundlegende Bedeutung für die Fotografie im NS-Staat sollte sie daher nicht erlangen.²⁵⁴

²⁵⁰ Sachsse (2003): S. 55.

²⁵¹ Sachsse (2003): S. 52 f.

²⁵² Sachsse (2003): S. 53.

²⁵³ Sachsse (2003): S. 53.

²⁵⁴ Sachsse (2003): S. 75.

2.7. GESCHICHTE DES ILLUSTRIRTEN BEOBACHTERS (1926–1945)

Der *Illustrierte Beobachter* war nur eine von zahlreichen Publikationen des Verlagsimperiums Eher-Verlag.²⁵⁵ Im Juli 1926 erschien die Erstausgabe, im gleichen Jahr noch vier weitere. 1927 wurden bereits 24, 1928 32 Ausgaben veröffentlicht. Seit dem 15. Januar 1927 erschien die Zeitschrift zweimal im Monat, ab dem 6. Oktober 1928 wöchentlich. Darüber hinaus existierten nur selten erscheinende Sonderausgaben.²⁵⁶ Die Gründung des *Illustrierten Beobachters* markierte den Übergang der NSDAP zum massenpropagandistisch begründeten Fotografieinsatz. Als reich bebildertes Pendant des *Völkischen Beobachters* sollte er den linken und bürgerlichen Illustrierten Konkurrenz machen. Die Auflagenhöhe der Erstausgabe überstieg bereits die des *Völkischen Beobachters*.²⁵⁷

Inhaltlich sollte die Zeitschrift, ebenso wie der *Völkische Beobachter*, Einblicke in das Parteileben sowie ideologische und organisatorische Geschlossenheit der „Bewegung“ ermöglichen und Hitlers Führungsrolle legitimieren.²⁵⁸ In der Anfangsphase fehlte es den Herausgebern und Gestaltern jedoch an Routine und Professionalität: Obgleich man nach größtmöglicher Aktualität strebte, war ein klares Konzept zunächst nicht ersichtlich. Das Blatt erschien unregelmäßig, das Format und Layout wechselte oft und eine Konzentration auf bestimmte Themen war ebenfalls nicht erkennbar. Eine gezielte, eindrucksvolle Propaganda etablierte sich erst später. Gründe lagen hier zum einen im finanziellen Bereich, zum anderen in der noch zu geringen Akzeptanz der Nationalsozialisten in der Bevölkerung. Hauptziele der frühen Titelbilder waren wahrscheinlich aus diesem Grund die Stärkung des Zusammenhalts der eigenen Anhänger und die Rekrutierung neuer Lesergruppen.²⁵⁹

Ein erster Wandel in der Gestaltung ist Mitte 1928 zu beobachten: Durch die Bedeutungszunahme der Nationalsozialisten waren nunmehr häufiger Massenbilder auf der Titelseite abgebildet, man wählte eine selbstbewusstere und kämpferische Aufmachung. Auf den Titelseiten des Jahres 1929 finden sich antisemitische Äußerungen in großer Zahl. Ab Mai 1931 beinhaltet das Cover des *Illustrierten Beobachters* vor allem Hitler- und Führerpropaganda,²⁶⁰ seit 1932 wird dieser als einzige legitime Führerfigur propagiert.²⁶¹ Die Titelseiten von Ende 1931 bis ins Jahr 1933 weisen fast keine unpolitischen Bilder mehr auf.²⁶² Enthielt die Zeitschrift bis zur Übernahme der Reichspropagan-

²⁵⁵ Sösemann (2011): S. 1083.

²⁵⁶ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 224 f.

²⁵⁷ Herz (1994): S. 72.

²⁵⁸ Herz (1994): S. 72 f.

²⁵⁹ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 228 f.

²⁶⁰ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 229.

²⁶¹ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 234.

²⁶² Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 230.

daleitung durch Joseph Goebbels im Jahr 1930 noch zahlreiche Mängel und Unstimmigkeiten, da ein systematisches Konzept zur Visualisierung des Anspruchs einer Führerpartei nicht vorhanden war,²⁶³ so kann seit 1932 von einer restlos durchgeplanten Bildpropaganda die Rede sein: Die Zielsetzung war es nun, neue Wähler und Anhänger zu gewinnen und den Anspruch auf ein neues Deutschland, nunmehr repräsentiert in der Führerfigur Adolf Hitler, zu propagieren.²⁶⁴ Demnach nahmen die Hitlerdarstellungen der Zeitschrift in den Folgejahren zu, neue Arten der Abbildung wie Zeichnungen und abfotografierte Plastiken fanden ebenfalls Eingang, wobei die inhaltliche Darstellung Hitlers im Wesentlichen unverändert blieb.²⁶⁵ Dies änderte sich mit der „Machtergreifung“ 1933: Mit der zunehmenden Festigung der Macht wurde aus dem gegen Weimar gerichteten Kampfblatt eine „Chronik“ der Aufbauleistungen des „neuen Deutschlands“.²⁶⁶ Zu dessen Gestaltung trug entscheidend Willy Stiewe bei, Bildredakteur des *Illustrierten Beobachters* und theoretischer Stichwortgeber der Bildpresse im Nationalsozialismus.²⁶⁷

Was es bedeutete, für eine der Zeitungen des Eher-Verlags zu arbeiten, führt bereits 1965 Oron Hale detailliert aus: Joachim Schieferdecker, ein ehemaliger Schriftleiter des *Völkischen Beobachters*, beklagt die Herabwürdigung der Redaktionsarbeit im Rahmen der Pressepolitik im Nationalsozialismus.²⁶⁸ Seine Bemerkungen zum *Völkischen Beobachter* erlauben Rückschlüsse auf die Situation der am *Illustrierten Beobachter* beteiligten Personen: Die Mitarbeiter des *Völkischen Beobachters* seien noch strikter in der Einhaltung der Presseanweisungen gewesen als die Nicht-Parteipresse. Der *Völkische Beobachter* habe als amtliches Organ der Partei den Bestimmungen und Weisungen strikt Folge zu leisten gehabt. Täglich seien laut Schieferdecker zwischen zehn und zwölf Schreibmaschinenseiten mit Vorschriften der Pressekonferenz eingegangen, was den Schriftleiter auf einen bloßen „Hakenmacher“ reduziert habe.²⁶⁹ Die Meldungen des Deutschen Nachrichtenbüros (DNB) hätten die Richtschnur gebildet, an welcher man sich zu orientieren hatte, sodass von selbstständigem Journalismus keine Rede mehr habe sein können. Die militärische Zensur habe diesen Zustand noch verschlechtert und man habe auf jedes Wort achten müssen. Im Verlag seien Amanns Grundsätze ausschlaggebend gewesen, Rosenberg habe auf die allgemeine Politik der Blätter nur wenig Zeit verwendet.²⁷⁰ Zudem bemerkt Schieferdecker zu den Arbeitsbedingungen in der Berliner Redaktion des *Völkischen Beobachters*: Journalisten

²⁶³ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 231.

²⁶⁴ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 233 f.

²⁶⁵ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 235.

²⁶⁶ Protte (1996): S. 27.

²⁶⁷ Sachsse (2003): S. 28.

²⁶⁸ Hale (1965): S. 247.

²⁶⁹ Hale (1965): S. 248.

²⁷⁰ Hale (1965): S. 247–249.

seien gering geschätzt worden, wenig finanzielle Mittel und personelle Einsparungen seien ebenso an der Tagesordnung gewesen. Die Verhältnisse seien in anderen Zeitungen des Eher-Verlags „zweifelloso nicht anders“²⁷¹ gewesen. Da mir keine detaillierten Informationen zur Arbeit in der Redaktion des *Illustrierten Beobachters* vorliegen, gehe ich davon aus, dass sich die Aussagen zu den Journalisten des *Völkischen Beobachters* auf die Mitarbeiter des *Illustrierten Beobachters* übertragen lassen. Zu Auslandskorrespondenten äußert Schieferdecker lediglich, dass diese nebenberuflich tätig gewesen seien.²⁷²

Die Anzahl deutscher Illustrierter blieb in den Jahren von 1935 bis 1941 relativ konstant: von 21 Titeln 1935 erhöhte sich die Zahl leicht auf 22 im Jahr 1937, sank 1939 wieder auf 20 und stieg 1941 erneut auf 24 Zeitschriften. Die Auflage des *Illustrierten Beobachters* belief sich im dritten Quartal 1934 bereits auf 778.087 Exemplare pro Ausgabe, lag jedoch deutlich hinter der *Berliner Illustrierten Zeitung* mit 1.107.692 Ausgaben, eine Dominanz, die auch in den Folgejahren bestehen sollte. Im dritten Quartal 1935 waren es schließlich 678.719 Exemplare, im zweiten Halbjahr 1936 680.082 Ausgaben. Für das zweite Halbjahr 1937 kann von einem Umfang von mehr als 685.000 Ausgaben ausgegangen werden, im Oktober 1938 gar von mehr als 700.000 Exemplaren. Für September 1939 liegt die Zahl von 835.369 Ausgaben vor.²⁷³

Auflagen ausgewählter Zeitungs- und Zeitschriftentitel²⁷⁴

Titel	III/1934	III/1935	II/1936	II/1937	Okt. 1938	Sep. 1939
<i>Der Stürmer</i>	128.221	> 486.000	704.183	> 486.000	548.082	475.000
<i>Berliner Illustrierte Zeitung</i>	1.107.692	> 1.130.000	1.160.384	1.150.000	1.250.000	1.500.000
<i>Illustrierter Beobachter</i>	778.087	678.719	680.082	> 685.000	> 700.000	835.369

Titel	1940	1941	1942	1943	1944	1945
<i>Das Reich</i>	300.000	800.000	–	–	1.421.000	–

Was jahresübergreifende inhaltliche Tendenzen des *Illustrierten Beobachters* anbelangt, liegt für die Jahre 1926 bis 1933 eine statistische Analyse der Titelabbildungen von insgesamt 324 Ausgaben vor.²⁷⁵ Zwar existiert kein alles beherrschendes Thema im Betrachtungszeitraum auf den Titelbildern, jedoch sind mehrere große Themengruppen auszumachen: Bilder, die mobilisierte Massen und führende Nationalsozialisten zeigen, sind häufig vertreten; Bilder der Oster- und Weihnachtsausgaben entsprechen oft dem festlichen An-

²⁷¹ Hale (1965): S. 251.

²⁷² Hale (1965): S. 249–251.

²⁷³ Söseman (2011): S. 1090 f.

²⁷⁴ Nach Söseman (2011): S. 1091.

²⁷⁵ Maczkewitz/Zühlke (1998): S. 224.

lass; auch aktuelle politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Debatten werden aufgegriffen.²⁷⁶ Auf etwa 20 Prozent der Titelbilder von 1928 und 1929 sind Massen abgebildet, 1930 waren es über 30 Prozent und 1931 sogar 40,8 Prozent. 25 Prozent der Titel des Jahres 1929 weisen antisemitischen Charakter auf. Die Zahl der Abbildungen Hitlers sowie anderer führender Nationalsozialisten steigt erst seit Mai 1931 deutlich an.²⁷⁷ In der Zeit von 1931 bis 1933 fehlen unpolitische Bilder völlig.²⁷⁸ Fotografien mit Kindern machen im Untersuchungszeitraum lediglich 5,6 Prozent der Abbildungen aus.²⁷⁹

Zur propagandistischen Beeinflussung und Darstellung von Kindern und Jugendlichen im *Illustrierten Beobachter* äußert sich bereits 1983 Thomas Müller in seiner Dissertation zur „bildjournalistischen Verwendung des Fotos in der Presse des Hitlerfaschismus in Deutschland“ anhand des *Illustrierten Beobachters*. Anders als der Titel vermuten lässt, geht Müller nicht sehr detailliert auf fotografische Darstellungen ein.²⁸⁰ Müllers Ausführungen bilden stattdessen eine Kombination aus allgemeinen Überlegungen, Ausführungen zu Hitlers Jugendbild sowie der Geschichte der Hitler-Jugend, die in Zusammenhang mit der Entwicklung des *Illustrierten Beobachters* gebracht werden.²⁸¹ Müller bemerkt, dass der Jugend innerhalb der „Volksgemeinschaft“ als „Menschenreservoir für die kommenden Eroberungszüge“ besondere Bedeutung beizumessen sei. Zu diesem Zweck habe man sich besonders um die propagandistische Einflussnahme auf die junge Generation bemüht. Mit der Verabschiedung des Gesetzes über die Hitler-Jugend vom 1. Dezember 1936 wurde der Eintritt für alle Jugendlichen zur Pflicht. Der *Illustrierte Beobachter* sei in seiner Einflussnahme auf die Heranwachsenden im Vergleich zu Jugendorganisationen und Schule zwar als deutlich niedriger einzustufen, jedoch habe auch dieser mittels seiner Bildberichte über das Elternhaus Einfluss nehmen können. Als Beispiele für Bildberichte nennt Müller zunächst einen Artikel zu Jugendlichen, die in Folge des Reichstagsbrandes vom 27. Februar 1933 in spielerischer Weise als gegen den „Marxismus“ angehende SA-Schlägertruppe in Szene gesetzt werden. Zweitens geht er auf ein in Folge der Saarabstimmung vom 13. Januar 1935 veröffentlichtes Bild eines Jungen ein, der den Hitlergruß zeigt – in der Deutung Müllers ein an Eltern gerichtetes Vorbild beispielhafter Erziehung. Verallgemeinerungen habe man über wie Fotografien aussehende Zeichnungen erreicht, was der Autor anhand eines den Jugendorganisationen der NSDAP gewidmeten Artikels vom 27. Juni 1936 illustriert. Das Motiv der „harmonischen Gemeinschaft“ habe sowohl hier als auch andernorts den Propagandisten zur unverfänglichen Vermitt-

²⁷⁶ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 225.

²⁷⁷ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 229.

²⁷⁸ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 230.

²⁷⁹ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 227.

²⁸⁰ Müller (1983).

²⁸¹ Müller (1983): S. 154–158.

lung des Bereiches „Wehrtüchtigung“ gedient.²⁸² Später, so Müller weiter, sei die Vorbereitung zum Kriegsdienst hingegen offener propagiert worden. Nach dem Einmarsch deutscher Truppen in Polen 1939 hingegen habe ein Sprecher des Propagandaministeriums am 2. November 1940 der Presse mitgeteilt, dass heroische Darstellungen der Jugend nicht mehr gestattet seien, da diese nicht an der Front kämpfe. Wirklicher Grund sei jedoch gewesen, dass die deutsche Jugend nicht derart bedingungslos hinter der nationalsozialistischen Ideologie gestanden habe, wie es seitens der Machthaber erwünscht gewesen sei. Baldur von Schirach wurde als Reichsjugendführer abgesetzt, sodass diesen Posten ab August 1940 Artur Axmann bekleidete. Strafen zur Disziplinierung der Jugendlichen wurden eingeführt, um diese auf den kommenden Wehrdienst einzuschwören. Nunmehr seien nur noch Bilderberichte über Jugendliche im Zusammenhang mit der Wehrmacht erfolgt.²⁸³ Meine Beobachtungen zu den Inhalten des *Illustrierten Beobachters* fallen aufgrund des angesetzten Untersuchungszeitraumes im Vergleich zu Müller selektiv aus. Sie decken sich nur zum Teil mit seinen Feststellungen: Darstellungen von Frontsoldaten auf Titelbildern als auch im Inneren der Zeitschrift dominieren zwar einerseits die zweite Jahreshälfte 1943.²⁸⁴ Andererseits jedoch werden zwei Mal Jugendliche auf den Titelseiten abgebildet, als Luftwaffenhelfer und Mitglieder der Flieger-HJ (siehe Kapitel 4.2.). Zudem ist in der Ausgabe vom 29. Juli 1943 eine Abbildung mit dem Titel „Heldenhafte Jugend“ enthalten, auf welcher Mitglieder der Hitler-Jugend für ihren Einsatz geehrt werden (siehe Kapitel 5.1.).

²⁸² Müller (1983): S. 154–156, 343.

²⁸³ Müller (1983): S. 155, 157 f. Derartige Verallgemeinerungen hinsichtlich inhaltlicher Tendenzen sind zu hinterfragen: Beispielsweise findet sich im *Illustrierten Beobachter* vom 15. Juli 1943 ein Bericht zu einem Schülerinnenheim für Auslandsdeutsche. Hier ist kein Bezug zur Wehrmacht gegeben (*Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S.).

²⁸⁴ Dies ergibt eine Sichtung der entsprechenden Ausgaben.

3. PROPAGANDA IM JAPAN DER 1930ER- UND 1940ER-JAHRE

3.1. AKTEURE UND ALLGEMEINE TENDENZEN

Die Erstellung von Propaganda im Japan der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) war keinesfalls den oberen Ebenen von Militär und Bürokratie vorbehalten, worin ein zentraler Unterschied Japans zu Deutschland und Italien begründet liegt. Weite Teile der japanischen Gesellschaft sahen sich in der Pflicht, in Zusammenarbeit mit Regierung und Militär an der erfolgreichen Verbreitung von Propaganda mitzuwirken.¹ Daher ist es in einer Untersuchung, die wesentliche Einflussfaktoren der Entstehung japanischer Fotopropaganda nachzeichnet, nicht möglich, auf einige „zentrale“ Akteure zu verweisen und hieraus den Anspruch abzuleiten, alle wesentlichen Einflüsse berücksichtigt zu haben. Wie mein Buch aufzeigen wird, hatte die Leserschaft der *Shashin shūhō* aktiven Anteil an der Gestaltung „ihrer“ Zeitschrift.² Welche Institutionen und Personen zur Entstehung einer Fotografie beigetragen haben, kann je nach Abbildung stark variieren. Kapitel 3.1. bietet daher zunächst einige allgemeine Bemerkungen zu Entstehung und Inhalt von Propaganda im Japan des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945). In Kapitel 3.2. wird die Propagandatheorie Koyama Eizōs, des wichtigsten japanischen Propagandatheoretikers der Zeit, ausführlich behandelt, um trotz der Vielgestaltigkeit japanischer Propaganda zentrale inhaltliche Positionen mit einem gewissen Anspruch auf Allgemeingültigkeit und Akzeptanz innerhalb des Diskurses vorstellen zu können. Am nächsten dem deutschen „Propagandaministerium“ mag hinsichtlich seiner Struktur und Organisation jedoch das japanische *Naikaku jōhōkyoku* kommen.³ Auch hier fanden in regelmäßigem Abstand Konferenzen zur gezielten Beeinflussung der Berichterstattung der Journalisten statt.⁴ Ziele und Entwicklung von *Naikaku jōhōkyoku* sowie dessen Vorläufern, des *Naikaku jōhō iinkai* und *Naikaku jōhōbu*, werden neben anderen für die fotografische Propaganda der Zeit wichtigen Institutionen in Kapitel 3.3. behandelt. Kapitel 3.4. bietet einen historischen Abriss der Entwicklung des Fotojournalismus in Japan und zeigt zudem auf, dass dieser sich entscheidend aus deutschen Einflüssen nährte. Zudem wird die Bildpropagandatheorie Hayashi Ken'ichis, des späteren Planers der Erstausgabe der

¹ Kushner (2006): S. 6.

² Als Beispiele seien hier die Möglichkeit der Beteiligung an einer 1941 erhobenen Leserumfrage sowie die Veröffentlichung von Leserfotografien genannt.

³ Kushner (2002): S. 46.

⁴ Chamoto (1986): S. 321.

Shashin shūhō,⁵ neben modernen Einflüssen auf die Gestaltung der japanischen Bildpropaganda eingehend behandelt (Kapitel 3.5. und 3.6.). Die Ausführungen zu Japan schließen mit einer Erläuterung des Jugendbildes Shimono Nobuyasus, ab 1940 neben Hayashi der zentrale Verantwortliche für die Herausgabe der *Shashin shūhō* (Kapitel 3.7.),⁶ sowie zur Geschichte der *Shashin shūhō* (Kapitel 3.8.).

Werden im Folgenden allgemeine Tendenzen japanischer Propaganda aufgezeigt, so dient hierbei zunächst Barak Kushners 2002 eingereichte Dissertation „A Most Successful ‚Failure‘: World War Two Japanese Propaganda“ als Referenz.⁷ In der Einleitung seiner Dissertation nimmt der Autor Bezug auf die ältere Forschung und bemerkt, dass diese zur Einschätzung gelangt sei, dass japanische Propaganda der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945)⁸ in weiten Teilen gescheitert sei. Hierbei handle es sich jedoch lediglich um einen Mythos, der daraus resultiere, dass man sich in der Vergangenheit hauptsächlich auf die Handlungen des japanischen Militärs konzentriert, andere Bereiche jedoch völlig ausgeblendet habe, die gleichfalls einen Schlüssel zum Verständnis japanischer Propaganda bildeten, darunter vor allem Beziehungen zwischen Regierungsämtern und dem privatwirtschaftlichen Bereich. Japanische Propaganda habe sich genährt aus den verschiedensten offiziellen und inoffiziellen Quellen.⁹

Verbreitete Definitionen japanischer Propaganda, die sich eines Orwell'schen Bildes vom „big brother“ bedienen, trügen nicht zur Charakterisierung des Phänomens bei,¹⁰ ebenso wenig eine Überbetonung des *Tennō*, wie sie sich in aus der Kriegszeit stammenden Untersuchungen des US-Militärs finden lasse.¹¹ In Japan hätten keine charismatischen, in der Politik engagierten Persönlichkeiten existiert, bemerkt Kushner zudem. Der *Tennō* habe nur einigen treuen Militaristen und Imperialisten zur Identifizierung dienen können.¹² In Japan habe kein mit Hitler, Stalin oder Mussolini vergleichbarer Personenkult existiert, stattdessen hätten sich Propagandisten auf die Herausstellung eines modernen Japanbildes konzentriert.¹³

⁵ Torihara (2013): S. 76 f.

⁶ Shimizu (2008): S. 5 f.

⁷ Kushner (2002). 2006 erschien hierauf aufbauend „Kushner (2006)“.

⁸ Der Autor nutzt in seiner Untersuchung den Ausdruck „Second World War“, setzt jedoch zu Beginn in Klammern die Datierung „1931–1945“ dahinter (Kushner (2002): S. iii). Weite Teile seiner Untersuchung behandeln die Zeit vor 1939. Werden im Folgenden die Positionen Kushners durch indirekte Rede wiedergegeben, werden aus Gründen der eindeutigen Zuordnung die Ausdrücke „World War Two“ so wie „Second World War“ durch den Ausdruck „fünfzehnjähriger Krieg“ ersetzt.

⁹ Kushner (2002): S. 18.

¹⁰ Kushner (2002): S. 21.

¹¹ Kushner (2002): S. 22 f.

¹² Kushner (2002): S. 2.

¹³ Kushner (2002): S. 162.

Zusätzlich äußert Kushner, gestützt durch ähnlich lautende Äußerungen aktueller Publikationen wie der 2008 veröffentlichten Monografie zur *Shashin shūhō* von David C. Earhart,¹⁴ dass die Mobilisierung der japanischen Nation sehr viel erfolgreicher gewesen sei als die jedes anderen kriegführenden Landes:¹⁵ „The Japanese people believed their propaganda of the war (1931–1945) because that image reflected Japan as the sole country that could guide Asia into the 20th century.“¹⁶ Des Weiteren bemerkt er, dass es im Gegensatz zu Deutschland oder Italien in den 1930er- und 1940er-Jahren weder größere Fluchtbewegungen noch Proteste innerhalb der japanischen Bevölkerung gegeben habe.¹⁷

Mit Kushner lassen sich wesentliche Tendenzen und Entwicklungslinien japanischer Propaganda der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) wie folgt umreißen: Propagandistische Bemühungen stiegen in den 1930er-Jahren geradezu explosionsartig an, was damit in Verbindung zu bringen ist, dass in den Jahren 1932 und 1937 große Truppenkontingente nach China entsandt wurden. Hinzu kommt der Krieg gegen die Alliierten ab 1941.¹⁸ Seitens der Regierung wurden in den frühen 1930er-Jahren groß angelegte Übersetzungsprojekte initiiert, die sich deutschen und englischen Propagandastudien widmeten.¹⁹ Insbesondere die britische Propaganda des Ersten Weltkrieges (1914–1918) diente als Vorbild, da man der Überzeugung war, dass der Einfluss des Britischen Empires nicht zuletzt auf dessen effiziente Propaganda zurückzuführen sei.²⁰ Zusätzlich existierten Monografien, die sich auf Terminologie und Schlüsselbegriffe von Propaganda konzentrierten.²¹ Als Übersetzung des Wortes „Propaganda“ selbst diente der Ausdruck *senden* (宣伝), der das zuvor verbreitete, Vorläufer im Konfuzianismus besitzende Konzept des *kyōka* (教化) ablöste.²²

„The idea of a technological and scientifically based *senden*, replacing the traditional morally-based *kyōka*, reflects an empire now bent on not merely guiding its subjects to higher educative glory, but mobilizing them for the sake of the nation and the splendor of its expanding dominion.“²³

¹⁴ Earhart (2008): S. xi. Earhart bemerkt hier, dass sich die Intensität japanischer Mobilisierung der Zivilbevölkerung mit jener Deutschlands und Russlands habe messen können.

¹⁵ Kushner (2002): S. iii, 1.

¹⁶ Kushner (2002): S. 14.

¹⁷ Kushner (2002): S. 1.

¹⁸ Kushner (2002): S. 12 f.

¹⁹ Kushner (2002): S. 29.

²⁰ Kushner (2002): S. 35.

²¹ Kushner (2002): S. 3.

²² Kushner (2002): S. 29.

²³ Kushner (2002): S. 29.

Drei Aspekte sieht Kushner als zentral für den Erfolg japanischer Kriegspropaganda an:

I. *Ihre Produktion war nicht nur auf militärische und nationalistische²⁴ Kreise beschränkt.* Männer und Frauen mit den unterschiedlichsten Biografien waren hieran beteiligt, darunter Bürokraten, Autoren, Fotografen und Werbetreibende.²⁵ Mit der Erstellung beauftragte Agenturen beschäftigten neben Intellektuellen auch Frauen vom Lande, Bühnenkünstler, Polizeibeamte und viele weitere Personen, die die Ambition einte, den Krieg zu unterstützen.²⁶ Daher kann mit Blick auf Japan von einer Doppelstruktur aus offizieller und inoffizieller Propaganda gesprochen werden.²⁷

II. *Auch die Rezipienten trugen zur Gestaltung der auf die breite Masse ausgerichteten Propaganda bei.* Japanische Propaganda entwickelte sich aus einer Symbiose, einer dynamischen Interaktion von Politik und Volk heraus.²⁸ Intellektuelle debattierten die Vorzüge der Kriegspropaganda, nicht nur in Regierungspublikationen, sondern auch in Publikumszeitschriften und Zeitungen.²⁹ In Leserbriefen wurde Kritik an der bestehenden Propaganda geübt und Verbesserungsvorschläge unterbreitet. Unterhaltungskünstler flochten bereitwillig propagandistische Terminologie in ihre Programme ein.³⁰ Angebote und Vorschläge zur Verbesserung von Propaganda erreichten die Verantwortlichen aus allen Teilen des Landes.³¹

Das bereitwillige Engagement großer Teile der Bevölkerung mag darin begründet liegen, dass japanische Propagandisten in den 1930ern bemerkten, dass Propaganda den Menschen nicht einfach auferlegt werden könne, sondern in Interaktion mit diesen entstehen müsse.³² Propaganda forderte zur aktiven Teilnahme auf, nicht zur passiven Rezeption. Den Menschen sollte das Gefühl gegeben werden, an etwas Großem mitzuwirken.³³ Yokomizo Mitsuteru, Direktor des *Naikaku jōhōbu* und daher von besonderer Relevanz für die vorliegende Untersuchung, formulierte 1937 in einer an die breite Öffentlichkeit gerichteten Konferenz zur Bedeutung des *shisōsen* (思想戦, „ideologische Kriegsführung“), dass „Propaganda“ als ein Krieg ohne Waffen aufzufassen sei. Propaganda arbeite nicht mit Falschaussagen, sondern verbreite glaubwürdige Fakten, um in Menschen Auffassungen zu erwecken, die dien-

²⁴ Kushner spricht hier von „faschistischen“ Kreisen (Kushner (2002): S. 14). Da ich dem Ausdruck jedoch in meiner Untersuchung den Ausdruck „nationalistisch“ vorziehe, verwende ich ihn in diesem Zusammenhang.

²⁵ Kushner (2002): S. 14 f.

²⁶ Kushner (2002): S. 10.

²⁷ Kushner (2002): S. 20.

²⁸ Kushner (2002): S. 2.

²⁹ Kushner (2002): S. 4.

³⁰ Kushner (2002): S. 15.

³¹ Kushner (2002): S. 23 f.

³² Kushner (2002): S. 36.

³³ Kushner (2002): S. 40.

lich seien, ein bestimmtes Ziel zu erreichen.³⁴ Unter anderem bemerkte Yokomizo:

„Der Ausdruck *shisōsen* [„ideologische Kriegsführung“] ist meiner Ansicht nach nicht leicht zu begreifen, handelt es sich hierbei doch um einen ununterbrochen geführten ‚waffenlosen Kampf‘, ungeachtet dessen, ob wir uns gerade in Friedenszeiten oder Zeiten militärischer Auseinandersetzungen befinden. Ist hiervon in Kriegszeiten die Rede, so meint der Ausdruck ein zur Verwirklichung unserer Kriegsziele genutztes Mittel, das die Vermittlung unseres gerechten Standpunktes an unsere Widersacher, das Ins-Bewusstsein-Rufen unserer Stärke, um deren Kampfgeist in dessen Grundfesten zu erschüttern, sodass sie sich letztlich mit uns vereinigen, beinhaltet, zudem die Berichtigung der Wahrnehmungen Außenstehender, sodass sich deren Haltung zu unseren Gunsten entfaltet.“³⁵

In der Auffassung Yokomizos, dass Propaganda ein Mittel zur Realisierung von Kriegszielen sei, dass deren Verbreitung mit „ideologischer Kriegsführung“ gleichzusetzen sei, „ungeachtet dessen, ob [man sich] gerade in Friedenszeiten oder Zeiten militärischer Auseinandersetzungen befinde“, deutet sich bereits ein zentrales inhaltliches Element der zunächst vom *Naikaku jōhōbu* herausgegebenen *Shashin shūhō* an, Grenzen von „Front“ und „Heimatfront“ verschwimmen zu lassen. Hieraus ergibt sich wiederum, dass die Kriegswichtigkeit aller Teile der japanischen Bevölkerung propagiert wird, auch der Kinder und Kleinkinder, was die Zeitschrift in Kontrast zum *Illustrierten Beobachter* setzt. Zusätzlich spiegelt sich im Verweis auf „die Berichtigung der Wahrnehmungen Außenstehender“ der Einsatz der *Shashin shūhō* in der Auslandspropaganda.

Von offizieller Seite war klar, dass Propaganda so tief im Menschen verankert sein sollte, dass sie angeboren, nicht aufgezwungen erscheint.³⁶ Hierzu trug auch die in Tōkyō im September 1937 eröffnete nationale Propaganda-Ausstellung bei, die im Anschluss in zahlreichen japanischen Städten angeboten wurde, darunter Ōsaka, Kyōto und sogar Seoul in Korea.³⁷

III. Keine der an der Erstellung von Kriegspropaganda beteiligten Organisationen hielt den Zuspruch der Bevölkerung für selbstverständlich.³⁸ Propaganda entwickelte sich im Trial-and-Error-Verfahren und gegenseitigen Wettbewerb. Verschiedenste Propagandaprogramme, -pläne und -theorien kursierten im ganzen Land. Erfahrungen mit Kampagnen in China und Südostasien beeinflus-

³⁴ Kushner (2002): S. 36 f. Kushner beruft sich auf ein vom *Naikaku jōhōbu* herausgegebenes Werk namens „Illustrierte Aufzeichnungen der Ausstellung zur ideologischen Kriegsführung“, in welchem die Rede Yokomizos publiziert wurde (*Naikaku jōhōbu* (1938)). Das im Text oben an diese Fußnote anschließende eingerückte Zitat entstammt selbigem Werk.

³⁵ Yokomizo (1938): S. 1.

³⁶ Kushner (2002): S. 38.

³⁷ Kushner (2002): S. 38–40.

³⁸ Kushner (2002): S. 15 f.

ten die Ausgestaltung der Propaganda in Japan.³⁹ Das japanische Militär gab unzählige Studien zur Kontrolle und Überprüfung der öffentlichen Meinung in Auftrag.⁴⁰ Obgleich Kushner die erwähnten drei Punkte als wesentlich für die Effizienz japanischer Propaganda ansieht, äußert er zusätzlich, dass die lange Kriegsdauer von insgesamt fünfzehn Jahren, nur in den letzten drei Jahren von Niederlagen geprägt, sowie die vorangehenden Siege über China (1895) und Russland (1905) ihren Teil zur Zustimmung der Bevölkerung beigetragen haben.⁴¹

Zur inhaltlichen Ausrichtung der Propaganda ab Ende der 1930er-Jahre bemerken Earhart und Carter, dass die Förderung des totalen Krieges im Mittelpunkt gestanden habe.⁴² Kushner benennt Demokratie und Individualismus als zentrale „Feindbilder“ japanischer Propaganda.⁴³ Insofern ähneln sich deutsche und japanische Propaganda der Zeit. Als weitere Parallele hinzu kommen laut Kushner über das Konzept der „Rasse“ definierte Vorstellungen von Gemeinschaft, in Deutschland repräsentiert durch das Ideal der homogenen „Volksgemeinschaft“ als zentralem Bezugspunkt propagandistischer Inhalte, in Japan durch das Bild vom modernen Herrscher Asiens⁴⁴ sowie des japanischen Volkes als der modernsten „Rasse“ Asiens.⁴⁵ Derartige Zuschreibungen sind jedoch mit Vorsicht zu genießen, da sowohl in Japan als auch in China ab dem Ende des 19. Jahrhunderts eine Vielzahl an Begriffen zur Konstruktion von Nationen als biologisch begründeten Entitäten genutzt wurde, auf japanischer Seite unter anderem *jinsbu* (人種, „Menschenrasse, Spezies von Mensch“), *shuzoku* (種族, „Rasse, Gattung“) und *minzoku* (民族, „Volk, Volksstamm, Rasse, Nation“).⁴⁶

Ferner bemerkt Kushner zu Tendenzen zeitgenössischer japanischer Propaganda: Man huldigte der Zukunft, der Modernität und der Gipfelung des „Empires“.⁴⁷ Wiederkehrend wurde Japans Modernität herausgestellt und ein damit verbundener „Missionierungsauftrag“, der darin bestand, Kultur

³⁹ Kushner (2002): S. 5 f.

⁴⁰ Kushner (2002): S. 15 f.

⁴¹ Kushner (2002): S. 26.

⁴² Carter (2009): S. 164; Earhart (2008): S. xi.

⁴³ Kushner (2002): S. 13.

⁴⁴ Kushner (2002): S. 14. Das Konzept der Rasse war untrennbar mit dem deutschen Antisemitismus unter Hitler verbunden (Conze (1984): S. 176). Auch ins japanische Denken hielt das Konzept, u. a. durch die Übersetzung ausländischer Schriften ab der Meiji-Ära, Einzug und beeinflusste beispielsweise das Vorgehen der Japaner gegen die Chinesen im Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945) (Fischer-Tiné (2015): o.S.).

⁴⁵ Kushner (2002): S. 21 f.

⁴⁶ Dikötter (1997): S. 3. Siehe ferner zum Konzept der „Rasse“ in Japan: Shimazu (1998).

⁴⁷ Kushner (2002): S. 2.

und Fortschritt in die Region zu bringen.⁴⁸ Für Japan zu kämpfen bedeutete in den Inszenierungen der Propaganda, für Modernität zu kämpfen. Japan sollte als Land gesunder Menschen erscheinen, schneller und pünktlicher Züge, hochwertiger Konsumprodukte, sich ausbreitender urbaner Zentren und einer effizienten Regierung – Bilder, die die Kriegszeit überdauerten.⁴⁹ Auch da bis auf ein paar Ausnahmen in Japan keine charismatischen, in die Politik involvierten Persönlichkeiten existierten – nur für wenige bildete der *Tennō* die zentrale Bezugsperson –,⁵⁰ fallen die inhaltlichen Schwerpunktsetzungen japanischer Propaganda im direkten Vergleich zu Deutschland anders aus. Der *Tennō* wurde nur selten als Movers für die kriegerischen Auseinandersetzungen Japans überhaupt erwähnt.⁵¹

Zur Ausgestaltung von auf Kinder abzielender Propaganda bemerkt Nona Carter zusätzlich, dass sowohl Kritik am politischen System als auch die Schaffung eines wie auch immer gearteten Klassenbewusstseins verboten gewesen seien. Filme, die den Glauben an die Einheit der japanischen Nation in Frage stellten, seien ebenso verboten gewesen wie solche, die das außenpolitische Wohlwollen anderer Nationen gefährdeten oder solche, die zeigten, wie man Verbrechen begehen oder erfolgreich verschleiern könnte. Ebenso seien Szenen unzulässig gewesen, welche Arbeitsverweigerung thematisierten, Erziehung im Sinne des Staates erschwerten, geistige oder körperliche Schwäche und Infragestellung der Familienstaats-Ideologie beinhalteten. Als alle anderen Bereiche überragendes Thema japanischer Kinderzeitschriften der Jahre 1938 bis 1945 arbeitet Carter in ihrer Untersuchung die Mobilisierung im Dienste des Krieges heraus. Insbesondere mit Ausbruch des Pazifik-Krieges (1941–1945) habe beinahe jede Publikation den Krieg befürwortet und Kinder dazu aufgerufen, in den Dienst des „Vaterlandes“ zu treten.⁵²

Da Propaganda immer wieder auf verschiedenste Weise inszeniert wurde, mittels einer Vielfalt an Nachrichten für alle möglichen Gruppen,⁵³ ist es nicht möglich, allgemeine Tendenzen zur formalen Gestaltung zu formulieren. Mit Kushner kann jedoch bemerkt werden, dass japanische Kriegspropaganda abhängig war von der Massenkultur und dem Massenkonsum, welcher sich in der Taishō-Ära (1912–1926) der 1920er-Jahre ausprägte.⁵⁴

⁴⁸ Kushner (2002): S. 20.

⁴⁹ Kushner (2002): S. 371.

⁵⁰ Kushner (2002): S. 2.

⁵¹ Kushner (2002): S. 3.

⁵² Carter (2009): S. 157 f.

⁵³ Kushner (2002): S. 2.

⁵⁴ Kushner (2002): S. 21.

3.2. DAS WERK KOYAMA EIZŌS ALS SPIEGEL PROPAGANDISTISCHER TENDENZEN DER ZEIT

Koyama Eizō gilt als der wichtigste japanische Propagandatheoretiker der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945).⁵⁵ Nach der Absolvierung der Kaiserlichen Universität Tōkyō wurde Koyama ab 1938 Professor für Wirtschaft an der Rikkyō-Universität, ebenfalls in Tōkyō, und arbeitete zudem ab 1939 im Ministerium für Gesundheit und Soziales (*Kōseishō*, 厚生省) in einem Institut zur Erforschung von Bevölkerungsproblemen (*Jinkō mondai kenkyūjo*, 人口問題研究所). 1942 trat er dem Planungsamt (*Kikakuin*, 企画院) bei und arbeitete zudem am Ministerium für Erziehung und Unterricht (*Monbushō*, 文部省). Hier ergriff Koyama die Gelegenheit, anti-japanische chinesische Propaganda zu analysieren und konnte in diesem Zusammenhang zudem sein ausgeprägtes Interesse an fremden Kulturen befriedigen.⁵⁶ Sein Werk eignet sich als Quellenbasis zur Erschließung zentraler konzeptioneller und inhaltlicher Aspekte von japanischer Propaganda im behandelten Zeitraum. Sein 1937 unter dem Titel „Abhandlung über die Kunst der Propaganda“ publiziertes umfangreiches Grundlagenwerk eröffnet Koyama mit den folgenden einleitenden Worten:

„Der dieser ‚Abhandlung über die Kunst der Propaganda‘ zugrunde liegende Auftrag ist es, eine Methode zur geistigen Mobilisierung zu bieten, die in der Zentralisierung des Denkens der Masse zu einem bestimmten Zweck besteht, einen Weg zur künstlichen Gestaltung der öffentlichen Meinung zu entwerfen, Verständnis gesellschaftlich gleichschaltender Steuerungsmechanismen zu schaffen, die dem Volk eine Richtlinie des Handelns verleihen.

Es bedarf keiner näheren Erläuterung, dass die heutige Gesellschaft wegen ihrer Unterteilung in durch Arbeitsteilung entstandene soziale Schichten voneinander getrennte unterschiedliche Interessensgruppen in großer Zahl ebenso hervorbringt, wie mit diesen einhergehende ebenso zahlreiche heterogene Meinungen. Beliebige Meinungen erwachsen aus dem Fundament widerstreitender, gefestigter Interessen einer gespaltenen Gesellschaft. [...] Es soll darum gehen, die Willen zahlreicher Menschen [...] zu einem Willen zu vereinen, ihnen zu ermöglichen, als Ganzes ihre Wirksamkeit zu entfalten, sodass selbst eine derartige gesellschaftliche Spaltung ausgemerzt wird.

Das Eigentümliche der Propaganda besteht darin, [...] reale Gegebenheiten betreffende Meinungen und dergleichen zu objektivieren und die heterogenen Gedanken oder heterogenen Haltungen verschiedenster Personen zu assimilieren und somit ihr Handeln zu beherrschen. Die derartig konzentrierten Gedanken bleiben nicht bloß darauf beschränkt, Gedanken zu sein, ihnen wohnt die Macht dynamischer gesellschaftlicher Strukturierung inne.

Demgemäß handelt es sich bei den andersdenkenden Personen nicht einfach um leere Hüllen, sondern sie stehen als Personen, die eine schon vorgefasste Anschauung, eine Idee oder eine Empfindung in sich tragen, diesen konzen-

⁵⁵ Kushner (2002): S. 59; Kushner (2006): S. 33.

⁵⁶ Kushner (2006): S. 33.

trierten Gedanken gegenüber. Folglich ist für den Assimilationsprozess die Steuerung des Kampfes um die Gedanken, die Etablierung einer ideologischen Hegemonie unbedingt vonnöten. Bei Propaganda handelt es sich demzufolge um ein Phänomen, das drei Aspekte in sich vereint: ‚die gesellschaftliche Wahrnehmung‘, eine ‚der Wirklichkeit zuwider laufende Wahrnehmung‘ sowie ‚den Kampf um die Gedanken‘.⁵⁷

Die Worte Koyamas decken sich mit der bereits in der Einleitung gegebenen Definition von Propaganda im Allgemeinen: Die Lenkung menschlicher Auffassungen soll das Verhalten beeinflussen. Gleichzeitig stimmen sie mit den Aussagen Yokomizos überein, der als Ziel von Propaganda das Wecken bestimmter Auffassungen zur Erreichung bestimmter Ziele sieht, beispielsweise der Überzeugung potentieller Verbündeter im ostasiatischen Raum von der Legitimität japanischen Expansionsstrebens. Im historischen Kontext betrachtet spiegelt sich in Koyamas Aussagen zugleich dessen Ablehnung der Errungenschaften der Taishō-Demokratie (1912–1926) wider: In den 1920er-Jahren äußerte die Bevölkerung in vielen Teilen des Landes erstmals ihre Unzufriedenheit mit der Regierung. Eine Reihe sozialer und demokratischer Bewegungen forderte Bürgerrechte, soziale Wohlfahrt sowie ein allgemeines Wahlrecht.⁵⁸ Neue Interessenvertretungen wie die 1919 gegründete SMU (*sararimens union*), die erste eigene Gewerkschaft für Angestellte, entstanden.⁵⁹ Regine Mathias bemerkt außerdem: „Insgesamt nahm die Zahl solcher Bewegungen, aber auch die Breite der von ihnen abgedeckten Themen in der Zeit nach 1918 rasch zu, ein Indiz für die zunehmende Pluralität der Interessen.“⁶⁰ Es ist diese „Pluralität“, die Koyama ablehnt, wenn er schreibt, „dass die heutige Gesellschaft [...] voneinander getrennte unterschiedliche Interessensgruppen in großer Zahl ebenso hervorbringt, wie mit diesen einhergehende ebenso zahlreiche heterogene Meinungen“, und zugleich mit seinem Werk die theoretische Grundlage dafür bieten will, „eine derartige gesellschaftliche Spaltung aus[zumerzen].“

„Das Eigentümliche der Propaganda besteht darin, [...] die heterogenen Gedanken oder heterogenen Haltungen verschiedenster Personen zu assimilieren und somit ihr Handeln zu beherrschen. Die derartig konzentrierten Gedanken bleiben nicht bloß darauf beschränkt, Gedanken zu sein, ihnen wohnt die Macht dynamischer gesellschaftlicher Strukturierung inne.“

Vor diesem Hintergrund betrachtet, lässt sich die obige Aussage Koyamas meiner Meinung nach als Forderung nach der Beseitigung aller demokratischer Errungenschaften der Taishō-Ära (1912–1926) lesen, womit die Wichtigkeit von Propaganda für den Machterhalt nationalistischer Staaten erneut unterstrichen wird.

⁵⁷ Koyama (1937): S. 1 f.

⁵⁸ Hall (2009): S. 312.

⁵⁹ Mathias (2012): S. 347.

⁶⁰ Mathias (2012): S. 347.

Als Grundsatz zur möglichst effektiven Gestaltung von Propaganda lässt sich bei Koyama mit Blick auf den Rezipienten das Prinzip ausmachen, Propaganda derart zu inszenieren, dass die über sie vermittelten Meinungen und Handlungsanweisungen den Menschen nicht als oktroyiert erscheinen, sondern als dem eigenen, freien Willen entsprungen:

„Dadurch dass Propaganda das Verhalten verschiedenster Menschen zu beherrschen sucht, erscheint ihre Wirksamkeit wie die Wirksamkeit von Befehlen. Jedoch weicht sie insofern von bloßen Befehlen ab, als dass sie Handlungen bzw. Verhaltensweisen bewirkt, die von Grund auf Bezug nehmen auf die freie Absicht des Individuums, im Gegensatz zu Befehlen, die unbedingte Handlungen bzw. Verhaltensweisen erzeugen, denen eine wie auch immer geartete Autorität zugrunde liegt.“⁶¹

An anderer Stelle wiederholt Koyama diese Aussage in veränderter Form: „Das Eigentümliche der Propaganda besteht darin, dass der Propagandarezipient aufgrund einer konstanten Beeinflussung durch Propaganda die ihm auferlegten Ziele als seine eigenen auffasst bzw. demgemäß zum Handeln verleitet wird.“⁶² Zweierlei lässt sich aus diesen Aussagen Koyamas herauslesen: Zum einen handelt es sich hierbei um ein rein instrumentelles Verhältnis zur Wahrheit. Was im Vordergrund steht, ist nicht der Inhalt des durch Propaganda Vermittelten, sondern der Effekt, der erzielt wird. 2012 bemerkt Fabian Schäfer in seiner Untersuchung der Presse Japans in der Zwischenkriegszeit (1918–1937), dass Koyama Eizōs soziologische Sicht auf die Wirkungen der modernen Presse auf die Gesellschaft aus heutiger Perspektive als geradezu sozialkonstruktivistisch bezeichnet werden könne. Für Koyama sei es die grundlegende Funktion der Presse, die Gesellschaft mit „ideellen Konstrukten der Welt“ (*kannenteki sekai kōsei*, 觀念の世界構成) zu versorgen, sodass im Extremfall dem Rezipienten nur noch die berichtete Welt als wahr erscheine, während alles, was nicht berichtet wird, als Lüge gelte. Dies mache in den Augen Koyamas die Presse besonders nützlich zur Verbreitung von Propaganda.⁶³ Koyama rückt hier in die Nähe führender NS-Größen wie Adolf Hitler. Für ihn sind „Wahrheiten“ bei der Gestaltung seiner Propaganda ebenfalls nur Mittel zum Zweck. Dies deckt sich mit Kracauers Analysen zu totalitärer Propaganda in Deutschland:

„Wird die Macht an sich begehrt, so spielt der Wahrheitsgehalt der Lehre, für die man sich im Interesse dieses Begehrens einsetzt, nicht die geringste Rolle. Gewiß, man muß eine Idee zu propagieren scheinen, um Herrschaft über die Massen zu erlangen. Aber wichtig ist nicht, daß sich die Propaganda in den Dienst der Ideen stellt, die als wahr erkannt sind. Wichtig ist, daß sich die Propaganda darauf versteht, sich irgendwelcher Ideen zu bedienen.“⁶⁴

⁶¹ Koyama (1937): S. 12.

⁶² Koyama (1937): S. 34.

⁶³ Schäfer (2012): S. 22 f.

⁶⁴ Kracauer (2013): S. 30.

Zweitens findet sich bei Koyama die theoretische Begründung dafür, wieso im Japan des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) weiten Teilen der Bevölkerung eine aktive Rolle bei der Gestaltung von Propaganda zugedacht wurde: Wer sich aktiv beteiligt, wird kaum zu dem Schluss gelangen, manipuliert worden zu sein. Auch andere Propagandisten der Zeit wie Kanda Kōichi und Yoneyama Keizō teilen diese Auffassung Koyamas.⁶⁵ Verbindungslinien zu Tendenzen nationalsozialistischer Propaganda sind darüber hinaus erkennbar: Propaganda soll möglichst nicht als ein der Masse oktroyiertes Phänomen erscheinen. Der zweite von Kushner angeführte Aspekt der unmittelbaren Vorteile erinnert hierbei an die in der NS-Zeit über Jahre propagierten, mit der „Volksgemeinschaft“ in Verbindung gebrachten Offerten an das „Volk“, in Form von KdF-Reisen, verbesserten Arbeitsbedingungen, Erholungsangeboten, erweiterter Mobilität durch das Sparen auf ein Auto hin und dergleichen.⁶⁶ Weitere Parallelen zu zuvor aufgezeigten Tendenzen der nationalsozialistischen Propaganda sind ebenfalls kein Zufall: „Mein Kampf“ wurde in den 1930er-Jahren zu einem Bestseller in Japan.⁶⁷

Über Propaganda soll ein soziales Bewusstsein hervorgerufen werden, das auf die Existenz des Menschen in der Gesellschaft bestimmend wirkt. Koyama bemerkt hierzu:

„Ebenso wie es bereits Aristoteles formulierte, sind Menschen soziale Wesen. Sie können kein von der Gesellschaft vollkommen unabhängiges Leben führen. Zweierlei diesem Prinzip widerstrebende Kräfte bilden das Ich sowie die dem Eigeninteresse dienende Gruppierung, die beide den sozialen Aufstieg anstreben. Ursprünglich ist der Mensch jedoch kein Wesen, das vollkommen individuell denkt, fühlt und handelt und eine rein aus Eigennutz motivierte Tätigkeit ausführt. Vielmehr lässt er sein Dasein sofern möglich bestimmen durch das, was durch die Masse festgelegt wurde. Dieses Phänomen gründet auf seinem Drang, einer Existenz außerhalb der Gesellschaft zu widerstreben, auf seinem sein Differenzierungsvermögen begleitenden gesellschaftlichen Ichbewusstsein.“⁶⁸

„Propaganda stellt ein neues Verhältnis zur Gesellschaft her. Sie ist keinesfalls eine automatisierte Wiedergabe von Bedürfnissen und Anschauungen. Sie schafft ein den realen Gegebenheiten entsprechendes Gesellschaftsverständnis, das dem sozialen Ichbewusstsein ein Fundament verleiht. Das durch die Propaganda entworfene Bild tritt erneut in Erscheinung als ein Selbstbild. Dieses Selbstbild manifestiert sich im praktischen Willen, der auf die geistige Ermutigung sowie den Kampf der Weltanschauungen hin ausgerichtet ist.“⁶⁹

Die erste zitierte Passage ist eine Erläuterung der bereits in Koyamas Einleitung erkennbaren Ansicht, dass Propaganda in erster Linie der „Überwindung“ individueller und gruppeninterner Interessen diene. Als Autoritätsar-

⁶⁵ Kushner (2006): S. 9.

⁶⁶ Sösemann (2011): S. LV f.

⁶⁷ Kuwabara (1987): S. 138.

⁶⁸ Koyama (1937): S. 31.

⁶⁹ Koyama (1937): S. 32.

gument nutzt er hierbei einen Verweis auf Aristoteles' Aussage von der gesellschaftlichen Natur des Menschen. Allerdings lässt Koyama hier außen vor, dass Aristoteles in seiner „Nikomachischen Ethik“ gleichsam bemerkt, dass

„zwischen *Mann* und *Frau* von Natur aus ein Verhältnis der Freundschaft oder der Liebe zu bestehen [scheine]. Denn der Mensch [sei] von Natur noch mehr zur ehelichen als zur bürgerlichen Gemeinschaft bestimmt, da die Familie früher und notwendiger [sei] als der Staat und die Fortpflanzung allen Sinnenwesen gemeinsam [sei].“⁷⁰

Bedenkt man diese Einschränkung, dann erscheint der sich in der Taishō-Zeit (1912–1926) vollziehende Kampf um ein allgemeines Wahlrecht, somit ein gleiches Wahlrecht von Mann und Frau, eher im Sinne des hier angesprochenen aristotelischen Menschenbildes als Koyamas Streben nach der Aufhebung gesellschaftlicher Gegensätze. Seine Aussagen können zudem als Kritik am neuzeitlichen Liberalismus sowie Individualismus gelesen werden, den Kushner neben der Demokratie als eines der Feindbilder japanischer Propaganda der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) ausmacht.⁷¹ Sie lassen ebenfalls Parallelen zur Propaganda des Nationalsozialismus erkennbar werden: Hier wie dort sollen individuelle Interessen zugunsten der Gemeinschaft zurückgestellt oder gänzlich aufgegeben werden, hier wie dort werden liberale Anschauungen abgelehnt zugunsten staatlicher Eingriffe in die Freiheit des Einzelnen. Ihre Vollendung sollte diese Entwicklung in der Verwirklichung der nationalsozialistischen „Volksgemeinschaft“ als „Antithese zur bürgerlich-liberalen Gesellschaftsauffassung“⁷² finden.

Unter Berücksichtigung des theoretischen Hintergrundes der Arbeit lassen sich weitere Beobachtungen anstellen: Koyamas Bemerkung, dass das von der Propaganda geschaffene Bild sich als „Selbstbild“ des Individuums zeige und dieses wiederum sich im „praktischen Willen“ offenbare, ist eine metaphorische Umschreibung dessen, was unter Verweis auf Peirce erläutert wurde. Der „praktische Wille“ kann als ein zusammenfassender Ausdruck für folgende Wirkungsweisen eines Zeichens aufgefasst werden: des energetischen, dynamischen Interpretanten als der „Wirkung eines Zeichens in Form einer Handlung, einer ‚körperlichen oder geistigen Anstrengung des Interpreten“⁷³ zum einen, des logischen, normalen finalen Interpretanten als „Denkgewohnheit, die gewohnheitsmäßige Korrelation eines Repräsentans mit einem Objekt und schließlich auch als Veränderung des Denkens, als Verhaltensveränderung“⁷⁴ zum anderen. Propaganda strebt somit nach der höchstmöglichen Wirkung, denn sie operiert mit dem Ziel, über den emo-

⁷⁰ Aristoteles (1972): S. 202 f.

⁷¹ Kushner (2002): S. 13.

⁷² Pohl (2012): S. 70.

⁷³ Nöth (1985): S. 38.

⁷⁴ Nöth (1985): S. 38.

tionalen Interpretanten nach Peirce hinauszugehen. Dies wiederum verbindet Koyamas Ausführungen mit denen Stiewes zum Leser im NS-Staat, die oben auf ähnliche Weise interpretiert wurden.

Als Charakteristikum japanischer Propaganda wurde vorangehend bemerkt, dass auch die Rezipienten zur Gestaltung und Verbreitung beigetragen haben.⁷⁵ In Koyamas Abhandlung lassen sich Informationen darüber finden, auf welche Weise sich die japanische Bevölkerung beteiligen sollte. Ein wichtiges Element bilden hierbei, auch mit Blick auf Kinder und Jugendliche, die folgenden acht Arten der Propaganda der „Heimatfront“:

„Als Arten der Propaganda der Heimatfront können gelten:

1. die Förderung von Kaisertroue und Vaterlandsliebe,
2. das Abschiednehmen von aktiven Soldaten, Krankenbesuche durch die Familien,
3. Sendungen aus der Heimat an die Soldaten auf dem Schlachtfeld, Ausdruck der Ermutigung und Dankbarkeit an die Soldaten durch die Zusendung von Briefen,
4. die Belieferung mit Kriegsmaterial und die Verbreitung kriegsrelevanten Wissens, die Durchführung militärischer Übungen,
5. Beileidsbezeugungen gegenüber Gefallenen, Beileidsbesuche bei den Familien Gefallener und Verwundeter, Krankenbesuche bei Verwundeten, Gastfreundschaft gegenüber Soldaten im Urlaub,
6. Entgegenwirken aufgrund von Spionage, haltlosen Gerüchten usw. entstehender Unruhe, Verhinderung von Streiks und Ausschreitungen, Wachsamkeit gegenüber der Entstehung von Anti-Kriegs-Auffassungen,
7. Lebensmittel- und Preiskontrolle und Vergrößerung der Menge industrieller Rohstoffe,
8. Luftschutz, Aufrechterhaltung der öffentlichen Sicherheit, Aufrechterhaltung der nationalen Einheit.

Durch die Erfüllung dieser und ähnlicher Aufgaben ist die gesamte Nation zur Kooperation angehalten.“⁷⁶

Wie anhand späterer Bildanalysen deutlich wird, dienten Teile der *Shashin shūhō* dazu, Kinder und Jugendliche zum „Dienst an der Heimatfront“ aufzufordern, zum Besuch kranker Soldaten und Familienmitglieder, zum Verfassen von Briefen, die an die Front gesendet wurden. Zudem finden sich Abbildungen, auf denen Kriegserfolge in Form von Eroberungen zum auch von Kindern frenetisch gefeierten Massenerlebnis werden (siehe Kapitel 6.5.).

Die zuvor zitierte Aussage Kushners, dass die japanischen Propagandisten der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) mehrheitlich um eine Kontrolle der Wirkung ihrer Propaganda mittels Umfragen bemüht gewesen seien,⁷⁷ lässt sich auf theoretischer Ebene durch die folgende Bemerkung Koyamas bestätigen:

⁷⁵ Kushner (2002): S. 2.

⁷⁶ Koyama (1937): S. 403 f.

⁷⁷ Kushner (2002): S. 2, 15 f.

„Wirkungen von Propaganda können gedanklich unterteilt werden in ganzheitliche Wirkungen, lokale Wirkungen sowie individuelle Wirkungen. Die in der Bevölkerung verbreiteten Propagandamittel erzielen allesamt nicht immer die angestrebte Wirkung. Demgemäß ist es erforderlich, dies so präzise wie möglich zu überprüfen, auch, um als Material für die Planung künftiger Propaganda zu dienen.“⁷⁸

Koyamas Interesse an anderen Kulturen wird dazu beigetragen haben, dass seine Überlegungen zur bestmöglichen Gestaltung von Propaganda sich keinesfalls auf Japan beschränken. In einem 1943 publizierten Sammelband der Japanischen Gesellschaft für Propaganda namens „Propagandistische Kriegsführung“ äußert er sich stellvertretend für die „Forschungsgruppe zu Bevölkerungsproblemen“ im 1938 begründeten Ministerium für Gesundheit und Soziales⁷⁹ umfangreich zum Thema „Die verschiedenen Völker Ostasiens und die Propaganda“. Japan wird als ein zum Wohle aller Nationen „Großostasiens“ Krieg führendes Land inszeniert, das in seinen Bestrebungen von den anderen Ländern zu wenig Unterstützung erhalte. Unter anderem heißt es:

„In der Tat kämpft unser Land Japan unter viel Blutvergießen für die Befreiung Asiens. Diesbezüglich widerstrebt es zutiefst unseren Grundsätzen, dass die zahlreichen Völker Ostasiens wie Zuschauer umher stehen. Mit anderen Worten: Wenn die Völker Ostasiens uns nicht freundlich gesinnt sind, mit uns vereint in der Feindschaft zu Großbritannien und den USA im Kampf um die Befreiung Asiens, dann wird meiner Überzeugung nach die Vollendung der ‚Ostasiatischen Wohlstandszone‘ ein Ding der Unmöglichkeit.“⁸⁰

Um diesen Zustand zu ändern, so Koyama weiter, sei Propaganda das entscheidende Mittel:

„Die Errichtung der ‚Ostasiatischen Wohlstandszone‘ wird zuallererst daran zu bemessen sein, inwieweit sie die Herzen der Völker Ostasiens zu gewinnen vermag. Wenn wir auch die Vollendung derselbigen hieran bemessen, so wird das Völkerproblem zu unserem dringendsten Problem, die Gewinnung der Herzen der Völker Ostasiens, mit anderen Worten die Produktion von Propaganda als ein Teil der Völkerpolitik.“⁸¹

Erneut fühlt man sich hier an die Worte Yokomizos erinnert, welcher zur „ideologischen Kriegsführung“ bemerkt, dass sie „die Berichtigung der Wahrnehmungen Außenstehender [beinhalte], sodass sich deren Haltung zu [Japans] Gunsten entfalte.“⁸²

⁷⁸ Koyama (1937): S. 405.

⁷⁹ Koyama (1943): o. S.

⁸⁰ Koyama (1943): S. 32 f.

⁸¹ Koyama (1943): S. 33.

⁸² Yokomizo (1938): S. 1.

3.3. DIE ROLLE DES *NAIKAKU JŌHŌBU* UND *NAIKAKU JŌHŌKYOKU* SOWIE WEITERER INSTITUTIONEN

Eine dominante Epocheneinteilung japanischer Geschichte sieht es vor, der Meiji-Zeit (1868–1912) einen obrigkeitsstaatlichen Charakter zuzuschreiben, die Taishō-Zeit (1912–1926) als eine Phase der Demokratie und des Liberalismus zu charakterisieren, und gleichsam beide von einer Phase politischer Repression, der frühen Shōwa-Zeit (1926–1945, die späte Shōwa-Zeit endet 1989), abzugrenzen. Diese Periodisierung muss jedoch bei Betrachtung medialer Zensurmechanismen in der Geschichte Japans insofern infrage gestellt werden, als dass die Ursprünge medialer Kontrolle der frühen Shōwa-Zeit bereits in der Meiji-Zeit zu finden sind. Insbesondere mit der Modernisierung der Drucktechnologie einhergehend sah sich die Meiji-Regierung bestrebt, unliebsame Meinungen zu kontrollieren und zu unterbinden.⁸³ Die Jahre von 1939 bis 1945 schließlich betrachtet Nona Carter in ihrer Dissertation zu japanischen Kinder-Zeitschriften als eine Zeit, in welcher jedes Werk der für sie im Zentrum stehenden Quellengattung unter strikter militärischer Kontrolle entstanden sei. In den frühen 1940er-Jahren habe sich die Zensur nochmals intensiviert. Anlass hierfür sei ein Zensurgesetz des Jahres 1938 gewesen, die so genannte „Richtlinie zur Läuterung von Kinderliteratur“ (*jidō yomimono junka hyōtei*, 児童読み物純化評定). Vor allem mit Blick auf den Untersuchungszeitraum dieser Arbeit ist somit bei Betrachtung zeitgenössischer Quellen stets danach zu fragen, was dem Gestaltungswillen des Autors entsprochen haben mag und was nicht.⁸⁴

Eine detailliertere Darstellung der für die Untersuchung der *Shashin shūhō* relevanten Maßnahmen zur Organisation von Propaganda und Zensur sollte spätestens mit dem Jahr 1935 ansetzen und sich auf die in den Folgejahren gegründeten Institutionen *Naikaku jōhōbu* und *Naikaku jōhōkyoku*, die Herausgeber der *Shashin shūhō*, konzentrieren.⁸⁵ Ab dem 10. Januar 1935 wurde in dem Bestreben, Propaganda besser koordinieren zu können, eine Regierungsinstitution konzipiert, an deren Spitze der Premierminister stand: das *Naikaku jōhō iinkai* (内閣情報委員会, „Informationskomitee des Kabinetts“).⁸⁶ Die endgültige Errichtung dieser unmittelbar der Regierung unterstellten Institution aufgrund eines amtlichen Erlasses datiert Chamoto auf Juli 1936. Ziel des Ministeriums war zwar nach außen hin die Koordination des Alltagsgeschäftes der verschiedenen Ministerien, im Kern ging es jedoch um die Beschränkung der Redefreiheit der Massenmedien und um die Planung staatlicher Propa-

⁸³ Carter (2009): S. 27.

⁸⁴ Carter (2009): S. 126, 153.

⁸⁵ Carter nennt weitere Institutionen der Zensur im Japan ab 1940, die jedoch für diese Untersuchung nicht von zentralem Interesse sind (Carter (2009): S. 155–157).

⁸⁶ Kushner (2002): S. 41.

ganda.⁸⁷ Sechs zentrale Ziele benennt Kushner in seiner Dissertation: die einheitliche Planung aller propagandistischen Bemühungen, Analysen japanischer und ausländischer Propaganda, Nachforschungen zum *shisōsen* (思想戦, „ideologische Kriegsführung“), Hilfestellung für Ministerien bei der Koordination von Propaganda, Dienste zum Schutz der öffentlichen Meinung sowie die Aufrechterhaltung des Kontaktes mit den Medien und Zielinstitutionen nach außen gerichteter Propaganda.⁸⁸ Auskunft über seine Aktivitäten gab das *Naikaku jōhō iinkai* ab dem 21. September 1936 mittels der wöchentlich erscheinenden Zeitschrift *Shūhō* (週報, „Wochenschrift“), welche später durch die *Shashin shūhō* ergänzt werden sollte. Die Leserschaft der *Shūhō* stieg im Verlauf des Krieges kontinuierlich an und erreichte im März 1943 fast 1,5 Millionen Leser.⁸⁹

Im September 1937 erfolgte die Umbildung des *Naikaku jōhō iinkai* zum *Naikaku jōhōbu*.⁹⁰ Im Dezember 1940 wurde die Vereinheitlichung und Erweiterung zum *Naikaku jōhōkyoku* vollzogen.⁹¹ Direktor Yokomizo Terumitsu definiert am 1. Juli 1937 drei zentrale Ziele des *Naikaku jōhōbu*, die Kushner folgendermaßen formuliert: „to ,coordinate communication concerning basic information relating to the implementation of national policies, organize communications regarding foreign and domestic information, and manage communications pertaining to enlightenment Propaganda.“⁹² Earharts Be-

⁸⁷ Chamoto (1986): S. 320.

⁸⁸ Kushner (2002): S. 41 f.

⁸⁹ Kushner (2002): S. 45 f.

⁹⁰ Kushner (2002): S. 42.

⁹¹ Chamoto (1986): S. 320. Ich habe mit Hinblick auf die Gründungszeitpunkte der drei genannten Institutionen die mir am sinnvollsten erscheinende Variante gewählt, da ich in der Forschungsliteratur auf Widersprüche gestoßen bin: Kushner nutzt die Bezeichnung *Naikaku jōhōbu* für den September 1937, einige Monate später sei jedoch bereits das *Naikaku jōhōkyoku* gegründet worden (Kushner (2002): S. 42). Chamoto hingegen setzt die Gründung des *Naikaku jōhō iinkai* auf Juli 1936 an, die Umbildung zum *Naikaku jōhōbu* auf September 1938 (Chamoto (1986): S. 320).

Eindeutig für Kushner spricht, dass die *Shashin shūhō* bereits in ihrer Erstausgabe (16.2.1938) vom *Naikaku jōhōbu* als Herausgeber spricht (*Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [1]) und ebenso von einer Umbildung des *Naikaku jōhō iinkai* zum *Naikaku jōhōbu* im Herbst 1937 geredet wird (*Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [22]). Zudem ist anzuführen, dass Earhart ebenso das Cabinet Information Bureau als Herausgeber der Zeitschrift insgesamt benennt (Earhart (2008): S. xiv). Auch Shimizu spricht bereits im September 1937 von einer Erweiterung und Umbildung hin zum *Naikaku jōhōbu* (Shimizu (2008): S. 2). Ich spreche folglich mit Bezug zum Jahr 1938 stets vom *Naikaku jōhōbu* und mit Bezug zum Jahr 1943 stets vom *Naikaku jōhōkyoku* als Herausgeber und lege den im Text oben beschriebenen zeitlichen Ablauf zugrunde.

⁹² Kushner (2002): S. 45. Auf der von Kushner angegebenen Seite des von ihm genannten Werkes lässt sich die von ihm übersetzte Passage nicht auffinden (Okudaira (1992): S. 73). Der Autor bezieht sich wahrscheinlich auf Ausführungen, die sich zwei Seiten vorher in einem Dokument zur zweiten Generalversammlung des *Naikaku jōhō iinkai* vom 1.9.1937 finden lassen:

schreibung fällt sehr viel konziser aus. Für ihn war die zentrale Aufgabe des *Naikaku jōhōbu* „drumming up morale and convincing people that the war was good and right, and, above all else, winnable“.⁹³ Diese Definition wird zur Grundlage des Narrativs seines Werkes, das konsequenterweise den Titel „Certain Victory“ trägt.⁹⁴

Zweifelsohne war das *Naikaku jōhōbu* um eine positive Außendarstellung und den Anschein einer Transparenz der Abläufe bemüht. Es strebte danach, den Vorwurf der Täuschung und Manipulation weiter Teile der Bevölkerung zu relativieren, wie folgende Quellenauszüge untermauern: In einem von diesem unter dem Titel „Was ist das Naikaku jōhōbu für eine Einrichtung?“⁹⁵ 1939 herausgegebenen, etwa 30-seitigen Band wird unter der Überschrift „Zur Bedeutsamkeit der Nachrichtenpropaganda“⁹⁶ bereits zu Anfang impliziert, dass das *Naikaku jōhōbu* als eine Institution zur Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse operiere:

„Das Verlangen nach Neuigkeiten ist seit jeher Bestandteil menschlichen Wesens. Egal wie klein die menschliche Gesellschaft auch sein mag: Von Anfang an war es so, dass Neuigkeiten im Nu verbreitet wurden, von Mund zu Mund, von Ohr zu Ohr. Mit der Weiterentwicklung unserer Kommunikationsmittel erweiterte sich der Bereich, in den Neuigkeiten gelangen, in aufsehenerregender Weise. Zeitlich erfolgte die Verbreitung nun ebenfalls sehr viel schneller.“⁹⁷

Dass man Propaganda produziere, wird nicht bestritten. Zum seitens der Öffentlichkeit erhobenen Vorwurf der Täuschung entgegnet man, „Propaganda“ folgendermaßen in Relation zur „Nachricht“ setzend:

„Ganz gleich, ob es sich um inländische oder ausländische Gegebenheiten handelt, beinhaltet der Ausdruck ‚Nachricht‘ die Erlangung von Neuigkeiten zu einem bestimmten Ereignis. [...] Zwar neigt die Öffentlichkeit dazu, in ‚Propaganda‘ eine irgendwie geartete Tendenz hin zu Übertreibung und Täuschung zu er-

「情報委員会官製に書いてある「各庁情勢に関する重要事務の電絡調整を掌る」と云ふ情報委員会の職務は、別の閣議決定に依り三大別して「国策遂行の基礎たる情報に関する電絡調整」「内外情報に関する電絡調整」「啓発宣伝に関する電絡調整」となっておりますことは既に御承知の通りであります。」(Okudaira (1992): S. 71).

Zudem zeigt ein Blick in das entsprechende Werk, dass die von Yokomizo Terumitsu genannten Ziele letztlich eingebunden wurden in eine Verordnung des *Naikaku jōhōbu* vom 25.9.1937, die ich an dieser Stelle wiedergebe:

「内閣情報部官製「昭和十二年九月二十五日公布. 勅令第五百十九号」

第一条 内閣情報部ハ内閣総理大臣ノ管理ニ属シ左ノ事項ニ関スル事務ヲ掌ル

一 国策遂行ノ基礎タル情報ニ関スル各庁事務ノ電絡調整

二 内外情報ニ関スル各庁事務ノ電絡調整

三 啓発宣伝ニ関スル各庁事務ノ電絡調整

四 各庁ニ属セザル情報蒐集、情報及啓発宣伝」(Okudaira (1992): S. 88).

⁹³ Earhart (2008): S. 3.

⁹⁴ Earhart (2008).

⁹⁵ Naikaku jōhōbu (1939).

⁹⁶ Naikaku jōhōbu (1939): S. 1.

⁹⁷ Naikaku jōhōbu (1939): S. 1.

kennen. Jedoch muss wahre Propaganda ‚danach streben, wahre Sachverhalte zur Erreichung eines bestimmten Ziels möglichst weit zu tragen und allgemeines Verständnis und Anklang zu finden.‘ Mit anderen Worten: Der Propaganda ist es inhärent, in der Öffentlichkeit verbreitet zu werden. Sie dient innerhalb und außerhalb des Reiches dem Streben nach wahren Sinn, der Ausbreitung der Politik in der breiten Bevölkerung, der Gestaltung der öffentlichen Meinung. Man kann sagen, dass hierin die eigentliche Bedeutung staatlicher Propaganda besteht. Sprechen wir daher von aufklärerischer Propaganda, so ist dies nichts anderes als ein Mittel zur Vorbeugung obiger Missverständnisse.“⁹⁸

In Ausgabe 1 der *Shashin shūhō* werden unter dem Titel „Zusammensetzung des Naikaku jōhōbu“ („*Naikaku jōhōbu no soshiki*“, 「内閣情報部の組織」) nicht nur Aufbau und Aufgaben des *Naikaku jōhōbu* beschrieben.⁹⁹ In derselben Ausgabe heißt es unter dem Titel „Worte zur Erstausgabe“ („*Sōkan no kotoba*“, 「創刊の言葉」), einer Überschrift, die vermutlich bewusst derart allgemein gehalten ist, um eine Lektüre durch möglichst viele Leser zu gewährleisten, wie folgt:

„Als im vergangenen Herbst der bisherige *Naikaku jōhō iinkai* als *Naikaku jōhōbu* reorganisiert wurde, setzten Teile der Weltöffentlichkeit dies mit einem Schritt hin zur Errichtung eines ‚Propagandaministeriums‘ gleich. Auch wenn wir in diesem Sinne die *Shashin shūhō* in die Welt entsenden, so möchten wir, dass sie zudem als wichtige Unterstützung der Bildpropagandapolitik im In- und Ausland, die dem *Naikaku jōhōbu* einen weiteren Schritt nach vorne ermöglicht, aufgefasst wird.“¹⁰⁰

Die weitreichenden Befugnisse des *Naikaku jōhōbu* bzw. *Naikaku jōhōkyoku* beruhen unter anderem auf Artikel 20 des Volksmobilisierungsgesetzes (*kokka sōdōin hō*, 国家総動員法) von Anfang 1938. Bis zu dieser Zeit oblag die Kontrolle der Druckerzeugnisse der Zuständigkeit des Innenministers. Mit Inkrafttreten des Artikels 20 lag alles, was die nationale Mobilmachung betraf, in der Zuständigkeit des Premierministers. Die praktische Umsetzung oblag damit dem *Naikaku jōhōbu*. Dieses konnte somit nach Gutdünken Presse und Publikationen kontrollieren.¹⁰¹ Mit der Umwandlung des *Naikaku jōhōbu* zum *Naikaku jōhōkyoku* ging eine erneute Befugnisserweiterung einher, die die schnelle Umsetzung der geistigen Erbauung, propagandistischen Beeinflussung und Vereinheitlichung des Volkes zum Ziel hatte.¹⁰²

⁹⁸ *Naikaku jōhōbu* (1939): S. 2 f.

⁹⁹ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [22].

¹⁰⁰ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [22]. Auch Shirayama behandelt diesen Text in einem seiner Werke (Shirayama (2004): S. 56 f.).

¹⁰¹ Chamoto (1986): S. 322, 324. Chamoto redet an dieser Stelle von Befugnisserweiterungen des *Naikaku jōhōkyoku* mit dem Gesetz von Anfang 1938, obwohl dieses erst ab 1940 existierte. Hier ist also vermutlich das *Naikaku jōhōbu* gemeint. Das Volksmobilisierungsgesetz ist jedoch, wie Kai bestätigt, auf Mai 1938 zu datieren (Kai (2012): S. 50).

¹⁰² Hosaka (2011): S. 5.

Das *Naikaku jōhōkyoku* hatte drei Funktionen: Es diente zur kulturellen Gleichschaltung nach innen, betrieb Propaganda nach außen und war Zentrum ideologischer Kriegsführung nach innen und außen. Es überbot im Hinblick auf Komplexität seinen Vorläufer, das *Naikaku jōhōbu*: Mehr als 600 Personen waren hier in fünf Abteilungen und fünfzehn Unterabteilungen beschäftigt. Die Aufgabenbereiche der einzelnen Abteilungen lauteten wie folgt: (1) Planung, Information, Koordinierung, (2) Inlandsberichterstattung (Zeitungsnachrichten, Zeitschriftenherausgabe, Rundfunk), (3) Auslandsberichterstattung, Propaganda, Kulturplanung, (4) Zensur, Herausgabe, (5) Inlandskultur, Propaganda, Koordinierung. Die Belegschaft bestand aus Kabinetts- und Regierungsbeamten, Beamten des Innenministeriums und Zeitungsjournalisten, auf bedeutsamen Posten waren jedoch zumeist aktive Offiziere. In der unter anderem mit der Herausgabe der *Shashin shūhō* betrauten Abteilung 2 des *Naikaku jōhōkyoku* waren neben dem Abteilungsleiter selbst innerhalb der drei Unterabteilungen oft bis zu zwei Leitungsposten Militärs zugewiesen.¹⁰³ Aktiv war die Institution bis zum Tag der Kriegsniederlage.¹⁰⁴

Wie funktionierte Zensur innerhalb und außerhalb des *Naikaku jōhōkyoku*? In Nachahmung der Informationsabteilungen der Land- und Seestreitkräfte führten die Militärs jeden Monat eine, oder mitunter zwei, Versammlungen aller verantwortlichen Redakteure durch, ab und an gemeinsam mit Direktor und Vorstand. Auf diesen Besprechungen wurden verbotene Themen sowie Vorschriften bezüglich zu publizierender Inhalte mitgeteilt. Zudem wurden monatliche Publikationen besprochen, in diesem Kontext Kritik an unerwünschten Veröffentlichungen geäußert, sowie Eingriffe in die redaktionelle Inhaltsgestaltung vorgenommen.¹⁰⁵ Parallelen zu den Pressekonferenzen im Dritten Reich sind hierbei unverkennbar. Ab Mai 1941 wurde die Vorzensur dahingehend modifiziert, als dass zum Zehnten jedes Monats Berichte über die inhaltliche Gestaltung künftiger Publikationen einzureichen waren. Zahlreiche Artikel wurden somit bereits vor Drucklegung aus den Plänen der Herausgeber gestrichen. Dies betraf auch Herausgeber außerhalb des *Naikaku jōhōkyoku*.¹⁰⁶

Ebenso Einfluss darauf, ob Artikel oder ganze Werke publiziert wurden, hatte das Vorhandensein oder Nichtvorhandensein von Arbeitskräften, Druckertinte und Papier. Mit dem Volksmobilisierungsgesetz von 1938 war Ende 1941 eine legale Grundlage geschaffen, um Verlage zu schließen. Zu jenem Zeitpunkt war jedoch die japanische Presse bereits durch Polizeigewalt und staatliche Kontrolle der Papierversorgung dezimiert worden.¹⁰⁷ Wie bedeutend die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen für die japanische Pro-

¹⁰³ Chamoto (1986): S. 320.

¹⁰⁴ Chamoto (1986): S. 321.

¹⁰⁵ Chamoto (1986): S. 321.

¹⁰⁶ Carter (2009): S. 155.

¹⁰⁷ Carter (2009): S. 156.

paganda des Pazifischen Krieges (1941–1945) gewesen sein muss, beweist der Umstand, dass im Jahr 1944, einer Zeit, in welcher die Papiernachfuhr bedeutend geringer wurde, alle Farbdrucke verboten waren, mit Ausnahme der Kinderzeitschriften.¹⁰⁸

Letztendlich, so resümiert Kushner in seiner Dissertation unter Bezugnahme auf das *Naikaku jōhōkyoku*, habe es zwar nicht den Wirkungsgrad seines Vorbildes, des deutschen Propagandaministeriums, erreicht, sei jedoch nicht gering zu schätzen. Propaganda habe in Japan andere Mechanismen bedient als dies in Deutschland der Fall gewesen sei. Der bereits vorangehend erwähnten undurchsichtigen Beziehung von Regierung und Nicht-Regierungs-Organisationen komme hierbei eine besondere Rolle zu.¹⁰⁹ Allerdings habe die zunehmende Rivalität dieser Institutionen untereinander die Effizienz der Regierungsorgane geschwächt.¹¹⁰

Eine im Untersuchungszeitraum dem *Naikaku jōhōbu* und *Naikaku jōhōkyoku* untergeordnete Institution, die für die Untersuchung zusätzlich von besonderer Bedeutung ist, bildet der von Juli 1938 bis 1945 existierende *Shashin kyōkai* (写真協会, „Verein für Fotografie“), der sich der Förderung fotografischer Propaganda widmete.¹¹¹ Gegründet wurde die Institution von Hayashi Ken'ichi, einem bedeutenden Propagandisten der Zeit und dem späteren Planer der Erstausgabe der *Shashin shūhō*. Es mag daher kaum verwundern, dass der *Shashin kyōkai* in der Anfangsphase der *Shashin shūhō* dieser zur Herausgabe diene.¹¹² Grund der Schaffung des *Shashin kyōkai* bildete gemäß Hayashi die antijapanische Bildpropaganda der Chinesen im Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945), der man eigene japanische Bildpropaganda entgegensetzen wollte.¹¹³ Auf Hayashis Verständnis von Fotopropaganda wird im weiteren Verlauf der Arbeit noch näher eingegangen.

Zudem wurde im Juli 1938 anlässlich der erstmaligen Herausgabe der *Shashin shūhō* die *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* (青年報道写真研究会, „Gemeinschaft junger Leute zur Erforschung der Pressefotografie“) etabliert, eine Institution, der unter anderem die Fotografen Umemoto Tadao und Domon Ken angehörig waren,¹¹⁴ und die sich dem „fotografischen Dienst am Vater-

¹⁰⁸ Carter (2009): S. 167; Earhart (2008): S. 203.

¹⁰⁹ Kushner (2002): S. 46 f.

¹¹⁰ Kushner (2002): S. 56.

¹¹¹ Matsuda (2003): S. 375.

¹¹² Torihara (2013): S. 76 f.

¹¹³ Shirayama (2004): S. 54. Weitere Aussagen zur chinesischen Bildpropaganda sind hier ebenso zu finden. Beispielsweise wird Hayashi dahingehend zitiert, dass ein Bild eines etwa eineinhalbjährigen Kindes als „Beweis“ japanischer Kriegsgräuelt verbreitet worden sei. In einem Beitrag von 1943 allerdings spricht er vom Bild eines drei- bis vierjährigen Kindes, das für antijapanische Propaganda genutzt worden sei (Hayashi (1943 II): S. 114).

¹¹⁴ Inoue (2009): S. 184.

land“ verschrieb.¹¹⁵ In der Septemбераusgabe der „Photo Times“ („Foto taimusu“, 「フォトタイムス」) des Jahres 1938 findet sich eine Anzeige, in der nicht nur die Satzung der Gruppe abgedruckt ist, sondern auch sämtliche zu dem Zeitpunkt der Gruppe zugehörigen Mitglieder. Zu deren Ambitionen heißt es dort:

„Um dem sich in Not befindlichen Japan zur Hilfe zu eilen, erhoben sich junge Menschen im Dienste der nationalen Politik, die Kamera in Händen. Die Vermittlung des wahrhaftigen Japan, die Stärke der Heimatfront, der Fortschritt der Nation, das durch die Fotografie Ausdruck verliehene Gefühl von Vaterlandsliebe, sie alle flammten nunmehr auf.“¹¹⁶

Gleichsam wie die Fotografie in der Eröffnungsrede der Messe „Kamera“ von Joseph Goebbels in den Dienst der deutschen Nation gestellt wird (siehe Kapitel 2.4.), stellen die Mitglieder der *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* die Pressefotografie in den Dienst der japanischen Nation. Ein besonderer Wahrheitsgehalt des Mediums „Fotografie“ wird ebenso angedeutet, wenn von der „Vermittlung des wahrhaftigen Japan“ die Rede ist. Mit dem Verweis auf die „Heimatfront“ und der Betonung der Fortschrittlichkeit der japanischen Nation hingegen liegen für Propaganda und Propagandadiskurs Japans zur Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) gängige Inhalte vor.

Seit 1940 wurden in Japan zahlreiche weitere fotografische Vereinigungen gegründet. Je weiter die Mobilisierung für den Krieg voranschritt, umso mehr sahen sich Fotografen mit Einschränkungen konfrontiert, die den Charakter der Bildberichterstattung gänzlich veränderten. Kulturelle Inhalte wichen in der Auslandspropaganda militärischen Inhalten, die das hohe Niveau japanischer Truppen betonten. Mit Beginn des Pazifischen Krieges (1941–1945) verschärfte sich diese Tendenz erneut.¹¹⁷ Der 1940 etablierte *Hōdō gijutsu kenkyūkai* (報道技術研究会, „Verein zur Erforschung der Kunst der Berichterstattung“) arbeitete dem *Naikaku jōhōkyoku* zu,¹¹⁸ der nicht nur die Aktivitäten der Gruppe unterstützte, sondern auch einen Repräsentanten anlässlich der Eröffnungsfeier entsandte.¹¹⁹ Die Institution verschrieb sich der Produktion von Kriegspropaganda und beschäftigte zahlreiche vorher in der Werbung tätige Fotografen, darunter Imaizumi Takeji, Arai Seiichirō und Hara Hiromu. Die Künstler konnten somit ihr Werk fortsetzen, wenn auch nur zur Vermittlung einer nationalistischen Ideologie im Dienst des Staates.¹²⁰ Koyama Eizō war ebenfalls Mitglied und stieg ab 1944 zum Vorsitzenden auf.¹²¹

¹¹⁵ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 3.

¹¹⁶ *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* (1938): S. 25.

¹¹⁷ Torihara (2013): S. 80 f. Ein bedeutendes Beispiel für diese Tendenz bildet die Zeitschrift *Front*, die später genauer behandelt wird (Torihara (2013): S. 81).

¹¹⁸ Weisenfeld (2009): S. 22.

¹¹⁹ Kushner (2006): S. 72.

¹²⁰ Weisenfeld (2009): S. 22.

¹²¹ Kushner (2006): S. 69.

Eine weitere Vereinigung war der *Nihon hōdō shashin kyōkai* (日本報道写真協会, „Japanischer Verein für Pressefotografie“). Ab Dezember 1941 war er als Nachfolger des *Nihon hōdō shashinka kyōkai* (日本報道写真家協会, „Japanischer Verein der Pressefotografen“) direkt dem *Naikaku jōhōkyoku* unterstellt und unter anderem mit der Rationalisierung lichtempfindlichen Materials beauftragt.¹²² Außerdem existierte der *Dai Nippon shashin hōkokukai* (大日本写真報国会, „Großjapanischer Verein für den fotografischen Dienst am Vaterland“), ab Juli 1943 Nachfolger des *Kōa shashin hōkokukai* (興亜写真報国会, „Verein für den fotografischen Dienst am Vaterland zur Entwicklung der Länder Asiens“), der das Ziel verfolgte, eine patriotische Fotobewegung zu etablieren. Unter anderem sollten Familienfotos zu Soldaten an der Front gesendet werden.¹²³

3.4. FOTOJOURNALISMUS ALS INSTRUMENT JAPANISCHER PROPAGANDA: EIN ÜBERBLICK

Die Geschichte japanischer Fotografie seit den 1850er-Jahren ist eng verbunden mit der westlichen Fotografie.¹²⁴ Starken Einfluss auf den Beginn des Fotojournalismus in Japan übte jedoch vor allem die deutsche Fotografie aus. Dementsprechend beginnt Shirayama seine Monografie zu „Pressefotografie und Krieg“ aus dem Jahr 2014 mit den Worten: „Bei dem Wort *hōdō shashin* handelt es sich um eine Übersetzung des deutschen Wortes ‚Reportagefoto‘. Der Ausdruck zielt auf die unter anderem in illustrierten Zeitschriften zu findenden Bildfolgen zur Vermittlung von Sachverhalten ab.“¹²⁵ Für den Zeitraum von den 1920er-Jahren bis 1945 benennt Karen M. Fraser vier zentrale Strömungen japanischer Fotografie: Piktorialismus, Modernismus (Avantgarde), Realismus und Propaganda, wobei für die Jahre 1937 bis 1945 eine Dominanz letzter beider festzustellen sei.¹²⁶ Joe Takeba hingegen setzt die japanische Ära des Modernismus auf die Jahre 1924 bis 1945 an.¹²⁷ Charakteristisch für den Wandel japanischer Fotografie insgesamt sei laut Takeba in den

¹²² Matsuda (2003): S. 373.

¹²³ Matsuda (2003): S. 370. Siehe Fraser für weitere Informationen zum *Kōa shashin hōkokukai*, dessen aktiven Zeitraum sie allerdings im Gegensatz zu Matsuda auf die Jahre 1940 bis 1945 datiert und somit die 1943 erfolgte Umbenennung nicht berücksichtigt (Fraser (2011): S. 62). Toriharas Ausführungen ist lediglich indirekt zu entnehmen, dass der *Kōa shashin hōkokukai*, neben anderen Gruppierungen, 1940 etabliert wurde, was hier keine Klärung schafft (Torihara (2013): S. 80).

¹²⁴ Tucker (2003): S. 5. Torihara setzt sich in seiner Monografie die Herausarbeitung des westlichen Einflusses auf Japan zum Ziel, sodass hier weitere Details zu finden sind (Torihara (2013): S. i).

¹²⁵ Shirayama (2014): S. 9.

¹²⁶ Fraser (2011): S. 18.

¹²⁷ Takeba (2003): S. 144.

1930er-Jahren eine Entwicklung weg vom individuellen Ausdruck hin zur gesellschaftlichen Funktionalisierung des Bildes gewesen.¹²⁸ In jedem Fall bestand ein länderübergreifendes Interesse aller Kunstschaffenden, darunter auch Fotografen, im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) darin, das „Gute“ an der eigenen Nation zu definieren.¹²⁹ Für die 1920er- und 1930er-Jahre ist mit Blick auf Japan darüber hinaus die Bedeutung technischer Innovationen wie der Miniaturkamera (besonders der deutschen Leica) hervorzuheben.¹³⁰ Vor allen anderen tat sich als Leica-Fotograf Kimura Ihei hervor, der zum „Meister des Schnappschusses“ avancierte und über Japan hinaus Berühmtheit erlangte.¹³¹ In einer bereits zitierten Rede Joseph Goebbels' zur Eröffnung der Messe „Kamera“ 1933 bemerkt dieser:

„Das deutsche Volk marschiert als Erstes in der Technik; auch die deutsche Klein-kamera hat sich durch ihre ungewöhnlichen Vorzüge die ganze kultivierte Welt erobert; in allen Erdteilen wird mit ihr von Wissenschaftlern und Forschern, Vergnügungsreisenden und Gelehrten fotografiert.“¹³²

In der Tat gewannen im Japan der späten 1920er-Jahre deutsche Kameramodelle wie die Leica, Ikonta und Rollei erheblich an Einfluss. Zudem eröffnete Tashima Kazuo 1928 das erste deutsch-japanische Kamerafachgeschäft.¹³³ Insbesondere die Leica war über Deutschland hinaus verbreitet. Sie nutzte relativ schmale 35-mm-Negative und war aus diesem Grund zunächst nicht sehr beliebt unter japanischen Fotografen, weil sie der Überzeugung waren, dass nur Negative größeren Formats über zufriedenstellende Auflösung, Klarheit und Farbtiefe verfügten. Erstmals beworben wurde sie 1926 in einer Ausgabe der *Asahi Camera*. In der Folge erschienen vier verschiedene Leica-Modelle in Japan. Mit Ausbruch des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) erhöhte sich der Import von Leica-Kameras und anderer, mit 35-mm-Film operierender Modelle ebenso wie die Einfuhr von 35-mm-Filmen. Gleichzeitig wurden preiswerte europäische und amerikanische Modelle durch japanische ersetzt.¹³⁴ 1934 und 1935 setzte Japan die privatwirtschaftliche Einfuhr deutscher Kameras fort, sodass von einem schlagartigen Anstieg deutscher Import-Kameras gesprochen werden kann, darunter die „Leica III“, welche für 580 Yen verkauft wurde. Zudem wurde die Einfuhr von 35-mm-Film fortgesetzt.¹³⁵ Mit Beginn des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) und der Abstimmung der japanischen Wirtschaft auf den

¹²⁸ Takeba (2003): S. 145.

¹²⁹ Tucker (2003): S. 11.

¹³⁰ Torihara (2013): S. iii, 55.

¹³¹ Kai (2014): S. 59.

¹³² Goebbels (1933): S. 5.

¹³³ Tanaka/Miyabe (1991): S. 38.

¹³⁴ Tanaka/Miyabe (1991): S. 41–43.

¹³⁵ Tanaka/Miyabe (1991): S. 52.

Krieg unterlagen Import und Export von Kameras strengen Auflagen, was deren Zahl erheblich verringerte.¹³⁶

Ebenso nahm der Druck auf japanische Fotografen zu. Fotografie wurde in den Dienst der „Nation“ gestellt¹³⁷ und die Pressefotografie als Propagandamittel zur positiven Inszenierung Japans im Ausland genutzt.¹³⁸ Der Avantgarde-Begriff war scharfer Kritik ausgesetzt und seine japanische Entsprechung des *zen'ei* (前衛) wurde durch den Ausdruck *zōkei* (造形, „Formgebung“) ersetzt, einen Neologismus, der geschaffen wurde, um sich jedweder fremdsprachiger Konnotation zu entledigen. Aufspaltungen fotografischer Bewegungen waren unvermeidlich. Hinzu kam, dass eine sozialkritische Fotografie, wie sie in der Zeit davor noch existieren konnte, angesichts des zunehmenden Nationalismus und Militarismus nicht mehr möglich war.¹³⁹ Gleichsam war Fotografie als Mittel individuellen Ausdrucks nicht gerne gesehen. Ende der 1930er-Jahre war der Fotojournalismus endgültig in Japan etabliert und diente als Mittel zur Glorifizierung der japanischen Nation. Auch *zōkei*-Fotografen passten sich an und wandten sich der Konstruktion eines nationalen Mythos zu, etwa mittels volkscundlicher oder architektonischer Motive.¹⁴⁰ Seit 1940 begann die japanische Regierung mit der Zensur fotografischer Magazine und unabhängiger Fotografenvereinigungen. Von 1941 bis 1945 wurden nur noch von den Autoritäten zugelassene Werke publiziert.¹⁴¹

Photogravüre findet sich erstmals in Japan in zwei 1921 in Ōsaka publizierten Zeitungen, Collagen wurden ebenfalls bereits in den 1920er-Jahren verwendet.¹⁴² Dennoch befand sich die Drucktechnik in Japan Anfang der 1930er-Jahre noch in der Entwicklung, Zeitschriften enthielten nur wenige Abbildungen.¹⁴³ Dies waren die Ausgangsbedingungen, unter welchen Kimura Ihei und Natori Yōnosuke zur Etablierung des Fotojournalismus in Japan beitrugen. Vor allem in der Biografie Natoris tritt der deutsche Einfluss auf den japanischen Fotojournalismus unverkennbar hervor: Natori Yōnosuke studierte zunächst Textildesign in München, wo er auch seine spätere Frau Erna Mecklenburg kennen lernte. Mit dem Erhalt einer Leica wandte sich Natori jedoch dem Fotojournalismus zu und wurde durch die Empfehlung eines Freundes Fotograf bei der *Münchener Illustrierten Presse*. Zu Beginn des Ersten Weltkrieges (1914–1918) arbeitete er als Fotograf bei Ullstein, dem damals größten Verlagshaus Europas, Herausgeber der *Berliner Illustrierten*

¹³⁶ Tanaka/Miyabe (1991): S. 54.

¹³⁷ Takeba (2003): S. 153.

¹³⁸ Shirayama (2004): S. 50.

¹³⁹ Takeba (2003): S. 153 f.

¹⁴⁰ Takeba (2003): S. 156 f. So fotografierte beispielsweise Domon Ken das *bunraku*-Theater und den *Murō-ji*, einen buddhistischen Tempel (Kaneko (2003): S. 193).

¹⁴¹ Fraser (2011): S. 62.

¹⁴² Kaneko (2000): S. 51 f.

¹⁴³ Shirayama (2014): S. 9.

Zeitung und Tätigkeitsort berühmter deutscher Fotografen.¹⁴⁴ Die „Machtergreifung“ Hitlers und die beginnenden Judenverfolgungen sorgten ab 1933 dafür, dass viele Fotojournalisten ins Ausland flohen. Natori war zu dieser Zeit als Auslandskorrespondent für Ullstein tätig und berichtete zu den Ereignissen um die Mandschurei-Krise, die auch Anlass seines Aufbruchs aus Deutschland war.¹⁴⁵

Natori beschloss, nicht mehr zurückzukehren, da er aufgrund der Rassenetze als Journalist keine Anstellung mehr gefunden hätte. Stattdessen nahm er Kontakt mit der vom Fotografen Kimura Ihei gegründeten Gruppe *Kōga* (光画, „Lichtbild, Foto“) auf, die sich sehr angetan von seinen vom deutschen „Bauhaus“ inspirierten Schnappschüssen zeigte.¹⁴⁶ Im Februar 1933¹⁴⁷ wurde schließlich die Gruppe *Nippon Kōbō* gegründet, die sich für die Etablierung des Fotojournalismus in Japan einsetzte. Der Name verweist auf die fotografische Tradition Weimars: Bei *Kōbō* (工房) handelt es sich um eine Direktübersetzung des deutschen Wortes „Werkstatt“, die auf Natori zurückzuführen ist. Weitere Gründungsmitglieder neben Natori und Kimura waren Ina Nobuo, Hara Hiromu sowie Okada Sōzō.¹⁴⁸ Der sich in den Werken der japanischen Fotografen niederschlagende deutsche Einfluss zeigt sich in anschaulicher Weise im Rückgriff auf das deutsche Wort „Reportagefoto“ und dessen Übersetzung als *hōdō shashin* (報道写真, auch mit „Pressefoto[grafie]“ übersetzbar).¹⁴⁹ Dieses fand später seinen Weg in die japanischen Illustrierten. Die Gruppe organisierte 1933 und 1934 je eine Ausstellung, wobei die zweite den Titel „Pressefotografie“ („*hōdō shashin*“, 「報道写真」) trug und ursprünglich mit Bildserien und Bildunterschriften arbeiten sollte.¹⁵⁰ Das angestrebte Ziel der Gruppe war es, eine Verbesserung der Gesellschaft und der Massen mittels Pressefotografie zu erzielen. Dies sollte über eine möglichst getreue Abbildung der Realität erreicht werden, so der Anspruch, den Kimura für seine Porträtfotografie formulierte.¹⁵¹ Hierin offenbart sich eine Verbindungslinie

¹⁴⁴ Shirayama (2014): S. 20 f.

¹⁴⁵ Torihara (2013): S. 66.

¹⁴⁶ Shirayama (2013): S. 25 f.

¹⁴⁷ Kaneko hingegen nennt August 1933 als Gründungsmonat der *Nippon Kōbō* (Kaneko (2003): S. 191).

¹⁴⁸ Auch andere Mitglieder der Gruppe, neben Natori, lassen deutsche Einflüsse deutlich zutage treten: Hara war vom deutschen „Bauhaus“ und russischer Kompositionslehre geprägt (Torihara (2013): S. 68), Ina von der neuen deutschen Objektivität (Fraser (2011): S. 18).

¹⁴⁹ Torihara (2013): S. 67.

¹⁵⁰ Kaneko (2003): S. 191. Kimura sollte in der Folgezeit den Ruf eines Meisters des Schnappschusses und Experten für Leicas erwerben (Tōkyō kokuritsu kindai bijutsukan/Masuda/Suzuki/Takeuchi (2004): S. 13). Des Weiteren genoss er zu jener Zeit bereits eine gewisse Berühmtheit als Porträtfotograf und wurde bald als führender Vertreter der Pressefotografie bekannt (Torihara (2013): S. 68).

¹⁵¹ Torihara (2013): S. 68.

zur deutschen Tradition des „Bauhauses“, auf das bereits eingegangen wurde. Eine zeitgenössische Definition von Pressefotografie nach Kimura Ihei liefert Shirayama Mari:

„Der Begriff schließt auch einfache Nachrichtenbilder mit ein. Ebenso können einzelne Aufnahmen Pressefotografien sein. Es ist jedoch noch keinesfalls von einem ‚Pressefoto‘ zu sprechen, wenn Fotografien zur bloßen Illustration verwendet werden.“¹⁵²

Betrachtet man die Ambitionen der Gruppe *Nippon Kōbō* vor dem Hintergrund der Ausführungen zu deutschen und japanischen Propaganda-Auffassungen der Zeit, etwa des für Hitler und Goebbels maßgeblichen massenpsychologischen Basistheorems¹⁵³ oder der Konzentration auf die Manipulation der Massen, welche sich ebenfalls bei Koyama Eizō findet,¹⁵⁴ wird schnell Folgendes deutlich: Eine Gruppe von Fotografen, die sich der Verbesserung der Gesellschaft und der Massen durch Bilder verschrieben hat, bietet ein enormes Potential zur gezielten Beeinflussung der Masse mittels Propaganda, sofern man diese für politische Interessen gewinnen und dazu bewegen kann, den Anspruch auf realitätsgetreue Abbildung zu verwerfen, wie es beispielsweise führende Propagandisten des NS-Regimes wie Joseph Goebbels taten.¹⁵⁵ Ebenfalls erscheint der Gedanke plausibel, dass die von Kushner in seiner Dissertation erwähnten Propagandaausstellungen¹⁵⁶ nicht zuletzt von in den vorangehenden Jahren organisierten Ausstellungen der *Nippon Kōbō* inspiriert waren.

Die Gruppe bestand zunächst nur wenige Monate. Nach den Austritten Kimuras, Okudas und Inas kam es aufgrund interner Streitereien 1934 zur Gründung der Gruppe *Chūō Kōbō* (中央工房, „Werkstatt in der Hauptstadt“, „Werkstatt im Zentrum“) durch Kimura Ihei.¹⁵⁷ Natori reorganisierte indes *Nippon Kōbō* und veröffentlichte seit Oktober 1934 gemeinsam mit den Fotografen Fujimoto Shihachi und Domon Ken die Zeitschrift *Nippon*, mit starken Anleihen an die deutschen Zeitschriften *die neue linie* und *Die Dame*.¹⁵⁸ Es handelte sich um eine qualitativ hochwertige Zeitschrift für Auslandspropaganda, die bis 1944 publiziert und in mehrere Sprachen übersetzt wurde.¹⁵⁹ Eben-

¹⁵² Shirayama (2014): S. 28. Siehe zudem hier für eine Definition des Fotografen Ina Nobuo: Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 4.

¹⁵³ Bussemer (2005): S. 173.

¹⁵⁴ Koyama (1937): S. 1 f.

¹⁵⁵ Paul (1990): S. 54.

¹⁵⁶ Kushner (2002): S. 38–40.

¹⁵⁷ Kaneko (2003): S. 191; Shirayama (2014): S. 2; Torihara (2013): S. 68.

¹⁵⁸ Kaneko (2003): S. 191. Als weiteren Fotografen der neu gegründeten *Nippon Kōbō* benennt Torihara Koyanagi Tsuguichi (Torihara (2013): S. 72). Domon Ken trat der Gruppe 1935 bei (Shirayama (2014): S. 2). Weitere Fotografen der *Nippon* waren Horino Masao und Watanabe Yoshio (Fraser (2011): S. 63).

¹⁵⁹ Kaneko (2000): S. 54; Torihara (2013): S. 70 f.

so 1934 gründeten Kimura Ihei, Hara Hiromu und andere Mitglieder von *Chūō Kōbō* den *Kokusai hōdō shashin kyōkai* (国際報道写真協会, „Internationaler Verein für Pressefotografie“), der sich der Auslandspropaganda verschrieb¹⁶⁰ und insbesondere in der Anfangszeit der *Shashin shūhō* eine wichtige Rolle einnehmen sollte. Den ästhetischen Höhepunkt dieser Art der fotografischen Darstellung, welche in den 1930er-Jahren stetig verfeinert wurde, bildete schließlich die ab 1942 erscheinende Zeitschrift *Front*,¹⁶¹ deren künstlerischer Wert jedoch erst in den 1970er-Jahren wieder gewürdigt wurde.¹⁶²

Propagandistische Vereinnahmungen des Fotojournalismus nahmen in den Jahren ab 1937 stark zu, nicht zuletzt versinnbildlicht Anfang 1938 durch die *Shashin shūhō*,¹⁶³ welche die Pressefotografie zum Zwecke der Inlandspropaganda instrumentalisierte.¹⁶⁴ Viele bedeutende Fotografen arbeiteten nunmehr als Fotojournalisten für dieses und andere Magazine.¹⁶⁵ Für Kimura Iheis Werk stellte dies keinen prinzipiellen Widerspruch dar, denn es war stets verknüpft mit den gesellschaftlichen Umständen, sodass Kimuras Fotografien als Chronik seiner Zeit betrachtet werden können.¹⁶⁶ Darüber hinaus entstanden zahlreiche Gruppierungen vor allem junger Fotografen,¹⁶⁷ wie beispielsweise die bereits erwähnte studentische Gruppe *Seinen hōdō shashin kenkyūkai*.¹⁶⁸ Das Volksmobilisierungsgesetz von 1938 hatte auch Auswirkungen auf die Tätigkeit von Fotografen. Die vorkriegszeitliche Amateurpraxis der so genannten „Schnappschuss-Fotografie“ wurde als „antipatriotisch“ eingestuft. Gesetze zur „Spionageabwehr“ taten ihr übriges, um die Freiheit von Fotografen einzuschränken.¹⁶⁹ Kai Yoshiaki bemerkt hierzu, dass ein geradezu „hysterisches soziales Klima“ geherrscht habe, in welchem Polizei und Zivilbevölkerung Spionageaktivitäten fürchteten und dementsprechend „Schnappschuss-Fotografie“ in der Öffentlichkeit als „dubiosen Akt“ wahrnahmen.¹⁷⁰

Mit Anbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) begann zudem der gezielte militärische Einsatz von Fotografen, der bis Kriegsende andauerte: Als Truppenbegleiter hatten Fotografen eine gewisse Ent-

¹⁶⁰ Torihara (2013): S. 72.

¹⁶¹ Kaneko (2003): S. 192. Für weitere Informationen zu *Front* siehe Fraser (2011): S. 65 f.

¹⁶² Kaneko (2003): S. 193.

¹⁶³ Kaneko (2003): S. 192.

¹⁶⁴ Kaneko (2000): S. 54.

¹⁶⁵ Kaneko (2003): S. 192. So befanden sich unter 20.000 Negativen Umemoto Tadaos, die dem Ritsumeikan-Museum überlassen wurden, mehr als 2600 Bilder, die dieser vermutlich für die *Shashin shūhō* fertigte (Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 2).

¹⁶⁶ Tōkyō kokuritsu kindai bijutsukan/Masuda/Suzuki/Takeuchi (2004): S. 14.

¹⁶⁷ Torihara (2013): S. 77–79.

¹⁶⁸ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 3.

¹⁶⁹ Kai (2012): S. 50–52.

¹⁷⁰ Kai (2012): S. 52.

scheidungsfreiheit darüber, was sie fotografierten, jedoch gab es auch hier strenge Zensurvorgaben. So durften keine flüchtenden oder toten Soldaten fotografiert werden, keine Grausamkeiten oder Misshandlungen Gefangener, die völkerrechtlich problematisch sein könnten. Zur Spionageabwehr waren Bilder verboten, die Truppenstandorte, Truppenbewegungen oder Waffengattungen preisgeben könnten. Deshalb wurden von marschierenden Truppen oft Gegenlichtfotografien gemacht. Diese vermittelten Stimmungen ohne konkrete Informationen preiszugeben. Die Abbildung mancher Ereignisse wie des Nanking-Massakers, in dessen Verlauf unzählige Zivilisten und Kriegsgefangene ermordet wurden, zudem Vergewaltigungen und Plünderungen in erschreckendem Ausmaß stattfanden,¹⁷¹ war gänzlich verboten. Bis 1940 handelte es sich bei derart eingesetzten Fotografen ausschließlich um Zeitungs- oder Zeitschriftenkorrespondenten. Ab Herbst 1941 jedoch wurden zur fotografischen Dokumentation die so genannten *Hōdōhan* (報道班, „Berichterstattungstrupp“) nach dem Vorbild der deutschen Propaganda-Kompanien (PG) geschaffen. Die Berichterstattung konnte hierbei, nicht zuletzt wegen der räumlichen Entfernung und der strengen Zensurvorgaben, nur zeitverzögert erfolgen.¹⁷²

3.5. DIE BILDPROPAGANDA HAYASHI KEN'ICHIS

Zum besseren Verständnis der Gestaltung der *Shashin shūhō* ist eine Auseinandersetzung mit Hayashi Ken'ichis Auffassung von Bildpropaganda erforderlich.¹⁷³ Seine Bedeutung als Gründer des *Shashin kyōkai* und Planer der Erstausgabe der *Shashin shūhō* wurde bereits betont.¹⁷⁴ Aufschlussreich ist insbesondere eine propagandatheoretische Schrift Hayashi Ken'ichis: sein Aufsatz „Pressefoto und Propaganda“ aus dem Jahr 1943, erschienen in einem Band des *Hōdō gijutsu kenkyūkai* namens „Die Kunst der Propaganda“.¹⁷⁵ In Kapitel 3 dieses Textes, überschrieben mit „Die Besonderheiten der Fotografie“,¹⁷⁶ benennt er zwei wesentliche Eigenschaften der Fotografie, die ihr im Verlauf der Geschichte dazu verholfen hätten, sich als eigenständiges Medium neben dem gemalten Bild zu etablieren:

¹⁷¹ Genaue Opferzahlen sind nach heutiger Quellenlage nicht festzusetzen (Klein (2012): S. 399; Zöllner (2006): S. 366 f.). Eine ausführliche Analyse zentraler Literatur zum Thema findet sich bei „Krebs (2000/2001)“.

¹⁷² Torihara (2013): S. 81–83.

¹⁷³ Kawamoto Kenji liefert eine wesentlich knapper ausfallende, dennoch lesenswerte Charakterisierung der Positionen Hayashis zur Bildpropaganda: Kawamoto (2011): S. 154 f.

¹⁷⁴ Torihara (2013): S. 76 f.

¹⁷⁵ Hayashi (1943 I).

¹⁷⁶ Hayashi (1943 I): S. 207.

„Der erste Grund dafür, dass Fotografien eine ihnen eigene Sphäre für sich einnehmen konnten, besteht darin, dass sie in ihrer Eigenschaft, in außerordentlich kurzer Zeit überaus präzise Aufzeichnungen zu ermöglichen, durch die wissenschaftliche Forschung gefördert wurden. Der zweite Grund besteht in der ihnen innewohnenden Bildwirkung, dem Eindruck, den sie hinterlassen, die beide über die Kunst der bewussten Bildkomposition erreicht werden konnten.“¹⁷⁷

Zur Geschichte der Illustrierten bemerkt er:

„Warum ist die Illustrierte im Journalismus weltweit zu einer derartigen Berühmtheit gelangt? [...] In der Anfangsphase der Zeitungsbilder wurden Fotografien als bloßer Sachbeweis angesehen. Doch allmählich erkannte man die Fülle an Charakter und Inhalt, die der Fotografie innewohnt. Das Interesse, das das Bild an sich zu wecken vermag, die Anziehung, die es ausübt, wurden in rasanter Weise weiterentwickelt, denn sie vermochten nichts Geringeres als den Leserkreis bis ins Unendliche auszuweiten. Heutzutage wird der Charme dieser Bilder für die Propaganda nutzbar gemacht und in allen Ländern der Welt wird man geradezu fieberhaft angesichts dieses Potentials.“¹⁷⁸

Dieser zentrale Gedanke Hayashis zum der Fotografie innewohnenden Nutzen wurde mit der *Shashin shūhō* konsequent in die Praxis umgesetzt, denn auch sie zielt, als stark bebilderte Alternative zur *Shūhō*, auf einen möglichst breiten, vorwiegend japanischen Leserkreis. Weitreichende Bedeutung räumt der Autor der Propaganda mit Blick auf die anderen Länder „Großasiens“ ein:

„Die Bildpropaganda stellt ihre Wirkung vor allem bei jenen zahlreichen Volksgruppen in ‚Großasien‘ unter Beweis, die sich durch eine gering entwickelte Kultur ihrer Einheimischen auszeichnen. Zeichnung und Fotografie sind uns wahrhaftig die Propagandamittel erster Wahl in dieser in unterschiedliche Volksstämme zersplitterten Region, die wir zu einem Raum unserer Propaganda gestalten.“

Beschwerlich ist es hingegen, die von uns angestrebte Wirkung über den Rundfunk zu erzielen in Regionen, in denen verschiedenste, komplizierte Sprachen gesprochen werden, in denen Menschen selbst unter Heranziehung von drei Monateinkünften kein Radio erwerben können. Doch auch bei der Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften sehen wir uns in den verschiedenen Regionen ‚Großasiens‘ mit Problemen konfrontiert. Der Bildungsgrad ist niedrig, der Alltag von Armut bestimmt. Die auf schlichte Gemüter zielende Propaganda operiert über das Auge. So sollte uns all das als propagandistisches Mittel recht sein, das mit einem flüchtigen Blick zu erfassen ist.“¹⁷⁹

Mehrere, sowohl Deutschland als auch Japan betreffende Tendenzen von Propaganda spiegeln sich in den Ausführungen Hayashis: Zunächst ähneln diese in starker Weise den Ausführungen Siegfried Kracauers aus dessen Werk „Totalitäre Propaganda“, in welchem dieser bemerkt: „Hitler [...] will von vornhe-

¹⁷⁷ Hayashi (1943 I): S. 207.

¹⁷⁸ Hayashi (1943 I): S. 208.

¹⁷⁹ Hayashi (1943 I): S. 208 f.

rein die Massen als solche erobern. Das heißt, er muß die parteimäßig organisierten, einander widerstreitenden Interessen der Massen zu mobilisieren suchen.“¹⁸⁰ Propaganda soll auch bei Hayashi der Überwindung divergierender Interessensgruppen dienen. Beziehen sich die Bemerkungen Kracauers auf innerdeutsche Gegebenheiten, so sind es im Zitat Hayashis Phänomene innerhalb der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, die er als zersplittert darstellt. Als wesentliches Konzept zur Überwindung dieser Unterschiede dient auf deutscher Seite die „Volksgemeinschaft“.¹⁸¹ Bei Hayashi hingegen finden wir japanisches Überlegenheitsdenken sowie einen angedeuteten „Missionsgedanken“ neben dem Traum von „Großostasien“, dessen Verwirklichung durch Japan vorangetrieben werden soll. Derartige Vorstellungen wiederum einen ihn mit Koyama Eizō.¹⁸² Die Überzeugung weiter Teile „Großasiens“ von der Richtigkeit japanischen Vormachtstrebens, die mittels Propaganda erreicht werden soll, erlaubt meiner Ansicht nach einen erneuten Verweis auf die Bemerkung Bredekamps, dass Bilder als Propagandamittel aufgrund ihrer Überzeugungskraft „den Waffengang“ „zu ersetzen vermögen.“¹⁸³ Auch finden sich bei Hayashi Charakteristika von Propaganda, die an verschiedener Stelle in dieser Publikation bereits Erwähnung fanden, etwa der Hang zum Bildhaften, zum Emotionalen, zum Einfachen¹⁸⁴ als Mittel der Wahl.

Hayashis Definition des Pressefotos in Kapitel 4 „Fotografie und Berichterstattung“¹⁸⁵ fällt im direkten Vergleich zu Kimura Iheis Auffassung von Pressefotografie¹⁸⁶ anders aus. Es wird der besondere Stellenwert einer subjektiven „Absicht“ des Fotografen betont, die der Übermittlung jedweder Nachricht vorausgehe. Objektivität und Realismus haben einen geringeren Stellenwert als dies noch bei *Nippon Kōbō* der Fall war. Pressefotografie wird politisiert:

„Das Pressefoto als Medium der Nachrichtenvermittlung stellt zunächst eine Interpretation einer Nachricht in einer wie auch immer gearteten Form dar. In der Absicht, diese Interpretation zu vermitteln, wird nun sowohl mit literarischem Verstand wie bildlicher Begabung ein Foto geschossen und die Montage veröffentlicht. Mit anderen Worten: Dem auf einer bestimmten Absicht gründenden Schaffensdrang wird über das Nachrichtenbild Ausdruck verliehen. Der Fotoapparat tritt hier an die Stelle des Füllers. Dies kommt einem literarischen Schreiben auf Silber-Emulsion gleich. Hierin besteht die wesentliche Eigenart der Nachricht.“¹⁸⁷

Diese Auffassung verbindet Hayashi mit Willy Stiewe, sodass eine zentrale Parallele beider Propagandatheoretiker in ihrer Grundauffassung der Arbeit

¹⁸⁰ Kracauer (2013): S. 34.

¹⁸¹ Sösemann (2011): S. LI.

¹⁸² Koyama (1943): S. 33.

¹⁸³ Bredekamp (2010): S. 14.

¹⁸⁴ Bussemer (2005): S. 177 f; Sösemann (2011): S. XLIV.

¹⁸⁵ Hayashi (1943 I): S. 209.

¹⁸⁶ Shirayama (2014): S. 28.

¹⁸⁷ Hayashi (1943 I): S. 210 f.

des Pressefotografen besteht. Die Rede von „literarischem Verstand“ und „bildlicher Begabung“ betont bei Hayashi zudem den gestalterischen Eigenanteil des Bildjournalisten an Inhalt und Darstellung der Nachricht. Das „Wesen“ der Nachricht definiert sich auch über ihren literarischen Charakter, was späterhin Erklärungen liefert für im Vergleich zum *Illustrierten Beobachter* deutlich literarischer anmutende Bilderläuterungen der *Shashin shūhō*. Während der Texte verfassende Journalist auf Papier schreibt, schreibt der Bildjournalist in den Augen Hayashis „auf Silber-Emulsion“. Hiermit ist ein Prozess der Herstellung von Fotografien gemeint, bei dem verschiedene Trägermaterialien mit einer lichtempfindlichen Schicht aus Gelatine und Kristallen wie Silberchlorid ausgestattet werden, bei deren Belichtung Bilder entstehen. Auf Stiewes Definition des Pressefotos wurde bereits eingegangen.¹⁸⁸ Bei ihm heißt es: „Für den Pressephotographen ist die Kamera lediglich Werkzeug, das er seiner journalistischen und weltanschaulichen Auffassung gemäß zu nutzen vermag. ‚Photographieren ist kein mechanisches Abschreiben, sondern immer das Resultat einer Anschauung. Die Augen sehen das, wozu der Mensch innerlich reif ist, und man ist so tief mit den Dingen verbunden, wie das eigene Innere tief ist.‘“¹⁸⁹ Und an anderer Stelle: „Niemals erfolgt eine Bildveröffentlichung ohne eine bestimmte Absicht, die durch den Inhalt des Photos bedingt ist.“¹⁹⁰ Bei Hayashi klingt das Ganze dann weniger eindeutig: Die Pressefotografie diene „nicht nur der Berichterstattung objektiver Sachverhalte. Wer die nötige Begeisterung zeigt, wird in die Lage versetzt, mit der Linse seiner Kamera so klar zu schreiben als bediene er sich der Schrift. / Dies ist die Verlagerung von der Objektivität hin zur Subjektivität der Fotografie.“¹⁹¹ Auf welche Weise äußert sich die von Hayashi geforderte „Begeisterung“? Es ist naheliegend, dass diese auch und gerade ideologischer, weltanschaulicher Art sein soll, ebenso wie es von führenden Nationalsozialisten vom Pressefotografen im Dienste des Nationalsozialismus eingefordert wird. Ein Unterschied zu Willy Stiewe in der Gewichtung des Bildes im Verhältnis zur Schrift wird hingegen ebenso deutlich: Für Hayashi Ken'ichi ist das Bild zentral, Fotografen werden zu „mit der Linse schreibenden“ Journalisten. An anderer Stelle formuliert Hayashi demgemäß: „Gut gestaltete Bildpropaganda bedarf fast nie einer Erläuterung in Schriftform.“¹⁹² Bei Stiewe hingegen ist von Bildberichterstattem als „Schriftleiter[n], die statt der Feder die Kamera führen“,¹⁹³ die Rede. Bilder ohne Text entsprechen nicht seiner Definition eines „publizistischen Mittels“.¹⁹⁴

¹⁸⁸ Stiewe (1936): S. 6.

¹⁸⁹ Stiewe (1936): S. 91.

¹⁹⁰ Stiewe (1936): S. 6.

¹⁹¹ Hayashi (1943 I): S. 209.

¹⁹² Hayashi (1943 I): S. 209.

¹⁹³ Stiewe (1940): Sp. 605 f.

¹⁹⁴ Stiewe (1936): S. 12 f.

Außerdem bemerkt Hayashi: „Pressefotografien darf es nicht an einem gewissen Nachrichtenwert mangeln. Fotografische Propaganda beruht auf Bildern, die berichtenswert sind. Da Nachrichten für Propaganda nutzbar gemacht werden, geschieht es mitunter zwangsläufig, dass die Propaganda wiederum zur Nachricht wird.“¹⁹⁵ Vorzüge der Fotografie als „Waffe der Berichterstattung“¹⁹⁶ schildert Hayashi darüber hinaus wie folgt:

„Als Waffen der Berichterstattung werden unter anderem das Radio, die Schreibmaschine, das Telefon, die Rotationsmaschine nach und nach in Beschlag genommen. Sie alle operieren dank wissenschaftlichen Fortschritts mit Schnelligkeit und Exaktheit. Fortwährend übermitteln sie Informationen und treten in Verbindung zueinander. Sie alle zeugen von einer außerordentlichen wissenschaftlichen Distanziertheit.

Zudem verfügt die Fotografie über eine durch die Zeichnung nicht zu erreichende Exaktheit und Schnelligkeit und erfüllt damit die notwendige Bedingung einer Waffe der Berichterstattung. Außerdem verfügt die Fotografie im Vergleich zu Schreibmaschine, Telefon, Rotationsmaschine und anderen über eine außerordentliche Schönheit, die sie der Kunst annähert.

Folglich vermittelt die Fotografie einen Charme, den die Schreibmaschine und andere Mittel nicht zu übermitteln vermögen, reproduziert selbst Nuancen, die mit dem Telefon nicht zu vermitteln sind.“¹⁹⁷

Zudem erinnern weitere Bemerkungen an die Propagandatheorie Koyama Eizōs. Ebenso wie bei diesem¹⁹⁸ ist die Tendenz deutlich erkennbar, komplexe Gesellschaften mit divergierenden Interessensgruppen als problematisch zu charakterisieren, was einer die Gesellschaft „einigenden“ Propaganda Tür und Tor öffnet: Hayashi zieht im Unterschied zu Koyama nicht Aristoteles für seine Argumentation heran, sondern bedient sich zur historischen Legitimierung der gesamten schriftlich überlieferten Menschheitsgeschichte:

„Als der Mensch in die Epoche der Geschichtsschreibung eintrat, wurde das Zusammenleben in Gemeinschaften überaus kompliziert. Je komplexer das gesellschaftliche Leben sich darstellte, umso komplexer wurden demgemäß die Nachrichten. Dies führte zur Entstehung unwahrer Nachrichten, gar ‚haltloser Gerüchte‘, die auf verschiedenste Weise Einfluss auf den Alltag der Menschen nahmen.“¹⁹⁹

Nachrichten sind bei Hayashi daran zu bemessen, ob sie den Alltag und die Menschen direkt betreffen: „Dass Nachrichten möglichst aktuell sein müssen, ist selbstredend. Es kann sich jedoch auch keinesfalls um Nachrichten handeln, wenn diese nicht zu den Menschen oder ihrem Alltag eine Verbindung aufweisen.“²⁰⁰ Demgemäß handele es sich beim Krieg um die größte „Nach-

¹⁹⁵ Hayashi (1943 I): S. 211.

¹⁹⁶ Hayashi (1943 I): S. 210.

¹⁹⁷ Hayashi (1943 I): S. 210.

¹⁹⁸ Koyama (1937): S. 1 f.

¹⁹⁹ Hayashi (1943 I): S. 212.

²⁰⁰ Hayashi (1943 I): S. 214.

richt“ überhaupt. Die Aussage Hayashi Ken'ichis trägt dazu bei, die im direkten Vergleich zum *Illustrierten Beobachter* stärkere inhaltliche Fokussierung der *Shashin shūhō* auf den Krieg nachzuvollziehen, die von der Erstausgabe bis zur Einstellung der Zeitschrift stets beibehalten wird:

„Wie die Zeiten sich auch wandelten, immer waren diejenigen Nachrichten von größtem Interesse, die zu uns einen direkten Bezug aufweisen, ganz zu schweigen von jenen, die unseren Alltag direkt betreffen. Mit anderen Worten: Wir sind nachhaltig von Nachrichten berührt, weil eine Verbindung zu unserem Alltagsleben besteht. Hierin liegt ihr Nutzen begründet. [...] Nichts bereitet unserem Leben einen derart großen Wandel wie der Krieg. Mitunter gefährdet er gar die Existenz ganzer Nationen. Folglich gibt es keine bedeutsamere Nachricht als die des Krieges.“²⁰¹

Die in der Abhandlung enthaltenen Ausführungen zum Wesen von Neuigkeiten erinnern stark an die bereits zitierte Bemerkung aus dem Werk „Was ist das Naikaku jōhōbu für eine Einrichtung?“, dass Neuigkeiten ein Mittel der Befriedigung menschlicher Grundbedürfnisse seien.²⁰² Rückblicke in die Anfangszeit menschlichen Zusammenlebens gleichen ebenfalls den vorangehend zitierten Ausführungen, sodass es nicht abwegig erscheint, Hayashi als Autor der ersten Seiten jener Monografie anzunehmen. Damit wäre Hayashis Einfluss auf die Bildpropaganda des *Naikaku jōhōbu* auf anschauliche Weise dokumentiert. Weitere Indizien hierfür ergeben sich im weiteren Verlauf der Arbeit.

Je nach Zeitpunkt, so Hayashi weiter in seinem Werk „Pressefoto und Propaganda“, könne Unwichtiges zur Neuigkeit werden und umgekehrt. Hayashis „Leitbild einer Nachricht“²⁰³ (Kapitel 7) erinnert in dieser Eigenart stark an die Ausführungen zu Tendenzen nationalsozialistischer Propaganda, sich an der Tagespolitik auszurichten²⁰⁴ und somit die jeweilige Situation über die Art und Weise der Berichterstattung entscheiden zu lassen: „Neuigkeiten können im zeitlichen Verlauf den Charakter einer Neuigkeit vollständig verlieren. Umgekehrt kann ab und an etwas, was vorher nicht den geringsten Nachrichtenwert besaß, je nach Zeit und Ort zur Neuigkeit werden.“²⁰⁵

Zwei Typen von Fotografien seien für Propaganda ganz besonders geeignet: ins Auge fallende Bilder sowie für sich sprechende Bilder. Zu ins Auge fallenden Fotografien heißt es: „Sollen Fotografien ins Auge fallen, so sieht man sich mit Fragen nach Belichtung, Blickwinkel oder Entwicklung der Fotografie konfrontiert. Wesentlich ist jedoch vor allem der Charakter des abgebildeten Gegenstandes.“²⁰⁶ „Am wenigsten den Blick auf sich ziehen werden

²⁰¹ Hayashi (1943 I): S. 212 f.

²⁰² Naikaku jōhōbu (1939): S. 1.

²⁰³ Hayashi (1943 I): S. 216.

²⁰⁴ Bussemer (2005): S. 173.

²⁰⁵ Hayashi (1943 I): S. 216.

²⁰⁶ Hayashi (1943 I): S. 218.

hingegen Fotografien, die aus der Blickhöhe eines Menschen geschossen wurden. Es bedarf kaum einer Erklärung, dass dies deshalb der Fall ist, weil es sich um einen Anblick handelt, an den sich jeder bereits allzu sehr gewöhnt hat.²⁰⁷ Zu für sich sprechenden Bildern bemerkt Hayashi zudem: „Zudem muss einem guten Bild eine dichterische, literarische Komponente innewohnen. Fotografien, denen ein wenig Romanze, ein wenig Sentiment innewohnt, leben von der persönlichen Aura des Menschen.“²⁰⁸ Hierin unterscheidet sich die Bildpropaganda Hayashis von der Stiewes, welcher zur Steigerung der Bildwirkung die Wahl des Bildausschnitts als entscheidend ansieht.²⁰⁹

In Kapitel 9 namens „Krieg und fotografische Propaganda“²¹⁰ benennt Hayashi schließlich sieben herausragende Merkmale des Bildes als propagandistischem Mittel:

„Wieso wird also die Fotografie auf derartige Weise als propagandistisches Mittel genutzt?

1. Fotografien appellieren an das Gefühl.
2. Sie verleihen [der] Realität einen bildhaften Ausdruck.
3. Eine Vervielfältigung ist durch die Drucktechnologie beliebig oft möglich.
4. Ihr Sinn kann auch von jenen erschlossen werden, die des Lesens nicht mächtig sind.
5. Sie geben ein intuitives Bild der Lage.
6. Eine Zustellung über den Rundfunk [als Bildtelegraphie²¹¹] ist möglich.
7. Darüber hinaus haben Bilder eine gewisse Ästhetik.

Auf den obigen sieben Merkmalen beruht also die [Verwendung der] Fotografie [als Propagandamedium].²¹²

Die Punkte 1 bis 4 sowie 7 erläutert Hayashi noch etwas näher:

„Fotografien appellieren an das Gefühl.“ Mit Ausnahme wissenschaftlicher Abbildungen [...] lösen Fotografien bereits auf den ersten Blick ein Gefühl von Anteilnahme aus, etwa, indem sie die Gefühle in Wallung versetzen. Diesen Umstand kann sich die Propaganda zunutze machen.

„Sie verleihen [der] Realität einen bildhaften Ausdruck.“ Hierin besteht der geradezu ‚teuflische‘ Kunstgriff, der ein unreflektiertes Übernehmen der Propaganda ermöglicht. Demzufolge wird auch auf Mittel der Bildmanipulation zurückgegriffen. Wenn dieser Umstand jedoch auch für korrekt gestaltete Propaganda gilt, welchen Sinn hat es dann, Fotografien überhaupt zu gebrauchen? Propaganda, die sich nicht der Lüge bedient und manipulierte Fotografien im Dienste der Propaganda: Sowohl das eine wie das andere sind Hauptquelle der Bildpropaganda.

²⁰⁷ Hayashi (1943 I): S. 218.

²⁰⁸ Hayashi (1943 I): S. 219.

²⁰⁹ Stiewe (1936): S. 11.

²¹⁰ Hayashi (1943 I): S. 220.

²¹¹ Dass von Bildtelegrafie die Rede ist, ergibt sich im späteren Verlauf des Textes, wo Hayashi den Ausdruck *densō shashin* (電送写真, „Bildtelegrafie“) verwendet (Hayashi (1943 I): S. 225).

²¹² Hayashi (1943 I): S. 222.

„Eine Vervielfältigung ist durch die Drucktechnologie beliebig oft möglich.“ Ohne die Fortschritte im Bereich der Drucktechnologie könnte die Fotopropaganda in ihrer heutigen Form wohl unmöglich existieren. Fotografien kopieren zu können, damit die Gestalt jedweder Dinge transportieren zu können, darüber hinaus diese mittels Druck in extrem großer Zahl vervielfältigen zu können, hinsichtlich dieses Verbreitungspotentials gleicht Propaganda einem sich verbreitenden Giftgas. Wenn der Film das Maschinengewehr der Propaganda darstellt, dann ist die Fotografie gewiss deren Giftgas.

Unter den verbleibenden drei Punkten hat einer eine Sonderstellung inne: „Darüber hinaus haben Bilder eine gewisse Ästhetik.“ Gerade dies verleiht der Bildpropaganda eine bestimmte ‚Würze‘. Ästhetik darf nicht in Vergessenheit geraten.“²¹³

Der martialische Sprachgebrauch verbindet Hayashi mit den von Sachsse angesprochenen Tendenzen deutscher Darstellungen zur Verherrlichung der Propagandakompanien (siehe Kapitel 2.4.). Ebenso gemeinsam mit Tendenzen nationalsozialistischer Propaganda ist Hayashi die Herausstellung des Bildes als Träger emotionaler Botschaften. Zwei Punkte sind darüber hinaus im direkten Vergleich mit Stiewe erwähnenswert: Der ästhetische Wert der Fotografie spielt bei Hayashi eine allgemeinere Rolle als dies bei Willy Stiewe der Fall ist. Für diesen hingegen ist Ästhetik lediglich in der von ihm so bezeichneten Untergruppe der „schmückenden Bilder“ von Bedeutung.²¹⁴ Zweitens fällt auf, dass Hayashi zwar betont, dass ein Verständnis des Bildes als Propagandamittel im Idealfall auch ohne das Verständnis textlicher Erläuterungen möglich sei, ebenso wie Willy Stiewe bemerkt, dass das Foto das „Esperanto der Welt“ sei,²¹⁵ in den beiden unter Einfluss ihrer theoretischen Ansichten gestalteten Zeitschriften *Illustrierter Beobachter* und *Shashin shūhō* jedoch kaum ein Bild ohne textliche Erläuterungen auskommt. Möglicherweise zielt Hayashi mit Punkt 4 seiner Auflistung jedoch in erster Linie auf die propagandistische Betätigung in der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ ab, wo eine große Zahl nicht des Japanischen mächtiger Menschen erreicht werden soll. Dass der Autor „manipulierte Fotografien im Dienste der Propaganda“ als legitim ansieht, zeigt zudem, dass für ihn, ganz wie es für Propaganda typisch ist, der Wahrheitsgehalt eines Bildes weniger bedeutsam ist als dessen potentielle Wirkung beim Rezipienten. Auf den besonders ins Auge fallenden Vergleich der Fotografie mit einem „Giftgas“, des Filmes mit einem „Maschinengewehr“ der Propaganda wird später noch detailliert eingegangen, da sich dieser in einer leicht abgewandelten Form in der zweiten Ausgabe der *Shashin shūhō* wiederfindet (Siehe Kapitel 3.8.).

Kapitel 10 „Die Fotografie als Propagandamittel“²¹⁶ dient Hayashi zur Unterscheidung dreier Arten des Gebrauchs der Fotografie als Propagandamittel

²¹³ Hayashi (1943 I): S. 222 f. Nur der letzte Absatz ist im Original vorhanden. Erstere habe ich zur besseren Lesbarkeit eingefügt.

²¹⁴ Stiewe (1936): S. 9.

²¹⁵ Stiewe (1936): S. 33 f.

²¹⁶ Hayashi (1943 I): S. 223.

tel: als Bildabzug, Druckerzeugnis und Film.²¹⁷ Zweiterer Gebrauch sei am bedeutendsten und unterteile sich wiederum folgendermaßen: Nutzung in Zeitungen, in Illustrierten sowie anderen Schriften der Berichterstattung und gesammelten Schriften, als Titelbild von Zeitschriften, als Wandzeitung sowie Plakat und Fensterzeitung, als Werbehandzettel, zum Abdruck auf Porzellan und Stoff sowie auf Briefmarken.²¹⁸ Erneut lobt Hayashi das große Verbreitungspotential der Illustrierten:

„Die Illustrierte und andere Schriften zur Berichterstattung sind wohl die ‚Stars‘ der Fotopropaganda, sie stehen im ‚Rampenlicht‘ der Pressefotografie. Insbesondere weil die durchschnittliche Leserschaft hier 5,5 beträgt. Anders ausgedrückt: Eine einzelne Ausgabe wird im Durchschnitt von 5,5 Leuten angesehen, sodass ein immenses Verbreitungspotential gegeben ist.“²¹⁹

Kapitel 12 ist überschrieben mit „Die Organisation der Propaganda im Krieg und die deutsche Propagandakompanie“.²²⁰ Ebenso wie es Rolf Sachsse als Tendenz deutscher Darstellungen formuliert,²²¹ idealisiert Hayashi das Bild des deutschen Kriegsberichterstatters über alle Maßen. Unter anderem heißt es: „Der heutige deutsche Berichtersteller hat ebenso Soldat zu sein.“²²² Und weiter:

„Der heutige [deutsche] Kriegsberichtersteller ist ein treu ergebener Diener des Staates. Er arbeitet nicht für einen kapitalistischen Zeitungsverlag, sondern für die deutsche Nation. Keinesfalls arbeitet er des Geldes wegen, seine Kameraden sind ihm Lohn genug, er macht sich mit dem einfachen Soldaten gemein. Die unter Einsatz des eigenen Lebens verfassten Kriegsberichte und geschossenen Fotografien wird keinesfalls ein einzelner kapitalistischer Verleger für sich beanspruchen können.“²²³

In Hayashis erklärendem Bild des deutschen Fotografen, dem materielle Werte bedeutungslos seien, liegt eine inhaltliche Parallele zur Position Willy Stiewes vor, der mit den Worten zitiert wurde: „Im Augenblick gibt es nur eine wichtige Forderung zu erfüllen: die Bildberichterstattung von allen verantwortungslosen Elementen zu säubern, die [...] nur um des Profits willen einen regelrechten ‚Bildhandel‘ betreiben, wobei ihnen der pekuniäre Erfolg über jeden moralischen geht.“²²⁴

Die Auseinandersetzung mit Hayashis Schriften offenbart eine Vielzahl an Berührungspunkten zwischen deutschen und japanischen Bildpropagandatheorien: Ein Verständnis von Propaganda als Mittel zur Überwindung sich

²¹⁷ Hayashi (1943 I): S. 223.

²¹⁸ Hayashi (1943 I): S. 224.

²¹⁹ Hayashi (1943 I): S. 225.

²²⁰ Hayashi (1943 I): S. 228.

²²¹ Sachsse (2003): S. 215.

²²² Hayashi (1943 I): S. 230.

²²³ Hayashi (1943 I): S. 231.

²²⁴ Stiewe (15.4.1933): S. 77. Fettdruck im Original.

widerstrebender Interessensgruppen findet sich in ähnlicher Weise bei Koyama Eizō und Siegfried Kracauer. Ein Hang zum Bildhaften, Emotionalen und Einfachen sowie ein verklärendes Bild des deutschen Bildberichterstatters findet sich ebenfalls bei Willy Stiewe. Die Ansicht, dass der Entstehung eines Bildes die Interpretation einer Nachricht durch den Fotografen vorausgehe, vertritt ebenfalls in ähnlicher Weise Stiewe. Dass je nach Zeitpunkt zuvor Unwichtiges zur Neuigkeit werden könne, erinnert an die Tendenz nationalsozialistischer Propaganda, sich am Tagesgeschehen auszurichten. Eine Parallele zu Koyama liegt hingegen in Hayashis besonderer Herausstellung der „Großasiatischen Wohlstandssphäre“ als Zielregion japanischer Propagandaaktivität.

3.6. MODERNE EINFLÜSSE AUF DIE JAPANISCHE BILDPROPAGANDA

Abseits der vorangehend getroffenen Aussagen zu Inhalt und Gestaltung von Fotografien als Propagandamedium im Japan der 1930er- und 1940er-Jahre benennt Gennifer Weisenfeld in ihrem Aufsatz „Publicity and Propaganda in 1930s Japan: Modernism as Method“²²⁵ von 2009 zahlreiche inhaltliche und gestalterische Tendenzen. Weisenfeld vertritt die Auffassung, dass in den 1930er-Jahren moderne Bilddarstellungen sowohl in grafischer Kunst wie auch in Ausstellungen gezielt zur Verbreitung nationaler Werbung und Propaganda genutzt worden seien. Hierbei seien die Grenzen zwischen Werbung und Propaganda fließend gewesen, was zum einen der oft synonyme Gebrauch der Ausdrücke *senden* (宣伝) und *kōkoku* (広告) seitens der Zeitgenossen zeige.²²⁶ Zum anderen liege beiden das Ziel zugrunde, ihre Rezipienten zu überzeugen, sei es vom Konsum oder einer politischen Ideologie.²²⁷ Auf ähnliche Wirkungsweisen nationalsozialistischer Bildpropaganda und Werbung wurde im Kapitel zu Bildformen und -inhalten der Kriegsfotografie hingewiesen (siehe Kapitel 2.6.).

Doch hierin besteht nicht die einzige Parallele zu Deutschland: Inhalt und Gestaltung von Werken japanischer moderner und Avantgarde-Fotografen, welche ihre Fähigkeiten in den 1930er-Jahren vermehrt in den Dienst der Massenmedien stellten,²²⁸ waren sowohl in theoretischer als auch praktischer Hinsicht sehr stark mit Deutschland verbunden, da viele von ihnen in der Vorkriegszeit dort studierten.²²⁹ Weisenfelds Aufsatz sind die folgenden zentralen Charakteristika moderner japanischer Fotografie zu entnehmen, die sie anhand zeitgenössischer Abbildungen aus verschiedensten Publikationen

²²⁵ Weisenfeld (2009).

²²⁶ Weisenfeld (2009): S. 13 f.

²²⁷ Weisenfeld (2009): S. 20.

²²⁸ Weisenfeld (2009): S. 14.

²²⁹ Weisenfeld (2009): S. 18.

nachweisen kann. Einige von ihnen überschneiden sich mit bereits im Kapitel zu modernen Einflüssen auf die deutsche Bildpropaganda behandelten Eigenheiten (siehe Kapitel 2.6.), was die deutsche Prägung eindringlich demonstriert: radikale Manipulation des Bildes mittels Standpunkt, Perspektive und Maßstab, extreme Nahaufnahmen, dramatische Silhouetten sowie die Abbildung von Schatten, dekontextualisierter Formalismus und Abstraktion, Montage und Typofoto, Fotogramme, abstrakte Stillleben, Doppelbilder sowie Surrealismus, um nur einige zu nennen.²³⁰ Hayashis Empfehlung, zu Propagandazwecken möglichst ins Auge fallende Bilder sowie für sich sprechende Bilder zu gestalten,²³¹ kann unter Verwendung moderner fotografischer Mittel problemlos nachgekommen werden, sodass die Bemerkungen Weisenfelds zur großen Bedeutung moderner Einflüsse in der japanischen Fotografie der 1930er-Jahre nicht überraschen. Dass der japanische Bildjournalismus von den deutschen Tendenzen der Moderne stark beeinflusst wurde, führt die bereits erwähnte, unter anderem von Natori Yonosuke ab 1934 publizierte Zeitschrift *Nippon*²³² vor Augen, die durch gestalterische Ähnlichkeiten mit den Zeitschriften *die neue linie* und *Die Dame* besticht.²³³ Zudem wurde bereits bemerkt, dass eine zentrale Gemeinsamkeit zwischen deutscher und japanischer propagandistischer Instrumentalisierung der Moderne darin bestand, dass in beiden Ländern moderne ästhetische Prinzipien in der Auslandspropaganda fortleben konnten.²³⁴ Ob derartige gestalterische Formen auch in der *Shashin shūhō* zum Tragen kommen und wenn ja, dann in welchem Zusammenhang und Kontext bei der Darstellung von Kindern und Jugendlichen, wird der Analyseteil des Buches zu zeigen haben.

3.7. DAS JUGENDBILD SHIMONO NOBUYASUS

Ebenso wie für Panofsky die Künstlerpersönlichkeit einen „Spezialfall des Allgemeinen“, eine „individuelle Qualifikation des allgemeinen Weltverhaltens“ darstellt,²³⁵ können die folgenden Bemerkungen Shimono Nobuyasus bezüglich der Jugend seiner Zeit nicht gänzlich isoliert vom historischen Kontext betrachtet werden. Was auf den ersten Blick als individueller Ausdruck erscheint, weist bei näherer Betrachtung zahlreiche inhaltliche Parallelen zu allgemeinen Tendenzen japanischer Propaganda, zu den Zielsetzungen von *Naikaku jōhōbu* und *Naikaku jōhōkyoku* sowie zu den Positionen Koyamas und Hayashis auf. Der ehemalige Zeitungsjournalist Shimono Nobuyasu war ab

²³⁰ Weisenfeld (2009): S. 14 f, 17, 19.

²³¹ Hayashi (1943 I): S. 218 f.

²³² Kaneko (2003): S. 191.

²³³ Kaneko (2003): S. 191.

²³⁴ Kaneko (2000): S. 54; Sachsse (2003): S. 49 f; Torihara (2013): S. 70.

²³⁵ Heidt Heller (1977): S. 277.

1940 neben Hayashi Ken'ichi einer der beiden Hauptverantwortlichen für die Herausgabe der *Shashin shūhō*.²³⁶ In seiner Schrift „Die Jugend in unserer Zeit“ von 1942, in welcher er in seiner Funktion als Beamter des *Naikaku jōhōkyoku* ausgewiesen wird,²³⁷ umreißt der Autor in Kapitel 6, überschrieben mit „Der Staat im totalen Krieg und die Jugend“,²³⁸ die Rolle der geistigen Beeinflussung großer Teile der Bevölkerung im Dienst des Krieges unter der Teilüberschrift „Die Moral an der Front für den sicheren Sieg“²³⁹ folgendermaßen:

„Auch sind es Menschen, die Dinge herstellen, es sind Menschen, die diese nutzbringend verwenden. Die, die in ihrem Innersten zum Krieg fähig werden und dadurch dessen Grundlage bilden, sind Menschen. Was diese wiederum bewegt, ist ihre geistige Kraft, ihre Seele. Demgemäß ist es das Festhalten am Glauben an das Götterland Japan, der im *yamato damashii* begründete Glaube an den endgültigen Sieg Japans in diesem Kampf, der den Dingen eine diese selbst übersteigende Größe verleiht und somit Berechnungen einfacher Größenverhältnisse obsolet werden lässt. Ziel des Produktionskrieges ist es zweifelsfrei, um den Feind zu schlagen, die notwendige Produktionskapazität quantitativ als auch qualitativ zu erreichen und demzufolge all jene Probleme einheitlich erforschen zu lassen, die Rohstoffe, Personal, Bezahlung, Transport usw. betreffen, zudem dafür zu sorgen, dass die Leistungsfähigkeit vollends ausgeschöpft wird. Die Grundlage hierfür wird jedoch wohl in der Art und Weise bestehen, in welcher das Gemüt der in der Produktion Beschäftigten in Bewegung versetzt wird.“²⁴⁰

Der Ausdruck des *yamato damashii* (大和魂, „japanischer Geist“) geht auf die Literatur der Heian-Zeit (794–1185), unter anderem das *Genji Monogatari*, zurück und diente zunächst der Abgrenzung japanischer kultureller und Verhaltensnormen von denen Chinas. In den 1930er-Jahren nutzen japanische Nationalisten diesen wiederum zur Herausstellung von Eigenschaften wie Reinheit, Disziplin, des *bushidō*-Gedankens sowie der Loyalität gegenüber dem *Tennō*.²⁴¹

Zur Rolle der Jugend in Zeiten des Krieges äußert sich der Autor an mehreren Stellen, besonders umfangreich in Teilkapitel 5 „Der Aufbau Großasiens ist die Mission der Jugend“.²⁴² Hier betont Shimono, ebenso wie Koyama und Hayashi,²⁴³ die Bedeutung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ und räumt der Jugend bei ihrer Gestaltung eine Schlüsselrolle ein. Auch einen Einsatz sowohl an der Heimatfront wie auch als Soldaten zieht Shimono in Betracht. Shimono schreibt:

„Eine Verlängerung des Großostasiatischen Krieges ist mehr und mehr zur Notwendigkeit geworden, wenn man sich seine gewaltigen Ziele, Ausmaße und Leit-

²³⁶ Shimizu (2008): S. 5 f.

²³⁷ Shimono (1942): o. S.

²³⁸ Shimono (1942): S. 221.

²³⁹ Shimono (1942): S. 226.

²⁴⁰ Shimono (1942): S. 227 f.

²⁴¹ Huffman (1998): S. 247.

²⁴² Shimono (1942): S. 230.

²⁴³ Hayashi (1943 I): S. 209; Koyama (1943): S. 32 f.

gedanken sowie die wahre Haltung des Feindes vor Augen hält. Der endgültige Sieg im Großostasiatischen Krieg, die Errichtung der Großostasiatischen Wohlstandszone sind wahrhaftig Meisterleistungen epochalen Ausmaßes, eine Großleistung, die die gesamte Lebenszeit unserer heutigen Jugend für sich beanspruchen wird. Ihr Mädchen und Jungen seid es, die bald als Führungspersönlichkeiten an der Spitze des Heeres stehen müsst. Euer Geist möge wie ein Schild sein, mutig sollt ihr euren Militärdienst antreten, an der Heimatfront im totalen Krieg sollt ihr zudem tätig sein. Möge eure Befähigung, all eure Jugend und euer Talent in den Dienst dieses gewaltigen Aufbauwerkes im Namen des *Tennō* zu stellen, auch für euch Jungen und Mädchen selbst ein wahrer Segen sein, eine Chance, wie sie sich nur einmal in tausend Jahren darbietet.

Die Meiji-Erneuerung wurde zwar ebenso von jungen Händen gestaltet, jedoch ist es gerade dieses große Wagnis der Shōwa-Erneuerung,²⁴⁴ das ihr Jungen und Mädchen auf euren Schultern trägt. Euch ist eine glorreiche Verpflichtung auferlegt, welche für die Geschichte Japans, nein, weltgeschichtlichen Ausmaßes ist.

Vor diesem Hintergrund wiegt eure Pflicht umso schwerer. Eine berühmte Redewendung besagt ‚Weist du mir die Jugend deines Landes, so offenbart sich mir dessen Zukunft‘, und so ist es gerade jetzt der Fall, dass euch Mädchen und Jungen eine gewaltige Pflicht obliegt als Verantwortliche für die Pflege der Geschichte unseres alsdann 3000-jährigen Kaiserreiches.²⁴⁵

Um einen „totalen Krieg“ Japans unter Einsatz seiner Jugend zu legitimieren, ruft Shimono seinen Lesern an dieser Stelle die Meiji-Restauration (1868) erneut ins Gedächtnis, welche die formale Wiederherstellung der Herrschaft des *Tennō* mit sich brachte. Durch die Verwendung des Neologismus „Shōwa-Erneuerung“ als Bezeichnung für die militärische und koloniale Expansion Japans und der hiermit einhergehenden Errichtung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ wird ein verklärtes Bild entworfen, das die Opferbereitschaft der Jugend als personifizierte „Zukunft“ Japans erhöhen soll. Die „jungen Hände“, die die Meiji-Restauration in den Augen Shimonos ermöglichten, sollen nun der in der Shōwa-Zeit aufwachsenden Jugend zum Vorbild dienen: Über diese Parallele jugendlichen Alters wird eine „Pflicht“ der jungen Generation abgeleitet, die sich in der unbedingten Loyalität gegenüber dem *Tennō* und der Geschichte des Kaiserreiches manifestiert. Die Bezeichnung der „Shōwa-Erneuerung“ als Unternehmung „weltgeschichtlichen Ausmaßes“ soll verdeutlichen, dass diese in ihrer Bedeutung für die Geschichte Japans wesentlich höher einzuordnen sei als die „Meiji-Erneuerung“. Der zusätzliche Verweis auf eine Redewendung – von mir in diesem Zusam-

²⁴⁴ Ich habe hier anstelle des gängigen Ausdrucks der „Meiji-Restauration“ den Ausdruck „Meiji-Erneuerung“ sowie hiermit korrespondierend das Wort „Shōwa-Erneuerung“ gewählt. Dies liegt daran, dass im vorliegenden Kontext der Ausdruck *shōwa ishin* (昭和維新) nicht auf die Wiederherstellung eines in der Vergangenheit gegebenen Zustandes abzielt, sondern auf die Schaffung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, eines vorher nicht da gewesenen Zustandes der japanischen Vorkherrschaft im ostasiatischen Raum. Es handelt sich somit um keine „Restauration“ (lat. restaurare, wiederherstellen) im wörtlichen Sinne.

²⁴⁵ Shimono (1942): S. 230.

menhang intentional verstanden als Referenz auf eine althergebrachte, in der Sprachgemeinschaft weithin akzeptierte Position – soll zudem die Vereinnahmung der Jugendlichen als selbstverständlich erscheinen lassen.

In Teilkapitel 6 letztlich heißt es unter dem Stichwort „Begreift die japanische Weltanschauung!“ direkt hieran anschließend:²⁴⁶

„Wenn dem so ist, auf welche Weise soll dann die Jugend ihr Leben führen, die die Zukunft in Händen hält?

Wie nichts anderes soll ihnen als Grundlage ihr Verständnis der japanischen Weltanschauung dienlich sein, die zuallererst vom *kokutai*-Gedanken unseres *Tennō*-Reiches durchdrungen ist, denn aus dieser Haltung entspringt der japanische Geist. Der japanische Geist und der *kokutai*-Gedanke mögen zwar im amerikanisch-englischen Denken kommen und gehen, durch Lektüre millionenfach aufgerufen worden sein, jedoch handelt es sich bei beiden um nichts, was in einfacher Weise angeeignet werden kann, nichts, was durch die Ansammlung starren Wissens erfasst werden kann, sondern um ein auf Erfahrung basierendes Verständnis, dessen Gewinnung aus sich selbst heraus jenen vorbehalten ist, die die Untertanen unseres *Tennō*-Reiches bilden. Dieses ist verknüpft mit dem alltäglichen Dasein, und seine wirkliche Bedeutung muss sich erst aus der alltäglichen Praxis heraus offenbaren. Das Geheimnis unserer glorreichen Triumphe im Großostasiatischen Krieg, der praktische Dienst der von japanischem Geist ergriffenen, an vorderster Front dienenden Offiziere und Wachmannschaften sind längst für jeden erkennbar. Ihr Mädchen und Jungen müsst ebenfalls vom reinen, aufrichtigen Gefühl des Dienstes am Vaterland durchdrungen sein, in eurer Lebenseinstellung, bei Lohnarbeit oder vertieftem Studium, auch wenn ihr nicht selbst an vorderster Front steht. Ganz gleich, ob ihr euch der wissenschaftlichen Forschung verschreibt oder in der Verwaltung tätig werdet, macht euch vom Eigennutz frei und stellt euer Leben in den Dienst der Nation. Ihr müsst von dem Gedanken durchdrungen sein, dass euer privates Handeln mit der Nation verknüpft ist.“²⁴⁷

Der von Shimono genutzte, auf verschiedenste Weise zu übersetzende Ausdruck *kokutai* (国体, u. a. Staatswesen, Volkscharakter) diente von der Meiji-Zeit (1868–1912) bis zum Ende des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) im nationalistischen Diskurs der Bezugnahme auf ein vermeintlich den „Japanern“ eigenes Staatswesen, das auf der „göttlichen“ Gestalt des *Tennō* und der auf ihn ausgerichteten „nationalen Familie“ gründet.²⁴⁸ Diesen Interpretationen entsprechend spricht der Autor ausländischen Gelehrten, „die da kommen und gehen“, ein tiefergehendes Verständnis des *kokutai* ab. Ein solches sei lediglich den „Untertanen unseres *Tennō*-Reiches“ – mit anderen Worten: den Angehörigen der japanischen „Nation“ – vorbehalten, wozu selbstverständlich auch die japanische Jugend zu rechnen ist. Aus deren Zugehörigkeit zur „nationalen Familie“ des *Tennō* erwächst die Verpflichtung des „Dienstes an der Nation“, da durch die Annahme einer derartigen Zugehörigkeit das „private Handeln mit der Nation verknüpft“ ist. Neben dem Argument der historischen Verpflichtung

²⁴⁶ Shimono (1942): S. 231.

²⁴⁷ Shimono (1942): S. 231.

²⁴⁸ Antoni (2016): o. S.

tung der Jugend zur „Shōwa-Erneuerung“ führt Shimonos somit ein weiteres Argument – das der vermeintlichen Zugehörigkeit der Jugend zur „nationalen Familie“ – an, um diese für den „totalen Krieg“ zu mobilisieren: Das „reine, aufrichtige Gefühl des Dienstes am Vaterland“ soll neben den Soldaten an der Kriegsfront auch die Jugend an der „Heimatfront“ erfüllen. Eine der deutlichsten Parallelen Shimonos zu den Ausführungen Koyama Eizōs besteht hier zweifellos in seinem Appell an die Jugend, sie solle individuelle Bedürfnisse im Sinne der Nation zurückstellen. Für Koyama gilt es ebenso, „das Ich sowie die dem Eigeninteresse dienende Gruppierung“²⁴⁹ zu überwinden. Inhaltliche Gemeinsamkeiten Shimonos zu Koyama und Hayashi sowie zu den von der Forschung herausgearbeiteten Tendenzen, wie etwa die Darstellung von Kindern als Zukunft der Nation,²⁵⁰ zudem die Verortung im *kokutai*-Diskurs, verleihen der Quelle eine über die subjektive Äußerung eines zeitgenössischen Autors hinausgehende Bedeutung. Gleichzeitig schaffen sie ein besseres Verständnis dafür, wieso unter der Verantwortlichkeit Shimonos vor dem Hintergrund der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945) die Darstellung von Kindern und Jugendlichen in der *Shashin shūhō* genau so ausfällt, wie im Anschluss anhand zahlreicher Beispiele deutlich wird.

Darüber hinaus lässt sich mittels der Aussagen Shimonos ein besseres Verständnis dafür gewinnen, wieso die *Shashin shūhō* als Propagandaschrift bis ins Jahr 1945 hinein produziert worden ist,²⁵¹ sofern die von ihm verlautbarten Worte nur im Entferntesten seinem Handeln bzw. dem Handeln der anderen, an der Schrift mitwirkenden und ihm unterstellten Personen eine Legitimationsgrundlage oder zumindest eine Richtlinie verliehen haben sollten: Noch im Juli 1944 publizierte er in einer Zeitschrift namens *Kokumin kōza* (国民講座, etwas freier zu übersetzen als „Unterrichtung der Nation“) einen Artikel namens „Der Entschluss aller, sich zu erheben“,²⁵² in welchem überaus deutlich wird, dass für Shimonos eine Kapitulation und damit verbundene Einstellung der Kampfhandlungen keinesfalls in Frage kommt. Noch zu diesem Zeitpunkt ist von seiner Seite von einem möglichen Sieg Japans über dessen Gegner die Rede:

„Krieg ist eine leidvolle Angelegenheit. Wer glaubt, dass dieser Krieg wie die vorangehenden sei und wir diesen ebenso leicht gewinnen könnten, der unterliegt einem gewaltigen Irrtum. Dieser Krieg wird selbstverständlich bis zum endgültigen Sieg oder bis zur Niederlage geführt. Gerade jetzt, in diesem Herbst, sollten wir es uns umso tiefer ins Bewusstsein rufen, dass wir letzten Endes als Sieger aus diesem Konflikt hervorgehen werden.“²⁵³

²⁴⁹ Koyama (1937): S. 31.

²⁵⁰ Carter (2009): S. 180 f.

²⁵¹ Shimizu (2008): S. 40. Der Autor bezieht sich auf: „Takano (1979): S. 49“, und zwar auf folgende Aussage: 『写真週報』は昭和二十年七月十一日号までしか私の手許にない。それ以後は印刷所の焼失で発行継続が不可能だったのである。」

²⁵² Shimonos (10.7.1944).

²⁵³ Shimonos (10.7.1944): S. 13 f.

Wie die Auseinandersetzung mit Shimono Nobuyasus Jugendbild demonstriert, ist dieses zugleich ein Spiegel zeitgenössischer nationalistischer Tendenzen. Seine Ansicht beispielsweise, dass es für die zeitgenössische Jugend nunmehr gelte, individuelle Interessen gegenüber „nationalen“ zurückzustellen, weist nicht nur Berührungspunkte zu den Aussagen Koyamas und Hayashis auf, sondern offenbart bei intensiver Betrachtung zugleich Shimonos Ablehnung der demokratischen Neuerungen der Taishō-Demokratie (1912–1926).

3.8. GESCHICHTE DER *SHASHIN SHŪHŌ* (1938–1945)

Die *Shashin shūhō* erweist sich als besonders geeignete Quelle zur Erforschung der Bildpropaganda Japans in der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges (1931–1945). Für Tamai Kiyoshi stellt sie ein Abbild der Innen- und Außenpolitik Japans der frühen Shōwa-Zeit (1926–1945) dar.²⁵⁴ Shimizu Jun'ichirō benennt insgesamt drei zentrale Zielsetzungen der Zeitschrift zum Zeitpunkt ihrer Gründung: Ermutigung und Beförderung eines „Nationalgeistes“ innerhalb der Bevölkerung, Erklärung der aktuellen Lage und politische Aufklärung.²⁵⁵ Zwar seien die Grundsätze aus heutiger Sicht nur schwer rekonstruierbar, jedoch erlaube ein Vergleich mit der Schwesterzeitschrift *Shūhō* relativ verlässliche Rückschlüsse.²⁵⁶ Für Hosaka Masayasu sind die geistige Ermunterung zum „Heiligen Krieg“ sowie die Mobilisierung menschlicher Ressourcen vor dem Hintergrund des Mobilisierungsgesetzes zentrale Zielsetzungen der *Shashin shūhō*.²⁵⁷ Darüber hinaus benennt er für die Anfangszeit die folgenden Beweggründe zur Schaffung des Organs: Ausstrahlung nationalen Prestiges im In- und Ausland, eine verständliche Vermittlung der augenblicklichen Lage Japans nebst Vermittlung von Informationen und geistiger Anregung.²⁵⁸ Abseits soeben genannter Forschermeinungen offenbart ein Blick in den Artikel „Worte zur Erstausgabe“ der *Shashin shūhō* folgende Ziele:

„In letzter Zeit machen Parolen wie ‚schriftstellerischer Dienst am Vaterland‘ oder ‚musikalischer Dienst am Vaterland‘ die Runde. Dieser Tendenz entsprechend sollte selbstredend auch von einem ‚fotografischen Dienst am Vaterland‘ die Rede sein. [...] Wir vertreten die Auffassung, dass der auf Fotografien beruhenden aufklärerischen Propaganda eine außerordentliche Wirkmächtigkeit innewohnt [...] und sind daher von der andauernden Hoffnung erfüllt, Ihnen das Wesen ‚fotografischen Dienstes am Vaterland‘ zu präsentieren, indem wir uns der Linse unserer Kamera bedienen und der aufklärerischen In- und Auslandspropaganda verschreiben.“²⁵⁹

²⁵⁴ Tamai (2008 I): S. vii.

²⁵⁵ Shimizu (2008): S. 10.

²⁵⁶ Shimizu (2008): S. 7.

²⁵⁷ Hosaka (2011): S. 4.

²⁵⁸ Hosaka (2011): S. 5.

²⁵⁹ *Shashin shūhō* (16.2.1938) S. [22].

Bei den hier verwendeten Wörtern *bunshō hōkoku* (文章報国, „schriftstellerischer Dienst am Vaterland“) und *ongaku hōkoku* (音楽報国, „musikalischer Dienst am Vaterland“) handelt es sich um Neologismen, deren Geläufigkeit durch die Aussage des Quellenautors bestätigt wird. Konsequenterweise spricht dieser vom „fotografischen Dienst am Vaterland“ (*shashin hōkoku*, 写真報国). Sie dokumentieren, wie verschiedenste Bereiche zivilen Lebens in den Dienst des Krieges gestellt wurden. Ein weiteres Beispiel für diese zeitgenössische Tendenz bildet der Ausdruck *kenkō hōkoku* (健康報国, „gesundheitlicher Dienst am Vaterland“), welcher sich ebenfalls in Ausgaben der *Shashin shūhō* findet.²⁶⁰ Die Zeitschrift wird somit zu einem zentralen Anlaufpunkt ehemals in anderen Bereichen arbeitender Fotografen, die nunmehr ihr Können in den Dienst der Propaganda stellen.

Die *Shashin shūhō* wurde sowohl zur Berichterstattung innerhalb der Zivilbevölkerung als auch an der Front genutzt.²⁶¹ Man kann somit eine weitere Parallele zwischen Deutschland und Japan erkennen: Die Funktion, die auf deutscher Seite „Heimatbilder“ (siehe Kapitel 2.4.) und in späterer Zeit der *Illustrierte Beobachter* übernahmen,²⁶² nämlich die Stärkung des Kampfgeistes an der Front, wurde auf japanischer Seite ebenfalls über eine Illustrierte erzielt, die gleichzeitig in der Heimat als Propagandaorgan in Gebrauch war. Eine weitere Art der Rezeption sowie ein eindrucksvolles Beispiel für die Effizienz, mit der die Gestalter der *Shashin shūhō* voringen, um einen möglichst hohen Verbreitungsgrad zu gewährleisten, bietet die Kategorie der so genannten „Anschlagtafeln aktueller Geschehnisse“ („*Toki no tatefuda*“, 「時の立札」). In Ausgabe 258 vom 10. Februar 1943 finden sich Hinweise zum wirkungsvollen Gebrauch dieses Teils der *Shashin shūhō*. Demnach war dieser Teil der Zeitschrift dafür vorgesehen, an allen möglichen Orten wie Friseursalons, Badehäusern, Bahnhöfen, Polizeirevierern und Schulen angebracht zu werden.²⁶³ Die Bemerkung Hosakas, dass für Kinder in der Rubrik „Anschlagtafel aktueller Geschehnisse“ alle Kanji (aus dem Chinesischen übernommene Wortschriftzeichen) über Grundschullevel mit Furigana (Lesehilfen über chinesischen Schriftzeichen in Silbenzeichen) versehen worden seien,²⁶⁴ unterstreicht darüber hinaus die Raffinesse, mit der die Gestalter der *Shashin shūhō* bei ihren Planungen vorgegan-

²⁶⁰ *Shashin shūhō* (27.7.1938) S. [24]. Exemplarisch ist hier auf eine Anzeige zur Radio-Gymnastik verwiesen.

²⁶¹ Shimizu (2008): S. 39.

²⁶² Dass dem *Illustrierten Beobachter* ebenfalls in späterer Zeit eine derartige Funktion zukam, lässt sich anhand der Titelseite späterer Ausgaben erkennen: Hier findet sich in einem besonders hervorgehobenen Kästchen die Möglichkeit, den eigenen Namen einzutragen und „herzliche Heimatgrüße an die Front“ zu senden (siehe beispielsweise *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.).

²⁶³ Shimizu (2008): S. 39; *Shashin shūhō* (10.2.1943): S. 16.

²⁶⁴ Hosaka (2011) S. 6. Earhart bemerkt hingegen etwas missverständlich, dass allen Kanji über Grundschulniveau Furigana beigefügt worden seien, was jedoch nicht der Fall war (Earhart (2008): S. 186).

gen sind: Teile der Zeitschrift sollten in der Öffentlichkeit sichtbar und für fast jeden lesbar sein. Zudem erhofften sich die Redakteure der *Shashin shūhō*, dass sich ihre Propaganda rasch durch das Weiterreichen der Zeitschrift an möglichst viele Leser verbreiten würde.²⁶⁵

Publiziert wurde sie vom 16. Februar 1938 bis zum 11. Juli 1945. Zwar existierte ihre Schwesterzeitschrift *Shūhō* bereits seit November 1936, jedoch war diese aufgrund ihrer starken Textorientierung und aufgrund der verwendeten Zeichen relativ schwer zu lesen. Stimmen zur Vereinfachung der Zeitschrift wurden lauter und so wurde in einer Sitzung des *Naikaku jōhōbu* im September 1937 die Herausgabe der *Shashin shūhō* als ein das Bild in den Mittelpunkt stellendes Pendant zur *Shūhō* beschlossen, ähnlich wie der *Illustrierte Beobachter* ein bebildertes Pendant zum *Völkischen Beobachter* darstellte. Eine leichter zu rezipierende Zeitschrift sollte die Wirkung der Propaganda erhöhen. Bis zu diesem Zeitpunkt wurde Propaganda, wie Shimizu ausführt, auf dreierlei Weisen vermittelt: „vom Mund zum Ohr“, „vom Ohr zum Herzen“ und „vom Auge zum Herzen“. Die *Shashin shūhō* sollte letzteres zu ihrem Auftrag machen.²⁶⁶ In einem Text mit dem Titel „Organisation und Funktion des Naikaku jōhōkyoku“ heißt es hierzu: „Einfach ausgedrückt ging es in der Hauptsache darum, dem Volk mittels Kamera auf leicht verständliche Art nationale Politik näher zu bringen. Späterhin hatte sie zudem, auch auf Bitten der Leserschaft, den Beigeschmack einer ‚massenkompatiblen *Shūhō*‘.“²⁶⁷ Als weiterer, außenpolitischer, Grund zur Etablierung der Zeitschrift gilt die im Verlauf des länger andauernden Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) aufgekommene anti-japanische Propaganda Englands und Chinas und der Wunsch nach einer Erwidierung selbiger in Form von leicht verständlicher Auslandspropaganda.²⁶⁸

Ab Oktober 1937 wurden Bilder zum Zwecke der propagandistischen Verwendung innerhalb der Zeitschrift gesammelt.²⁶⁹ Ein vor allem in der Anfangszeit der *Shashin shūhō* dominierendes Mittel hierzu waren Preisausschreiben.²⁷⁰ Hierin wird deutlich, wie die Geschichte der Zeitschrift die Tendenzen ihrer Zeit offenbart, wenn man sich Kushners Bemerkung ins Gedächtnis ruft, dass aktive Teilnahme der Bevölkerung an der Gestaltung von Propaganda ein Charakteristikum auf japanischer Seite gewesen sei.²⁷¹ In Ausgabe 2 der Zeitschrift wird die Leserschaft unter der Überschrift „Anweisung zur Anwerbung von Fotografien“ („*Shashin boshū kitei*“, 「写真募集規定」) zur Einsendung von Fotografien aufgefordert. Zur propagandistischen Bedeutung der Fotografie heißt es zudem:

²⁶⁵ Shimizu (2008): S. 39.

²⁶⁶ Shimizu (2008): S. 1–3.

²⁶⁷ Naikaku jōhōkyoku (1941 I): S. 62 f.

²⁶⁸ Shimizu (2008): S. 3.

²⁶⁹ Shimizu (2008): S. 3.

²⁷⁰ Shirayama (2014): S. 95.

²⁷¹ Kushner (2002): S. 2.

„Wenn der Film im Propagandakrieg dem Maschinengewehr gleichkommt, dann ist die Fotografie der Dolch, das tief ins Herz eindringende Bajonett, das hunderttausendfach, millionenfach gedruckte und verbreitete Giftgas.“²⁷²

Zwar ist als Verfasser des Textes lediglich das *Naikaku jōhōbu* angegeben, jedoch ist mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit Hayashi Ken'ichi der Autor: Die Parallele zur Propagandaschrift Hayashis, in welcher ebenfalls der Film mit dem Maschinengewehr und die Fotografie mit dem Giftgas gleichgesetzt wird, kann kein Zufall sein. Allerdings kommt im vorliegenden Fall die Gleichsetzung mit Dolch und Bajonett hinzu. Vor diesem Hintergrund sollte eine Analyse der Abbildungen der *Shashin shūhō* in jedem Fall die auf Bildpropaganda bezogenen Ausführungen Hayashis mit einbeziehen. Unter Berücksichtigung der zuvor erläuterten Propagandatheorie Hayashis liegt meiner Meinung nach die folgende Interpretation nahe: Mit der Metapher des Maschinengewehrs zielt der Autor auf die schnelle Abfolge von Bildern ab, die den Rezipienten gleich einer Maschinengewehrsalve treffen und beeinflussen. Ihre manipulative Macht beziehen diese Bilder weniger aus ihrer Qualität als vielmehr aus ihrer Quantität. Dem gegenüber steht die Propagandafotografie als einzelnes Bild, welches sich vor allem durch Qualität auszeichnen muss, um beim Rezipienten einen Eindruck von ungeheurer Wucht zu hinterlassen, der einem Stoß mit Dolch oder Bajonett gleichkommt. Gleichzeitig bildet der Vergleich mit dem Giftgas einen metaphorischen Verweis auf das ungeheure Potential der Fotografie als Propagandamedium, das ihr als leicht zu verbreitendes und zu rezipierendes Medium innewohnt. „Hinsichtlich [ihres] Verbreitungspotentials gleicht Propaganda einem sich verbreitenden Giftgas“,²⁷³ wurde Hayashi zuvor zitiert. Zudem interessant erscheint mir diese Formulierung aufgrund des Umstandes, dass es sich bei Giftgas im Gegensatz zum Dolch oder Bajonett um eine Waffe handelt, die eingesetzt werden kann, ohne einen bestimmten Feind im Visier zu haben: Ebenso wie das Giftgas auf die Verletzung oder Tötung möglichst vieler, quantitativ unbestimmter Feinde abzielt, sieht es die japanische Propagandafotografie auf die Beeinflussung möglichst vieler Menschen ab, auch und gerade in der „Großostasiatischen Wohlstandszone“.

Von Beginn an war es zur Produktion der Propaganda der *Shashin shūhō* notwendig, zwei verschiedene Mitarbeiterstäbe zu etablieren, einen zur Informationssammlung sowie einen zur Bildgestaltung. Beide waren eingebunden in die dritte Abteilung des *Naikaku jōhōbu*, der zunächst Botschaftssekretär Mori Itsuo vorstand. Die Zusammensetzung des Mitarbeiterstabs der *Shashin shūhō* war, bis auf ein paar personelle Kontinuitäten abgesehen, einem steten Wandel unterworfen.²⁷⁴ Ab Juli 1938 war Tsuda Hiroataka, Beamter im *Naikaku jōhōbu* und ehemaliger Angestellter des internationalen Fremdenverkehrsamtes des

²⁷² *Shashin shūhō* (23.2.1938): S. [22].

²⁷³ Hayashi (1943 I): S. 223.

²⁷⁴ Für eine detaillierte Aufführung der Zusammensetzung der Redaktion nebst Zuständigkeiten siehe Shimizu (2008): S. 6.

Eisenbahnministeriums, für die Herausgabe der Zeitschrift verantwortlich. Zudem leitete er die Redaktionsabteilung, während Mori Itsuo mit der Leitung der Bildpropagandaabteilung betraut war. Dieser wiederum war durch seine zusätzliche Verantwortlichkeit für die *Shūhō* sehr beschäftigt. Bis zur Etablierung des *Shashin kyōkai* durch Hayashi Ken'ichi war zur Gestaltung der Zeitschrift die Hilfe einzelner Fotografen entscheidend, die ihre Bilder zur Verfügung stellten.²⁷⁵ Fotografien lieferte zunächst vor allem der 1934 durch Kimura Ihei und Hara Hiromu gegründete *Kokusai hōdō shashin kyōkai*,²⁷⁶ der entscheidenden Anteil an der Erstaussgabe der *Shashin shūhō* hatte.²⁷⁷ Verantwortlicher für die Planung der Erstaussgabe war zudem der ehemalige Zeitungsjournalist Hayashi Ken'ichi.²⁷⁸ Der von ihm gegründete *Shashin kyōkai* dirigierte die Erstellung und Vervielfältigung von Bildern zum Zwecke der Propaganda an die *Nippon Kōbō*. Zudem wurden Themenkonferenzen abgehalten und die Bildproduktion an vertraglich gebundene Fotografen delegiert.²⁷⁹

Dass viele der an der *Shashin shūhō* beteiligten Fotografen sich in der modernen fotografischen Tradition Deutschlands vor 1933 sahen und dass diese Verbindungslinien, obgleich nunmehr im Dienste der Propaganda, nicht ganz abrisen, veranschaulicht das Titelbild der *Shashin shūhō* vom 8. Juni 1938 (Ausgabe 17). Es wurde von Domon Ken geschossen und zeigt eine Krankenschwester des japanischen Roten Kreuzes. Der Titel des Bildes lautet „Mit Menschenliebe und Zuneigung“ („*Jim to ai to*“, 「仁と愛と」) und es entstammt einer Bilderserie, die Domon mit „Dienst unter dem Roten Kreuz“ („*Sekijūji no shita ni*“, 「赤十字の下に」) betitelte. Die Bildserie wurde zur Propaganda im In- und Ausland genutzt. Die *Stuttgarter Illustrierte* vom 30. Oktober 1938 verwendete die selbe Fotografie für ein leicht abgewandeltes Titelbild ihrer Zeitung, diesmal unter dem Titel „Kamerad des Kriegers“²⁸⁰ („*Senshi no tomo*“, 「戦士の友」).²⁸¹

Im Juni 1940 wurden Tsuda Hirota und Mori Itsuo durch die gemeinsam Verantwortlichen Shimono Nobuyasu und Hayashi Ken'ichi abgelöst, die von diesem Zeitpunkt bis zum Ende des Erscheinens der *Shashin shūhō*, von einigen personellen Diskontinuitäten abgesehen, für die Gestaltung der Zeitschrift zuständig waren.²⁸² Mit der Umbildung des *Naikaku jōhōbu* zum *Naikaku jōhōkyoku* im Dezember 1940 war die zweite Unterabteilung der vierten Abteilung des *Naikaku jōhōkyoku* für die Herausgabe verantwortlich. Hosaka bemerkt interessanterweise, dass die zweite Unterabteilung stets ihre

²⁷⁵ Shimizu (2008): S. 5 f.

²⁷⁶ Shimizu (2008): S. 5.

²⁷⁷ Shirayama (2014): S. 95.

²⁷⁸ Torihara (2013): S. 76 f.

²⁷⁹ Shirayama (2014): S. 97.

²⁸⁰ In diesem Fall handelt es sich um den eigens in der Zeitschrift verwendeten deutschen und japanischen Titel.

²⁸¹ Shirayama/Hori (2006): S. xi; *Shashin shūhō* (8.6.1938): S. 1.

²⁸² Shimizu (2008): S. 5 f.

ganz eigenen Vorstellungen von der Herausgabe durchsetzte.²⁸³ Welcher Art diese Vorstellungen jedoch gewesen sein sollen, führt er nicht weiter aus. Möglicherweise geht Hosakas Bemerkung auf die folgende Aussage des Zeitzeugen Takano Tatsuo bezüglich seiner Arbeit im *Naikaku jōhōkyoku* zurück:

„In unserer zweiten Unterabteilung der vierten Abteilung war kein einziger Militäroffizier. Die Art und Weise, wie wir an der Herausgabe der *Shūhō* sowie *Shashin shūhō* arbeiteten, wäre von ihnen möglicherweise abgelehnt worden.“²⁸⁴

Jedoch wurde auch diese Eigentümlichkeit Opfer der Gleichschaltung im Kontext des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) sowie des Pazifischen Krieges (1941–1945).²⁸⁵ Die Produktion der *Shashin shūhō* fand nach Aussage Takano Tatsuos erst mit dem Abbrennen der Druckerei im Jahre 1945 ein Ende.²⁸⁶

Betrachtet man die Zeitschrift unter formalen Gesichtspunkten, so handelte es sich bei der *Shashin shūhō* um eine anfangs zwanzig Seiten umfassende, im A4-Format publizierte Zeitschrift.²⁸⁷ Mit der zunehmenden Verschlechterung der Kriegslage beschränkten sich die Redakteure schließlich auf acht Seiten im Tabloidformat.²⁸⁸ Als Drucktechniken wurden Fotogravüre und Typendruck verwendet.²⁸⁹ Zur Bestimmung der Themen der Zeitschrift wurden wöchentlich Konferenzen abgehalten,²⁹⁰ bei denen neben den Mitarbeitern der zweiten Unterabteilung der vierten Abteilung des *Naikaku jōhōkyoku*²⁹¹ ebenso Mitarbeiter der Schwesterzeitschrift *Shūhō* anwesend waren.²⁹² Fotografien wurden oft beim *Shashin kyōkai* angefragt,²⁹³ der dann das letztlich verwendete Material gemeinsam mit dem Herausgaberteam der *Shashin shūhō* bestimmte. Für den Text war jedoch in erster Linie das Herausgaberteam verantwortlich.²⁹⁴

Die *Shashin shūhō* war nicht nur in ihren Aussagen sehr leicht verständlich gehalten.²⁹⁵ Aufgrund ihres niedrigen Preises von 10 Sen²⁹⁶ – eine Schlüssel Soba-Nudeln kostete 1940 15 Sen – war sie ebenso leicht zu

²⁸³ Hosaka (2011): S. 5.

²⁸⁴ Takano (1979): S. 23. 「私たち第四部第二課には、武官は一人もいなかった。週報・写真週報の編集というしごとの性質が、彼らの配属を拒否したといえるかも知れない。」

²⁸⁵ Hosaka (2011): S. 5.

²⁸⁶ Shimizu (2008): S. 40. Der Autor bezieht sich auf „Takano (1979): S. 49“, und zwar auf folgende Aussage: 「『写真週報』は昭和二十年七月十一日号までしか私の手許にない。それ以後は印刷所の焼失で発行継続が不可能だったのである。」

²⁸⁷ Shirayama (2014): S. 95.

²⁸⁸ Hosaka (2011): S. 6.

²⁸⁹ Iwamura (2007): S. 91.

²⁹⁰ Shimizu (2008): S. 8.

²⁹¹ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 6.

²⁹² Shimizu (2008): S. 8.

²⁹³ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 6.

²⁹⁴ Shimizu (2008): S. 8.

²⁹⁵ Tamai (2008 I): S. vii.

²⁹⁶ Japan Center for Asian Historical Records. National Archives of Japan (2017): o. S.

erwerben.²⁹⁷ Sie wurde im ganzen Land in Buchhandlungen, Bahnhöfen und Läden für Fotozubehör verkauft.²⁹⁸ Ihre Verkaufsorte waren aller Wahrscheinlichkeit nach denen der *Shūhō* ähnlich. Die Lieferung erfolgte parallel zur *Shūhō*, vermutlich um Kosten einzusparen. Werbung für die Zeitschrift erfolgte auf verschiedenste Arten: jede Woche mittwochs geschaltete Anzeigen in drei großen Zeitungen, außerdem in Radio, in Dia-Vorführungen und durch Plakatwerbung.²⁹⁹ Zu Kriegszeiten bewegte sich die Auflage, die je nach Ausgabe variieren konnte, zwischen 200.000 und 400.000 Exemplaren. Durch mehrmaliges Weiterreichen der *Shashin shūhō* kann von einer Leserschaft von zwei bis drei Millionen Lesern ausgegangen werden.³⁰⁰ Des Weiteren bemerkt Shimizu, dass die Zeitschrift damals an zahlreichen Orten ausgelegt haben muss und von zahlreichen Autoritäten wie Bürgermeistern oder Schuldirektoren gelesen wurde.³⁰¹ Ihre dominante Rezeptionsweise des „Umherzeigens“ wurde sogar vom *Naikaku jōhōbu* selbst propagiert.³⁰²

Zur fundierten Einschätzung des Wirkungsgrades war die Erfassung der Auflagenhöhe unentbehrlich. Für die Jahre 1942, 1943 sowie 1944 liegen keine Zahlen vor. 1938 wurden 2.081.000 Exemplare gedruckt und 948.253 verkauft. Der Erlös deckte die Druckkosten ab 1939. Die Auflage stieg kontinuierlich an, bis die *Shashin shūhō* 1941 eine Auflage von 13.318.950 Exemplaren bei 12.979.093 Verkäufen erreichte. 1945 ist ein Abfall auf 3.142.000 Exemplare mit 2.076.009 Verkäufen zu konstatieren.³⁰³

Um ein besseres Bild der Rezipienten der *Shashin shūhō* zeichnen zu können, erweist sich eine mit der *Shūhō* gekoppelte Leserumfrage als Glücksfall. Es wurden Personen aus 16 Präfekturen befragt, jeweils 2 Präfekturen pro Region, mit Ausnahme von Chūbu mit 4 Präfekturen. Die Leserbeteiligung lag bei 21,1 Prozent.³⁰⁴ Deren Ergebnisse wurden zunächst in einem auf August 1941 datierten Bericht des *Naikaku jōhōkyoku* zusammengetragen, versehen mit dem Titel „Nach welchen Berichten und Aufnahmen verlangt die Leserschaft der ‚Shūhō‘ sowie ‚Shashin shūhō‘?“³⁰⁵ Der Titel offenbart nicht nur

²⁹⁷ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 4; Tamai (2008 I): S. vii.

²⁹⁸ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 4.

²⁹⁹ Shimizu (2008): S. 35 f.

³⁰⁰ Shimizu (2008): S. 1 f.

³⁰¹ Shimizu (2008): S. 37 f.

³⁰² Shimizu (2008): S. 39.

³⁰³ Shimizu (2008): S. 36 f. Im von Martin Ramming 1941 herausgegebenen „Japan-Handbuch“ finden sich Angaben zur Gesamtzahl japanischer Zeitschriften. Demnach existierten am 31. Dezember 1938 15.057 Zeitschriften in Japan, 1937 sollen insgesamt 72.733.000 Zeitschriften verkauft worden sein (Ramming (1941): S. 663 f.). Nimmt man die ungefähre Richtigkeit von Rammings Angaben an und legt ähnliche Zahlen für das Jahr 1938 zugrunde, bestätigt sich der enorme Einfluss der *Shashin shūhō* auf die japanische Bevölkerung.

³⁰⁴ Shimizu (2008): S. 37.

³⁰⁵ Naikaku jōhōkyoku (1941 II).

erneut die zentrale Bedeutung von Fotografien für die Propaganda der untersuchten Zeitschrift, sondern verdeutlicht, wie in Japan durch Erhebung von Daten sowie aktive Einbindung der Rezipienten Verbreitungs- und Wirkungsgrad der Propaganda gesteigert werden sollten. Anschließend erfolgte eine Veröffentlichung in Ausgabe 177 der *Shashin shūhō* vom 6. November 1941 unter dem Titel „Von wie vielen Personen wird wohl ein Exemplar gelesen? Die Ergebnisse unserer Leserumfrage“ („*Issatsu wo nannin de yomu deshō: Dokusha chōsa no kekka*“, 「一冊を何人で読むでしょう: 読者調査の結果」).³⁰⁶ Im Durchschnitt wird hier angegeben, dass auf ein Exemplar 10,6 Leser kommen, was darauf schließen lässt, dass die von den Redakteuren angestrebte Rezeptionsweise des „Herumzeigens“ durchaus gängige Praxis in Leserkreisen war. Etwa 62 Prozent der Teilnehmer der Umfrage gaben an, männlich zu sein, 38 Prozent weiblich. 45,4 Prozent vermerkten, Studenten und Schüler zu sein. 61,8 Prozent gaben an, einen Grundschulabschluss zu haben, 26,6 Prozent einen Mittelschulabschluss und 7,8 Prozent einen Oberschulabschluss oder höher.³⁰⁷ Die Werte lassen somit auf eine recht junge, leicht von männlichen Lesern dominierte Leserschaft der *Shashin shūhō* schließen, von denen ein geringer Anteil über höhere Bildung verfügte.³⁰⁸

Im Artikel vom 6. November 1941 unterbleibt die Veröffentlichung bestimmter Informationen, die sich die Gestalter der Zeitschrift offenbar in späteren Ausgaben zunutze machen wollten, ohne ihre Leser davon in Kenntnis zu setzen: Der Originalbericht des *Naikaku jōhōkyoku* enthält detaillierte Informationen zu Themenwünschen der Leserschaft. 28,5 Prozent der befragten Leser wünschten sich mehr Berichte aus dem Themenbereich „Krieg und Militär“. Es folgen die Gebiete „Sport und Ähnliches“ mit 16,7 Prozent, „Internationales“ (14,7 Prozent), „Bildung und Kultur“ (13,5 Prozent) und „Politik“ (8,6 Prozent).³⁰⁹ Hier zeigt sich im direkten Vergleich mit den Ergebnissen der Umfrage zur *Shūhō* ein merklich geringerer prozentualer Anteil an Lesern mit Interesse für komplexere Themen wie „Politik“, „Internationales“ und „Kultur“, was sich mit dem geringen Bildungsgrad deckt.³¹⁰ Aufgrund dieser Resultate wird bei der Analyse der Zeitschrift danach zu fragen sein, ob die Ergebnisse der Leserumfrage Einfluss nehmen auf die spätere inhaltliche Gestaltung der Zeitschrift, bis ins Jahr 1943 hinein. Aufgrund einer quantitativen Auswertung der Texte der Titelseiten durch Shimizu kann an dieser Stelle bereits gesagt werden: Verweise auf Japan und Deutschland nehmen ab, Ver-

³⁰⁶ *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

³⁰⁷ *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

³⁰⁸ Shimizu (2008): S. 38.

³⁰⁹ *Naikaku jōhōkyoku* (1941 II): S. 304.

³¹⁰ *Naikaku jōhōkyoku* (1941 II): S. 291. Platz 1 in der *Shūhō*-Umfrage belegt der Themenbereich „Politik“ mit 22,4 Prozent, Platz 2 „Internationales“ mit 18,4 Prozent, „Kultur“ nimmt Platz 3 mit 12 Prozent ein (*Naikaku jōhōkyoku* (1941 II): S. 291).

weise auf Kinder und Jugendliche sind in den ersten hundert Ausgaben noch relativ selten, dann jedoch häufiger.³¹¹

Inhaltliche und gestalterische Besonderheiten der *Shashin shūhō* wurden in der Forschung bereits in Grundzügen herausgearbeitet. Ab Ausgabe 20 vom 29. Juni 1938 entsprach für eine bestimmte Zeit der auf der Titelseite abgedruckte Text der Überschrift eines Leitartikels, der somit mit dem Deckblatt der Zeitschrift verknüpft wurde. Diesen wiederum nutzten japanische Ministerien und Behörden für ihre Propaganda zur Mobilmachung der Bevölkerung, obgleich dieser Trend nicht lange anhielt. Ab Ausgabe 22 vom 13. Juli 1938 wurde das auf der Titelseite abgebildete Motiv am Ende der Zeitschrift erklärt, verbunden mit einer namentlichen Nennung des Fotografen. Shimizu bemerkt, dass die Bild-erklärungen bisweilen kritisch und literarisch gewesen seien.³¹²

Inhaltlich bemerkt Hosaka Masayasu, dass man das Vorrücken der japanischen Streitkräfte als gerecht dargestellt habe, indem man die Gesichter der Frontsoldaten in aller Klarheit abgebildet habe, nebst einer japanfreundlichen Atmosphäre in den besetzten Gebieten. Mit dem Sich-in-die-Länge-ziehen des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) sei eine Zunahme an Werbung für Kriegsanleihen zu beobachten, während des Pazifischen Krieges (1941–1945) sei zudem von der Verteidigung der Heimatfront die Rede gewesen, um nicht vollends die sich für Japan verschlechternde militärische Lage an der Front offenzulegen. Das Bild des deutschen Verbündeten kontrastierte nun mit dem Bild des amerikanischen Feindes. Die nunmehr zur Tat schreitende japanische Frau wurde propagiert. Die Rubrik „Anschlagtafeln aktueller Geschehnisse“ habe nunmehr an das Gefühl appellierende Slogans und Durchhalteparolen enthalten und Tōjō Hideki (1884–1948), General und 40. Premierminister (1941–1944), habe nun verhältnismäßig oft das Titelbild geziert,³¹³ was sich mit einer Beobachtung Shimizus deckt, der für die zweite Jahreshälfte 1943 folgende inhaltliche Schwerpunkte herausarbeitet: die Südbesichtigung Tōjōs (ein ganzseitiges Foto seines Besuchs Singapurs zierte die dritte Seite der *Shashin shūhō* vom 21. Juli 1943³¹⁴), die Unabhängigkeit Birmas und der Philippinen, eine gemeinsame Erklärung zur „Großostasiatischen Wohlstandssphäre“, Japan als Befreier Asiens, hingegen seit der Inszenierung japanischen „Heldentods“ auf der Insel Attu (Hier starben im Kampf gegen amerikanische und kanadische Truppen fast alle japanischen

³¹¹ Shimizu (2008): S. 11, 19, 27, 32. Shimizu präsentiert hier die Ergebnisse seiner quantitativen Auswertung von Verweisen auf Japan und Deutschland sowie Kindern und Jugendlichen auf den Titelseiten der Zeitschrift, und zwar unterteilt in vier verschiedene Gruppen von jeweils etwa 100 Ausgaben. Finden sich zum Beispiel insgesamt 20 Bezugnahmen auf Deutschland in den Ausgaben 1 bis 99, in den Ausgaben 100 bis 198 ganze 39, nimmt diese Zahl in den letzten beiden Zeiträumen ab auf 12 sowie 5 Bezugnahmen.

³¹² Shimizu (2008): S. 10.

³¹³ Hosaka (2011): S. 6.

³¹⁴ *Shashin shūhō* (21.7.1943): S. 3.

Truppen) keine Berichte mehr zu China oder zur Kriegslage im Pazifik – Themen, die zuvor noch großen Raum einnahmen.³¹⁵ Konkrete Inhalte seien mit der sich verschlechternden Kriegslage verschwunden, zunehmend vage Durchhalteparolen wie „Schutz des Vaterlandes“ oder „Sieg auf jeden Fall“ seien an der Tagesordnung gewesen und der Eifer der Anfangszeit nicht mehr erkennbar, bemerkt Hosaka zudem.³¹⁶ Eine ähnliche Tendenz wurde bereits mit Blick auf die in Deutschland zum Kriegsende hin erlassenen Presseanweisungen formuliert: Hier prägen realitätsferne „Tagesparolen“ die Propaganda des letzten Kriegsjahres. Noch Anfang 1945 sprechen selbige von „starker deutscher Aktivität“ und „kühnen Entlastungsoffensiven“.³¹⁷ Auch im *Illustrierten Beobachter* finden sich im zweiten Halbjahr 1943 neben einer Vielzahl militärischer Themen zu vorgeblichen Erfolgen deutscher Truppen³¹⁸ Überschriften wie „Die Parole des Führers: SIEG!“³¹⁹ oder „Alle beseelt ein Wille: Sieg!“.³²⁰ Berühmte Fotografen hätten zudem die *Shashin shūhō* nicht mehr unterstützt und es sei vermehrt Schrift statt Bild gebraucht worden.³²¹

David C. Earhart betont, dass in der Propaganda der *Shashin shūhō* Kinder im Zentrum nationalen Interesses gestanden hätten.³²² Themenbereiche, in denen Kinder, Schüler und Studenten am häufigsten vertreten seien, sind laut Oku und Tsuruoka die Felder „Industrieinsatz“, „Heeresmobilmachung“ und „Wissenschaft und Flugausbildung“.³²³ Zur Darstellung Deutschlands, und damit einhergehend der deutschen Jugend, äußert sich Iwamura Masashi und benennt vier gestalterische und drei inhaltliche Tendenzen: Über Deutschland sei in der Regel in Form von Titelbildern, Sonderberichten, Auslandsnews und Kommentaren berichtet worden.³²⁴ Dabei habe man in erster Linie ein Bild Deutschlands als wichtigem Verbündeten mit enger Bindung zu Japan, als starkem Militärstaat entworfen oder dessen gesunde Jugend inszeniert.³²⁵ Titelbilder mit direktem Bezug zu Deutschland finden sich auf sieben Ausgaben der *Shashin shūhō*.³²⁶ Hitler sei, von der Ausnahme einer Abbildung auf einem Fächer in Ausgabe 151 abgesehen, nicht auf den Titelbildern der *Shashin shūhō* abgebildet gewesen.³²⁷ Iwamura erklärt dies durch den Umstand, dass die

³¹⁵ Shimizu (2008): S. 32.

³¹⁶ Hosaka (2011): S. 6.

³¹⁷ Wilke (2007): S. 210.

³¹⁸ In den Ausgaben dieses Zeitraumes dominieren militärische Themen und Deutschland bildet nunmehr den lokalen Schwerpunkt der Berichterstattung.

³¹⁹ *Illustrierter Beobachter* (18.11.1943): o. S.

³²⁰ *Illustrierter Beobachter* (23.12.1943): o. S.

³²¹ Hosaka (2011): S. 6.

³²² Earhart (2008): S. 195.

³²³ Oku/Tsuruoka (2008): S. 204, 216, 226.

³²⁴ Iwamura (2007): S. 92 f; Iwamura (2008): S. 400.

³²⁵ Iwamura (2007): S. 93 f; Iwamura (2008): S. 401.

³²⁶ Iwamura (2007): S. 93.

³²⁷ Iwamura (2007): S. 94.

deutsche Jugend der japanischen als Vorbild zum baldigen Kriegseinsatz dienen sollte und man sich daher wahrscheinlich auf die Abbildung dieser Gruppe konzentriert habe.³²⁸ Zu Beginn der Arbeit wurde bemerkt, dass die japanischen politischen Verhältnisse der 1930er- und 1940er-Jahre aufgrund des Fehlens eines zentralen „Führers“ nicht mit den Regimen Deutschlands und Italiens vergleichbar sind.³²⁹ Vor diesem Hintergrund wird klar, wieso die japanischen Redakteure ebenso wenig auf die Darstellung japanischer Politiker auf den Titelseiten zurückgreifen konnten. Es fällt jedoch auf, dass zumindest in der Zeit des Pazifikkrieges (1941–1945) wiederholt General und Premierminister Tōjō Hideki (1884–1948) auf den Titelseiten abgebildet wurde.³³⁰ Juden wurden in der *Shashin shūhō* nur ein einziges Mal thematisiert.³³¹

Mit Beginn des Zweiten Weltkriegs (1939–1945) in Europa ist zudem die Tendenz zu beobachten, dass die deutsche Jugend weniger häufig thematisiert wird und vermehrt Darstellungen deutscher Soldaten in den Vordergrund rücken.³³² Im Zusammenhang mit dem Russlandfeldzug erfolgte die Zustellung von Bildern verspätet, da nunmehr eine Zulieferung über die Transsibirische Eisenbahn nicht mehr erfolgen konnte.³³³ Berichte zu den Kriegsgeschehnissen in Europa sowie deutschlandbezogene Inlandsberichte gehen seit Pearl Harbor zurück.³³⁴ Ein vorbildhaftes Deutschlandbild soll trotzdem bis zuletzt aufrecht erhalten werden: Die deutsche Niederlage in Stalingrad beispielsweise findet fast keine Erwähnung, Fotografien hierzu werden überhaupt nicht gezeigt.³³⁵

Ab April 1943 wurden männliche Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren zum Wehrdienst eingezogen.³³⁶ Zentrale Themen der Kinderliteratur mit Bezug zum Militär waren die Bedingungen an der Front, Einzelerfahrungen vom Soldaten sowie Erläuterungen zum Soldatentraining. Meist handelt es sich bei diesen Schilderungen um fiktive, verklärende Berichte.³³⁷ Viele Jugendliche, so bemerkt Nora Carter, seien zudem wegen Nahrungsmittelknappheit und schlechter medizinischer Versorgung zum Militär gegangen.³³⁸ Kinder und Jugendliche sollten über die *Shashin shūhō* ebenfalls für den Kriegseinsatz vorbereitet und mobilisiert werden, indem Vorstellungen von Regierungsprogrammen und Korps Eingang in die Ausgaben fanden.

³²⁸ Iwamura (2007): S. 98.

³²⁹ Siehe Einleitung Fußnote 12.

³³⁰ Hosaka (2011): S. 6.

³³¹ Iwamura (2007): S. 96; *Shashin shūhō* (28.2.1940): S. 17.

³³² Iwamura (2007): S. 99.

³³³ Iwamura (2007): S. 101.

³³⁴ Iwamura (2007): S. 102.

³³⁵ Iwamura (2007): S. 103.

³³⁶ Earhart (2008): S. 199; Carter (2009): S. 166.

³³⁷ Earhart (2008): S. 195; Carter (2009): S. 170 f.

³³⁸ Carter (2009): S. 170.

Das erste Titelbild der *Shashin shūhō* als Spiegel der Grundausrichtung der Zeitschrift



I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG³³⁹

Das Titelbild der Erstaussgabe der *Shashin shūhō* vom 16. Februar 1938 zeigt fünf japanische Kinder ähnlichen Alters und verschiedenen Geschlechts, von denen vier in einer Reihe stehen und eines in zweiter Reihe zu sehen ist. Sie tragen dezente Kleidung, die zwar nicht einheitlich gehalten ist, jedoch auch Unterschiede zwischen den Personen nicht betont. Die Frisuren der Jungen sowie die der Mädchen gleichen sich. Möglicherweise stehen noch weitere Kinder im Hintergrund, was jedoch aufgrund des gewählten Betrachtungswinkels nicht festzustellen ist. Jedes der Kinder steht in die gleiche Richtung gewandt und richtet singend den Blick auf jeweils ein Liedheft, welches es in der Hand geöffnet hält. Auf zwei Liedheften ist der Titel erkennbar: „Marschlied der Vaterlandsliebe“ (*aikoku kōshinkyoku*, 愛国行進曲), höchstwahrscheinlich geschrieben über Abbildungen des Fuji. Im Hintergrund sind die Umrissse des Berges *Takachiho-no-mine* in einem hellen Blautönen zu sehen. Es handelt sich um eine Abbildung, die über das Mittel der Bildmontage mit einem Teil der Fotografie der Kinder kombiniert wurde.³⁴⁰ Die Kombination beider Abbildungen trägt den Titel „Singen in *Takachiho*“ (*Takachiho ni utau*, 高千穂に歌う), zu lesen am Ende der Zeitschrift.³⁴¹ Zu sehen sind zudem der Titel der Zeitschrift (写真週報、*Shashin shūhō*) in roter Schrift, die sich gut vom hellblauen Hintergrund abhebt, der 16. Februar 1938 als Erscheinungsdatum (Das Jahr ist hier angegeben als „Shōwa 13“ nach japanischer Zählung: 1 3 · 2 · 1 6) und der Preis der Ausgabe von 10 Sen (*jū sen*, 1 0 銭), das *Naikaku jōhōbu* als Herausgeber (*Naikaku jōhōbu henshū*, 内閣情報部編集), der Vermerk

³³⁹ Die folgenden Bildanalysen sind zwar in Panofskys drei Schritte der Bildinterpretation unterteilt, jedoch sind diese Unterteilungen als Schwerpunkte aufzufassen. Dies hängt damit zusammen, dass in der Praxis eine strenge Trennung weder von Panofsky intendiert noch konsequent umgesetzt ist. Dieser selbst betont in seinen Aufzeichnungen, dass seine drei Schritte der Bildinterpretation vor allen Dingen als ein organisches Ganzes aufzufassen seien.

Eine Unterscheidung beispielsweise der Bemerkung, dass eine Fotografie durch eine Texterläuterung ergänzt wird (vor-ikonographische Beschreibung) und der Aussage, dass es sich beim Text um Kanji handle und diese auf eine bestimmte Weise zu lesen seien und einer bestimmten Aussage im Deutschen entsprechen (ikonographische Analyse), erschwert das Lesen unnötig und bietet für die Analyse keinen Mehrwert. Nicht eindeutig zu beantworten sind zudem Fragen wie jene, ob eine Interpretation der japanischen *Hinomaru* als Symbol des japanischen Angriffskrieges in China noch der ikonographischen Analyse zuzuordnen ist oder ob diese Art der Zuweisung konventioneller Bildbedeutung vielmehr Ausdruck der Tendenzen der Zeit und somit der ikonologischen Interpretation zuzuordnen ist. Zudem sei hier noch ein Hinweis zu den folgenden Bildbeschreibungen gegeben: Ist hiernach von der „linken“ oder „rechten“ Hand, dem „linken“ oder „rechten“ Fuß usw. die Rede, so ist dies stets aus der Perspektive des Abgebildeten zu sehen, d. h. die „rechte“ Hand eines Abgebildeten ist vom Betrachter aus die „linke“.

³⁴⁰ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [1].

³⁴¹ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [22].

der zugehörigen Reihe „Schriften des Kabinetts/der Regierung“ (*Naikaku bunko*, 内閣文庫) und der Hinweis darauf, dass es sich um die Erstausgabe handelt (*sōkangō*, 創刊号), ebenfalls in Rot gehalten. Die Textelemente sind am äußeren Rand platziert, sodass sie den Blick auf zentrale Elemente des Bildes nicht stören.³⁴² Am Ende der Zeitschrift finden sich außerdem die Urheber der Montage: das Eisenbahnministerium,³⁴³ der *Kokusai hōdō shashin kyōkai* und, als dessen Mitglied, Kimura Ihei (*Tetsudōshō*, *Kokusai hōdō shashin kyōkai*, *Kimura Ihei*, 鉄道省、国際報道写真協会、木村伊兵衛).³⁴⁴

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum *Fuji-san*: Auf den Vorderseiten der Liedhefte der Kinder sind aller Wahrscheinlichkeit nach die Konturen des Fuji, des Nationalsymbols Japans,³⁴⁵ abgebildet.

Zum „*Marschlied der Vaterlandsliebe*“: Das „*Marschlied der Vaterlandsliebe*“ ist ein in der zeitgenössischen Bevölkerung weithin bekanntes, im Dezember 1937 erstmals durch das *Naikaku jōhōbu* veröffentlichtes Lied.³⁴⁶ Es handelt sich um eines der am meisten gesungenen Kriegslieder der Zeit.³⁴⁷

Zu *Takachiho* und dem Berg *Takachiho-no-mine*: Gleichzeitig wird durch den Titel des Bildes, „Singen in *Takachiho*“, sowie unter Rückgriff auf eine Montage des Berges *Takachiho-no-mine* auf einen Ort mit mythischer Bedeutung verwiesen. Im zeitgenössischen „Japan-Handbuch“ Martin Rammings heißt es, dass dies der Berg sei, „wo Ninigi-no-Mikoto mit seinem Gefolge auf die Erde niederstieg“.³⁴⁸ Dieser wiederum wird als „Enkel der Amaterasu Ōmikami“ bezeichnet, „Kaiser Jimmu“ als „sein Urenkel“.³⁴⁹ In der 2001 erschienenen Einführung Ernst Lokowandts zum *Shintō* hingegen wird Kaiser Jimmu mit *Ninigi-no-mikoto* gleichgesetzt, der als Mensch gewordener Nachfahre der Sonnengöttin *Amaterasu* in der Ideologie des Staats-*Shintō* direkter Vorfahre des zeitgenössischen *Tennō* sein soll.³⁵⁰

³⁴² *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [1].

³⁴³ Das Eisenbahnministerium arbeitete ebenso wie das Außenministerium intensiv an Propaganda-Kampagnen. Als Beispiel nennt Kushner den von beiden Institutionen 1935 entworfenen, jedoch nie umgesetzten Plan, ein Resort in Atami in der Präfektur Shizuoka zu errichten, mit Kinos, Teerräumen, Tanzhallen, Bars und Fitnessräumen (Kushner (2006): S. 40).

³⁴⁴ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [22].

³⁴⁵ *Shiki* (1983): S. 344.

³⁴⁶ *Shirayama/Hori* (2006): S. xi.

³⁴⁷ *Ōzorasha* (2000): S. 132.

³⁴⁸ N. N. (1941 II): S. 579.

³⁴⁹ N. N. (1941 I): S. 433.

³⁵⁰ Lokowandt (2001): S. 44.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Das Titelbild der ersten Ausgabe der *Shashin shūhō* erlaubt bei detaillierter Betrachtung Rückschlüsse auf Situation, Selbstverständnis und Werbestrategie der Zeitschrift zum Zeitpunkt des Erscheinens der Erstausgabe: Die am Ende der Zeitschrift erfolgende Angabe des *Kokusai hōdō shashin kyōkai* als Urheber des Bildes gibt Aufschluss über die vorangehend erwähnte „Behelfslösung“,³⁵¹ derer sich die Redakteure vor Etablierung des *Shashin kyōkai* bedienten, um eine Herausgabe der *Shashin shūhō* zu ermöglichen. Im Mittelpunkt dieser Lösung steht, mit Blick auf das Titelbild, Kimura Ihei, welcher ebenfalls als für das Bild verantwortlich benannt wird. Es liegt der Gedanke nahe, dass sich die Redakteure der *Shashin shūhō* für die Erstausgabe bewusst der Person Kimuras bedienten und diesem anrieten, ein Porträt zu erstellen, da dieser bereits 1938 für Porträtfotografie berühmt geworden war.³⁵² Zur Gewinnung möglichst vieler potentieller Leser ist es daher von Vorteil, gleich zu Beginn einen begabten Fotografen mit zugleich hohem Bekanntheitsgrad für die Titelseite zu gewinnen und dessen besonderes Können herauszustellen. Als ehemaliges Mitglied der Gruppe *Nippon Kōbō* ist Kimura zudem mit den Techniken des Fotojournalismus, der Kombination von Bild und Text zur Generierung neuer Bildaussagen, vertraut³⁵³ und macht sie sich bei der formalen Gestaltung der Titelseite zunutze, um ein Bild des *Takachiho-no-mine* mit einer Fotografie singender Kinder zu kombinieren. Gleichzeitig ist jedoch festzustellen, dass die Ambition Kimuras, mittels seiner Porträtfotografie die Realität möglichst getreu abzubilden,³⁵⁴ anhand der Abbildung nicht mehr erkennbar ist. Vielmehr wird nun, indem die Fotografie im Dienste der Propaganda steht, der Inszenierung der Vorzug vor dem Realismus gegeben. Die individuelle Handschrift des Künstlers wird zum „Spezialfall des Allgemeinen“, ganz wie Renate Heidt Heller im Zusammenhang mit Panofskys Kunstverständnis zu Anfang zitiert wurde.³⁵⁵

Das von Kimura geschaffene Werk hat das Potential, beim Rezipienten eine dauerhafte und positiv konnotierte Verbindung von Kindern und Nationalismus zu etablieren, was dem finalen Interpretanten als Denkgewohnheit nach Peirce entspricht, und zielt stark auf die Emotionen und Erfahrungen des Betrachters ab, was in Peirces emotionalem Interpretanten seine Entsprechung findet: Mehrmals wird innerhalb des Bildes auf Wissen und Erfahrungen des Lesers rekurriert, der mit sehr großer Wahrscheinlichkeit die symbolische Bedeutung des Fuji als „Nationalsymbol“ Japans kennt. Dieser ist auf

³⁵¹ Shimizu (2008): S. 5.

³⁵² Torihara (2013): S. 68.

³⁵³ Kaneko (2000): S. 53.

³⁵⁴ Torihara (2013): S. 68.

³⁵⁵ Heidt Heller (1977): S. 277.

den Vorderseiten der Liedhefte zu sehen. Zusätzlich kennt der Rezipient mit großer Sicherheit die mythologische Bedeutung des Ortes *Takachiho* sowie des Berges *Takachiho-no-mine*, was Assoziationen zur vorgeblich göttlichen Herkunft des *Tennō* zu wecken vermag. Die Mitverantwortlichkeit Hayashi Ken'ichi für die Erstausgabe zeigt sich anhand dieser starken Fokussierung des Bildes auf das Wecken von Emotionen.³⁵⁶ Zudem nimmt das Bild Bezug auf ein in der Bevölkerung populäres Lied, das „Marschlied der Vaterlandsliebe“, welches der Rezipient künftig möglicherweise ebenfalls mit dem positiv besetzten Bild singender Kinder verbindet, wodurch eine weitere Verknüpfung der beiden Bereiche entsteht.

Mit Blick auf die Rolle der Fotografie als Propagandamedium wurden trotz gewisser Gemeinsamkeiten auch Unterschiede zwischen den Ausführungen Willy Stiewes und denen Hayashi Ken'ichis formuliert: Stiewe misst dem Begleittext des Pressefotos deutlich höhere Bedeutung bei als Hayashi.³⁵⁷ Hayashi hingegen betont, dass sich die außerordentliche Qualität eines Propagandafotos dadurch zeige, dass ein Begleittext nicht mehr notwendig erscheine.³⁵⁸ Dementsprechend finden sich bei Hayashi Verweise auf den ästhetischen Wert der Fotografie, die bei Stiewe in diesem Ausmaß unterbleiben und sich in erster Linie auf „schmückende Bilder“ beziehen.³⁵⁹ Begreift man beide Personen als maßgebliche Autoritäten zur fotografischen Propaganda im *Illustrierten Beobachter* und *Shashin shūhō*, trägt dies auch zur Erklärung der Titelseiten der beiden Zeitschriften bei: Die hier vorliegende, ohne jedwede Erläuterung gestaltete Titelseite der *Shashin shūhō*, ergänzt durch einen der Seite zugewiesenen Titel am Ende der Zeitschrift, steht nachfolgend zu behandelnden Titelseiten des *Illustrierten Beobachters* gegenüber, die neben Titel und Fotografen eine kurze Erläuterung zum Abgebildeten enthalten. Zieht man des Weiteren zur Erklärung für die unterschiedliche Ausgestaltung den Umstand heran, dass in Folge der „Machtergreifung“ mehrheitlich mittelmäßige Fotografen und „Gebrauchsfotografen“ in Deutschland verblieben,³⁶⁰ während im Japan des Jahres 1938 zahlreiche berühmte und mit künstlerischem Anspruch arbeitende Fotografen ihrer Tätigkeit nachgingen,³⁶¹ trägt dies zur Begründung sowohl des Verweises Hayashis auf den ästhetischen Wert des Fotos³⁶² als auch der unterschiedlichen Gestaltung der Titelseiten bei.

Interpretiert man zudem die abgebildeten Kinder als Symbol für ein modernes Japan, das zugleich ein Land gesunder Menschen darstellt, so steht die

³⁵⁶ Hayashi (1943 I): S. 222.

³⁵⁷ Stiewe (1940): Sp. 606 f.

³⁵⁸ Hayashi (1943 I): S. 209.

³⁵⁹ Hayashi (1943 I): S. 222 f; Stiewe (1936): S. 11.

³⁶⁰ Sachsse (2003): S. 17, 110.

³⁶¹ Shimizu (2008): S. 4.

³⁶² Hayashi (1943 I): S. 223.

Abbildung im Einklang mit den ausgearbeiteten Tendenzen der Zeit.³⁶³ Eine gewisse Aufbruchstimmung ist ebenfalls aus dem Werk herauslesbar: Die abgebildeten Personen, sowohl Jungen als auch Mädchen, die sich in Kleidung nur dezent unterscheiden und hinsichtlich ihrer Frisuren geschlechtsspezifisch gehalten sind, werden nicht passiv, sondern aktiv, singend, dargestellt. Hieraus resultiert wahrscheinlich auch der Aktivität betonende Titel „Singen in Takachiho“. Die Fotografierten ergreifen sozusagen Initiative im Dienste der Nation. Die von Männern und Frauen verkörperte Nation soll sich bei gleichzeitiger Nivellierung der individuellen Unterschiede ihrer Mitglieder im Dienste des „Vaterlandes“ „in Marsch setzen“, wie es dem Titel des gesungenen Liedes entspricht. Im Sinne von Koyama Eizōs Propagandaverständnis finden sich in der Abbildung „die Willen zahlreicher Menschen [...] zu einem Willen [...] vereinigt[.]“, sodass sie „als Ganzes ihre Wirksamkeit [...] entfalten“.³⁶⁴ Sie scheinen zudem freiwillig zu agieren, was auch der Rezipient erkennen soll, denn, so bemerkt Koyama gleichfalls, „das Eigentümliche der Propaganda besteht darin, dass der Propagandarezipient aufgrund einer konstanten Beeinflussung durch Propaganda die ihm auferlegten Ziele als seine eigenen auffasst bzw. demgemäß zum Handeln verleitet wird.“³⁶⁵

Die *Shashin shūhō* kann hier aufgefasst werden als dasjenige Organ, welches zukünftig das Potential besitzt, diese Initiative zu wecken, Massen zu mobilisieren, zum Handeln zu veranlassen. Dies soll durch sorgsam gestaltete, fotografische, zudem in ihrem Anspruch „totalitäre“³⁶⁶ Kriegspropaganda³⁶⁷ erreicht werden, durch Propaganda als „medienvermittelte Formierung handlungsrelevanter Meinungen und Einstellungen“,³⁶⁸ die zudem bezahlbar für alle sein soll, wie der Preis von 10 Sen erkennbar werden lässt.

Zuletzt wird in der Beteiligung Kimuras, stellvertretend für die Fotografen Japans in den 1930er- und 1940er-Jahren, die zeitgenössische Tendenz deutlich, dass sich viele von ihnen in den Dienst der Propaganda, somit auch in den Dienst der *Shashin shūhō*,³⁶⁹ stellten, ihre persönlichen Entfaltungsmöglichkeiten jedoch vergleichsweise gering waren.³⁷⁰ Der (hermeneutische) Kreis schließt sich und man erinnere sich an die eingangs zitierte Bemerkung Rolf Sachsses zur Propaganda im NS-Staat, die anhand dieser ersten Bildbe-

³⁶³ Kushner (2002): S. 371.

³⁶⁴ Koyama (1937): S. 1.

³⁶⁵ Koyama (1937): S. 34.

³⁶⁶ Kracauer (2013): S. 47.

³⁶⁷ Bussemer (2005): S. 31.

³⁶⁸ Bussemer (2005): S. 30.

³⁶⁹ An der Gestaltung der *Shashin shūhō* beteiligten sich neben Kimura Fotografen wie Umemoto Tadao und Domon Ken. Darüber hinaus wurden von Lesern Bilder angeworben (Shimizu (2008): S. 4). Weitere beteiligte Fotografen waren Hayashi Tadahiko, Irie Taikichi und Koishi Kiyoshi (Orto/Matsuda (2003): S. 382). Die Liste lässt sich selbstverständlich noch fortsetzen.

³⁷⁰ Shirayama (2014): S. 102.

trachtung auch für den Charakter japanischer Bildpropaganda der Zeit Anspruch erheben kann: „Kein Fotograf hatte die Macht zur tatsächlichen Veränderung der massenkommunikativen Prozesse, an denen er beteiligt war – weder in der einen noch in der anderen Richtung“.³⁷¹ Das Bildbeispiel Kimuras demonstriert, dass die Fotografien der *Shashin shūhō* nicht Produkt individueller Künstler, sondern unter dem Einfluss von Institutionen wie dem *Naikaku jōhōbu* oder dem *Kokusai hōdō shashin kyōkai* entstandene Werke im Dienste eines nationalistischen Regimes waren. Der Künstler wird hier, im Sinne Panofskys gesprochen, zum „Spezialfall des Allgemeinen“.³⁷²

³⁷¹ Sachsse (2003): S. 12.

³⁷² Heidt Heller (1977): S. 277.

4. TITELSEITEN

Eine Auswertung der Titelseiten von *Illustrierter Beobachter* und *Shashin shūhō* im Untersuchungszeitraum liefert folgendes Ergebnis: Bilder von oder mit Minderjährigen nutzt der *Illustrierte Beobachter* fünf Mal: 1938 in Ausgabe 48 (1.12.1938) unter dem Titel „König Carol von Rumänien und Kronprinz Michael beim Führer“,¹ in Ausgabe 50 (15.12.1938) mit dem Titel „Der erste Weihnachtsschnee ist gefallen!“² sowie 1943 in den Ausgaben 35 (2.9.1943) unter dem Titel „Aus Not und Tod gerettet“,³ 45 (11.11.1943) unter dem Titel „Der Reichsmarschall bei seiner Flak“⁴ sowie 49 (9.12.1943) unter dem Titel „Immer die Maschine schön in der Waage halten!“⁵. Die Gestalter der *Shashin shūhō* bedienen sich im Untersuchungszeitraum sechs Mal der Abbildung von Kindern und Jugendlichen bei der Gestaltung ihres Titelbildes: Mit Blick auf das Jahr 1938 in Ausgabe 24 (27.7.1938) unter dem Titel „Lasst uns trainieren! Sommer an der Heimatfront“ („*Kitaeyo jūgo no natsu*“, 「鍛えよ銃後の夏」),⁶ in Ausgabe 31 (14.9.1938), versehen mit dem Text „Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandschurei“ („*Manshū kensetsu no kyōho*“, 「満州建設の巨歩」),⁷ in Ausgabe 33 (28.9.1938) unter dem Titel „Intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche“ („*Jūgo kōen kyōka shūkan*“, 「銃後後援強化週間」)⁸ sowie in Ausgabe 34 (5.10.1938) durch die Abbildung deutscher Mädchen mit dem Text „Deutschlands Jugend“ („*Wakaki doitsu*“, 「若きドイツ」).⁹ 1943 wurden zweimal Fotografien von Kindern und Jugendlichen herangezogen, mit dem Unterschied jedoch, dass die Bilder nicht mehr betitelt wurden und lediglich eine Beschreibung am Ende der Zeitschrift weiteren Aufschluss über das dargestellte Motiv gibt: In Ausgabe 279 (7.7.1943) ein Bild vom kriegsbedingten Arbeitseinsatz Jugendlicher¹⁰ sowie in Ausgabe 281 (21.7.1943) ein Bild von singapurischen Kindern zur Propagierung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“.¹¹ Um Fragen nach Kontext, Charakter und Zweck der gewählten Aufnahmen zu klären, ist eine detaillierte Analyse der erwähnten Titelbilder geboten.

¹ *Illustrierter Beobachter* (1.12.1938): S. 1841.

² *Illustrierter Beobachter* (15.12.1938): S. 1937.

³ *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.

⁴ *Illustrierter Beobachter* (11.11.1943): o. S.

⁵ *Illustrierter Beobachter* (9.12.1943): o. S.

⁶ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [1].

⁷ *Shashin shūhō* (14.9.1938): S. [1].

⁸ *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [1].

⁹ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [1].

¹⁰ *Shashin shūhō* (7.7.1943): S. 1.

¹¹ *Shashin shūhō* (21.7.1943): S. 1.

4.1. JULI BIS DEZEMBER 1938

Illustrierter Beobachter

„König Carol von Rumänien und Kronprinz Michael beim Führer“
(1.12.1938)

Preis: 20 Pfennig
Lager und Versandstelle: 271
München, Postfach 1000, 1000
Druck: 70 Buchschichten

DONNERSTAG, 1. DEZ. 1938
13. JAHRGANG / FOLGE 48

AUS DEM INHALT:
Hohe Gäste auf dem Ober-
schloßberg / Im Hainau: Rudolf
Heß / Mit Kaff. nach Athen /
Politik in Frankreich u. a. m.

IB Illustrierter Beobachter

VERLAG FRANZ EHER NACHF. 27 MÜNCHEN 27



Autoren: HENRIK SÖDERSTRÖM

König Carol von Rumänien und Kronprinz Michael beim Führer.
König Carol II. von Rumänien und Kronprinz Michael, Rumänien, während ihres Besuchs
am Oberen Schloßberg in München am 1. Dezember 1938. Links: Kronprinz
Michael, rechts: König Carol II. von Rumänien.

Essenpflücker
Eisener

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Beim Titelbild des *Illustrierten Beobachters* vom 1. Dezember 1938 handelt es sich um eine Aufnahme König Carols von Rumänien und des Kronprinzen Michael, welche gemeinsam mit Hitler und Reichsaußenminister Ribbentrop an einem Tisch sitzend aufgenommen wurden. Sie sitzen an einem mit mehreren, auch unbenutzten Gedecken und einem Blumenstrauß, möglicherweise einem Lilienstrauß, im Zentrum gedeckten Tisch mit gemusterter Tischdecke, die passend zum Blumenstrauß zahlreiche Blumenmuster aufweist. Mehrere Gläser sind mit einer klaren Flüssigkeit, möglicherweise Wasser, gefüllt, während die restlichen Bestandteile der Gedecke ungenutzt erscheinen. Ebenfalls auf dem Tisch zu erkennen ist eine kleine Figur, die möglicherweise als Tischschmuck dient, sowie eine Platte mit dekorativ angerichteten Speisen. Als zweite Person von links, und somit fast im Zentrum der Fotografie sitzend, ist Hitler deutlich zu erkennen. Die Blicke König Carols und Außenminister Ribbentrops sind in seine Richtung gewandt, während der Blick des Kronprinzen nach unten gerichtet ist. Links der vier in der Bildunterschrift genannten Personen sitzt ein weiterer Mann, von welchem lediglich die Füße und ein Teil seiner Hände erkennbar sind. Am rechten Bildrand sind ebenfalls Teile einer Person in dunkler Kleidung zu sehen. Im Hintergrund sind zwei Kellner in hellen Anzügen zu erkennen sowie ein weiterer, offenbar an obigem Treffen unbeteiligter, an einem anderen Tisch sitzender Mann.¹² Das Bild geht auf Heinrich Hoffmann zurück und trägt folgende Unterschrift:

„König Carol von Rumänien und Kronprinz Michael beim Führer.

König Carol II. von Rumänien und sein Sohn, Kronprinz Michael, statteten während ihres Aufenthalts in Deutschland dem Führer einen privaten Besuch ab und weilten zum Frühstück auf dem Obersalzberg.

Von links: König Carol, Adolf Hitler, Kronprinz Michael und Reichsaußenminister von Ribbentrop.“¹³

Im oberen rechten Teil der Titelseite befinden sich in einem schwarz umrahmten Kästchen Informationen zum Inhalt der vorliegenden Ausgabe, unter anderem ein Verweis auf einen Artikel, der weitere Informationen zum Treffen auf dem Obersalzberg bietet: „AUS DEM INHALT: Hohe Gäste auf dem Obersalzberg / Im Hause Rudolf Heß / Mit KdF. nach Athen / Politik in Frankreich u. a. m.“ Außerdem zu lesen sind Hinweise, die sich in solcher oder ähnlicher Weise auch in den Folgeummern wiederholen: Der Titel der Zeitschrift („IB Illustrierter Beobachter“), Datum, Jahrgang und Folge („DONNERSTAG, 1. DEZ. 1938“, „13. JAHRGANG / FOLGE 48“), Verlag („VERLAG FRANZ EHER NACHF. G.M.B.H. MÜNCHEN 22“) und Preis („Preis: 20 Pfennig“, „Litauen und Memelge-

¹² Illustrierter Beobachter (1.12.1938): S. 1841.

¹³ Illustrierter Beobachter (1.12.1938): S. 1841.

biet 20 Pfg.“, „Ausland mit ermäß. Porto 30 Pfg.“, „Danzig 30 Guldenpfennig“), zudem ein Reichsadler mit Hakenkreuz als Symbol der NSDAP.¹⁴

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zu König Carol von Rumänien im Kontext der oben behandelten Fotografie: König Carol von Rumänien beauftragte nach den Parlamentswahlen vom November 1937 die nationalistische, antisemitische Nationalchristliche Partei mit der Regierungsbildung, obgleich diese nur neun Prozent der abgegebenen Stimmen erhalten hatte. Durch die Berufung der durch das Auswärtige Amt der NSDAP unterstützten Regierung zum 27. Dezember 1937 konnte Carol seine Diktatur errichten, woraufhin er das Land unter Kriegsrecht stellte und eine „Regierung der nationalen Einheit“ verkündete. Im Februar 1938 wurde die liberale Verfassung des Jahres 1923 aufgehoben und eine korporatistische Verfassung verabschiedet. In der Folge war Rumänien außenpolitisch bemüht, zwischen den Achsenmächten und den traditionellen Verbündeten Frankreich und England zu lavieren. Hierzu fanden Reisen nach London und Berchtesgarden statt, die die Undurchführbarkeit des Vorhabens erkennen ließen. Im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) bemühte sich Rumänien um eine neutrale Haltung, näherte sich jedoch bald den Achsenmächten an. Erst der Waffenstillstandsvertrag vom 12. September 1944 bedeutete den eindeutigen Bruch mit dem deutschen Verbündeten.¹⁵

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

In der vorliegenden Abbildung spiegeln sich wesentliche Tendenzen nationalsozialistischer Propaganda im Allgemeinen wie im Speziellen: Diese war ab 1933 vor allem „staatstragend“, die beeindruckende Inszenierung nationalsozialistischer „Errungenschaften“ bildete ihren Mittelpunkt.¹⁶ Wie zudem bereits angesprochen konzentrierte sich die bildjournalistische Presse lenkung des Dritten Reiches in erster Linie auf die linientreue Übermittlung des Bildes der Herrschenden, was in erster Linie die Darstellung Adolf Hitlers betraf.¹⁷ Ein Beispiel hierfür bietet das vorliegende Titelbild, fotografiert von Heinrich Hoffmann, dem bedeutendsten Fotografen und verantwortlichen Redakteur des *Illustrierten Beobachters* (siehe Kapitel 2.4.). Zudem kam Hoffmann die Rolle des „Mediums“ des „Führers“ Adolf Hitler zu, desjenigen, der „sich auch in Hitlers privater Umgebung vollkommen frei bewegen und

¹⁴ *Illustrierter Beobachter* (1.12.1938): S. 1841.

¹⁵ Huber (1973): S. 127–129, 133.

¹⁶ Herz (1994): S. 77.

¹⁷ Sachsse (2003): S. 33.

ungehindert fotografieren“¹⁸ durfte, was anhand der vorliegenden und zahlloser weiterer Abbildungen des *Illustrierten Beobachters* ebenfalls erkennbar wird.

Der überwiegende Teil der Fotografen im NS-Staat war handwerklich ausgebildet,¹⁹ ebenso wie Heinrich Hoffmann, der als „Gebrauchsfotograf“ seinen Aufnahmen keine besondere ästhetische Konzeption zugrunde legte. Von seiner Ausbildung her ein traditionell handwerklich-ästhetisch orientierter Berufsfotograf, besaß Hoffmann ein besonders ausgeprägtes Interesse an Porträts und hegte die Überzeugung, dass ein Weg der Dokumentation von Zeitgeschichte vor allem im Abbilden von geschichtsträchtigen Personen zu sehen sei.²⁰ Dem Hang zum Porträt konnte Hoffmann im NS-Staat ungezwungen nachgehen, da dieses im NS-Typofoto, im weiten Sinne definiert als „integrierte Verbindung von Schrift und Fotografie“,²¹ bevorzugt zur Übermittlung emotionaler Botschaften eingesetzt wurde.²² Die Fotografie trägt aufgrund ihres inhaltlichen Schwerpunktes, der Abbildung „großer Männer“ als wesentlichen Gestaltern der Geschichte, die Handschrift Hoffmanns,²³ wobei durch die Bildkomposition zudem eine Höherbewertung Hitlers vor allen anderen Anwesenden vorgenommen wird. Dies wird aus dem Umstand ersichtlich, dass dieser fast im Zentrum des Bildes platziert wurde und zudem die Blicke von zwei der drei Anwesenden auf ihn gerichtet sind. Lediglich der im Gegensatz zu König Carol nur über mittelbaren politischen Einfluss, das heißt Einfluss auf seinen Vater, verfügende junge Kronprinz wendet den Blick ab, was jedoch nicht weiter ins Gewicht fällt, da er zum Zeitpunkt des Entstehens der Fotografie noch nicht als bedeutender Agens der Geschichte in der Anschauung Hoffmanns²⁴ gelten kann. Zwei am Rand sitzende Personen bleiben in der Bildunterschrift gänzlich unerwähnt. Es handelt sich möglicherweise um Begleiter des Königs sowie Ribbentrops, deren Anwesenheit in den Augen Hoffmanns kaum von Bedeutung ist. Mit diesen Beobachtungen im Einklang steht, dass es sich um ein „Nachrichtenbild“ im Sinne Willy Stiewes handelt:

„Sie sind Nachrichten in Bildform und machen darum, wie die Nachricht den wesentlichen Teil jeder Zeitung darstellt, das Schwergewicht aller Zeitungsbilderung aus. Als Bildbericht bringt das Pressephoto Abbildungen gegenwarts-wichtiger Geschehnisse von öffentlicher Bedeutung, die möglichst in einem für

¹⁸ Herz (1994): S. 37.

¹⁹ Sachsse (2003): S. 110 f.

²⁰ Herz (1994): S. 28.

²¹ Sachsse (2003): S. 55.

²² Sachsse (2003): S. 53.

²³ Herz (1994): S. 28.

²⁴ Herz (1994): S. 28.

das betreffende Ereignis charakteristischen Augenblick aufgenommen sind, oder Abbildungen von Personen, die durch ihre Leistung, ihre Stellung oder durch einen aktuellen Vorfall der Zeitgeschichte angehören.“²⁵

Max Amann vertrat die Überzeugung, dass es für die gesamte deutsche Presse „nur eine Betätigung in der Volksgemeinschaft für die Volksgemeinschaft geben“ könne.²⁶ Der von Hoffmann gestaltete Titel suggeriert Volksnähe der Herrschenden und Transparenz politischer Entscheidungsprozesse, indem ein Austausch staatstragender Politiker Deutschlands und Rumäniens nicht in Klausur, sondern in einem vorgeblich öffentlichen Raum stattfindet. Legt man diese Deutung der Fotografie zugrunde, dann erscheint auch die Abbildung des Kronprinzen nicht rein zufällig, sondern wird zu einem zentralen Element bewusster Inszenierung Adolf Hitlers durch Heinrich Hoffmann: Die gemeinsame Abbildung König Carols und seines Sohnes verstärkt beim Rezipienten den Eindruck von Intimität, der offizielle Charakter des Treffens zweier Herrschender kontrastiert mit der zugleich vertraulichen Atmosphäre des mit Bekannten am Tisch essenden Vaters und seines Sohnes. Zwei am Tisch sitzende, nicht näher benannte Personen, mehrere Kellner sowie ein weiterer am Treffen unbeteiligter Gast sind zudem in unmittelbarer Nähe des „Führers“ und des Außenministers von Ribbentrop zu sehen. Eine subtile Beeinflussung des Rezipienten über dieses gestalterische Mittel zur Andeutung von „Öffentlichkeit“ und „Transparenz“ ist nicht abwegig.

²⁵ Stiewe (1936): S. 6 f.

²⁶ Amann (23.5.1936): S. 245.

„Der erste Weihnachtsschnee ist gefallen!“ (15.12.1938)

Preis: 20 Pfennig
Illustriertes und Monatsheft der J.B. Beobachter
Verlag Franz Eher Nachf., Leipzig, 20 Pf.
Eigentum der Reichsregierung

DONNERSTAG, 15. DEZ. 1938
13. JAHRGANG / FOLGE 50

AUS DEM INHALT:
Der Oberste Befehlshaber
bei seinen Soldaten / Ein-
bruch in Paris / Dichter
aus Benaukenamen / Weih-
nachten auf See u. a. m.

J.B. Illustrierter Beobachter

VERLAG FRANZ EHER NACHF. 15 MÜNCHEN 22



Der erste Weihnachtsschnee ist gefallen!
Autor: E. H. Schmitt

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Das ganzseitige Titelbild der Ausgabe 50 des *Illustrierten Beobachters* vom 15. Dezember 1938 bildet einen im Schnee spielenden Jungen ab. Er hat den Blick zur Seite gewandt. Er trägt einen Wollpullover und ein Stück Stoff um den Hals als Schal. Außerdem hält er Schnee in zwei nicht behandschuhten Händen. Im Hintergrund sind ein von Schnee bedecktes Feld und ein klarer Himmel zu erkennen, weiterhin Konturen von Objekten, die nicht eindeutig auszumachen sind, vermutlich jedoch eine Wiese und eine Windmühle. Das Bild trägt den Titel „Der erste Weihnachtsschnee ist gefallen!“ und stammt von der Fotografin Erika Schmauß, wie unten auf der Seite zu lesen ist. Im oberen Bereich finden sich zudem die üblichen Angaben zu Zeitschrift, Erscheinungsdatum und Ausgabe, zugehörigem Verlag und Verlagssitz (Eher-Verlag, München), Inhalt, Preis und der Reichsadler mit Hakenkreuz als Symbol der NSDAP.²⁷ Ausgabe 50 bildet die vorletzte Ausgabe des Jahres. Sie wurde publiziert kurz vor Weihnachten sowie wenige Monate nach dem Münchner Abkommen vom 30. September 1938, infolge dessen das Sudetenland an das Deutsche Reich fiel. Einen wichtigen Themenschwerpunkt der Ausgabe bilden Weihnachtsfeiern in verschiedensten Kontexten, darunter auch Weihnachten im Sudetenland („Weihnachten auf hoher See“,²⁸ „Frohe Weihnachten – Auch im Sudetenland!“²⁹), obgleich es sich nicht um die letzte vor Weihnachten erscheinende Ausgabe handelte.³⁰

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Verweis auf Weihnachten: Mit der vorikonographischen Beschreibung wurden die wesentlichen Komponenten des Bildes erfasst. Die Kenntnis sekundärer, konventioneller, intellektuell vermittelter Bildbedeutungen erscheint zunächst zur Erfassung des Dargestellten nicht notwendig ist: Beim Lächeln des Jungen handelt es sich um ein indexikalisches Zeichen (Zeichen, das in einem Folgeverhältnis zum Bezeichneten steht) nach Peirce, das „Freude“ signalisiert. Jedoch ist zudem der textliche Verweis auf Weihnachten durch die Bildunterschrift zu beachten, welcher dem Leser Informationen über die Ursache dieser Freude vermittelt: Ein christlicher deutscher Leser wird mit Blick auf Bild samt Unterschrift aufgrund kultureller Vorprägung den glücklichen Gemütszustand des Jungen mit seiner Vorfreude auf Weihnachten, dem traditionsreichen christlichen Fest im Kreis der Familie, und seiner Hoffnung auf eine „weiße Weihnacht“ in Verbindung bringen.

²⁷ *Illustrierter Beobachter* (15.12.1938): S. 1937.

²⁸ *Illustrierter Beobachter* (15.12.1938): S. 1942.

²⁹ *Illustrierter Beobachter* (15.12.1938): S. 1961.

³⁰ Hiernach erscheint nur noch Ausgabe 51 vom 22.12.1938.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Nach der Klassifizierung Willy Stiewes handelt es sich bei der vorliegenden Abbildung um ein „schmückendes Bild“, welches dem Leser „zu denken und zu sinnen“³¹ gibt. Die Abbildung des Jungen ist bewusst so angelegt, dass das Kind möglichst wenige individuelle Merkmale aufweist, die es von anderen im Schnee spielenden Jungen unterscheiden. Es handelt sich sozusagen um den Prototyp des kurz vor Weihnachten draußen spielenden Kindes. Dies hat zur Konsequenz, dass sich möglichst viele Leser des *Illustrierten Beobachters* mit der Abbildung identifizieren können. Entweder sie werden in ihre eigene Kindheit zurückversetzt oder rufen sich ihr eigenes Kind ins Gedächtnis, welches möglicherweise ebenfalls in Vorfreude auf Weihnachten die Zeit zu Hause verbringt. Die Identifikation möglichst vieler Leser mit der Abbildung wird zudem dadurch verstärkt, dass der Hintergrund bewusst undeutlich gehalten ist. Es handelt sich vermutlich um eine auf dem Land geschossene Aufnahme. Weder Fotografie noch Bildunterschrift ermöglichen es, den abgebildeten Ort genauer zu spezifizieren. Möglicherweise wurde die Aufnahme gar außerhalb Deutschlands, in einem der im vergangenen Jahre 1938 „angeschlossenen“ Gebiete, aufgenommen. Ebenfalls werden es möglichst viele Betrachter wohlwollend aufnehmen, dass das Bild einer klassischen Kinderfotografie entspricht, die ohne unkonventionelle moderne Bildtechniken auskommt. Betrachtet man das Bild auf diese Weise, so bewegen wir uns noch auf der Ebene des emotionalen Interpretanten: Das Lachen des Kindes als indexikalisches Zeichen für „Freude“ sorgt dafür, dass die Fotografie durch den Rezipienten als Ausdruck eines erfreulichen Ereignisses, den Fall des „erste[n] Weihnachtsschnee[s]“ mit all seinen Implikationen von nahender weißer Weihnacht und gemeinsamer Zeit mit der Familie wahrgenommen wird.

Doch ebenso wie Stiewe es in seiner Dissertation „Das Bild als publizistisches Mittel“ bemerkt, verzichten auch derartige Bilder „keineswegs auf meinungsbildende Möglichkeiten.“³² Nach der Annexion Österreichs 1938 gelangten weitere Länder in den Machtbereich der Nationalsozialisten, sodass der Eher-Verlag seinen Einfluss ausweiten konnte. Zu diesen gehörte auch das Sudetenland.³³ Wie ein Blick in die vorliegende Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* verrät, wird seitens der Macher betont, dass allerorten im Deutschen Reich Weihnachten gefeiert werde. Es handelt sich um einen klugen Schachzug der Fotografin, das Titelbild derart zu gestalten, dass möglichst viele Leser sich mit der idyllischen Inszenierung des im Schnee spielenden Jungen identifizieren können. In deutschen Lesern wird ein idealisiertes Bild eines im Schnee spielenden Kindes erzeugt, entsprechend der Analyse Rolf Sachsse, dass ab 1937 Idyllendarstellungen bewusst als Mittel der Kriegspropaganda genutzt wurden.³⁴

³¹ Stiewe (1936): S. 9.

³² Stiewe (1936): S. 9.

³³ Herz (1994): S. 89.

³⁴ Sachsse (2003): S. 17 f.

Leser der vor kurzem annektierten Gebiete werden sich ebenfalls mit dem abgebildeten Jungen identifizieren, was dazu beitragen kann, die Distanz zu den Deutschen zu verringern und sich mit den Zielen des „Reiches“ zu identifizieren, ganz so, wie Stiewe es der „deutsche[n] Presse im Kriege“ 1944 zur Aufgabe stellt: „Es gilt, das nationalsozialistische Reich in seiner ganzen Gestalt und den Krieg, den es führt, jedem deutschen Volksgenossen zu seiner Sache zu machen.“³⁵ Dass diese Interpretation nicht abwegig erscheint, zeigt der Umstand, dass 82 Prozent aller Presseanweisungen zur Tschechoslowakei in die Vorkriegszeit fallen und dass diese häufig anlässlich von Minderheitenproblemen, Ausschreitungen und Ähnlichem ausgegeben werden.³⁶ Es liegt der Schluss nahe, dass man durch gut gestaltete Bildpropaganda und die Betonung des beiden Ländern gemeinsamen christlichen Festes („Frohe Weihnachten – Auch im Sudetenland!“³⁷) Spannungen abbauen möchte. Selbst das „schmückende Bild“ ist hier „meinungsbildend“, denn nur so erfüllt es den Charakter eines „Pressefotos“: „Von einem Pressephoto sprechen wir, wenn die Verwendung des Photos als Mittel der Beeinflussung durch Abdruck in einer Zeitung oder Zeitschrift in einer diesem Zweck gemäßen Form und Aufmachung erfolgt“,³⁸ bemerkt Willy Stiewe. Die bestehenden Machtverhältnisse sollen gesichert werden, jedoch auf eine dem Rezipienten unbewusste Weise. Legt man diese Annahme zugrunde, kann die Abbildung des im Schnee spielenden Kindes meiner Ansicht nach als vorgeblich „unpolitische“ Fotografie dazu beitragen, den Kreis der für die politischen Aussagen des *Illustrierten Beobachters* empfänglichen Rezipienten zu erweitern, gerade in der noch durch Unruhen erschütterten Tschechoslowakei: Eine dem Anschein nach keine politische Aussage vermittelnde Fotografie auf der Titelseite trägt dazu bei, skeptische Leser zur Lektüre der entsprechenden Ausgabe zu bewegen. Propaganda ist hier, mit den Worten Rudolf Herz', „staatstragende Propaganda“³⁹ oder, wie eingangs formuliert, ein Herrschaftskonzept, dem der Kampf um Einfluss über Kommunikation zentral ist.⁴⁰ Wir bewegen uns nunmehr auf der Ebene des finalen Interpretanten nach Peirce: Im Bewusstsein des Rezipienten soll eine dauerhafte Akzeptanz der neu geschaffenen Machtverhältnisse verankert werden.

³⁵ Amann (1944): S. XII.

³⁶ Wilke (2007): S. 155 f.

³⁷ *Illustrierter Beobachter* (15.12.1938): S. 1961.

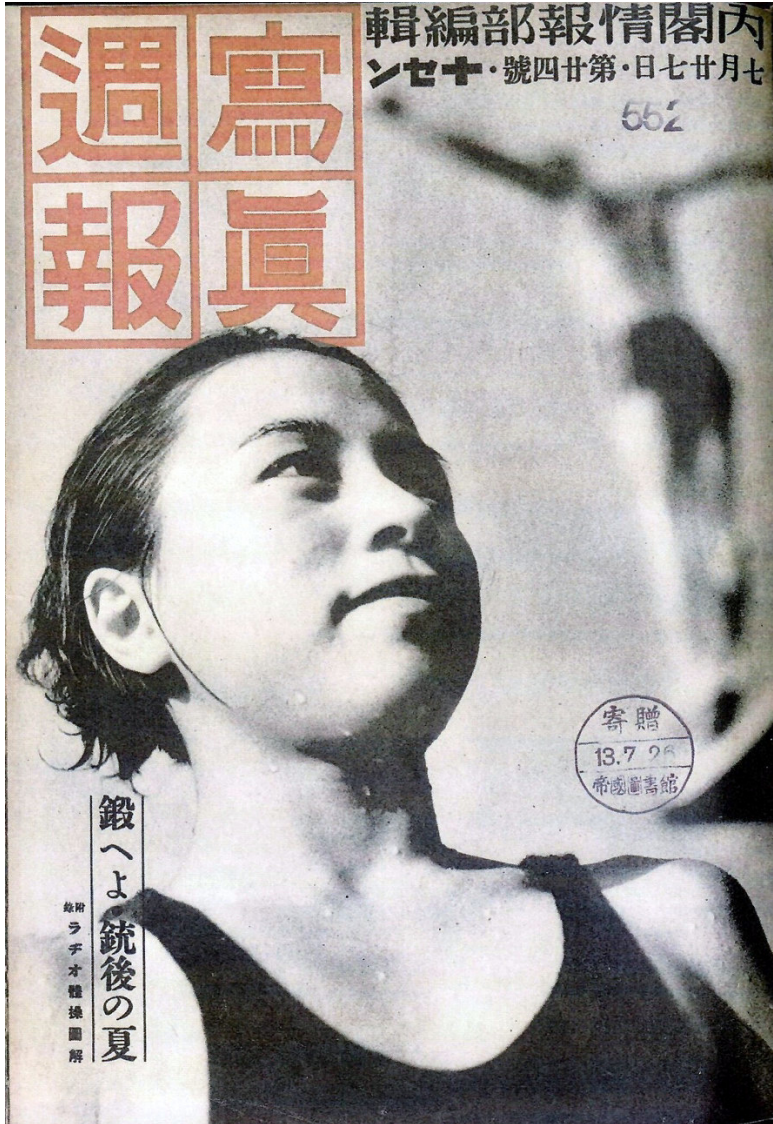
³⁸ Stiewe (1936): S. 6.

³⁹ Herz (1994): S. 77.

⁴⁰ Bussemer (2005): S. 14.

Shashin shūhō

„Lasst uns trainieren! Sommer an der Heimatfront“ (27.7.1938)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Das Titelbild der 24. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 27. Juli 1938 zeigt Kopf und Oberkörper eines Mädchens in dunklem, einfarbigem Schwimmanzug. Die Haare sind kurz geschnitten, der Körper noch etwas nass, was impliziert, dass es vor kurzem noch im Wasser war. Der Blick ist nach oben gerichtet, die Haltung gleicht der eines stramm stehenden Soldaten. Im Hintergrund oben rechts sehen wir die verschwommenen Züge eines jungen Mannes mit Badehose auf einem Sprungbrett, der gerade zum Sprung ins Wasser ansetzt. Die Arme sind zu beiden Seiten hin ausgestreckt, der Körper in Bewegung, die Füße befinden sich wenige Zentimeter über dem Brett bereits in der Luft. Die Abbildung der Titelseite ist in ein schwaches Gelb getaucht. Neben anderen standardmäßigen Angaben zur Publikation findet sich der Titel des Bildes unten links auf der Titelseite: „Lasst uns trainieren! Sommer an der Heimatfront“ („*Kitaeyo jūgo no natsu*“, 「鍛えよ銃後の夏」).⁴¹ Dieser wiederum bezieht sich auf einen in der Ausgabe enthaltenen Artikel des Ministeriums für Gesundheit und Soziales mit dem Titel „Lasst uns trainieren! Sommer an der Heimatfront: Nationale Bewegung zur geistigen und körperlichen Ertüchtigung“ („*Kitaeyo jūgo no natsu: Kokumin shinshin tanren undō*“, 「鍛えよ銃後の夏: 国民心身鍛錬運動」).⁴² Zudem vorhanden ist der Verweis auf weitere in der Zeitschrift befindliche Abbildungen: „Illustrationen zur Radio-Gymnastik“ („*radio taisō zukai*“, 「ラジオ体操図解」).⁴³ Am Ende der Ausgabe finden sich zudem folgende Informationen: Der Fotograf war Yoshida Ei'ichi.⁴⁴ Das Bild trägt folgende Beschreibung:

„Im Schwimmbecken des Meiji-Schreins arbeitet das Mädchen täglich an der Verbesserung seiner Fähigkeiten, stählt Körper und Geist. Die leuchtenden Wassertropfen auf dem Haupt der im Sommer trainierenden jungen Frau sind glänzender Spiegel ihres Wohlbefindens.“⁴⁵

Auffallend im Vergleich zur Erstausgabe ist, dass ein Logo für die *Shashin shūhō* gewählt wurde, das etwas kompakter ausfällt. Es besteht aus vier Quadraten, die zu einem größeren Quadrat zusammengefügt wurden und in denen sich jeweils ein Kanji des Zeitschriftennamens *Shashin shūhō* befindet. Es ist in kräftigem Rot gehalten. Zur Platzierung wurde die obere linke Ecke gewählt, sodass der Blick auf das Titelbild möglichst frei bleibt.⁴⁶ Bis zum Ende des Erscheinens der Zeitschrift wird dieses Design, mit mitunter variierenden Farben, beibehalten.⁴⁷

⁴¹ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [1].

⁴² *Shashin shūhō* (27.7.1938).

⁴³ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [1].

⁴⁴ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [22].

⁴⁵ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [22].

⁴⁶ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [1].

⁴⁷ Vergleiche hierzu sämtliche nachfolgenden Ausgaben, die hier nicht gesondert angegeben werden können.

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum Fotografen *Yoshida Ei'ichi*: Der Fotograf Yoshida Ei'ichi war eines der Gründungsmitglieder der im Juli 1938 gegründeten *Seinen hōdō shashin kenkyūkai*, die sich den „fotografischen Dienst am Vaterland“ zum Ziel setzte und stand somit in engem Kontakt mit anderen führenden Fotografen der Zeit, die ebenso wie dieser ihr Werk für politische Zwecke instrumentalisieren ließen.⁴⁸

Zum *Ministerium für Gesundheit und Soziales*: Mit der Bündelung zahlreicher für Gesundheit und Hygiene verantwortlicher Institutionen im Ministerium für Gesundheit und Soziales im Juli 1937 gab die japanische Regierung dem bereits mehrere Monate andauernden Druck von japanischem Militär und Marine nach und reagierte auf eine sowohl im öffentlichen Raum wie auch im Militär geführte Debatte zu Gesundheit und Hygiene. Das neue Ministerium sollte sich ausschließlich Fragen des physischen Wohlergehens des Individuums widmen, selbstverständlich auch zu militärischen Zwecken in Folge des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945).⁴⁹ In einem „Gesetzesentwurf zur nationalen Bewegung zur geistigen und körperlichen Ertüchtigung“ („*Kokumin shinshin tanren undō hōan*“, 「国民心身鍛錬運動法案」) von 1938 sind die folgenden Schwerpunkte der auf der Titelseite genannten Bewegung aufgeführt:

- „(1) Förderung der Ausbreitung von Radio-Gymnastik (in der allgemeinen Bevölkerung, insbesondere jedoch bei in der Stadt lebenden Personen)
- (2) Förderung der Anleitung zum Training im Freien (hauptsächlich bei in der Stadt lebenden Personen)
- (3) Geistiges und körperliches Training unter Nutzung der Sommerurlaubszeit (hauptsächlich unter Studenten, Schülern und Kindern).“⁵⁰

Die Redakteure der *Shashin shūhō* machten es sich fortan zur Aufgabe, verschiedenste Varianten sportlicher Aktivität zu propagieren.⁵¹

Zur *sportlichen Betätigung im Umfeld des Meiji-Schreins*: Dass zur körperlichen Betätigung das Umfeld des Meiji-Schreins genutzt wurde, überrascht vor dem Hintergrund kaum, als dass hier bereits ab 1924 ein Sportfest veranstaltet wurde und somit die nötigen Gerätschaften und Einrichtungen bereits gegeben waren.⁵² Dies entging auch dem zeitgenössischen Ethnologen Daniel Clarence Holtom nicht, der 1938 in einer seiner bis heute in Fachkreisen geschätzten Darstellungen zum *Shintō* bemerkt: „Associated with the great Meiji Shrine of Tōkyō is a magnificent equipment providing for all sorts of athletic

⁴⁸ Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu (1995): S. 3; *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* (1938): S. 25.

⁴⁹ Kushner (2006): S. 47 f.

⁵⁰ *Jikan kaigi* (1938): o. S.

⁵¹ Oku (2008): S. 177.

⁵² Holtom (1938): S. 8; Imaizumi (2013): S. 168 f.

sports.“⁵³ Gleichzeitig ist es naheliegend, dass die Umgebung des Meiji-Schreines nicht nur aus reiner Zweckmäßigkeit zur sportlichen Betätigung der Jugendlichen ausgewählt wurde. Bereits 1924 heißt es in einem Dokument des Amtes für Hygiene, einer der Vorläuferinstitutionen des oben genannten Ministeriums für Gesundheit und Soziales, dass die Veranstaltung nationaler Sportveranstaltungen in unmittelbarer Umgebung des Meiji-Schreines Anlass biete zum Gedenken an die Wohltaten des Meiji-Tennō und darüber hinaus zur Disziplinierung von Körper und Geist der breiten Masse.⁵⁴

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Wie bereits vorher erwähnt, nutzten 1938 zeitweise japanische Ministerien und Behörden die *Shashin shūhō* als Medium für ihre Propaganda zur Mobilmachung der Bevölkerung. Das Ministerium für Gesundheit und Soziales wurde bereits in der Erstausgabe der *Shashin shūhō* vorgestellt.⁵⁵ Das vorliegende Titelbild ist ebenfalls ein Beispiel für dieses Phänomen. Wie ebenfalls geschildert spielten Kinder und Jugendliche eine große Rolle bei der Verwirklichung des „totalen Krieges“ auf japanischer Seite. Sie wurden zum Arbeitseinsatz verpflichtet und zur Truppenmobilmachung genutzt.⁵⁶ In der Zeit von 1938 bis 1940 allerdings waren sie noch nicht Teil des Mobilisierungsplanes.⁵⁷ Der „Gesetzesentwurf zur nationalen Bewegung zur geistigen und körperlichen Ertüchtigung“ bildet ein Beispiel dafür, wie Regierungsprogramme Eingang in die Ausgaben der *Shashin shūhō* fanden mit dem Ziel, Kinder und Jugendliche zu mobilisieren (siehe Kapitel 3.8.). Das neu gegründete Ministerium für Gesundheit und Soziales strebt danach, die Bevölkerung Japans möglichst gesund zu halten, insbesondere die Minderjährigen, deren militärischer Einsatz erst in der Zukunft erfolgen sollte. Dementsprechend ist in der vorliegenden Abbildung noch von einer Stärkung der „Heimatfront“ die Rede. Auf längere Sicht jedoch rückt der Kriegsdienst in den Rahmen des Möglichen. Dies schließt auch junge Frauen vor ihrer Mutterschaft mit ein:

„While the government encouraged women of child-bearing age to raise as many healthy ‚junior warriors‘ as possible, adolescent girls were evidently being considered for military service prior to motherhood. All Japanese females, including

⁵³ Holtom (1938): S. 8.

⁵⁴ Imaizumi (2013): S. 168 f. Es wird auf ein Werk des Amtes für Hygiene (*eiseikyoku*, 衛生局), des Innenministeriums (*naimushō*, 内務省) Bezug genommen mit dem Titel „Bericht zum ersten Sportturnier“ („*daiichikai kyōgitaikai hōkokusho*“, 「第一回競技大会報告書」), und zwar auf die Seiten 1–4.

⁵⁵ *Shashin shūhō* (16.2.1938): S. [9–13].

⁵⁶ Oku/Tsuruoka (2008): S. 204, 216.

⁵⁷ Oku/Tsuruoka (2008): S. 205.

schoolgirls, were expected to be physically fit and to pull their own weight during the war, by boosting production of crops, munitions and the material needed for the war effort. The media did not shy away from reporting, though, that girls were fighting on the front in the final phase of the war.⁵⁸

Wenden wir uns der Gestaltung der Titelseite im Detail zu. Yoshida Ei'ichis Mitgliedschaft in der im Juli 1938 anlässlich der erstmaligen Herausgabe der *Shashin shūhō* etablierten *Seinen hōdō shashin kenkyūkai*⁵⁹ legt den Schluss nahe, dass der Fotograf sein Wirken entsprechend der öffentlich erklärten Zielsetzung der Gruppe auch mit der vorliegenden Titelseite in den „Dienst des Vaterlandes“ zu stellen bestrebt ist und somit den Tendenzen der Zeit entsprechend ebenso wie zahlreiche japanische Fotografen seiner Zeit handelt.

Das Bild vereint beide Geschlechter, stellt jedoch die junge Frau in den Mittelpunkt der Darstellung. Im Vordergrund befindet sich das sich durch Gehorsam, Entschlusskraft und körperliche Trainiertheit auszeichnende Mädchen, dessen weibliche Züge durch den Bildausschnitt und die kurzen Haare zurücktreten. Der im Hintergrund trainierende kräftige junge Mann verstärkt diesen Eindruck. Auch in der Bildbeschreibung wird lediglich das Mädchen erwähnt, was den Eindruck unterstreicht, dass hier ein bestimmtes Bild von Weiblichkeit transportiert werden soll, zu dessen Unterstützung die männliche Gestalt im Hintergrund dient. Gleichzeitig ist jedoch der Kontrast von ruhigem körperlichen Ausdruck des Mädchens und dem in Bewegung befindlichen Körper des Jungen für die Abbildung bezeichnend: Es scheint, als verkörpere das Mädchen die Entschlossenheit, welche für den „gesundheitlichen Dienst am Vaterland“ (*kenkō hōkoku*, 健康報国, eine Parole der Zeit⁶⁰) notwendig sei, während der Junge die Konsequenz dieser Haltung, die aktive sportliche Beteiligung, symbolisiert. Der Junge steht dann für den energetischen, dynamischen Interpretanten eines Zeichens, das Mädchen für den logischen, normalen, finalen Interpretanten. Durch die pathetische Wortwahl der Bilderläuterung und die explizite Bezugnahme auf den Meiji-Schrein wird, unter Berücksichtigung des soeben erläuterten Hintergrundes des Ministeriums für Gesundheit und Soziales, vollends deutlich, worauf die Abbildung hinaus will: Der Meiji-Schrein wird zum Zentrum körperlicher Ertüch-

⁵⁸ Earhart (2008): S. 206. Carter beruft sich in ihren Aussagen auf Earhart und bemerkt gleichfalls: „Women's primary war support duty was to give birth to as many ‚junior warriors‘ as possible, but adolescent girls were usually mobilized as factory workers and were even being considered for military service as the war effort became more desperate in the 1940s. Girls were expected to be physically fit for boosting production of crops, munitions, and the material needed for the war effort, as well as for being possible future ‚junior warriors‘ themselves. One interesting example of militarization crossing gender categories is in a PWR issue where the efforts and hard work of the Yokosuka Maritime Girls' Training aboard the destroyer Kasuga were given recognition.“ (Carter (2009): S. 169).

⁵⁹ Inoue (2009): S. 184; *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* (1938): S. 25.

⁶⁰ Ōzorasha (2000): S. 108.

tigung der Massen, die letztendlich der Mobilisierung der „Heimatfront“ zuträglich ist, insbesondere der Vereinnahmung von Jugendlichen als zukünftigen Soldaten. Gleichzeitig weisen sowohl Titelbild, durch die positive Darstellung des Mädchens, als auch Bildbeschreibung, durch die pathetische Ausdrucksweise, eine starke emotionale Wirkung auf den Bildbetrachter auf (emotionaler, unmittelbarer Interpretant), bewegen diesen unter Umständen dazu, sich als Teilnehmer bei einer der Veranstaltungen des Ministeriums für Gesundheit und Soziales zu melden (energetischer, dynamischer Interpretant) und aus innerer Überzeugung von der Richtigkeit dieser Handlung dabei zu bleiben (logischer, normaler, finaler Interpretant). Auf diese Weise bietet das vorliegende Bild der *Shashin shūhō* das Potential, durch gezieltes Ansprechen ihrer jungen Leserschaft (die zumindest 1941 eine Mehrheit darstellt, wie die vorangehend behandelte Umfrage zeigt⁶¹) selbige zu mobilisieren und für einen baldigen Kriegseinsatz vorzubereiten. Dies erfolgt auf dezente Art, wie es Koyama Eizō für gut gestaltete Propaganda einfordert:

„Dadurch dass Propaganda das Verhalten verschiedenster Menschen zu beherrschen sucht, erscheint ihre Wirksamkeit wie die Wirksamkeit von Befehlen. Jedoch weicht sie insofern von bloßen Befehlen ab, als dass sie Handlungen bzw. Verhaltensweisen bewirkt, die von Grund auf Bezug nehmen auf die freie Absicht des Individuums, im Gegensatz zu Befehlen, die unbedingte Handlungen bzw. Verhaltensweisen erzeugen, denen eine wie auch immer geartete Autorität zugrunde liegt.“⁶²

Ein weiteres Beispiel von Propaganda zur Mobilisierung der Jugend Japans bildet das Titelbild vom 5. Oktober 1938, das ebenfalls in diesem Kapitel behandelt wird.

⁶¹ *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

⁶² Koyama (1937): S. 12.

„Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandschurei“ (14.9.1938)



滿洲建設の巨歩

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Das Titelbild der 31. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 14. September 1938 zeigt eine lächelnde junge Frau mit schwarzen langen Haaren, die auf ihren Armen ein kleines Kind trägt. Beide Handflächen umschließen sich an den Oberschenkeln des Kindes, um diesem einen sicheren Halt zu gewährleisten. Sie trägt ein schlichtes, helles, kurzärmeliges Oberteil. Das von ihr getragene Kind lacht den Betrachter direkt an. Es hat im Vergleich zur jungen Frau kürzere Haare und ein weißes, bis an die Oberschenkel verlaufendes kurzärmeliges Kleid mit Rüschen an den Ärmeln. Sein linker Arm ist zur Seite gebeugt und verläuft somit parallel zum linken Arm der Mutter. Der rechte Arm ist nach oben gerichtet und es scheint, als winke das Kind jemandem zu. Gleichzeitig liegt das Handgelenk auf einer Ebene mit einer diagonal nach oben gerichteten Stange, an deren oberem Ende sich die in Gänze sichtbare Flagge Mandschukuos⁶³ befindet. Über im Hintergrund befindliche Objekte kann nur gemutmaßt werden, vermutlich stehen Frau und Kind jedoch vor einem See, dessen anderes Ufer durch dunklere Umrisse am rechten Bildrand angedeutet ist. Neben den üblichen Angaben zu Name, Erscheinungsdatum und Herausgeber der Zeitschrift ist auf der Titelseite der Name der Abbildung vermerkt: „Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandchurei“ („*Manshū kensetsu no kyōho*“, 「満州建設の巨歩」).⁶⁴ Am Ende der Zeitschrift findet sich neben dem *Naikaku jōhōbu* als Urheber des Bildes⁶⁵ folgende Bildbeschreibung:

„Im Sonnenlicht des anbrechenden Herbstes weht die Flagge Mandschukuos mit ihren fünf Hauptfarben hier in der mandschurischen Botschaft in Azabu, Tōkyō, wo auch heute die diplomatischen Beziehungen des noch jungen, im Wachstum befindlichen Staates ohne Unterlass voranschreiten. / Auf dem mit vom Taifun zu Boden gewehten Herbstlaub bedeckten Boden machen zur selben Zeit die beiden Töchter des gegenwärtigen Botschafters einen Spaziergang, Mori Ran (achtzehn Jahre) und Mori Take (sechs Jahre).“⁶⁶

Die gesamte Titelseite einschließlich des Zeitschriftentitels *Shashin shūhō* ist in einen Gelbton getaucht.

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum symbolischen Gehalt der mandschurischen Flagge: Die auf dem Titelbild der *Shashin shūhō* zu sehende Flagge von Mandschukuo setzt sich folgendermaßen

⁶³ Tamanoi (2005): S. 188, 203; Yoshihashi (1983): S. 96. Mandschukuo war ein durch das japanische Militär 1931 errichteter Marionettenstaat in der Mandchurei. Bis zu Japans Kapitulation im August 1945 blieb Mandschukuo in japanischem Besitz (Yoshihashi (1983): S. 96).

⁶⁴ Naikaku jōhōbu (14.9.1938): S. [1].

⁶⁵ *Shashin shūhō* (14.9.1938): S. [22].

⁶⁶ *Shashin shūhō* (14.9.1938): S. [22].

ßen zusammen: Auf gelbem Grund finden sich je ein roter, blauer, weißer und schwarzer Streifen. Es handelt sich um fünf Farben, die das harmonische Zusammenleben der fünf in der Region hauptsächlich ansässigen Ethnien (*gozoku kyōwa*, 五族協和, „fünf Ethnien in Eintracht“) symbolisieren sollen: der Mandschuren, Han-Chinesen, Mongolen, Japaner und Koreaner, obgleich Mariko Asano Tamanoi anmerkt, dass es nicht immer diese fünf Gruppen waren, die in den zeitgenössischen Darstellungen die Zusammensetzung bestimmten.⁶⁷

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Der infolge des so genannten Mandschurischen Zwischenfalls sich festigende Einfluss Japans in der Mandchurei äußerte sich im Wesentlichen in dreierlei Weise: in militärischen Eroberungen, wirtschaftlichem Aufbau sowie Massenmigration der japanischen Bevölkerung.⁶⁸ Die vorliegende Abbildung rückt zweiten Aspekt in den Mittelpunkt und inszeniert das gewaltsame Eingreifen Japans in die Geschicke der Region als Grundlage wirtschaftlichen Fortschritts. Die Annektion fand ihre Legitimation in der Schrift „Kokutai no hongī“ (「国体の本義」, „Grundlagen der nationalen Eigenart“⁶⁹). Die 1937 durch das Kulturministerium publizierte, ursprünglich von Hisamatsu Sen’ichi, Professor der Universität Tōkyō und Experte für klassische japanische Literatur, verfasste Schrift propagiert unmittelbar vor Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) einen kaiserzentrierten Nationalismus, durch welchen für Japan eine Führungsrolle im asiatischen Raum beansprucht wird.⁷⁰ Die japanische Expansion im 20. Jahrhundert wird hier als kontinuierliche Fortsetzung der bereits im Altertum erfolgten Kämpfe gegen Ainu und Kumasō umgedeutet. Es sei nun Japans Aufgabe, den Frieden in Asien aufrechtzuerhalten, so wie es im Ersten Chinesisch-Japanischen (1894–1895) und Russisch-Japanischen Krieg (1904–1905) der Fall gewesen sei.⁷¹

Bei Betrachtung der vorliegenden Abbildung sieht sich der Rezipient zu Anfang lediglich mit der Abbildung einer jungen Frau mit einem Kind auf dem Arm konfrontiert. Auf den ersten Blick werden aufgrund der freundlichen Ausstrahlung beider Personen Sympathien beim Betrachter geweckt. Distanz zwischen Abgebildeten und Rezipienten wird zudem vermindert durch das Winken des Kindes in die Richtung des Betrachters. Mit anderen Worten: Die Bildwirkung konzentriert sich stark auf den emotionalen, unmittelbaren Interpretanten nach Peirce. Zunächst steht nicht die Vermittlung ei-

⁶⁷ Tamanoi (2005): S. 188, 203; Yoshihashi (1983): S. 96.

⁶⁸ Young (1998): S. 4.

⁶⁹ Krebs (2010): S. 22.

⁷⁰ Antoni (2016): S. 259 f.; Krebs (2010): S. 22.

⁷¹ Antoni (2016): S. 259 f.

ner politischen Botschaft im Vordergrund, sondern der Fokus liegt auf der emotionalen Wirkung des Bildes. Ganz im Sinne Hayashi Ken'ichis wird die Fotografie somit als ein propagandistisches Mittel aufgefasst, das zunächst und in erster Linie an das Gefühl appelliert. „Fotografien, denen ein wenig Romanze, ein wenig Sentiment innewohnt, leben von der persönlichen Aura des Menschen“,⁷² wurde Hayashi vorangehend zitiert. Verknüpft wird die positive Emotionen beim Betrachter auslösende Abbildung nunmehr mit der vagen Botschaft „Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandschurei“, ergänzt durch eine deutlich erkennbare mandschurische Flagge im Hintergrund. Ohne dass dem Betrachter Informationen zur aktuellen Tätigkeit der Japaner in der Mandschurei vorliegen, wird er anhand der Komposition der Abbildung dazu veranlasst, das Eingreifen der Japaner in die entsprechende Region als etwas Positives anzusehen, denn er verknüpft es unterbewusst mit dem sympathischen Bild der lächelnden jungen Frau mit Kind.

Das abgebildete Kind dient im vorliegenden Fall entsprechend der damaligen Tendenz als Symbol von Fortschritt und Moderne,⁷³ nicht des japanischen Staates jedoch, sondern darüber hinausweisend der Mandschurei als Teil der „Großostasiatischen Wohlstandszone“. Das Lebensmut und Zuversicht ausstrahlende Kind steht somit für das Vorankommen des mandschurischen Staates. Gesichtsausdruck von junger Frau und Kind gleichen sich, ihre linken Arme weisen die gleiche Haltung auf. Man wird dazu verleitet, aus der Gleichheit der Körpersprache auf ein inneres Einvernehmen beider Abgebildeter zu schließen: Das Heranwinken durch das Kind kann somit als ein Heranwinken durch beide abgebildeten Personen begriffen werden. Ohne Zuhilfenahme der Bildunterschrift wird man durch die mandschurische Flagge dazu verleitet, anzunehmen, dass es sich um eine in der Mandschurei ansässige Frau mit Kind handelt, die das Eingreifen der japanischen Truppen in die Geschicke ihrer Region begrüßt.

Die *Shashin shūhō* wurde nicht nur als Propagandamedium an der „Heimatfront“ genutzt, sondern zudem an der Front eingesetzt.⁷⁴ Führende Propagandagrößen der Zeit, Koyama Eizō und Hayashi Ken'ichi, formulieren die Werbung für die „Großostasiatische Wohlstandszone“ als dringendes Ziel japanischer Propaganda.⁷⁵ Insbesondere Hayashi betont die gering entwickelte Kultur zahlreicher Ethnien im „großostasiatischen“ Raum und die damit verbundenen Probleme: „Der Bildungsgrad ist niedrig, der Alltag von Armut bestimmt. Die auf schlichte Gemüter zielende Propaganda operiert über das Auge. So sollte uns all das als propagandistisches Mittel recht sein, das mit einem flüchtigen Blick zu erfassen ist.“⁷⁶ Japanische Propaganda sieht es in

⁷² Hayashi (1943 I): S. 219.

⁷³ Kushner (2002): S. 371.

⁷⁴ Shimizu (2008): S. 39.

⁷⁵ Hayashi (1943 I): S. 209; Koyama (1943): S. 32 f.

⁷⁶ Hayashi (1943 I): S. 209.

den Augen Hayashis für die in der Mandschurei lebenden, nicht Japanisch beherrschenden Volksgruppen nicht vor, komplexe Propaganda mittels Text zu vermitteln. Ein dieser Gruppe zuzurechnender Rezipient wird aller Wahrscheinlichkeit nach nicht bis zum Bildtitel, geschweige denn zur Bildbeschreibung, vorstoßen, und in der Abbildung ebenfalls eine das Eingreifen der Japaner befürwortende, in der Mandschurei ansässige Mutter mit Kind erkennen.

Dem Japanisch beherrschenden Leser erschließen sich hingegen über die Bildbeschreibung weitere Informationen, die die Bildaussage in eine andere Richtung lenken: Das Bild wurde nicht in der Mandschurei aufgenommen, sondern in Tōkyō, in der Nähe der mandschurischen Botschaft. Abgebildet sind auch nicht Mutter und Kind, sondern die beiden Töchter des mandschurischen Botschafters bei einem Spaziergang. Unter Hinzuziehung des Bildtitels „Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandschurei“ gelangen wir nun zu einer Botschaft, die den in der Mandschurei lebenden Nichtjapanern wohl vorenthalten werden soll: Die Zukunft der Mandschurei wird nicht vor Ort unter Hinzuziehung der einheimischen Bevölkerung, sondern im Herzen Tōkyōs entschieden. Das Ganze wird vermittelt durch einen Text mit literarischem Anspruch,⁷⁷ der das Spazierengehen der jungen Menschen und das „Heranwachsen“ des mandschurischen Staates mit Taifun und herbstlichem „Niedergang“ der Blätter kontrastiert. Hierin offenbart sich die Überzeugung der Redakteure von der Vorreiterrolle Japans im asiatischen Raum, unter anderem formuliert in der Schrift „Kokutai no hongī“. Hayashis Aussage zur Fotografie, dass „ihr Sinn [...] auch von jenen erschlossen werden [kann], die des Lesens nicht mächtig sind“,⁷⁸ gilt hier nur bedingt für die nicht Japanisch sprechende Leserschaft. Ihnen bleibt durch die mangelnde Kenntnis von Identität und Ort der abgebildeten Personen eine weitere Bedeutungsebene des Bildes bewusst vorenthalten. Dass diese und ähnliche Imaginationen der Mandschurei großen Einfluss auf die japanische Bevölkerung ausübten, wird durch die Bemerkung Louise Youngs nahegelegt, dass die Vorstellungen, welche die Japaner von den Verhältnissen in der Mandschurei entwickelten, im Wesentlichen von der Populärkultur bestimmt wurden.⁷⁹

⁷⁷ Zuvor wurde ebenso Shimizu zitiert, der von einem bisweilen literarischen Charakter der Bilderläuterungen spricht (Shimizu (2008): S. 10).

⁷⁸ Hayashi (1943 I): S. 222.

⁷⁹ Young (1998): S. 17.

„Intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche“ (28.9.1938)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf der Titelseite der 33. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 28. September 1938 ist auf hellem, einfarbigem Hintergrund ein aller Wahrscheinlichkeit nach japanischer Mann mit einem japanischen Kind abgebildet. Der Mann mittleren Alters trägt einen weißen Kittel mit einer Armbinde des Roten Kreuzes sowie eine Schirmmütze, die darauf schließen lässt, dass er in einer dem militärischen Bereich zuzuordnenden Institution arbeitet. Bei genauem Hinsehen ist auf seinem Kittel das japanische Kanji für die Zahl 9 zu erkennen. Sein lächelndes Gesicht ist nach oben in Richtung eines kleinen Kindes gerichtet, das er mit einem Arm nach oben hält. Vom Gesicht des Kindes ist ein leichtes Lächeln abzulesen. Es trägt eine mit drei Knöpfen geschlossene Jacke mit weiten Ärmeln, aus der die nach unten hängenden kleinen Hände hervorragen. Sie ähnelt einem Schützengrabenmantel. Links verfügt das Kleidungsstück über eine Brusttasche, auf der etwas Glänzendes, möglicherweise ein Abzeichen, angebracht ist, sowie eine weitere Seitentasche. Zudem trägt das Kind einen hellen Strohhut. Die Unterschenkel sind nackt, sodass das Kind aller Wahrscheinlichkeit nach eine kurze Hose trägt. Am unteren Bildrand ist mittig ein schwarzes Objekt oder ein Schattenwurf zu sehen, offensichtlich von den Redakteuren unbeabsichtigt. Neben den üblichen Angaben zur Zeitschrift ist unten links auf der Seite ein der Montage zugehöriger Titel zu lesen: „Intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche“ („*Jūgo kōen kyōka shūkan*“, 「銃後援強化週刊」).⁸⁰ Folgende Bildbeschreibung findet sich zusätzlich am Ende der Zeitschrift:

„Die kleinen Soldaten, zusammen mit den Soldaten in Weiß, jeder für sich, mit kindlichem Gemüt. Zur großen Freude der Patienten stürmen die kleinen Soldaten der ‚Kindergarten-Krankenbesuchs-Truppe‘ dem Kranken mit einem Buch oder Handwerksstück entgegen. Vielen Dank, ihr lieben Jungen, dem alten Herrn geht es schon viel besser, sagt einer von ihnen und gibt einem der kleinen Helfer voller Tatendrang eine Umarmung.“⁸¹

Als Urheber der Abbildung wird das *Naikaku jōhōbu* angegeben, die der Montage zugrunde liegende Fotografie wurde allerdings durch das temporär in Tōkyō errichtete Heereslazarett zur Verfügung gestellt.⁸² Der Zeitschriftentitel ist dieses Mal schwarz gehalten, der Hintergrund der abgebildeten Personen in einem kräftigen Orange.⁸³

⁸⁰ *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [1].

⁸¹ *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [22].

⁸² *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [22].

⁸³ *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [1].

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum Roten Kreuz im Japan der Zeit des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945): Die Aufgabe des Roten Kreuzes im Japan zur Zeit des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) ging weit über die bloße medizinische Versorgung von Militär und Zivilbevölkerung hinaus. Dies zeigt das Beispiel einer vom japanischen Roten Kreuz organisierten Ausstellung vom September 1942 zum Thema „Kleidung in Kriegszeiten“. Den dazugehörigen Band zur Ausstellung⁸⁴ schließt Ueda Riuko, seinerzeit Dozentin an der Tōkyōter Frauenuniversität,⁸⁵ mit folgenden Worten zur Kleidung als Ausdruck des Nationalbewusstseins in Kriegszeiten:

„Dass sich in jedem einzelnen Kleidungsstück unser wunderbares Nationalbewusstsein offenbart, spiegelt einen Lebensgrundsatz wider, der auf das von nun an etablierte System der ‚Kleidungsbezugsscheine‘ zurückzuführen ist. Es ist unpraktikabel, dass unser Land sich im Kampf befindet, wohingegen der Alltag der Menschen von Sorglosigkeit geprägt ist. Das alltägliche Leben muss mit dem Nationalbewusstsein dieses kämpfenden Staates eng verflochten sein. Zur Vervollkommnung der kämpferischen Lebenseinstellung der Bevölkerung ist auf allerlei Kunst und Handwerk zurückzugreifen. Es ist eine längst überholte Ansicht, Kleidung als bloße gesellschaftliche Konvention zu begreifen. Sie ist vielmehr eine wichtige Ressource für den Kampf und unsere Lebensführung. In diese Richtung sollte unsere Perspektive auf Kleidung auch in Zukunft voranschreiten.“⁸⁶

Unter Hinzuziehung weiterer Aussagen des Bandes zur Ausstellung „Kleidung in Kriegszeiten“ wird deutlich, wie die japanische Bevölkerung mit zunehmend von Niederlagen geprägtem Kriegsverlauf mental darauf vorbereitet werden sollte, sich materiell stark einzuschränken, auch was die eigene Kleidung betrifft. In der Monografie heißt es unter dem Titel „Kleiderhygiene bei Säuglingen und Kleinkindern“, verfasst von Saitō Fumio, Doktor der Medizin,⁸⁷ zu Kleidung im Allgemeinen sowie zu Kleidung von Säuglingen und Kleinkindern im Speziellen:

„Ein Phänomen, welches sich nicht nur auf die Kleidung von Kindern beschränkt, sondern die Bekleidung aller Menschen mit einschließt, besteht in ihren außerordentlichen Unterschieden, je nach Region (Polarregion, Tropen, gemäßigte Zonen), unterschiedlichem Brauchtum der Völker usw. Kommen wir jedoch auf den Zweck der Kleidung zu sprechen, so besteht ihr wichtigster Zweck allerorten in der Aufrechterhaltung der Körpertemperatur. Hinzu kommen Nebenaspekte wie ästhetische Gesichtspunkte und Etikette.

⁸⁴ Nihon sekijūjūsha (1942).

⁸⁵ Ueda (1942): S. 43.

⁸⁶ Ueda (1942): S. 55 f.

⁸⁷ Saitō (1942): S. 20.

Betrachtet man Kinderkleidung von einem medizinischen Standpunkt aus, so stehen zunächst Körpertemperatur, Gesundheit des Kindes, Brauchtum im Vordergrund. Außerdem in Erwägung zu ziehen sind Waschbarkeit, Bewegungsfreiheit, einfache Nähbarkeit und dergleichen.⁸⁸

Die folgende ikonologische Interpretation verdeutlicht, dass sich in den Texten genannte Merkmale von Kleinkinderkleidung ebenfalls auf der in diesem Kapitel behandelten Titelseite ausmachen lassen.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Der Krieg hält auch Einzug in das Leben der japanischen Kleinkinder, die auf ihre eigene Weise im Dienst der „Nation“ stehen. Nora Carter bemerkt, dass man in der japanischen Propaganda mit Kindern unter anderem dazu tendiert habe, diese als „junge Erwachsene“ mit immenser Verantwortung darzustellen.⁸⁹ Oku Kentarō und Tsuruoka Satoshi verweisen darauf, dass Kinder als Akteure zur seelischen Unterstützung der kämpfenden Truppen inszeniert worden seien.⁹⁰ Unter Verweis auf die Abbildung kann diese Feststellung erweitert werden: Kinder wurden ebenso als seelische Unterstützung verwundeter Soldaten inszeniert. Auf diese Weise leisten sie einen wichtigen Beitrag für den erhofften Sieg Japans im fünfzehnjährigen Krieg (1931–1945). Dies wird daraus ersichtlich, dass der auf der Abbildung befindliche japanische Arzt des Tōkyōter Heereslazarets, zugleich militärische wie auch medizinische Autorität, die Anwesenheit des Kindes nicht nur toleriert, sondern wertschätzt. Zum einen ist dies anhand des Lächelns ersichtlich, das er dem Kind entgegenbringt, zum anderen dadurch, dass er es in die Luft hebt und ihm somit bereits visuell eine höhere Position zukommen lässt als sich selbst. Geht man davon aus, dass es sich bei der auf dem Arztkittel zu lesenden 9 um eine Abteilung handelt, in welcher der Mediziner tätig ist, so ist hiermit impliziert, dass diesen *pars pro toto* – als beliebiger Arzt einer Abteilung Nummer 9 oder einer mit 9 beginnenden Abteilung (bzw. Arzt mit der Nummer 9 oder einer mit 9 beginnenden Nummer) – die Präsenz des Kindes ebenso erfreut wie alle anderen seiner Kollegen aus den übrigen Abteilungen bzw. mit anderen Nummern. Möglicherweise wurde zur Betonung dieses repräsentativen Charakters die Zahl absichtlich derart hoch angesetzt. Ganz wie Koyama Eizō es formuliert, fördert das abgebildete Kind durch seine bloße Präsenz bereits die „Propaganda der Heimatfront“, indem es an „Krankenbesuche[n] durch die Familien“ und „Krankenbesuche[n] bei Verwundeten“ teilnimmt.⁹¹

⁸⁸ Saitō (1942): S. 20.

⁸⁹ Carter (2009): S. 180.

⁹⁰ Oku/Tsuruoka (2008): S. 224.

⁹¹ Koyama (1937): S. 403 f.

Die militärische Bedeutung des Kleinkindes wird durch Bildtitel und Bildbeschreibung in besonderer Weise verstärkt: Der im Titel „Intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche“ genutzte Begriff der „Hilfstruppen“ schließt sowohl das medizinische Fachpersonal (den Arzt auf der Titelseite) wie auch die zum Besuch der Kranken erscheinenden Kleinkinder (das Kind auf der Titelseite) als Akteure mit ein. Gerade der Umstand, dass hier keine Differenzierung vorgenommen wird, zeigt die propagandistische Gleichsetzung der kriegswichtigen Bedeutung von „Kind“ und „Erwachsenem“ im fünfzehnjährigen Krieg (1931–1945). Die Bildbeschreibung lässt die Gleichstellung beider Gruppen hinsichtlich ihrer militärischen Bedeutung vollends deutlich werden: Kinder sind hier ins Krankenzimmer „stürmende“ „kleine Soldaten“, eingebunden in eine „Kindergarten-Krankenbesuchs-Truppe“.

Sowohl die Kleidung des auf dem Titelbild der *Shashin shūhō* abgebildeten Mannes wie auch die Kleidung des Kleinkindes lassen einen militärischen Bezug erkennbar werden, im Falle des Arztes zudem einen Bezug zum Roten Kreuz. Die Jacke des Kindes ist weder teuer noch schmuckvoll. Sie ist rein zweckmäßig und wurde den Bedürfnissen des Krieges angepasst, wie im Katalog des Roten Kreuzes späterhin gefordert: Sie schützt das Kind im eher milden japanischen Herbst ausreichend vor Kälte. Im Text des Roten Kreuzes wird aus medizinischer Sicht bemerkt, dass bei Kindern die körpereigene Wärmeregulation weniger ausgeprägt sei als bei Erwachsenen.⁹² Zudem scheint das sehr schlichte Oberteil durchgehend aus dem gleichen Material gefertigt worden zu sein, weist keinerlei schmückende Bestandteile auf und ist, ebenso pragmatisch, mit zwei Taschen und drei leicht wieder anzunähenen Knöpfen ausgestattet. Es ist somit ein sehr leicht zu reparierendes und preiswert zu produzierendes Kleidungsstück. Gleichzeitig bietet es eine sehr große Bewegungsfreiheit durch die viel Raum lassende Gestaltung der Ärmel. Dass das Kind, wenn überhaupt, nur eine sehr kurze Hose trägt, mag dem medizinischen Zweck der Jacke zuwiderlaufen, stellt jedoch für die Bildinterpretation keinen Widerspruch dar: Zum einen wird auf diese Weise die Jacke als Kleidungsstück umso mehr betont, zum anderen ist der Umstand, dass der Mann das Kind an den Beinen hochhebt und die damit verknüpfte konventionelle Bildbedeutung der „Wertschätzung“ hier von zentralem Interesse. Das Kind scheint die ihm obliegende Rolle wohlwollend anzunehmen, was sich in seinem Lächeln offenbart. Seine Haltung wiederum stößt auf gesellschaftliche Anerkennung, was seinen symbolischen Ausdruck durch das Abzeichen an der Jacke, das einzige schmückende Element seiner Kleidung, findet. Gleichzeitig unterstreicht das Abzeichen die bedeutende „militärische“ Funktion von Kleinkindern im fünfzehnjährigen Krieg (1931–1945): Sie tragen zur Genesung und Ermutigung der Truppen bei.

⁹² Saitō (1942): S. 20.

Das Kind auf der Abbildung erfüllt mit Blick auf den Rezipienten der Zeitschrift mehrere Funktionen: Auf der Ebene des emotionalen Interpretanten werden zunächst durch den freundlichen Gesichtsausdruck der beiden abgebildeten Personen spontan Sympathien geweckt. Diese können sich dann als Denkgewohnheit zu Sympathien für das japanische Rote Kreuz im Allgemeinen, für die ärztliche Versorgung der Heimatfront durch das Rote Kreuz sowie die Einbindung von Kindern in diesen Prozess im Speziellen ausweiten (logischer Interpretant). Weiterhin wahrscheinlich sind die folgenden Szenarien: Mütter werden dazu bewegt, ihre Kinder zum Krankenbesuch des verwundeten Mannes mitzunehmen, dessen Genesung derartig zu beschleunigen und somit, bewusst oder unbewusst, zu einer Verlängerung der Konflikte beizutragen. Gleichzeitig bietet die Abbildung das Potential, Rezipienten dazu zu verleiten, den Kleiderkauf für das Kind als auch für sich selbst zweckmäßiger zu gestalten. Das Kleinkind auf der Abbildung wird hierdurch zum doppelten idealtypischen Vorbild „kindlichen“ Verhaltens im Krieg, an dem sich ebenso Erwachsene orientieren können.

„Deutschlands Jugend“ (5.10.1938)



I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf der Titelseite der 34. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 5. Oktober 1938 sind drei junge deutsche Frauen in sitzender Haltung abgebildet. Einem zeitgenössischen Handbuch deutscher Uniformen von 1938 ist zu entnehmen, dass ihre Kleidung dem Bund Deutscher Mädel zuzurechnen ist.⁹³ Die Frau im vorderen linken Bildbereich trägt ein kurzärmeliges helles Hemd mit dunklem Halstuch und Brusttaschen. Auf ihrem linken Oberarm ist ein Obergauarmdreieck⁹⁴ mit den Worten „Ost Kurmark“ zu erkennen. Sie trägt kurzes, braunes, gewelltes Haar und hat den Blick zur Seite gewandt. Die am rechten Bildrand positionierte Frau ist von der Seite fotografiert worden. Sie trägt die gleiche Aufmachung wie die Frau im vorderen linken Bereich, jedoch bleibt der Blick auf ihren linken Oberarm und das dort aller Wahrscheinlichkeit nach befindliche Gebietsdreieck verwehrt. Hingegen ist anhand ihrer Aufnahme deutlicher zu erkennen, dass zum Hemd ein dunkler, einfarbiger Rock getragen wird. Sie spielt Gitarre und wurde aus einem Winkel aufgenommen, der zur Folge hat, dass ihr Gesicht zum Teil durch den Gitarrenkopf verdeckt wird. Sie trägt kurzes, helles, gelocktes Haar. Nur anhand des Rocks und der Damenuhr am linken Arm lässt sich mit Bestimmtheit sagen, dass es sich um eine junge Frau handelt. Die Frau im hinteren Teil des Bildes trägt kurzes, blondes, nach hinten gebundenes Haar. Sie hat die Augen geschlossen und macht einen konzentrierten Eindruck. Sie trägt ein weißes Sportdress, welches Ober- und Unterarme frei lässt und in dessen Brustbereich ein Symbol mit Hakenkreuz angebracht ist, sowie eine sehr kurze, dunkle Hose.⁹⁵ Die Montage setzt sich aus Fotografien zusammen, die im Rahmen einer Schulung von Führerinnen des Bundes Deutscher Mädel erstellt wurden, zur Verfügung gestellt durch den *Shashin kyōkai*.⁹⁶ Das Titelbild verweist auf einen Artikel im Inneren der Zeitschrift, der ebenfalls mit „Deutschlands Jugend“ („*Wakaki doitsu*“, 「若きドイツ」) überschrieben ist.⁹⁷ Am Ende der Ausgabe findet sich zudem folgende Bilderläuterung:

„Deutschlands Jugend. Was hier von der Gitarre begleitet gesungen wird, ist ein Volkslied der Waterkant, der deutschen Nordseeregion. In einem kurzen Moment der Ruhe nach dem Abendessen sitzt man am Fenster und schickt noch junge Träume in die abendliche Dunkelheit. Die künftigen Mütter Deutschlands, jede von ihnen wird geführt, jede von ihnen wird gestählt.“⁹⁸

Für den Zeitschriftentitel wurde die Farbe Schwarz gewählt, der Hintergrund hingegen ist dieses Mal gelb gefärbt.⁹⁹

⁹³ Ruhl (1938): o. S.

⁹⁴ Ruhl (1938): o. S.

⁹⁵ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [1].

⁹⁶ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [18].

⁹⁷ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [4].

⁹⁸ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [18].

⁹⁹ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [1].

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Kleidung der abgebildeten Personen: Bei der von zwei der Frauen auf der Abbildung getragenen Kleidung (dunkelblauer Rock, weiße Bluse, schwarzes Halstuch¹⁰⁰) handelt es sich um die Standardbekleidung des Bundes Deutscher Mädel.¹⁰¹ Das Dress der dritten Frau weist auf der Brust das Emblem der Hitler-Jugend einschließlich eines Hakenkreuzes auf.¹⁰² Der Artikel „Deutschlands Jugend“ im Inneren der Zeitschrift, mit Bildern, die durch den *Shashin kyōkai* zur Verfügung gestellt wurden, liefert weitere Informationen zu den auf dem Titelbild abgebildeten Personen: Personen mit gleicher Kleidung werden innerhalb des Artikels als „Mädelführerinnen“,¹⁰³ als „zukünftige Führerinnen, die aus einer Million Mitgliedern des Bundes Deutscher Mädel ausgewählt wurden“,¹⁰⁴ bezeichnet. Eine der auf dem Titelbild abgebildeten Frauen trägt ein Gebietsdreieck des Bundes Deutscher Mädel, anhand dessen ihre Zugehörigkeit zur Region der „Ost-Kurmark“ erkennbar wird. Die Gitarre spielende Frau hat aller Wahrscheinlichkeit nach ebenfalls ein Gebietsdreieck auf der linken Schulter. Die in der Mitte abgebildete Frau trägt Sportkleidung. Im Zeitschriftenartikel selbst werden Frauen in derselben Aufmachung folgendermaßen beschrieben:

„Die in einer Reihe angetretenen Frauen des Neuen Deutschlands. Die jungen Körper strotzen nur so vor jugendlichem Elan. Die starken Körper, aus denen eine starke Rasse geboren werden soll, werden durch allerlei Sport gestählt. Die Sportpolitik Deutschlands verwendet einen großen Teil ihrer Überlegungen auf die Gesundheit der Mütter des künftigen Deutschlands.“¹⁰⁵

Das Bild deutscher Mädel, das im Bewusstsein des japanischen Lesers verankert werden soll, zeichnet sich zunächst durch besondere Diszipliniertheit („in einer Reihe“), Tatendrang („strotzen nur so vor jugendlichem Elan“) und Loyalität dem Nationalsozialismus gegenüber („Mütter des künftigen Deutschlands“) aus. Ich vertrete die Ansicht, dass hier auf Ebene des logischen Interpretanten beim Rezipienten die Denkgewohnheit etabliert werden soll, dass es sich bei diesen drei Eigenschaften um durchweg positiv besetzte Charakterzüge handelt, verkörpert durch das hier gezeichnete Ideal des deutschen Mädels. Die zudem geschilderte hervorragende körperliche Verfassung der jungen Frauen („junge Körper“, „starke Körper“) bildet die Voraussetzung zur Erfüllung ideologischer Ziele, der späteren Geburt gesunden Nachwuchses im Sinne der Rassenpolitik im Dritten Reich („Körper, aus denen eine starke Rasse geboren werden soll“, „Die Sportpolitik Deutschlands verwendet einen großen Teil ihrer

¹⁰⁰ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [1].

¹⁰¹ Ruhl (1938): o. S.

¹⁰² Ruhl (1938): o. S.

¹⁰³ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [4].

¹⁰⁴ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [5].

¹⁰⁵ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [5].

Überlegungen auf die Gesundheit der Mütter des künftigen Deutschlands“). Die Formulierung „Mütter des künftigen Deutschlands“ ist zudem doppeldeutig: Einerseits impliziert sie, dass die im Text genannten Frauen zu Müttern werden, andererseits verweisen die Worte auf den von ihnen geborenen Nachwuchs, welcher, als Personifikation des „künftigen Deutschlands“, ebenfalls die Ideologie des Nationalsozialismus vertreten soll. Folglich werden die Abgebildeten zu Garanten des Fortbestehens des Dritten Reiches. Akzeptiert der japanische Rezipient die Mädel als Vorbilder der japanischen Jugend, die Sportpolitik Deutschlands als Vorbild für die japanische, so wird er zu einem Befürworter der vom Ministerium für Gesundheit und Soziales getroffenen Maßnahmen zur Gesunderhaltung der Bevölkerung (z. B. durch Radio-Gymnastik), zudem zu einem Unterstützer der Einziehung japanischer Jugendlicher im Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945).

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

In der Militarisierung von Jugendorganisationen¹⁰⁶ spiegelt sich der Drang der nationalsozialistischen Machthaber nach einer baldigen Expansion. Seitdem die Hitler-Jugend das Leben der Kinder und Jugendlichen dominierte, verbrachte ein immer größerer Teil ihrer Mitglieder zunächst seine Freizeit, schließlich im Kriege einen großen Teil der Lebenszeit in den Lagern der Hitler-Jugend.¹⁰⁷ Seit 1938 lebten viele HJ-Mitglieder in einem „Zustand permanenter Mobilisierung“, der sie permanent kriegsbereit halten sollte.¹⁰⁸ In Kapitel 3.8. wurde auf die Forschung Iwamura Masashis verwiesen: Dieser erklärt die wiederholte Darstellung deutscher Jugendlicher in der *Shashin shūhō* mit dem Wunsch, dass die deutsche Jugend der japanischen als Vorbild zum baldigen Kriegseinsatz dienlich sein sollte.¹⁰⁹ Diese Tendenz tritt im ausgewählten Titelbild weniger zu Tage als im Foto-Text-Artikel im Inneren der Zeitschrift, in welchen Abbildungen aktiv Sport treibender Jugendlicher eingebunden wurden.¹¹⁰ So können beispielsweise die abgebildeten, im Freien trainierenden jungen deutschen Frauen den japanischen Leserinnen als Ansporn dienen, wodurch wiederum Japan als Land gesunder Menschen inszeniert werden kann. Hierbei handelt es sich um eine inhaltliche Tendenz japanischer Propaganda, welche durch die Forschung bereits herausgearbeitet wurde.¹¹¹

Die bisher analysierten Titelabbildungen der *Shashin shūhō* wirken in ihrer Komposition durchdacht und weisen eine überraschende Komplexität hin-

¹⁰⁶ Sachsse (2003): S. 139.

¹⁰⁷ Buddrus (2003): S. XXII.

¹⁰⁸ Buddrus (2003): S. XXIII.

¹⁰⁹ Iwamura (2007): S. 98.

¹¹⁰ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [4–9].

¹¹¹ Kushner (2002): S. 371.

sichtlich ihrer Bedeutungsebenen auf.¹¹² Hier jedoch wurden über das Mittel der Montage drei Frauen auf der Titelseite vereint, deren gruppeninterne Verbundenheit als Angehörige des Bundes Deutscher Mädel für den Leser auf Anhieb nicht erkennbar ist. Zudem ist bei Betrachtung der Montage lediglich ein Bezug zum ersten Satz der Erläuterung erkennbar, und auch dies nur mit Einschränkungen: Zwar spielt eine der abgebildeten Personen Gitarre, jedoch wird keine der jungen Frauen singend dargestellt. Die Frau links vorne in der Abbildung sitzt mit dem Rücken zu den anderen beiden Personen, ihre Hände sind für den Betrachter nicht sichtbar, sodass es nicht möglich ist zu erkennen, ob und welcher Tätigkeit sie auf der zugrundeliegenden Fotografie nachgeht. Die jungen Frauen links und in der Mitte wirken allerdings, als lauschten sie konzentriert der Musik.

Unter Hinzuziehung des in der Zeitschrift enthaltenen Artikels offenbaren sich weitere Widersprüche: Eine der Frauen wird als Vertreterin des östlichen Teils der Kurmark ausgewiesen, einer Region um die Reichshauptstadt Berlin; in der Bildbeschreibung selbst heißt es jedoch, dass ein Lied gesungen werde, das der Nordseeregion entstamme; das Treffen der Reichsjugendführung, so heißt es wiederum im Zeitschriftenartikel, habe in Potsdam stattgefunden.¹¹³ Rolf Sachsse bemerkt, dass im Nationalsozialismus bei Gestaltung des Typofotos „visuell ein starker Rekurs auf Idylle und Romantik“ erfolge, „das Portrait [werde] als Träger emotionaler Botschaften eingesetzt“.¹¹⁴ Diese Tendenz nationalsozialistischer Bildpolitik möglicherweise aufgreifend, evokiert die durch die japanischen Herausgeber gewählte Bildbeschreibung ein romantisierendes Bild des Lagerlebens innerhalb des Bundes Deutscher Mädel. Dies steht jedoch wiederum in schroffem Gegensatz zum letzten Satz der Beschreibung und dem Inhalt des Artikels, in welchem von „jugendlichem Elan“ und der „Stählung“ von Körpern die Rede ist. Erwin Panofsky bemerkt zur „Intention“ des Künstlers, dass sich diese nur in Form von Alternativen formulieren lasse: Bei einer Interpretation sei von mehreren, dem Künstler zur Verfügung stehenden Möglichkeiten auszugehen und es obliege dem Kunsthistoriker, zu ergründen, wieso sich der Künstler für eine bestimmte Verfahrensweise entschieden habe.¹¹⁵ Die Möglichkeiten der Herausgeber waren im vorliegenden Fall allem Anschein nach dadurch begrenzt, dass man sich auf den *Shashin kyōkai* und aus Deutschland stammende Aufnahmen stützen musste, deren Bedeutung und Kontext dem oder den Verfassern der Bilderläuterung nicht geläufig waren. Die im Fall der *Shashin shūhō*, im Gegensatz zum *Illustrierten Beobachter*, gängige Praxis, Bild und Text von unterschiedlichen Personen erstellen zu lassen, offenbart hier ihre Nachteile in der praktischen Umsetzung.

¹¹² Vergleiche hierzu die vorangehend analysierte Abbildung zur Mandchurei.

¹¹³ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [5].

¹¹⁴ Sachsse (2003): S. 53.

¹¹⁵ Panofsky (1978): S. 24

4.2. JULI BIS DEZEMBER 1943

Illustrierter Beobachter

„Aus Not und Tod gerettet“ (2.9.1943)

Preis: 30 Pfennig

DONNERSTAG, 2. SEPT. 1943
18. JAHRGANG 52 FOLGE 36

Die deutschen Arbeitslosen
an die Front von

JB Illustrierter
Beobachter

VERLAG FRANZ EHER NACHF. S^N MÜNCHEN 22
1943 1941 FELD STR. 11 u. 13, München 13



Aus Not und Tod gerettet.
Die Schrecken des Tausendjährigen Krieges sind vorbei, kühlere Hände haben Mutter und Kind zu Sicherheit gebracht, jetzt werden Millionen aus der DRE, aus der unheimlichen Not und dem Tod gerettet, das sie bald wieder gewinnen. (2) unserem Überlebens auf Seite 2 und 31
H. Drehsam: Kriegsjahre: München.

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Als Titelbild der 35. Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* vom 2. September 1943 wurde ein Porträt einer jungen Frau mit langen dunklen Haaren verwendet, die ein in eine dunkle Decke gewickeltes Baby im Arm hält. Ihr rechter Arm umschließt das von der Decke umhüllte Kind und hält es auf Höhe ihres Kopfes, die linke Hand liegt sanft auf der Decke, in Brusthöhe des Kindes. Das Kind selbst hat beide Arme angewinkelt und nach oben gerichtet. Es trägt weiße Strickkleidung mit einer ebenfalls weißen Kapuze, die am Rand mit kleinen Bommeln verziert ist. Der in Richtung der Mutter gerichtete Blick des Kindes wird durch diese mit einem sanften Lächeln erwidert. Die Mutter trägt eine dunkle Jacke. Mutter und Kind liegen auf einer Decke auf dem Boden, deutlich erkennbar an den auf dem Bild zu sehenden Pflastersteinen.¹¹⁶ Das Bild wird ergänzt durch folgende Beschreibung:

„Aus Not und Tod gerettet. Die Schrecken des Terrorangriffs der letzten Nacht sind vorüber, hilfreiche Hände haben Mutter und Kind in Sicherheit gebracht; jetzt werden Helferinnen des DRK sich der so hart Betroffenen weiter annehmen und dafür sorgen, daß sie bald wieder genesen.“¹¹⁷

Es verweist auf einen zweiseitigen Bildbericht im Inneren der Zeitschrift mit dem Titel „Hier heißt es anpacken! Das Rote Kreuz im Großeinsatz an der Heimatfront“.¹¹⁸ Erstellt hat die Fotografie ein Kriegsberichterstatter namens Wüstemann, Mitglied der Propagandakompanie. Das Layout der Titelseite weist im Vergleich zu 1938 Veränderungen im Detail auf: Es findet sich oben rechts in der Ecke zwar noch das Kästchen, in welchem Informationen zum Inhalt abgedruckt waren, allerdings kann hier nun der eigene Name eingetragen werden, um „herzliche Heimatgrüße an die Front“ zu senden. Ein weiterer Wandel besteht darin, dass der Preis von 20 Pfennig zwar weiterhin angegeben wird, jedoch nicht mehr gesondert Preise für Litauen, das „Memelgebiet“, das Ausland generell sowie Danzig.¹¹⁹

II. ICONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum DRK zur Zeit des Zweiten Weltkrieges (1939–1945): Das DRK bildete die einzige Großorganisation des Dritten Reiches, die sich aufgrund der Rücksichtnahme auf die internationale Wahrnehmung nicht in direkter Abhängigkeit von der NSDAP befand. Seine Unverzichtbarkeit in Zeiten des Krieges ermöglichte es ihm, diese Position aufrechtzuerhalten. Gleichwohl erfolgte unter dem Druck der Nationalsozialisten in Zeiten des Krieges eine Militarisierung der Institution, die sich unter anderem in der Bildung von Sanitäts-

¹¹⁶ *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.

¹¹⁷ *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.

¹¹⁸ *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.

¹¹⁹ *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.

korps niederschlug, und Führungspositionen wurden zunächst von SA-, schließlich von SS-Funktionären besetzt. Gleichwohl konnte das DRK seine Funktionen im Wesentlichen behaupten und sein Personal erhalten. Medizinische Hilfeleistungen im Bereich des Luftschutzes, wie in der vorliegenden Bildunterschrift angesprochen, bildeten einen Teil seiner Arbeit während des Krieges.¹²⁰

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Mit den verheerenden Luftangriffen auf deutsche Städte brach der Krieg auch über die deutsche Zivilbevölkerung herein. Seit Mai 1940 warfen britische Flugzeuge Bomben auf deutsche Industriegebiete und Städte, Anfang 1942 wurden Flächenbombardements auf deutsche Städte intensiviert, um die Moral der Bevölkerung zu brechen. Seit Sommer 1942 beteiligten sich zudem die Amerikaner an den Angriffen, denen die deutsche Luftabwehr nicht viel entgegenzusetzen konnte.¹²¹ Dass der Krieg 1943 auf deutschem Boden Einzug gehalten hat, zeigt die Tatsache, dass die Abbildung als Werk eines Kriegsberichterstatters ausgewiesen wird. Eine Änderung im Layout, die Möglichkeit, den eigenen Namen auf der Titelseite zu vermerken und die Ausgabe von der „Heimat“ an die „Front“ zu senden, wirkt wie ein Versuch der Redakteure, vor dem Hintergrund der sich verschlechternden Kriegslage die Zivilbevölkerung dazu anzuleiten, die an der Front kämpfenden Soldaten durch Zusendung des *Illustrierten Beobachters* zum Durchhalten zu bewegen.

Gleichzeitig ist dieses Detail vor dem vergleichenden Hintergrund meiner Publikation von besonderem Interesse: Während auf Seite des *Illustrierten Beobachters* der semantische Gegensatz von „Heimat“ und „Front“ bis ins Jahr 1943 hinein fortbesteht, ist nunmehr gleichzeitig im Innenteil der Zeitschrift vom „Großeinsatz“ des DRK „an der Heimatfront“ die Rede. Dies mag mit der Propagierung des „totalen Krieges“ durch Joseph Goebbels im Berliner Sportpalast am 18. Februar 1943¹²² zusammenhängen. Auf Seite der *Shashin shūhō* hingegen ist bereits im Ersterscheinungsjahr 1938 unentwegt von der „Heimatfront“ („jūgo“, 「銃後」) die Rede, deren kriegswichtige Bedeutung die Redakteure der Ausgaben nicht müde werden zu betonen.¹²³ Hierzu mag beigetragen haben, dass sich Japan bereits seit 1931 im Krieg befand.

Vor dem zeitgeschichtlichen Hintergrund lassen sich weitere Unterschiede in der Darstellung beider Zeitschriften erkennen: In Ausgabe 33 der *Shashin shūhō* vom 28. September 1938 werden „intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche“ angepriesen. Ein Kleinkind

¹²⁰ Mommsen (2008): S. XI–XIII.

¹²¹ Benz (2000): S. 203 f.

¹²² Benz (2000): S. 198.

¹²³ Siehe zum Beispiel *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [1].

wird von einem Arzt des Roten Kreuzes lächelnd emporgehalten.¹²⁴ Dessen kriegswichtiger Einsatz bei der moralischen Stärkung der kämpfenden Soldaten wird in der Bilderläuterung am Ende der Ausgabe in besonderer Weise hervorgehoben. Die Ärzte des Roten Kreuzes werden ebenso wie die als geistige Stütze wirkenden „Kindergarten-Krankenbesuchs-Truppen“ zu wichtigen Akteuren der „Heimatfront“ zur Verlängerung des Krieges.¹²⁵ Auf Seiten des *Illustrierten Beobachters* hingegen erhalten Kleinkinder im vorliegenden Fall keine wie auch immer geartete Möglichkeit aktiver Mitwirkung im Dienste des Krieges. Vielmehr werden Mutter und Kind als Hilfsbedürftige inszeniert, die vom Krieg nunmehr in unvorhersehbarer Weise in Form eines Luftangriffes ereilt wurden. Das von der Mutter in Armen gehaltene, weiße Strickkleidung tragende und zudem in Decken eingewickelte Kind erscheint für den Betrachter als in besonderer Weise schutzbedürftig. Das Rote Kreuz wirkt in diesem Zusammenhang ebenfalls weniger als eine kämpfende Soldaten versorgende, kriegswichtige Institution, sondern vielmehr wie eine Hilfsorganisation für die Zivilbevölkerung. Die unter dem Nationalsozialismus erfolgte Militarisierung¹²⁶ lässt sich aufgrund des hier analysierten Titelbilds nicht erahnen.

¹²⁴ Shashin shūhō (28.9.1938): S. [1].

¹²⁵ Shashin shūhō (28.9.1938): S. [22].

¹²⁶ Mommsen (2008): S. XII.

„Der Reichsmarschall bei seiner Flak“ (11.11.1943)

Preis 20 Pfennig


DONNERSTAG, 11. NOV. 1943
18. JAHRGANG, FOLGE 45

JB Illustrierter Beobachter

VERLAG FRANZ EHER NACHF. in MÜNCHEN 22

Post-Fremd-Verk. G. & V. R. München 22

Mit deutschen Anmerkungen an die Leser



Der Reichsmarschall bei seiner Flak.

Hermann Göring liegt in einer Luftabwehrbatterie mehrerer Luftwaffenverbände. In welchem Bereich Jagd- und Bodenschwere maschinenbetriebe betriebsbereit zu sein. (M. 1) in der ersten Flak-Gruppe

Generalmajor Kurt-Johann
Günther

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf der Titelseite des *Illustrierten Beobachters* vom 11. November 1943 ist ein Bild des Kriegsberichterstatters Eitel Lange zu sehen, welcher eine Fotografie Hermann Görings erstellte, der junge Luftwaffenhelfer besucht und ihnen, so vermittelt es die Bildbeschreibung, Fragen zur „Jagd- und Bodenabwehr“ stellt. Im unteren Bereich der Aufnahme sind vier Jugendliche erkennbar, die mit dem Rücken zur Kamera stehen und den im Mittelpunkt der Aufnahme stehenden Hermann Göring ansehen. Dessen Gesichtszüge sind deutlich zu erkennen. Er wird von der Sonne beschienen, sodass sich seine Person visuell von den Jugendlichen und weiteren, im Hintergrund stehenden NS-Größen in Uniform abhebt. Zudem ist im Bildmittelpunkt, unmittelbar vor Göring stehend, ein Funkgerät mit UKW-Antenne erkennbar. Göring hat ein Lächeln auf seinem Gesicht und richtet den linken Zeigefinger auf einen der anwesenden Jugendlichen. Die Aufnahme wurde im Freien aufgenommen¹²⁷ und trägt folgende Beschreibung:

„Der Reichsmarschall bei seiner Flak.

Hermann Göring fragt in einer Instruktionstunde einen jungen Luftwaffenhelfer, in welcher Weise Jagd- und Bodenabwehr zusammenarbeiten.“¹²⁸

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zu den im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) eingesetzten Luftwaffenhelfern: Seit Herbst 1942 bestanden Kontakte zwischen Reichsluftfahrtministerium und Erziehungsministerium bezüglich des „Kriegshilfeinsatzes“ der Jugendlichen als „Luftwaffenhelfer“ oder „Marinehelfer“ in Flakbatterien. Vom ersten Einsatz im Februar 1943 bis Kriegsende 1945 waren bis zu 200.000 Luftwaffen- und Marinehelfer im Einsatz. Abhängig vom Alter wurden die Jugendlichen von Reichsarbeitsdienst und Wehrmacht übernommen. Diejenigen, die aufgrund ihres niedrigen Alters noch in den letzten Kriegswochen als Luftwaffen- oder Marinehelfer tätig waren, wurden zum Teil entlassen.¹²⁹ „Auf eine krasse Formel gebracht, waren die Luftwaffen- und Marinehelfer des Zweiten Weltkrieges nichts anderes als Hitlers jüngste Soldaten. [...] Das Soldatische, der Soldat als Vorbild für jeden Jungen, das war Propaganda und Wirklichkeit zugleich“,¹³⁰ bemerkt Hans-Dietrich Nicolaisen in seiner Monografie zu „Flakhelfern“ im Zweiten Weltkrieg (1939–1945).

¹²⁷ *Illustrierter Beobachter* (11.11.1943): o. S.

¹²⁸ *Illustrierter Beobachter* (11.11.1943): o. S.

¹²⁹ Nicolaisen (1981): S. 10–12.

¹³⁰ Nicolaisen (1981): S. 12 f.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Mit der Zunahme von Kriegseinsätzen Jugendlicher ab Mitte 1943¹³¹ finden sich häufig Fotografien, die deren Ausbildung thematisieren, auf den Titelseiten des *Illustrierten Beobachters*, wie auch die im Anschluss behandelte Abbildung vom 9. Dezember 1943 demonstriert. Allerdings liegt auch hier, wie bereits bei der Fotografie mit Kronprinz Michael bemerkt, der Fokus weniger auf den Jugendlichen selbst als vielmehr auf der NS-Prominenz, in diesem Fall Hermann Göring, welcher im Zentrum der Aufnahme positioniert wurde. Vom „Reichsmarschall bei seiner Flak“ ist in der Bildunterschrift die Rede, was die Fokussierung zusätzlich unterstreicht. Gründe für dieses Phänomen wurden bereits vielfach genannt, darunter das Porträt als Träger emotionaler Botschaften im NS-Typofoto¹³² und der maßgebliche Einfluss Hoffmanns auf NS-Fotografie im Allgemeinen¹³³ und die Gestaltung des *Illustrierten Beobachters* im Speziellen,¹³⁴ verbunden mit Hoffmanns Überzeugung, dass die Abbildung geschichtlich bedeutender Persönlichkeiten bevorzugtes Mittel der Dokumentation von Zeitgeschichte sei.¹³⁵

Deshalb sollen zusätzliche Gründe für diese Art der Gestaltung genannt werden, die sich nur im direkten Vergleich mit Japan erschließen: Wie bereits angemerkt, wurde in zeitgenössischen US-amerikanischen Untersuchungen zur japanischen Propaganda irrtümlich angenommen, dass diese durch eine besondere inhaltliche Fokussierung auf den *Tennō* gekennzeichnet sei.¹³⁶ De facto existierten in Japan jedoch keine charismatischen, in der Politik engagierten Persönlichkeiten. Der *Tennō* konnte nur wenigen Japanern zur Identifizierung dienen.¹³⁷ Mit anderen Worten: Es ist gerade die Vielzahl charismatischer politischer Persönlichkeiten im Dritten Reich, die es den Redakteuren des *Illustrierten Beobachters* ermöglicht, in ihren Fotografien den Fokus immer wieder auf die NS-Führung zu lenken. Hieran ändern auch vermehrte Kriegseinsätze Jugendlicher und Forderungen nach dem „totalen Kriegseinsatz“ der Jugend nichts.¹³⁸

Wie zuvor Hitlers Unterhaltung mit König Carol und dessen Sohn als besonders „volksnah“ in Szene gesetzt wurde, ist dies in der Fotografie Görings einschließlich Bildunterschrift erkennbar: Die Rede vom „Reichsmarschall bei seiner Flak“ ist in mehrfacher Hinsicht interessant, denn sie strahlt neben Autorität zugleich Nähe und Verantwortung aus und impliziert, dass sich Göring auf den Weg gemacht hat, um die Jugendlichen in ihrer „Instruktions-

¹³¹ Buddrus (2003): S. 46.

¹³² Sachsse (2003): S. 53.

¹³³ Herz (1994): S. 70.

¹³⁴ Pensold (2015): S. 55.

¹³⁵ Herz (1994): S. 28.

¹³⁶ Kushner (2002): S. 22 f.

¹³⁷ Kushner (2002): S. 2.

¹³⁸ Buddrus (2003): S. 46.

stunde“ zu besuchen. Göring weist lächelnd in Richtung eines der Jugendlichen, räumlich herrscht keine Distanz zwischen dem Reichsmarschall und der abgebildeten Jugend, sie diskutieren „auf Augenhöhe“. Gleichzeitig bleiben aber die individuellen Gesichtszüge der versammelten Jugendlichen dem Betrachter verschlossen. Ganz wie die nationalsozialistische Propaganda als „Erziehung zum Wegsehen“¹³⁹ richtet sich die inhaltliche Unterweisung der Autoritätsperson Hermann Göring an eine anonymisierte Masse, denn „nicht das kritische Urteilsvermögen ist gefragt, sondern das gefühlvolle Erleben. Nicht die produktive Erweiterung des Individuums ist das Ziel, sondern sein Aufgehen in der Masse.“¹⁴⁰ Göring tritt hier gleichzeitig als nahbare Prominenz des Nationalsozialismus wie auch lehrerhafte, kompetente und somit zu einem gewissen Grad distanzierte Autoritätsperson auf, die der Jugend Grundlegendes zur Arbeit der Jagd- und Bodenabwehr vermittelt. Die Jugendlichen wiederum stehen in enger, persönlicher Bindung zu ihrem Mentor Hermann Göring, eine persönliche, emotionale Bindung der Minderjährigen untereinander hingegen wird nicht angedeutet. Das Titelbild vermittelt folglich der Jugend als theoretischem Rezipienten des *Illustrierten Beobachters* die Botschaft, dass es sich bei der NS-Größe Hermann Göring um eine sympathische, da nahbare Autorität (emotionaler Interpretant) mit Vorbildcharakter (logischer Interpretant) handelt, dessen Expertise den Jugendlichen in ihrer Funktion als Luftwaffenhelfer ebenso von Nutzen ist (energetischer Interpretant), obgleich hier offen bleibt, für welche praktischen Tätigkeiten die Ausführungen Görings relevant sind.

¹³⁹ Sachsse (2003): S. 14.

¹⁴⁰ Sachsse (2003): S. 11.

„Immer die Maschine schön in der Waage halten!“ (9.12.1943)

Preis 20 Pfennig

DONNERSTAG, 9. DEZ. 1943
18. JAHRGANG 1: FOLGE 49

Mit herzlichen Heimatgrüßen
an die Front von:

JB Illustrierter Beobachter Feldpost

VERLAG FRANZ EHER NACHF. OH MÜNCHEN 22
Comp. Franz Eher Verlag, G. m. b. H., München 22



„Immer die Maschine schön in der Waage halten!“
Der Flieger erklärt dem Flugschüler das Ausrichten des Ausrichters in den verschiedenen Fluglagen, des Baus des Horizontals
und die verschiedenen Steuerungselemente und ihre Wirkung.
Ein Erlebnis für den „JB“ von Hans-Joachim Kunk.

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Für die Titelseite des *Illustrierten Beobachters* vom 9. Dezember 1943 wurde eine Außenaufnahme eines Fluglehrers und seines Schülers gewählt. Sie befinden sich im Freien, denn im Hintergrund sind mehrere Bäume zu sehen. Die Gesichtszüge der beiden abgebildeten Personen sind zu erkennen, der Mann mittleren Alters scheint mit seinen Händen gestikulierend Erklärungen an den Jugendlichen zu richten, während dieser neben ihm in einem Flugzeug sitzend, die rechte Hand zur Faust geballt und einen Steuerknüppel haltend, dessen Worten lauscht.¹⁴¹ Die zum Bild gehörige Bildunterschrift lautet:

„Immer die Maschine schön in der Waage halten!“

Der Fluglehrer erklärt dem Flugschüler das Ausgleichen in den verschiedenen Fluglagen, das Beachten des Horizontes und die verschiedenen Steuerausschläge und ihre Wirkung.¹⁴²

Der Mann trägt eine dunkle Hose, eine braune Jacke und eine Mütze mit Reichsadler und Hakenkreuz, der Junge eine Montur, die Helm und vermutlich auch einen Fallschirm beinhaltet. Die Aufnahme ist von Helmuth Kurth, welcher auch den mit dem Titelbild verknüpften Bildbericht namens „Bevor es in die Lüfte geht ... Neue Ausbildung der jungen Segelflieger“¹⁴³ beisteuerte.¹⁴⁴

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum Kriegseinsatz von Kindern und Jugendlichen der Hitler-Jugend, insbesondere in der Luftwaffe: Die Heranziehung von Angehörigen der Hitler-Jugend zum Kriegseinsatz stellte zwar keinen kriegsentscheidenden, gleichwohl jedoch einen kriegsverlängernden und damit für das NS-Regime kriegswichtigen Faktor dar.¹⁴⁵ Die sogenannte Flieger-HJ umfasste im Jahr 1938 etwa 80.000 Mitglieder, zu denen sich noch etwa 20.000 Personen des Deutschen Jungvolks gesellten, die sich auf den Dienst in der Flieger-HJ vorbereiteten. Vor allem ab Kriegsbeginn bestand die wesentliche Aufgabe der Vereinigung darin, die Luftwaffe mit ausreichend personellem Nachwuchs zu versorgen. Ab diesem Zeitpunkt wurde die Ausbildung der Flieger-HJ in besonderem Maße verstärkt, sodass 1940 die Zahl abgelegter Gleitfliegerprüfungen, verbgebener Luftfahrerscheine für Segelflieger und HJ-Leistungsabzeichen für Mitglieder der Flieger-HJ etwa doppelt so hoch ausfällt wie im Jahr zuvor.¹⁴⁶ Ab Mitte

¹⁴¹ *Illustrierter Beobachter* (9.12.1943): o. S.

¹⁴² *Illustrierter Beobachter* (9.12.1943): o. S.

¹⁴³ *Illustrierter Beobachter* (9.12.1943): o. S.

¹⁴⁴ *Illustrierter Beobachter* (9.12.1943): o. S.

¹⁴⁵ Buddrus (2003): S. XXXVI.

¹⁴⁶ Buddrus (2003): S. 190 f.

1943 fanden Kriegseinsätze von Jugendlichen in zuvor unbekanntem Ausmaß statt und Reichsjugendführer Artur Axmann wurde in der Folge zu einem zentralen Befürworter des „totalen Kriegseinsatzes“ der Jugend.¹⁴⁷

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Dieses Titelbild des *Illustrierten Beobachters* weist mehrere Charakteristika auf, die bereits anhand vorangehender Abbildungen besprochen wurden: Ebenso wie es sich bei Propaganda im Allgemeinen um ein „kurzfristig-taktisches“ Phänomen handelt,¹⁴⁸ richtet sich nationalsozialistische Propaganda nach der Tagespolitik und wichtig erachteten Notwendigkeiten.¹⁴⁹ Dies äußert sich mit Kriegsbeginn darin, dass militärische Themen in den Presseanweisungen einen größeren Umfang einnehmen als zuvor, sowie darin, dass das Kriegsgeschehen ebenso die Berichterstattung in anderen Bereichen beeinflusst.¹⁵⁰ Dieser situative Hintergrund erklärt das gesteigerte Bemühen um die Jugend als „Menschenreservoir“ kommender Feldzüge.¹⁵¹ Beim *Illustrierten Beobachter* handelt es sich nicht um ein speziell auf die Jugend als Rezipientengruppe ausgerichtetes Blatt, sondern um eine Zeitschrift, die alle „deutschen Volksgenossen“ im Blick hat.¹⁵² Gleichwohl wird in der vorliegenden Ausgabe das Wirken der Flieger-HJ herausgestellt, indem als Titelbild eine Fotografie eines Auszubildenden nebst Fluglehrer gewählt wird. Angesichts des Ausbaus der Flieger-HJ seit Kriegsbeginn, um möglichst großen personellen Nachwuchs der Luftwaffe zu generieren,¹⁵³ und des sich verstärkenden Kriegseinsatzes der Jugend ab Mitte 1943¹⁵⁴ überrascht dies nicht. Erneut wiederkehrendes inhaltliches Element bildet die Autoritätsperson, die im hier besprochenen Fall dem Jugendlichen Anweisungen das Fliegen betreffend erteilt. Zuvor ist es Hermann Göring, der den Wissensstand eines Jugendlichen in der Ausbildung fragend abprüft.

¹⁴⁷ Buddrus (2003): S. 46.

¹⁴⁸ Bussemer (2005): S. 33.

¹⁴⁹ Bussemer (2005): S. 173.

¹⁵⁰ Wilke (2007): S. 202.

¹⁵¹ Müller (1983): S. 154.

¹⁵² *Illustrierter Beobachter* (19.8.1943): o. S.

¹⁵³ Buddrus (2003): S. 191.

¹⁵⁴ Buddrus (2003): S. 46.

Shashin shūhō

Titelbild (7.7.1943)



I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Das Titelbild der 279. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 7. Juli 1943 zeigt zwei vom Arbeitsdienst heimkehrende, nebeneinander gehende männliche Jugendliche, beide in etwa im Alter damaliger japanischer Oberschüler, kurz vor Vollendung des 20. Lebensjahres.¹⁵⁵ Sie tragen Kleidung, bei der es sich aller Wahrscheinlichkeit nach um Schuluniformen handelt, in Schwarz gehalten und mit goldenen Knöpfen und Kragen ausgestattet. Die Uniform des auf dem Bild links platzierten jungen Mannes ist leicht geöffnet, sodass erkennbar ist, dass er darunter ein weißes Hemd trägt. Beide Personen haben kurz geschnittene Haare, die von einer Feldmütze bedeckt werden. Ihr Aussehen wirkt gepflegt, ein Eindruck, der durch die leuchtend weißen Zähne des lachenden Jungen links sowie des lächelnden Jungen rechts untermauert wird. Der Blick des linken jungen Mannes ist seinem Gegenüber zugewandt, sodass der Eindruck entsteht, dass die beiden sich in einem Gespräch befinden. Beide Personen tragen auf gleiche Weise eine Hacke, indem sie den Schaft über die rechte Schulter legen. Erkennbar ist beim Jungen links die Form des Blattes, das relativ groß und breit ausfällt, beim Jungen rechts der wahrscheinlich aus Holz gefertigte Schaft, der getragen wird, indem das dem Blatt gegenüber liegende Ende mit dem Handballen fixiert wird. Es handelt sich vermutlich in beiden Fällen um eine Feldhacke, erkennbar am großen und breiten Blatt.

Die Schwarz-Weiß-Aufnahme der beiden Personen wurde gelb eingefärbt, im Hintergrund ist ebenfalls ein Gelbton zu erkennen, der nach oben hin in ein tiefes Blau übergeht, das einen wolkenlosen Himmel darstellen soll. Die kontrastierenden Farben Gelb und Blau heben sich gut voneinander ab. Der Verweis auf die Zeitschrift *Shashin shūhō* ist in einem knalligen Rot gehalten.¹⁵⁶ Weder das Cover noch die am Ende des Heftes befindliche Bildbeschreibung weisen der Montage einen Titel zu. Es gibt auch keinen Hinweis auf den Fotografen oder auf die Herkunft der Fotografie.¹⁵⁷ Am Ende der Ausgabe findet sich folgende Erläuterung:

„Für diese jugendlichen Industriesoldaten ist heute einer ihrer wenigen freien Tage. Diesen brachten sie damit zu, auf der freien, als Plantage genutzten Fläche neben einem Fabrikgelände zu arbeiten, bis sie vom Schmutz schwarz wurden. Der Lärm der öligen Maschinen und die völlige Erschöpfung ist ihnen zur Normalität geworden. Wie viel angenehmer ist es da, den sich rasch wandelnden Sonnenstrahlen ausgesetzt den Duft jener Erde wahrzunehmen, die Erinnerungen an die Felder in der Heimat weckt, während man den ganzen heutigen Tag damit zubringt, die Hacke zu schwingen.“

¹⁵⁵ Die Oberschule besuchten ab 1908 Personen zwischen siebzehn und zwanzig Jahren, ab 1944 zwischen sechzehn und achtzehn Jahren (Katagiri/Kimura (2008): S. 216).

¹⁵⁶ *Shashin shūhō* (7.7.1943): S. 1.

¹⁵⁷ *Shashin shūhō* (7.7.1943): S. 1; *Shashin shūhō* (7.7.1943): S. 18.

„Es ist wirklich sommerlich geworden.“
„Zu Hause haben jetzt wohl alle viel zu tun, und sie sorgen sich um uns.“
„Lassen wir uns nicht unterkriegen!“
„Ja, morgen auf ein Neues!“¹⁵⁸

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur *Lohnarbeit von Schülern und Studenten im Japan der späten 1930er-Jahre*: Schülern und Studenten kam eine bedeutende Rolle bei der Verwirklichung des „totalen Krieges“ in Japan zu. Sie wurden nicht nur als Soldaten verpflichtet, sondern ebenso in der Industrie eingesetzt.¹⁵⁹ Es lassen sich drei Phasen der Entwicklung dieses Einsatzes unterscheiden: Von 1938 bis 1940 waren Schüler und Studenten noch von der Mobilisierung ausgenommen. Von 1941 bis zur ersten Jahreshälfte des Jahres 1943 dienten sie als Aushilfspersonal an früheren Arbeitsplätzen bereits verpflichteter Soldaten.¹⁶⁰ Ab der zweiten Hälfte des Jahres 1942 wurden verstärkt Kindersoldaten angeworben,¹⁶¹ sodass in einer dritten Phase ab der zweiten Hälfte 1943 Schüler und Studenten als ständiges Personal eingesetzt werden konnten.¹⁶² Hierin wird eine Parallele zum Dritten Reich erkennbar, in welchem ebenfalls ab Mitte 1943 eine Mobilisierung von Jugendlichen für den Kriegsdienst in zuvor nicht bekanntem Maß zu beobachten ist.¹⁶³ Auch in Deutschland war der Einsatz von Jugendlichen insbesondere in der Industrie ein entscheidender kriegswirtschaftlicher Faktor.¹⁶⁴ Ab Juni 1938 wurden aufgrund eines Beschlusses des japanischen Kultusministeriums Jugendliche zur Lohnarbeit verpflichtet. Schüler ab der Mittelschule mussten jedes Jahr in den Sommerferien insgesamt zwischen drei und fünf Tage hierfür zur Verfügung stellen. Ab 1941 liegen Daten vor, die zeigen, dass die Mehrheit der eingesetzten Minderjährigen in der Landwirtschaft tätig war.¹⁶⁵ Die Arbeit wurde als Erziehungsmaßnahme propagiert, nicht etwa als Maßnahme zur Kompensierung fehlender Arbeitskräfte.¹⁶⁶ Earhart bemerkt zudem, dass viele Kinder ab April 1943 verpflichtet waren, zur Produktion von kriegswichtigem Material in Fabriken zu arbeiten.¹⁶⁷ Es ist anzunehmen, dass die das Titelbild erblickenden Zeitgenossen auch ohne Hinzuziehung der Bildbeschreibung unwillkürlich eine Verbindung zu dieser Art der Tätigkeit herstellten.

¹⁵⁸ Shashin shūhō (7.7.1943): S. 18.

¹⁵⁹ Oku/Tsuruoka (2008): S. 203.

¹⁶⁰ Oku/Tsuruoka (2008): S. 205.

¹⁶¹ Oku/Tsuruoka (2008): S. 219 f.

¹⁶² Oku/Tsuruoka (2008): S. 205.

¹⁶³ Buddrus (2003): S. 46.

¹⁶⁴ Buddrus (2003): S. XXXV.

¹⁶⁵ Oku/Tsuruoka (2008): S. 204.

¹⁶⁶ Oku/Tsuruoka (2008): S. 206.

¹⁶⁷ Earhart (2008): S. 198.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Ab Mitte 1943 tritt die Mobilisierung japanischer Kinder und Jugendlicher für den Krieg in eine letzte Phase. Einen Monat nachdem Minderjährige auf Drängen der Regierung zur Lohnarbeit verpflichtet wurden,¹⁶⁸ wählen die Redakteure der *Shashin shūhō* als Titelbild ihrer ersten Juliausgabe zwei vom Arbeitseinsatz heimkehrende Jugendliche in Schuluniformen, dieses zugleich mehrheitlich in den sich voneinander abhebenden Farben Gelb und Blau gehalten, um die Aufmerksamkeit des potentiellen Käufers zu erregen. Somit erscheint Kriegspropaganda erneut als „kurzfristig-taktisches“ Phänomen, das sich inhaltlich an einem spezifischen Zeitpunkt orientiert.¹⁶⁹

Ziviler und militärischer Bereich verschmelzen in der Abbildung bereits auf visueller Ebene: Feldmützen und Feldhacken sind ebenso zentrale Komponenten des Bildes wie die Schuluniformen. Die doppelte Darstellung dieser Elemente sorgt neben der Abbildung gleich zweier, ähnlich aussehender Jungen für eine zusätzliche Betonung. Zudem wird hier auf symbolischer Ebene ein Gefühl von Gemeinschaft und Zusammenhalt vermittelt. Individuelle Merkmale treten in den Hintergrund. Das Lächeln der beiden betont den Aspekt der Freiwilligkeit. Hinzu kommt die textimmanente Kontrastierung von schwerer Arbeit, die den Jugendlichen aufgrund ihrer inneren Einstellung leicht von der Hand zu gehen scheint, ein Gegensatz, der auf semantischer Ebene durch die Kontrastierung von „dunkel“ und „hell“, von „schwer“ (im physischen Sinne wie auch auf emotionaler Ebene) und „leicht“ erreicht wird: Schwarzer Schmutz und ölige Maschinen stehen im Gegensatz zu den hellen Sonnenstrahlen und dem Duft des Feldes, der Erinnerungen an die Heimat wach werden lässt. Es ist diese „Heimatverbundenheit“, die beim Leser möglicherweise eine tiefe Verbundenheit zu Japan als Ganzem evoziert. Widersprüchlich erscheint, dass die laut Begleittext während des Arbeitseinsatzes noch von Schmutz bedeckten Jugendlichen bei ihrer Heimkehr gepflegt und in Uniform gekleidet dargestellt werden. Möglicherweise trugen die eingesetzten Minderjährigen während ihrer Tätigkeit separate Arbeitskleidung und wuschen sich nach getaner Arbeit.

Erneut wird unter Hinzuziehung der Propagandatheorie Koyamas erkennbar, welchen Prinzipien Propaganda in der *Shashin shūhō* folgt. Der nach Koyama durch die Propagandapraxis angestrebte „praktische Wille“¹⁷⁰ wohnt den beiden Jugendlichen in der Inszenierung bereits inne: Sie erklären sich aus eigenem Antrieb sowie innerer Überzeugung dazu bereit, an einem ihrer freien Tage im Dienst des „Vaterlandes“ beschwerliche Arbeiten zu verrichten. Die Rezipienten, bei denen es sich häufig um Schüler handelt, wenn man die erwähnte Leserumfrage bedenkt, sollen dazu bewegt werden, aus

¹⁶⁸ Oku/Tsuruoka (2008): S. 204.

¹⁶⁹ Bussemer (2005): S. 33.

¹⁷⁰ Koyama (1937): S. 32.

„freiem“ Willen einer Arbeit nachzugehen (energetischer Interpretant) als auch die Tätigkeit aus innerer Überzeugung im Dienst der Nation zu verrichten (logischer Interpretant), indem sie sich die dargestellten Personen zum Vorbild nehmen. Zudem kommt hier Koyamas Bemerkung zum Tragen, dass Propaganda dem Rezipienten freiwillig erscheinen müsse: Der Rezipient müsse durch kontinuierliche Beeinflussung die ihm vermittelten Ziele als seine eigenen auffassen und dementsprechend zum Handeln bewegt werden.¹⁷¹ Auf den Abdruck eines Bildtitels, in der Regel links unten auf der Titelseite zu finden, wurde in der vorliegenden Ausgabe verzichtet, was daran liegen mag, dass die beiden Jungen auf diese Weise besser zur Geltung kommen. Zudem kann vermutet werden, dass seitens der Redakteure angenommen wurde, dass es dem in Japan lebenden Rezipienten aufgrund der Abbildung von Schuluniform und Feldhacke problemlos möglich sei, den Hintergrund zu erkennen, sofern er um den Umstand weiß, dass vor einigen Wochen damit begonnen wurde, Kinder und Jugendliche zur Lohnarbeit zu mobilisieren.¹⁷² Sollte es diesem nicht bekannt sein, gibt der Inhalt der Zeitschrift näheren Aufschluss hierüber.

¹⁷¹ Koyama (1937): S. 34.

¹⁷² Oku/Tsuruoka (2008): S. 204.

Titelbild (21.7.1943)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Eine Abbildung dreier Kinder im mittleren Kindesalter (etwa 6 bis 7 Jahre alt) prägt den Titel der *Shashin shūhō* 281 vom 21. Juli 1943. Sie alle weisen einen dunklen Teint auf und sind wahrscheinlich nichtjapanischer Herkunft. Sie stehen in einer Reihe und legen sich gegenseitig die Arme auf die Schultern, der auf dem Foto links abgebildete Junge seinen linken Arm auf die Schulter des mittleren Jungen, der auf dem Foto rechte Junge seinen rechten Arm auf die Schulter des mittleren Jungen. Rechter Arm des links stehenden Kindes und linker Arm des rechts platzierten Kindes hängen herab. Bei genauem Hinsehen ist erkennbar, dass der linke Arm des mittleren Jungen ebenfalls herabhängt. Darüber hinaus ist anzunehmen, dass dessen rechter Arm die Schulter des links stehenden Kindes umschließt. Alle tragen einen Fes (in arabischen Ländern von Männern getragene kappenartige Kopfbedeckung aus rotem Filz in Form eines Kegelstumpfes mit einer Quaste) und ein weißes, durch kleine weiße Knöpfe geschlossenes Hemd, wobei lediglich dasjenige des rechts stehenden Jungen über lange Ärmel verfügt. Am linken Arm wurde das Kleidungsstück bis über das Ellenbogengelenk nach oben gefaltet, wohingegen der rechte Arm in voller Länge vom Kleidungsstück bedeckt wird. Sie alle tragen einen Gürtel mit Schnalle, vermutlich aus Leder gefertigt, sowie weit geschnittene Hosen, beim mittleren und rechten Kind bis zu den Knien. Beim vom Betrachter aus links stehenden Kind ist nicht festzustellen, wie weit die Hose reicht. Blicke des mittleren und rechten Kindes sind in Richtung des Rezipienten gerichtet, der Blick des links stehenden Jungen hingegen richtet sich in die Ferne. Der Mund des links Abgebildeten ist leicht geöffnet, sodass die Zähne erkennbar sind, die mittlere Person weist neutrale Gesichtszüge auf, der Junge rechts lächelt mit leicht geöffnetem Mund. Im Hintergrund sind die Umriss eines Gebäudes erkennbar, das vermutlich über ein Flachdach verfügt. Der mittlere Junge ist so platziert, dass er mit Kopf und Körper die Ecke des Gebäudes im Hintergrund komplett verdeckt. Die Fotografie wurde mit einem gelben Farbton koloriert, für den Hintergrund ein Blauton gewählt, dieses Mal jedoch ein helleres, weniger kräftiges Blau. Der Schriftzug *Shashin shūhō* erstrahlt erneut in hellem Rot.¹⁷³ Als Urheber der Fotografie wird ein Mitglied der „Heeres-Berichterstattungsgruppe Kinoshita“ („*Kinoshita rikugun hōdō han'in*“, 「木下陸軍報道班員」) genannt.¹⁷⁴ Es handelt sich um eine Untergruppe der *Hōdōhan*, nach dem Vorbild der deutschen Propaganda-Kompanien (PG).¹⁷⁵ Am Ende der Zeitschrift befindet sich folgende Bildbeschreibung:

¹⁷³ *Shashin shūhō* (21.7.1943): S. 1.

¹⁷⁴ *Shashin shūhō* (21.7.1943): S. 18.

¹⁷⁵ Torihara (2013): S. 82.

„Klar ist der Himmel über Singapur. So hell wie die glänzende Zukunft Großostasiens scheint die Sonne herab. Diese niedlichen Kinder, die hier lachend ihre weißen Zähne sehen lassen, obgleich sie braungebrannt sind, werden, wenn sie erwachsen sind, die Gestalter einer neuen Welt sein, dann wenn Asien eins ist, alle Länder brüderlich vereint sind.“¹⁷⁶

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Die Bildelemente sind unter Hinzuziehung der Bildbeschreibung problemlos zu identifizieren. Weitere Bedeutungsebenen auf sekundärer, konventioneller Ebene sind zum Verständnis des Dargestellten nicht erforderlich.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Singapur befand sich wenige Monate nach dem Angriff auf Pearl Harbor unter japanischer Herrschaft, ebenso wie fast ganz Südostasien.¹⁷⁷ Ende 1942 schließlich befanden sich weite Teile Ostasiens unter japanischer Besatzung und der japanische Einfluss erreichte seinen Höhepunkt.¹⁷⁸ Unmittelbar unterstanden Indochina und Indonesien den japanischen Besatzungstruppen, formal unabhängig waren Burma, Thailand und die Philippinen.¹⁷⁹ Die Kenntnis der von den Japanern im ostasiatischen Raum geschaffenen Machtverhältnisse ist zum Verständnis der vorliegenden Abbildung essentiell, denn die auf der Titelseite abgebildeten Kinder Singapurs stehen für die singapurische Nation, welche wiederum als Teil der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ inszeniert wird.

Dies wird in erster Linie durch die den Rezipienten lenkende Bildbeschreibung deutlich, die metaphorisch eine Verbindung zwischen Singapur und der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ herstellt: So „hell“ (tertium comparationis) wie die auf Singapur hinab scheinende Sonne sei die Zukunft „Großostasiens“. Die Hervorhebung der weißen Zähne der Abgebildeten schafft einen weiteren semantischen Bezug zu den ebenfalls mit „Helligkeit“, „Glanz“ und dergleichen assoziierten Wörtern „klar“, „Himmel“, „hell“, „glänzend“ und „Sonne“. Ziehen wir ergänzend die Fotografie hinzu, wird klar, dass der Rezipient auch auf visueller Ebene durch die mit „Helligkeit“ positiv besetzten Elemente (das weiße Lächeln der Kinder, das sonnige Wetter, die helle, Offenheit ausstrahlende Oberbekleidung, die für das Titelbild gewählt, sich voneinander abhebenden Farben Gelb und Hellblau) dazu verleitet wird, Sympathien für die Abgebildeten zu empfinden (emotionaler Interpretant), zudem unter Hinzuziehung der Bildbeschreibung aufgrund dieser Prämisse dazu angeleitet wird, das japanische Streben nach der „Ver-

¹⁷⁶ Shashin shūhō (21.7.1943): S. 18.

¹⁷⁷ Klein (2010): S. 411.

¹⁷⁸ Gordon (2014): S. 203.

¹⁷⁹ Gordon (2014): S. 208 f.

wirklich „Großostasiens“ gutzuheißen (logischer Interpretant). Der durch die Gestik der Kinder visualisierte Zusammenhalt (enger Körperkontakt und „Zusammenrücken“ der Dargestellten) wird zum Zusammenhalt der gesamten Nation zur Realisierung „Großostasiens“.

Im anschließenden Teil der Bildbeschreibung werden die „weißen Zähne“ mit dem „braungebrannten“ Teint der Kindern kontrastiert, was als Exotisierung gewertet werden kann, die beim japanischen Leser Distanz erzeugt und diesem auf visueller und textueller Ebene signalisiert, dass die singapurischen Kinder nicht Teil der japanischen Nation sind. Dieses genuin Fremde verliert an Bedeutung angesichts der Tatsache, dass die Fotografierten als Erwachsene Teil einer „neuen Welt“, der der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, sein werden, ist jedoch notwendig, um die japanischen Machthaber aufgrund implizierter äußerlicher Unterschiede zu den anderen „Völkern Großostasiens“ in ihrer Führungsrolle zu legitimieren. Bestärkt wird dieser Eindruck durch den von allen getragenen Fes und die eher westlich denn japanisch anmutende Kleidung sowie das im Hintergrund schwach zu erkennende, modern anmutende Gebäude. Die Bildwirkung des vorliegenden Titelbildes wird verstärkt durch das Fehlen eines Bildtitels auf dem Cover. Diese Elemente sind charakteristisch für die Darstellung Ostasiens in der *Shashin shūhō*. Tsuruoka Satoshi bemerkt hierzu, dass man in der Zeitschrift vom Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) bis zum Ende des Pazifischen Krieges (1941–1945) stets darauf bedacht gewesen sei, Ostasien als eine Region darzustellen, welche sich Tag für Tag zum Positiven hin entwickelt.¹⁸⁰

¹⁸⁰ Tsuruoka (2008): S. 329.

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf der letzten Seite des *Illustrierten Beobachters* vom 1. September 1938 befindet sich ein Foto-Text-Artikel „Wettersturz in der Kinderstube“. Er setzt sich aus drei Fotografien von Säuglingen und Kleinkindern mit jeweils einer Bildunterschrift zusammen. Als Urheber werden Weltbild sowie zwei Fotografen namens Schramm und Schürer angegeben. Die obere Hälfte der Seite füllt eine Fotografie zweier Säuglinge. Sie sitzen nebeneinander und tragen identisch geschnittene Kleidung, jedoch mit verschiedenen Mustern. Das von den Kindern getragene Oberteil lässt die Oberarme frei, die von beiden getragenen kurzen Hosen lassen Knie und Unterschenkel frei. Beim Oberteil des linken Jungen sowie dem Ober- und Unterteil des rechten Jungen handelt es sich um Strickkleidung, bei der Hose des linken Kindes handelt es sich vermutlich um Webware. Beide haben kurze blonde Haare. Das rechte Kind wird vom linken ins Ohr gekniffen, der Bildunterschrift nach zu urteilen, weil es sich einer Bürste bemächtigen will, die der zweite Junge in der linken Hand hält. Gleichzeitig wird es jedoch auch von einem weiteren, dritten Kind an die Nase gefasst. Dieses sitzt rechts neben ihnen und trägt helle Kleidung. Von ihm sind jedoch lediglich ein Arm und ein Fuß zu sehen. Das Bild trägt folgende Unterschrift: „Streitobjekt: eine Haarbürste. Der Kleine links hat schon seine besondere Methode, um die Herausgabe der Bürste für den anderen dringlich zu machen.“¹

Ein weiteres Bild unten links auf der Seite zeigt ein Mädchen und einen Jungen im Kleinkindalter, die nah nebeneinander vor einer Berglandschaft stehen. Im Hintergrund sind zudem Blumen, wahrscheinlich Kamillen, zu sehen. Der Junge trägt eine dunkle Hose mit Hosenträger und ein weißes Hemd, das zugeknöpft ist. Das Mädchen trägt ein Strickkleid. Beide haben blonde, kurz geschnittene Haare. Der Junge scheint eine Blume in der linken Hand zu halten. Die dazugehörige Bildbeschreibung lautet: „So viel tat ich für dich – und du schenkst mir nicht mal eine Blume dafür!‘ Man könnte die Sache auf berlinerisch auch so auffassen: ‚Ein Schlag, und du stehst im Hemd da!‘“²

Bei der letzten, unten rechts auf der Seite positionierten Fotografie handelt es sich um eine Abbildung eines Mädchens im Kleinkindalter in dunklem Kleid sowie einem dunklen Hut mit Band zur Fixierung am Kopf. Sie sitzt auf einem Kinderstuhl mit Seitenlehnen und hält sich mit der rechten Hand an der Rückenlehne fest. Darunter ist folgender Text zu lesen: „In ihrer, ach noch so kleinen Welt dreht sich alles Leid vielleicht nur um eine Zuckerstange.“³

¹ *Illustrierter Beobachter* (1.9.1938): S. 1292.

² *Illustrierter Beobachter* (1.9.1938): S. 1292.

³ *Illustrierter Beobachter* (1.9.1938): S. 1292.

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur dialektischen NS-Rassenlehre, insbesondere zum Erscheinungsbild des „Ariers“ gegenüber dem „Juden“: Grundzüge nationalsozialistischer Rassenlehre und des damit verbundenen rassistischen Antisemitismus, welche Hitler in „Mein Kampf“ darlegt, sollen nach Rupert Breitling unter anderem auf die Ostara-Hefte von Adolf Lanz zurückgehen, in welchen dieser ehemalige Zisterzienser den Dualismus von „Ario-Heroiker“ als blond-blauem Abbild Gottes und dem durch den Sündenfall entstandenen „Tiemenschen“ begründe.⁴ Neben diesen äußeren Zuschreibungen fänden sich in der späterhin ausgebildeten nationalsozialistischen Rassenlehre Dualismen charakterlicher Art, infolgeder derer der „Jude“ gegenüber dem zu höchsten kulturellen Leistungen befähigten „Arier“ als „zu schöpferischen Leistungen unfähig“, „kulturzerstörend“ und „prinzipiell destruktiv“ charakterisiert werde.⁵

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Mit der vorliegenden Foto-Text-Kombination liegen musterhafte Beispiele dafür vor, was Willy Stiewe mit seiner fünften Kategorie von Zeitschriftenbildern als „schmückende Bilder“ ausweist:

„Es sind Bilder, die teils durch ihre künstlerische Gestaltung, teils durch ihren schönen, eindrucksvollen oder stimmungstarken Inhalt sich an unseren ästhetischen Geschmack wenden, an jenen Sinn, mit dem wir dichterische Werke in uns aufnehmen. [...] Sie geben zu denken und zu sinnen und veranlassen auch zur Lektüre der Seiten, denen sie beigegeben sind. Auch diese Bilder verzichten – ob bewußt oder unbewußt bleibe dahingestellt – keineswegs auf meinungsbildende Möglichkeiten. So wird z. B. die Gestalt einer anmutigen Frau, deren Bild groß und eindrucksvoll auf der Titelseite einer Zeitschrift steht, einen bestimmten Rassetyp aufweisen, der die Vorstellung des Lesers von der ‚idealen Frau‘ nicht unwesentlich formen kann.“⁶

„Meinungsbildend“ sind die vorliegenden Abbildungen samt Begleittext insofern, als dass sie durch ihre für den Rezipienten leicht zugängliche Darstellung unbeschwert lebender Kinder als „Idyllen“-Darstellungen positive Identifizierungsmöglichkeiten mit der „Heimat“ einerseits, den neuen Machtthemen andererseits ermöglichen, ganz wie Sachsse es in seiner umfangreichen Darstellung zur Fotografie in der NS-Zeit bemerkt.⁷ Zudem bemerkt Sachsse, dass das Typofoto häufig auf Idylle und Romantik rekurriere und dass das Porträt als Spielart des Typofotos zur Vermittlung emotionaler Botschaften genutzt werde.⁸ Unbeschwerte Idylle kindlichen Lebens signalisiert hierbei

⁴ Breitling (1971): S. 24.

⁵ Breitling (1971): S. 60 f.

⁶ Stiewe (1936): S. 9.

⁷ Sachsse (2003): S. 17 f.

⁸ Sachsse (2003): S. 53.

insbesondere die unten rechts auf der Seite platzierte Darstellung, zu welcher es heißt: „In ihrer, ach noch so kleinen Welt dreht sich alles Leid vielleicht nur um eine Zuckerstange.“ Auch der Streit zweier Säuglinge um eine Haarbürste erscheint dem Leser als Banalität und Ausdruck kindlicher Unbeschwertheit. Die für die Fotografien gewählte Überschrift „Wettersturz in der Kinderstube“ ist somit als Hyperbel zu verstehen, denn hier wird „Idylle“, das „erfüllte Dasein innerhalb überschaubarer Verhältnisse und fern von allen komplexen sozialen Gefügen“, „de[r] vertraute Umgang der Menschen miteinander und mit einer freundlichen Natur“⁹ vermittelt.

Die für die Abbildung unten links auf der Seite gewählte Naturlandschaft bestätigt Sachsse Bemerkung, dass im nationalsozialistischen Typofoto bevorzugt ein Rückgriff auf Romantik und Idylle erfolge.¹⁰ Gleichzeitig mag sich durch die Bezugnahme auf eine „berlinerische“ Redensart der deutsche „Städter“ durch das Bild angesprochen fühlen. Dass für das Motiv blonde Kinder ausgewählt wurden, erscheint ebenfalls nicht zufällig, sofern durch den Fotografen auf die Betonung des „typisch“ Deutschen vor dem Hintergrund des Gegensatzes zwischen „Arier“ und „Juden“ abgezielt worden sein sollte.¹¹

Wie Sachsse zudem bemerkt, seien Idyllendarstellungen ab 1937 bewusst zur Kriegspropaganda genutzt worden.¹² In Kapitel 2.4. wurde die Rolle sogenannter „Heimatbilder“, deren wichtigstes Motiv Kinder sind, bei der Propagierung des Krieges erläutert. Auch die vorliegenden Abbildungen wirken wie „sachliche photographische Darstellung[en] der Heimat, ihrer Landschaft, ihrer Menschen und deren Schaffens in alter und neuer Zeit“,¹³ „signalisieren“ zudem „ein glückliches, positives und stabiles Dasein zu Hause“.¹⁴ Dies kann, im Kontext des Krieges, beim für sein Land kämpfenden Soldaten auf der Ebene des emotionalen Interpretanten Erinnerungen an die eigene Familie wecken, auf der Ebene des energetischen Interpretanten zum entscheideneren Kampf gegen den Feind anspornen, auf der Ebene des logischen Interpretanten dazu führen, diesen Krieg als einen Kampf für ein „Deutschland“ aufzufassen, das weniger durch reale Verhältnisse als vielmehr durch Idyllenkonstruktionen im Dienste der Propaganda geprägt ist. Folglich handelt es sich beim Foto-Text-Artikel „Wettersturz in der Kinderstube“, obgleich dieser auf den ersten Blick so wirken mag, keinesfalls nur um unpolitische Zerstreuung.

⁹ Schneider (1997): S. 147.

¹⁰ Sachsse (2003): S. 53.

¹¹ Breitling (1971): S. 24.

¹² Sachsse (2003): S. 17 f.

¹³ Lüking (1933): S. 207.

¹⁴ Sachsse (2003): S. 210.

„Heldenhafte Jugend“ (29.7.1943)

ILLUSTRIRTER BEOBTACHTER 1943 / Folge 39



20 Jahre an einem Arbeitsplatz.

Eine heimliche Kartelesse und Einsatzfrage
sind dem Foto durch die Aufnahme der
DAP im Lina-Sonderband ihre Würdigung in Maßstab
des Nationalsozialistischen Jahres. Nicht der
Wichtigsten Arbeitsschritte im Dienste der Mutter-
lands Frau Frontal! Das beste 20 Jahre alte Mädchen
steht täglich neun Stunden an seinem Arbeitsplatz
bis 1927 war es Mitglied der nationalsozialistischen
Jugend und nach deren Auflösung durch die
Todesstrafung 1932 hat sie auch die Gründung
von Kampf-Mädchen bei. Es war nicht mehr unter
Schulunterricht, die nach der Gründung des
Nationalsozialismus im Reich in der Nähe Reichskolonien
im 1. Jahr 1938 vom Fahren ausgedrängt wurden.

Katharina Kriebel-Haefliger



Mädchenhafte Jugend.

Im Jahr 1943 die Größe der nationalsozialistischen auf Höhe
in Wunderrückblick eingehende Gedankens wurde unter anderem und
Frauen sich nationale Jugendkräfte angesprochen, die sich unter Einsatz
ihre Leben an den Fronten der nationalsozialistischen Jugend.
Aufnahme: J. Schwan



Ein Sprengwagen auf karolischen Brandstätten.

Die nationalsozialistischen Schützlinge sind mit dem nationalsozialistischen während
des letzten Monats während der ersten Schritte nationalsozialistische hoch Dagegen
hatte sich von 1943 in den im Sprengwagen
1943 zum Sprengwagen wurde.
Licht:
Schattenfotos des Tarnnetzes.



PL. Adm.: Kriegsverwaltung Köln (1943).

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

In Ausgabe 30 des *Illustrierten Beobachters* ist eine Seite mit vier verschiedenen Fotografien unterschiedlicher Fotografen enthalten, die ohne gemeinsames Thema allesamt Kriegsbezug aufweisen.¹⁵ Eine der Aufnahmen geht auf einen Fotografen namens G. Schwarz¹⁶ zurück. Es handelt sich um eine im Freien aufgenommene Seitenaufnahme eines hohen NS-Funktionärs, erkennbar an seiner Uniform, welcher einem von mehreren in einer Reihe angetretenen Jugendlichen einen Orden anlegt. Der im Vordergrund stehende Jugendliche trägt eine Mütze sowie ein Hemd nebst dunkler Krawatte. Hinter ihm stehen ein Mädchen sowie zwei weitere männliche Jugendliche, einer davon in ähnlicher Kleidung wie die des jungen Mannes im Vordergrund.¹⁷ Das Bild wird komplettiert durch folgenden Text:

„Heldenhafte Jugend.

Bei der am 10. Juli für die Opfer des ruchlosen Terrorangriffes auf Städte in Westdeutschland abgehaltenen Gedenkfeier wurden neben Männern und Frauen auch zahlreiche Jugendliche ausgezeichnet, die sich unter Einsatz ihres Lebens an den Rettungsaktionen beteiligt hatten.“¹⁸

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Kleidung der Hitlerjugend: Dienstanzüge der Hitler-Jugend bestanden standardmäßig aus einem Braunhemd mit Schulterriemen, einer schwarzen Hose mit Koppel, einer dunklen Krawatte sowie einer Dienstmütze, die sich je nach Grad unterscheiden konnte.¹⁹

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Wie die Untersuchung zeigt, ist man auf Seite der *Shashin shūhō* 1938 in hohem Maße bemüht, die deutsche Jugend als Vorbild für japanische Jugendliche in Szene zu setzen.²⁰ Zudem lässt eine 1942 durchgeführte Umfrage²¹ vermuten, dass diese Art der Propaganda sich bei der anvisierten Zielgruppe als ebenso effektiv wie effizient erwies, da nunmehr männliche Schüler und Studenten den größten prozentualen Anteil der Leserschaft der *Shashin shūhō*

¹⁵ *Illustrierter Beobachter* (29.7.1943): o. S.

¹⁶ Biografische Nachforschungen lieferten keinerlei Informationen, jedoch liegt der Schwerpunkt der Untersuchung ohnehin nicht auf dem Individuum als Ersteller fotografischer Darstellungen.

¹⁷ *Illustrierter Beobachter* (29.7.1943): o. S.

¹⁸ *Illustrierter Beobachter* (29.7.1943): o. S. Fettdruck in der Referenz.

¹⁹ Ruhl (1938): o. S.

²⁰ Iwamura (2007): S. 98.

²¹ Naikaku jōhōkyoku (1941 II).

stellten²² und zudem mehr Berichte zum Themenfeld Militär erbat. ²³ Gleiches kann von deutscher Seite her nicht behauptet werden: Der *Illustrierte Beobachter* richtet sich nicht gezielt an einen besonders jungen Leserkreis, auch nicht in einzelnen der in die Zeitschrift eingebundenen Bild-Text-Artikel, sondern behält stets die „Volksgemeinschaft“ als Ganze im Blick.²⁴ Eine Umfrage zur Erfassung des Leserkreises nebst von diesem in besonderer Weise gewünschten Themengebieten liegt ebenfalls nicht vor. Denn es waren im Vergleich vor allem japanische Propagandisten bemüht, die Resultate ihrer Bemühungen zu erfassen, um hieraus Konsequenzen für weitere propagandistische Bemühungen zu ziehen.²⁵ Des Weiteren bilden japanbezogene Berichte ein „Exotikum“. Eine Inszenierung japanischer jugendlicher Soldaten zur Motivierung der deutschen jungen Generation zum Kriegseinsatz erscheint aus diesen Gründen heraus undenkbar und erklärt den inhaltlichen Kontrast zur *Shashin shūhō*. Eine Zeitschrift mit exklusivem Anspruch, „deutsche Leser“ bedienen zu wollen,²⁶ zudem unter dem Einfluss Max Amanns stehend, nutzt bei ihrer Inszenierung jugendlichen „Heldentums“ konsequenterweise „deutsche“ Jugendliche.

Seit Mitte 1943 eskaliert der Kriegseinsatz der Jugendlichen.²⁷ Der heldenhafte Einsatz der fotografierten Jugend hat Vorbildcharakter für die jugendlichen Rezipienten des *Illustrierten Beobachters*. Ganz den Tendenzen der Titelabbildungen der Jahre 1926 bis 1933 entsprechend²⁸ stehen im hier behandelten Fall jedoch nicht nur die Jugendlichen selbst im Mittelpunkt der Aufnahme, sondern ebenfalls ein hoher NS-Funktionär. Möglicherweise ist in diesem fortwährend wiederkehrenden Element der Fotografien der Einfluss Heinrich Hoffmanns erkennbar. Ebenfalls ein wiederkehrendes Element fotografischer Darstellungen des *Illustrierten Beobachters* bildet die auf den Aufnahmen oftmals für den Betrachter erkennbare „Geschlechtervielfalt“: Sowohl männliche wie weibliche Jugendliche stehen in Reih und Glied und in Uniform, um für ihren Einsatz geehrt zu werden. Der Junge im Bildvordergrund trägt Kleidung der Hitler-Jugend.²⁹ Hierdurch wird bereits auf rein visueller Ebene Regimetreue, Loyalität und Disziplin der Abgebildeten vermittelt. Gleiche Prinzipien lassen sich für einzelne Abbildungen der *Shashin shūhō* konstatieren.

²² *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

²³ *Naikaku jōhōkyoku* (1941 II): S. 304.

²⁴ *Illustrierter Beobachter* (19.8.1943): o. S.

²⁵ Kushner (2002): S. 15 f.

²⁶ *Illustrierter Beobachter* (19.8.1943): o. S.

²⁷ Buddrus (2003): S. 46.

²⁸ Maczkiewitz/Zühlke (1998): S. 225.

²⁹ Ruhl (1938): o. S.

Shashin shūhō

„Mutterlied“ (14.9.1938)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Die im Folgenden zu behandelnden Fotografien sind Bestandteil einer fünfteiligen Artikelserie, die unter dem Titel „Volklied-Bildband“ („*Kokumin kayō gafu*“, 「国民歌謡画譜」) in den Ausgaben 31 bis 35 der *Shashin shūhō* publiziert wurde. Die Artikel bestehen jeweils aus dem Abdruck der Noten eines Liedes nebst Text, welcher durch Fotografien untermalt wird. Das japanische Radio hat sie ausgewählt.³⁰ Das exemplarisch behandelte „Mutterlied“ bildet den ersten Teil der Serie. Als Komponist wird Hashimoto Kunihiko angegeben, als Textautorin Itaya Setsuko. Auf der dem Lied gewidmeten Doppelseite sind drei Strophen abgedruckt, die jeweils mit einem Bild untermalt sind, auf der rechten Seite über den Noten die erste Strophe mit dazugehöriger Fotografie, auf der linken Seite die weiteren beiden Strophen nebst Bildern. Die Fotografie zu Strophe eins nimmt etwa eine halbe Seite ein, die Aufnahme zu Strophe zwei fällt deutlich kleiner aus und wurde links oben in der Ecke platziert, das Bild zu Strophe drei nimmt fast die ganze linke Seite ein. Als Fotograf wird Mochizuki Bungo

³⁰ *Shashin shūhō* (14.9.1938): S. [18 f]; *Shashin shūhō* (21.9.1938): S. [16 f]; *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [20 f]; *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [16 f]; *Shashin shūhō* (12.10.1938): S. [14 f].

angegeben.³¹ Die Strophen des Liedes wurden zusätzlich mit Furigana versehen und sind derart abgedruckt, dass sie nicht die Gesichter der abgebildeten Personen bedecken:

„1.

Sieh nur / mein Junge / jenes Meer
die hohe See in morgendlicher Windstille / die Sonne
mein Junge, Kind des Meeres / rasch
mit dem Atem der Gezeiten / wächst du heran

2.

Sieh nur / mein Junge / jenen Berg
der Gipfel von weißem Schnee bedeckt / der blaue Himmel
mein Junge, Kind des Berges / winkend
alsbald jenen Gipfel / erklimmst du

3.

Sieh nur / mein Junge / jene Flagge
der Wind eine leichte Brise / die *Hinomaru*
auch du hiervon ergriffen / mit lauter Stimme
alsbald das ‚*Kimigayo*‘ / singst du“³²

Betrachtet man die für die Doppelseite gewählten Fotografien in der Reihenfolge der Strophen, auf welche sie sich beziehen, so sind auf der ersten die dunklen Umrisse einer Frau sowie eines Kindes im Kimono zu erkennen, die von hinten fotografiert wurden. Die Frau trägt eine Mütze und hält mit ihrer rechten Hand die linke Hand des Jungen. Zugleich weist sie mit der linken Hand in Richtung des Meeres, an dessen Ufer die beiden Abgebildeten aller Wahrscheinlichkeit nach zur Zeit der Dämmerung stehen. Der Himmel ist bewölkt und links der beiden sind die ebenfalls dunklen Umrisse eines aus Holz gefertigten Bootes mit Mast zu erkennen. Auf der zweiten Fotografie ist die seitliche Aufnahme einer Frau in einem hellen Kimono mit hierzu passender heller Kopfbedeckung zu erkennen. Das Muster des Kimono ähnelt Tannennadeln, das der Kopfbedeckung Gingkoblättern. Auf ihrem Rücken trägt sie einen Jungen mit kurzen Haaren in heller Kleidung. Ihr linker Zeigefinger weist nach oben. Im Hintergrund ist ein Berg zu sehen, vermutlich der Fuji. Auf dem dritten Bild hält eine ebenfalls junge Frau mit langen, zurückgebundenen schwarzen Haaren einen kleinen Jungen in den Armen. Sie trägt vermutlich einen hellen Kimono. Der Blick ist nach oben gerichtet. Im Hintergrund ist die japanische Hinomaru-Flagge zu erkennen, wie sie im Wind weht. Das Bild wurde so bearbeitet, dass trotz der Überschneidung eines Teiles der Flagge mit den Köpfen der Frau und des Kindes alle Elemente deutlich erkennbar bleiben.³³

³¹ Shashin shūhō (14.9.1938): S. [18 f].

³² Shashin shūhō (14.9.1938): S. [18 f].

³³ Shashin shūhō (14.9.1938): S. [18 f].

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum Fotografen Mochizuki Bungo: Auch der Fotograf Mochizuki Bungo war eines der Gründungsmitglieder der im Juli 1937 gegründeten *Seinen hōdō shashin kenkyūkai*,³⁴ die ihre Werke in den Dienst der Propaganda stellte.³⁵

Zum *Fuji-san*: Siehe vorherige Erläuterung.

Zum Hintergrund der in der *Shashin shūhō* publizierten Reihe so genannter *Volkslieder*: Bei besagten Liedern handelt es sich um Produktionen, welche vom japanischen Radio in Auftrag gegeben und von 1936 bis 1941 gesendet wurden. Sie zeichneten sich in der Anfangszeit durch ihre Heiterkeit aus und sollten von jedem leicht und mit Freude nachzusingen sein. Kaum dass sie im Radio übertragen wurden, übten sie großen Einfluss auf die Stimmung der Menschen im Land aus. Um 1939 allerdings nahmen Aufträge von Armee und Ministerien zu, sodass den Werken eine starke politische Komponente innewohnte. Zu dieser zweiten Kategorie von Werken ist das hier besprochene „Mutterlied“ zu zählen.³⁶

Zur *Hinomaru-Flagge*: In seinem 1999 erschienenen Werk „Hinomaru Kimigayo: Nachdenken über Nationalflagge und Nationalhymne“ zieht Ishiyama Hisao anhand der Untersuchung von Schulbüchern Rückschlüsse auf das Bild der Hinomaru-Flagge vor 1945.³⁷ Sie sei zum einen als Symbol des Angriffskrieges der Japaner im asiatischen Raum verstanden worden.³⁸ Zudem sei in Schulbüchern das Bild vermittelt worden, dass es sich bei der Hinomaru um eine Flagge handele, die von japanischen Truppen gehisst werde, nachdem vom Feind eroberte Gebiete zurückerobert worden seien. Hingegen wurde sie von zahlreichen anderen in Ostasien ansässigen Menschen als Symbol der Okkupation und des Leids unter japanischer Besatzung verstanden.³⁹

Zum *Kimigayo*: Zudem bemerkt der Autor unter Heranziehung von an Schüler und Lehrer gerichteten Werken des Moralunterrichts der Zeit des Pazifischen Krieges (1941–1945), dass das Singen des *Kimigayo* zu jener Zeit der Bitte um eine in Ewigkeit fortwährende Herrschaft des *Tennō* gleichkam. Der Ausdruck *Kimigayo* (etwa „Eure Herrschaft“) könne demgemäß gleichgesetzt werden mit „Zeitalter, in welchem der *Tennō* regiert“. ⁴⁰ Man habe den Kindern in den Schulen nationalistische und imperiale Deutungen von *Hinomaru* und *Kimigayo* vermittelt, um in ihnen letztlich den Willen zu wecken, für *Tennō* und Nation das eigene Leben zu opfern. Das *Kimigayo* sei vor diesem

³⁴ *Seinen hōdō shashin kenkyūkai* (1938): S. 25. Mochizuki wird hier namentlich genannt.

³⁵ *Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu* (1995): S. 3.

³⁶ *NHK Ākaibusu* (2017): o. S.

³⁷ Ishiyama (1999).

³⁸ Ishiyama (1999): S. 15.

³⁹ Ishiyama (1999): S. 17, 19.

⁴⁰ Ishiyama (1999): S. 19, 21.

Hintergrund als Loyalitätsbekundung gegenüber dem *Tennō* zu verstehen.⁴¹ In den japanischen Kolonien wie Taiwan und Korea sei das Lied zudem genutzt worden, um in der dort ansässigen Bevölkerung das Gefühl zu verstärken, ebenfalls Untertanen des *Tennō* zu sein. Dem Werk habe hier der Charakter einer Loyalitätsbekundung gegenüber dem japanischen Kaiser innewohnt. Trotz dieser Versuche geistiger Beeinflussung galt das *Kimigayo*, ebenso wie die *Hinomaru*, für die ansässige Bevölkerung als Ausdruck japanischer Kolonialherrschaft.⁴²

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Der Text-Bild-Artikel „Mutterlied“ weist mit Blick auf die angestrebte Bildwirkung eine große Ähnlichkeit zum Titelbild der Erstausgabe auf. Wenige Monate nach erstmaligem Erscheinen der Zeitschrift wird unter der Rubrik „Volkslieder-Bildband“ eine Reihe an fotografisch untermalten Liedtexten veröffentlicht, welche auf emotionale Beeinflussung gründend die Verstärkung eines etablierten Nationalbewusstseins innerhalb der japanischen Bevölkerung anstreben. Koyama Eizō bemerkt 1943 in seinem Grundlagenwerk zur Propaganda mit Blick auf die Musik als Propagandamedium:

„Hauptsächlich sind es Titelmelodien, die vielfach genutzt werden zur Schaffung emotionaler Erregung oder zur Herstellung von Atmosphäre. Doch kann Gleiches ebenso gelten für die Nationalhymne, Kirchenlieder, Kriegslieder, Schullieder, Vereinslieder und Volkslieder. Darüber hinaus hierzu zu rechnen sind wohl Gedichte und Revuen.“⁴³

Betrachtet man zunächst die textuelle Ebene, so zeichnet sich das „Mutterlied“ dadurch aus, dass in allen drei Strophen eine bestimmte Personenkonstellation, die Konstellation „Mutter – Sohn“, sowie eine bestimmte das lyrische Ich definierende Rolle, die der zum Kind sprechenden Mutter, beibehalten wird. Zudem wird angedeutet, dass die Personen sich jeweils an verschiedenen Orten befinden, zunächst in der Nähe des Meeres, dann in der näheren Umgebung eines Berges, zuletzt in der Nähe einer deutlich sichtbaren Hinomaru-Flagge. „Mutter“ und „Sohn“ stehen für „Alt“ und „Jung“, „vorangehende“ und „nachfolgende“ Generation, zudem für das „weibliche“ und „männliche“ Geschlecht und hiermit einhergehende, durch Konventionen geprägte Rollenmuster.

Die Erwähnung von „Meer“ und „Berg“ ermöglicht es zudem, bei einer Vielzahl an Rezipienten auf jeweils stark individuell und regional geprägte Japanbilder zu rekurrieren, da der Staat Japan eine große Zahl von Inseln und Gebirgsketten aufweist, und somit eine leichtere Identifikation weiter Teile

⁴¹ Ishiyama (1999): S. 23.

⁴² Ishiyama (1999): S. 23 f.

⁴³ Koyama (1937): S. 218 f.

der Bevölkerung mit dem im Lied Gesagten zu gewährleisten. Dieser Eindruck wird bestätigt durch den sich in jeder Strophe im ersten Vers wiederholenden Ausspruch „Sieh nur“, verbunden mit der Aufforderung, sein Umfeld zu betrachten („jenes Meer“, „jenen Berg“) und die daran anschließende eindeutige, geradezu schicksalhafte Zuordnung des jeweiligen Kindes zu seiner entsprechenden Umgebung mittels der Worte „Kind des Meeres“ und „Kind des Berges“ in den jeweils dritten Versen der ersten beiden Strophen.

Ist es zunächst eine rein regionale Zuschreibung, die das Kind durch die Worte der Mutter erfährt, gekoppelt mit der Aufforderung, diese Zugehörigkeit bewusst wahrzunehmen, sprich Meer und Berg zu betrachten, so wird diese in der letzten Strophe gesteigert zu einer Zugehörigkeit zur japanischen Nation: Die *Hinomaru* als Symbol Japans gilt es für das Kind zu betrachten, damit es sich seiner Verbundenheit zur japanischen Nation auf emotionaler Ebene bewusst wird („hiervon ergriffen“) und in letzter Konsequenz dazu bereit ist, für eben diese Nation in den Krieg zu ziehen: Im Text heißt es „mit lauter Stimme alsbald das ‚*Kimigayo*‘ / singst du“ und bei der *Hinomaru* handelt es sich in den Augen der Zeitgenossen um ein Symbol des japanischen Angriffskrieges,⁴⁴ beim *Kimigayo* um einen symbolischen Ausdruck des Wunsches nach fortwährender Herrschaft des *Tennō* und der damit verbundenen Bereitschaft, sich zu diesem Zwecke zu opfern.⁴⁵

Der vorbildhaften japanischen Mutter kommt somit die Rolle der Erzieherin zu, die ihre männliche Nachkommenschaft im Dienste der Nation heranzieht und für den Kriegsdienst vorbereitet. Betrachtet man vor diesem Hintergrund die ersten beiden Strophen detaillierter, so kann der Wunsch der Mutter danach, dass das Kind „rasch / mit dem Atem der Gezeiten“ aufwächst, als Ausdruck des Wunsches nach schnellem und körperlich gesundem Wachstum verstanden werden. Das Kind „jenen Gipfel / erklimm[en]“ sehen zu wollen, kommt ebenfalls einem Wunsch nach körperlicher Stärke gleich, kann jedoch auch dahingehend verstanden werden, dass das Kind dem Land den größtmöglichen Dienst erweisen möge, wenn man den Berg mit dem Fuji, dem Symbol Japans, gleichsetzt und das „Erklimmen“ eines „Gipfels“ metaphorisch als die Erlangung größtmöglicher gesellschaftlicher Anerkennung auffasst.

Mit dem Lied geht folglich eine implizite Aufforderung an die japanische Mutter einher, aus innerer Verbundenheit dem *Tennō* und der japanischen Nation gegenüber ihr Kind zu körperlicher und geistiger Stärke, in letzter Konsequenz für den Krieg, heranzuziehen (energetischer und logischer Interpretant). Doch nicht nur im engen familiären Kreis soll diese Haltung eingenommen und in praktischer Konsequenz umgesetzt werden, sie soll nach Möglichkeit durch den Rezipienten an weitere Teile der japanischen Bevölkerung weitergetragen werden. Diesen Schluss legt der Umstand nahe, dass ne-

⁴⁴ Ishiyama (1999): S. 15.

⁴⁵ Ishiyama (1999): S. 19, 21, 23.

ben dem Text auch die dem Lied zugehörigen Noten abgedruckt wurden. Die Aufforderung, selbst aktiv zu werden, die Botschaft singend weiterzutragen, ist hiermit indirekt verbunden. Der passive Rezipient wird zum aktiven Produzenten, der Empfänger zum Sender propagandistischer Botschaften (energetischer Interpretant) aus innerster Überzeugung aufgrund einer erfolgten Veränderung des Denkens (logischer Interpretant).

Zudem tragen japanische Radiostationen zur Verbreitung bei, indem sie die in der *Shashin shūhō* abgedruckten Stücke wiederholt spielen. In einer 1940 vom *Naikaku jōhōbu* herausgegebenen Schrift namens „Nation und Rundfunk“ wird deutlich, dass man sich der Schlüsselrolle des Radios bei der Verbreitung propagandistischer Aussagen bewusst war. Hier heißt es „zur nationalen Notwendigkeit der Ausbreitung des Radios“⁴⁶ gleich zu Beginn:

„Das Radio befördert die Gesinnung der Nation. Ihm zu lauschen ist Verpflichtung eines jeden Volksgenossen. Lasst uns dafür sorgen, dass in jedem Haushalt ein Empfangsgerät zu finden ist.“ So lautet ein deutscher Werbespruch zur Ausbreitung des Radios. Doch ist es nicht nur Deutschland, sondern ebenso zahlreiche weitere Länder heutzutage, die sich der nationalen Bedeutung der Rundfunkindustrie bewusst werden und zur Zunahme der Radiohörerschaft als wichtiger politischer Maßnahme größte Anstrengungen unternehmen. [...] Überlegungen dahingehend anzustellen, wieso die Nationen dazu übergegangen sind, der Förderung der Rundfunkindustrie ein derart großes Interesse entgegenzubringen und wieso der Staat aktiv darauf hinwirken muss, eine Zunahme der Hörerschaft zu erreichen, ist das Ziel der vorliegenden Studie.“⁴⁷

Die Bezugnahme auf Deutschland gleich zu Beginn des Werkes lässt meiner Ansicht nach erneut den hohen Stellenwert des Dritten Reiches als Vorbild für die politische und technische Entwicklung Japans in der Wahrnehmung der Zeitgenossen erkennen. Zudem wird Deutschland zum Vorbild für die effektive Verbreitung von Propaganda erhoben: „Das Radio befördert die Gesinnung der Nation“, wird ein deutscher Werbespruch zitiert, der somit die Ausbreitung des Radios als Medium der Propaganda bewirbt, nicht etwa zu anderen Zwecken wie der Verfolgung unpolitischer Geschehnisse oder gar ausländischer Nachrichten. Der besonderen Herausstellung Deutschlands steht hingegen der unspezifische Verweis auf „zahlreiche weitere Länder heutzutage“ gegenüber. Verbunden seien sie sich in ihrem Streben, zur Zunahme der Radiohörer „größte Anstrengungen [zu] unternehmen“. Erneut wird somit im Angesicht großer bevorstehender Bemühungen Japans Deutschland zum zentralen Vorbild. Dies deckt sich mit Beobachtungen zur Berichterstattung innerhalb der *Shashin shūhō*, die um ein vorbildhaftes Deutschlandbild bemüht ist und ebenso wie die hier zitierte Monographie vom *Naikaku jōhōbu* herausgegeben wurde.

⁴⁶ Naikaku jōhōbu (1940): S. 1.

⁴⁷ Naikaku jōhōbu (1940): S. 1.

Welche Rolle haben die auf der Doppelseite genutzten Fotografien? Sie dienen der Verstärkung und atmosphärischen Untermauerung der im Liedtext enthaltenen Aussagen, welche dadurch erreicht werden, dass sich die gewählten Bildelemente auf ein Wesentliches beschränken und inhaltlich Bezug auf den Liedtext nehmen: Jeweils eine Frau mit Kind in japanisch anmutender Kleidung visualisieren das „typisch Japanische“ der im Text zum Ausdruck kommenden Haltung. Die Kleidung dargestellter Personen kann beim Betrachter ein Gefühl von Fremdheit und Distanz ebenso erzeugen wie Nähe und Vertrautheit. Die Umgebung des Meeres ist ebenso vertreten wie auch eine Aufnahme, die den Eindruck erwecken soll, in der Nähe eines Berges erstellt worden zu sein (möglicherweise handelt es sich um eine Montage zweier Bilder) sowie eine Abbildung, die Frau und Kind mit der *Hinomaru* verbindet. Entscheidend für die Einbindung der betreffenden Fotografien in den Artikel „Mutterlied“ dürfte ihr „ästhetisches Moment“ gewesen sein, wie Hayashi es formuliert: „Bilder [haben] eine gewisse Ästhetik.“ Gerade dies verleiht der Bildpropaganda eine bestimmte ‚Würze‘. Ästhetik darf nicht in Vergessenheit geraten.⁴⁸ Die soeben herausgearbeiteten Merkmale des ersten Teils des „Volkslieder-Bildbandes“ decken sich mit dem Zeitgeist. Dies zeigen zunächst die aufgezeigten Parallelen zu Koyama Eizō und Hayashi Ken’ichi. Außerdem war es für die japanische Propaganda in besonderem Maße charakteristisch, ihre Rezipienten zur aktiven Teilnahme aufzufordern.⁴⁹

Gehen wir noch einen Schritt weiter und ziehen den Vergleich zum *Illustrierten Beobachter* und den Tendenzen deutscher Propaganda insgesamt, so lässt sich erklären, wieso sich in der *Shashin shūhō* mehrteilige Serien wie Liedtexte und Rubriken wie die „Anschlagtafeln aktueller Geschehnisse“ finden lassen, wohingegen der *Illustrierte Beobachter* mit mehrteiligen Romanreihen, Kreuzworträtseln und Witzen operiert.⁵⁰ Viel stärker als dies bei ihrem deutschen Pendant der Fall ist, arbeitet die *Shashin shūhō* gezielt auf die Aktivierung des Rezipienten zur Verbreitung der eigenen Botschaften hin. Spricht Rolf Sachsse mit Blick auf die NS-Fotopropaganda von einer „Erziehung zum Wegsehen“, von Medien als „effektive[n] Hilfsmittel[n] in der Vermittlung äs-

⁴⁸ Hayashi (1943 I): S. 223.

⁴⁹ Kushner (2002): S. 40.

⁵⁰ Rätsel und Humor bilden feste Bestandteile des *Illustrierten Beobachters* im Untersuchungszeitraum. Exemplarisch seien hier die Fundstellen der jeweils ersten und letzten Ausgabe des zweiten Halbjahres 1938 und 1943 angegeben: *Illustrierter Beobachter* (7.7.1938): S. 1028–1032; *Illustrierter Beobachter* (22.12.1938): S. 2011–2013; *Illustrierter Beobachter* (8.7.1943): o. S.; *Illustrierter Beobachter* (30.12.1943): o. S. (fragmentarisch erhalten, enthält nur Seite mit Rätseln). Der mehrteilige Roman „Die verlorene Kompanie“ von Heinrich Eisen beispielsweise setzt bereits vor der ersten gesichteten Ausgabe von 1943 ein (*Illustrierter Beobachter* (8.7.1943): o. S.) und endet in Ausgabe 43 (*Illustrierter Beobachter* (28.10.1943): o. S.).

thetischer Inhalte und Programme, in denen es für Menschen [...] keinen Platz gab“, ⁵¹ so bildet die japanische Fotopropaganda stärker als die deutsche Propaganda eine „Erziehung zum Hinsehen“ aus: Zwar sollen auch hier dem Rezipienten Bilder von Gräueltaten eigener Soldaten vorenthalten werden, jedoch wird hier stärker darauf hingearbeitet durch gezielte Beeinflussung den Rezipienten zum Vermittler japanischer Propaganda werden zu lassen.

⁵¹ Sachsse (2003): S. 13 f.

„Jungpilotenakademie Tōkyō“ (15.9.1943)

少年諸君よ 空にいかう
諸君がつづく限り
戦は断じて
日本の勝だ

翼の届いた高度は幾らでも高く、
空に上りつゝ敵機を捕らへ、
無敵とした偉業を成し遂げる。
翼の手に届く、いな
翼よりも強く飛べ、いな
翼よりも速く飛べ、いな
少年諸君の志は、なほ
無敵の天を飛ぶ。なほ
無敵の天を飛ぶ。なほ
無敵の天を飛ぶ。なほ

ななる荒鷲に
なる頭と体を

伸びゆく少年諸君への訓練時間は十分だ。
彼らは、この訓練の果てには、
飛行機に乗る。念死生が入れるといはれ
る大空に飛ぶ。美しい、大空のはらばら

彼等の訓練は、このように、
十分だ。彼等は、この訓練の
果てには、飛行機に乗る。
念死生が入れるといはれる
大空に飛ぶ。美しい、大空
のはらばら

校學兵行飛年少軍陸京東 *

軍陸が戦線のパヘロツから、たはで手紙に制服
くやにかにり部の兵行飛年少

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Im Folgenden wird eine Zeitschriftenseite analysiert, auf der eine Reihe von Abbildungen zur „Jungpilotenakademie Tōkyō“ in einer Montage zusammengestellt sind.⁵² Sie ist der *Shashin shūhō* vom 15. September 1943 entnommen, deren Titelbild einen jungen salutierenden Mann in weißer Pilotenuniform mit der Überschrift „Vater / Mutter / lasst auch mich gen Himmel fliegen“ zeigt.⁵³ Auf der in diesem Kapitel zu besprechenden Seite befinden sich mehrere Abbildungen junger Männer, die identische Kleidung tragen: eine weiße lange Stoffhose sowie eine weiße Mütze, wahrscheinlich eine Feldmütze. Die Oberkörper sind frei. Der Hintergrund der Seite ist in Weiß gehalten, sodass manchmal die weiße Kopfbedeckung der abgebildeten Personen mit dem Hintergrund verschwimmt. Oben rechts in der Ecke der Seite steht in großen, schwarzen, senkrecht in vier Zeilen angeordneten Lettern: „Ihr jungen Männer! Auf gen Himmel! / Wenn ihr beharrlich seid, / entscheidet sich der Krieg / zu Japans Gunsten.“ Links daneben befinden sich zwei Montagen von Fotografien der trainierenden jungen Männer. Drei sind hintereinander positioniert, auf dem rechten Bein stehend, das linke Bein sowie beide Arme von sich gestreckt, um die Balance zu bewahren. Fünf Männer wurden von der Seite fotografiert. Sie wurden auf der Montage derart angeordnet, dass identische Schatten und Körperhaltungen der Personen dadurch besonders zur Geltung kommen, dass diese parallel zueinander verlaufen. Der rechte Arm ist angewinkelt, die Fingerspitzen berühren den Hinterkopf, die Handfläche verharrt scheinbar je nach Person in senkrechter oder waagerechter Haltung, obgleich sich dies aufgrund der geringen Größe der Abgebildeten nicht sicher ausmachen lässt. Der linke Arm ist angespannt, er wird nach vorne gestreckt, ebenso wie die waagerecht positionierte Handfläche. Das linke Bein ist einschließlich des linken Fußes ebenfalls gestreckt, es scheint, als berührten nur die Zehenspitzen den Boden, Halt gibt der rechte, angewinkelte Fuß, der das Standbein bildet.⁵⁴ Zwischen beiden Gruppen trainierender Männer wurde der folgende Text platziert:

„Die von hartem Training gestählten Körper sind von unvergleichlicher Gestalt, sowohl zu Lande wie auch in der Luft, und bieten die Schönheit wohlgeordneter, rhythmischer Bewegung dar. Es sind die Körper unserer Jugend, gestählt, sodass sie hart wie Stahl, nein, härter als Stahl werden. Nur derart rüstige Körper werden in guter Weise ihre harte Pflicht in den Lüften zu erfüllen vermögen.“⁵⁵

Links neben den beiden besprochenen Montagen findet sich in größeren Lettern die Bemerkung „Haupt und Körper werden wie die eines Adlers“. Hierunter wieder wurde ein Ausschnitt aus einer Fotografie platziert, die junge

⁵² *Shashin shūhō* (15.9.1943): S. 6.

⁵³ *Shashin shūhō* (15.9.1943): S. 1.

⁵⁴ *Shashin shūhō* (15.9.1943): S. 6.

⁵⁵ *Shashin shūhō* (15.9.1943): S. 6.

Männer bei einer akrobatischen Sprungübung zeigt. Hierbei verharrt ein Mann im Kopfstand, beide Beine von seinem Körper weg streckend, während andere Männer in einer Reihe stehend darauf warten, zum Sprung anzusetzen und mit einer Rolle vorwärts über die gespreizten Beine hinweg springen. Die Fotografie zeigt, wie eine Person sich gerade in der entsprechenden Sprungbewegung über den Mann hinweg befindet. Unten rechts letztlich findet sich direkt unter der Überschrift „Jungpilotenakademie Tōkyō“, die rechts durch einen Stern ergänzt wird, die Abbildung eines jungen, stramm stehenden Mannes in Uniform und Mütze vor einem gemauerten Gebäude. Darunter befindet sich der Text: „Zwar ist die Kleidung nicht gerade farbenprächtig, das Abzeichen in Form eines Propellers jedoch strahlt den ganzen Stolz des Schülers der Jungpilotenakademie aus.“ Den unteren rechten Teil der Seite nimmt eine Fotografie ein, die sechs Männer zeigt, von denen jeweils drei an je einem Rhönrad trainieren. Die Übung sieht vor, dass sich je ein Mann im Zentrum befindet, während die beiden anderen sich am äußeren oberen und unteren Teil des Rades festhalten und es hierdurch in Bewegung versetzt wird. Im Hintergrund ist ein dunkles Gebäude zu sehen, das aller Wahrscheinlichkeit zur Pilotenakademie gehört. Am linken Rand der Seite befinden sich zudem zwei weitere Bilderläuterungen, die sich auf Bilder der Folgeseite beziehen.⁵⁶

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Jungpilotenakademie Tōkyō: Mit fiktiven Aufzeichnungen von Jungen der Jungpilotenakademie, reich bebildert publiziert unter dem Titel „Jungpiloten“, sollten noch im Juli 1944 Jugendliche zum Kriegseinsatz mobilisiert werden. Das japanischsprachige Werk geht auf die Autoren Ueda Hiroshi und Natsume Shinroku zurück und wurde herausgegeben als Teil einer Reihe namens „Buchserie Kindersoldaten der Armee“.⁵⁷ Es gibt einen Eindruck davon, wie sehr japanische Propagandisten bestrebt waren, alle Teile der Bevölkerung für den Krieg zu mobilisieren, auch und gerade zum Kriegsende hin. Das folgende, im Original mit Furigana versehene Zitat entstammt dem von Ueda Hiroshi geschriebenen Werk⁵⁸ „Tagebuch eines Jungpiloten“:

„Wir wollen alle schnellstmöglich unser Flugzeug besteigen. Vom Luftraum des Feindes wollen wir einen Bombenhagel herabregnen lassen. Die, die den Kampf mit uns heraufbeschwören, wollen wir zu Fall bringen. Wir wissen nur zu gut, dass wir bis zu jenem Tage eine dem Zwecke dienliche Ausbildung durchlaufen müssen, jedoch ist es nichts Ungewöhnliches, bei jeder Gelegenheit von den aufgestauten Gedanken heimgesucht zu werden.“⁵⁹

⁵⁶ Shashin shūhō (15.9.1943): S. 6.

⁵⁷ Ueda/Natsume (1944).

⁵⁸ Ueda (1944): S. 1.

⁵⁹ Ueda (1944): S. 2.

Der zur Erreichung möglichst vieler Kinder und Jugendlicher mit Furigana versehene Text gibt vor, eine authentische Aussage von Kindersoldaten in der Ausbildung zu zitieren. Er soll zur Stimme, zur Willensbekundung einer ganzen Generation Jugendlicher werden, wie das anstelle des autobiografischen „Ich“ verwendete kollektive „Wir“ demonstriert. Die anonymisierte Masse der „Jungpiloten“ Japans, so vermittelt es der Text, ist von dem Willen beseelt, sich in die Lüfte zu erheben, um „die, die den Kampf mit uns heraufbeschwören, [...] zu Fall [zu] bringen.“ Hiermit wird angedeutet, dass die Schuld für den kriegerischen Konflikt Japans mit anderen Nationen nicht auf Seiten Japans liege. Zugleich wird impliziert, dass ein Sieg Japans im Kriege auch im Jahr 1944 noch möglich erscheine, denn der Feind soll nicht etwa geschwächt oder zurückgedrängt, sondern „zu Fall [gebracht]“ werden. Die zur Verwirklichung des Vorhabens notwendige Ausbildung wird als notwendiges „Übel“, als „dem Zwecke dienliche Ausbildung“ charakterisiert und kontrastiert somit mit dem vorgeblich innigen Wunsch der „Jungpiloten“, der sich in deren „aufgestauten Gedanken“ manifestiert. Ebenso wie die in diesem Kapitel behandelte Montage führt das Buch „Jungpiloten“ vor Augen, wie durch japanische Propagandisten in den letzten Kriegsjahren ein idealisierendes Bild des Dienstes Jugendlicher in der Luftwaffe gezeichnet wird, um bis Kriegsende möglichst viele Menschen zu mobilisieren.

Zur Bedeutung des Rhönrads in der Zeit des Nationalsozialismus: Das Rhönrad wurde 1925 vom 1890 in Reichenbach in der Pfalz geborenen Otto Feick entwickelt.⁶⁰ Nach der „Machtergreifung“ kam der wettkampfmäßige Rhönrad-sport innerhalb des Reiches zum Erliegen und es dominierten publikums-wirksame Präsentationen des Rhönrades,⁶¹ wie eine Aufführung von 120 Rädern im Berliner Olympiastadium im Jahre 1937. Es wurde zu einem „Demonstrationsmedium“ im Einklang mit der nationalsozialistischen Ideologie und symbolische Gehalte wie die des „Sonnenrades“ wurden auf das Sportgerät übertragen.⁶² Für die Zeit vor 1941 ist überliefert, dass Rhönräder zur Schulung des Gleichgewichtssinnes, von Geschicklichkeit und Mut an Flieger-schulen und bei der Luftwaffe eingesetzt wurden. Das Rhönradturnen hingegen wurde sowohl in Deutschland wie auch im Ausland aufgrund des Krieges vollständig eingestellt. Erst nach 1945 wurde das Rhönradtraining zunächst in Berlin, späterhin in Bayern, wieder aufgenommen.⁶³ Beim auf der in diesem Kapitel behandelten Seite der *Shashin shūhō* in Szene gesetzten Rad handelt es sich ebenfalls um ein bei der Fliegerausbildung eingesetztes Rhönrad. Möglicherweise schwebte den japanischen Redakteuren durch die besondere Betonung des Trainingsobjektes die implizite Andeutung besonderer Verbundenheit zu Deutschland als Bildaussage vor.

⁶⁰ Sebesta (2016): S. 21.

⁶¹ Sebesta (2016): S. 23.

⁶² Sebesta (2016): S. 30.

⁶³ Sebesta (2016): S. 23.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Hintergrund der vorliegenden Abbildungen ist die bereits im Zusammenhang mit der Visualisierung auf dem Feld arbeitender Oberschüler angesprochene dritte Phase der Mobilmachung von Kindern und Jugendlichen im fünfzehnjährigen Krieg (1931–1945) seit Mitte 1943 (siehe Kapitel 4.2.). Ab April 1943 wurden Kinder als Fabrikarbeiter und Soldaten eingesetzt, wobei der Wehrdienst männliche Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren betraf.⁶⁴ Zudem intensivierte die Produzenten der japanischen Massenmedien ihre Bemühungen, Kinder für den Kriegsdienst zu begeistern. So existierte eine populäre Zeitschrift namens „Luftfahrt-Jungen“ („*hikō shōnen*“, 「飛行少年」), welche ebenfalls Jungen zum Dienst in der Luftwaffe bewegen sollte. Auch für den Dienst in der Marine existierten entsprechende Medien, die trotz knapper werdender Ressourcen auch zum Kriegsende hin auf farbige Abbildungen nicht verzichteten. Selbst vor der Propagierung von Selbstmordangriffen durch Jugendliche schreckte man nicht zurück.⁶⁵

Die Redakteure der *Shashin shūhō* tragen diesen Tendenzen Rechnung, was unter anderem damit begründet werden kann, dass sie sich spätestens seit der zweiten Jahreshälfte 1941 aufgrund der durch sie veranlassten Umfrage bewusst sind, dass die Mehrheit ihrer Leser aus männlichen Schülern und Studenten besteht.⁶⁶ Der Inhalt soll Kinder für den Kriegseinsatz mobilisieren, wobei ein zentrales Thema das Soldatentraining bildet.⁶⁷ Japanische Jugendliche, welche bereits der Jungpilotenakademie Tōkyō beigetreten sind, werden auch hier als sportliche, gesunde, junge Menschen dargestellt, was allgemeinen inhaltlichen Tendenzen japanischer Propaganda der Zeit entspricht.⁶⁸ Diese Akzentuierung wird auf mehrere Weise erreicht: Die betreffenden Personen werden im Rahmen einer sportlichen Aktivität abgebildet oder sie warten im Hintergrund auf ihren Einsatz. Zudem sind die abgebildeten jungen Männer halbnackt, was ihre körperliche Stärke zusätzlich herausstechen lässt. Die Kleidung ist in schlichtem Weiß und für alle einheitlich gehalten. Die weißen Kopfbedeckungen lassen ebenfalls individuelle Merkmale verblassen. Dieses Aufgehen des Individuums im Kollektiv sorgt für eine zusätzliche Akzentuierung von Körperlichkeit. Kollektiv und Körperlichkeit werden zudem betont durch die Abbildung oben links auf der Seite, die mit dem „Prinzip der Reihung“ arbeitet, ein gestalterisches Mittel, das Rolf Sachsse für die nationalsozialistische Fotografie als zentral ansieht.⁶⁹

Die Texte wirken auf mehrere Weisen: Die Gleichsetzung der körperlichen Beschaffenheit mit der von Stahl, bei gleichzeitiger Betonung der Ästhetik der

⁶⁴ Earhart (2008): S. 199; Carter (2009): S. 166.

⁶⁵ Carter (2009): S. 167 f.

⁶⁶ *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

⁶⁷ Earhart (2008): S. 195; Carter (2009): S. 170 f.

⁶⁸ Kushner (2002): S. 371.

⁶⁹ Sachsse (2003): S. 49.

ausgeführten Bewegungen, die Gleichsetzung der körperlichen Gewandtheit mit der eines Adlers: Sie tragen dazu bei, ein grundlegendes Interesse für die Ausbildung zum Piloten entstehen zu lassen, da diese offensichtlich der eigenen körperlichen Stärke und Attraktivität zugute kommt. Auf der Ebene des emotionalen Interpretanten wird somit zunächst eine positive Wahrnehmung der körperlichen Beschaffenheit (sowohl der Konstitution wie auch der Ästhetik) beim Rezipienten erzeugt. Schließlich sorgt die durch den Begleittext vorgenommene Kontextualisierung der Bilder, die Zuordnung des Trainings zur Pilotenakademie Tōkyō, dafür, dass die Pilotenakademie für interessierte Jugendliche als idealer Ausbildungsort für angehende Piloten erscheint, sodass diese sich im Idealfall zum Dienst melden (energetischer Interpretant) und aus innerer Überzeugung hierbei bleiben (logischer Interpretant). Letzteres wird durch das unten links auf der Seite abgebildete Foto eines überzeugten Schülers der Akademie ausgedrückt, dem sein Abzeichen als größter Lohn erscheint.

Erneut wird die Freiwilligkeit des Dienstes in den Vordergrund gerückt, indem als Titel der betreffenden Ausgabe der angebliche Ausspruch eines Jungen gewählt wurde, der da lautet: „Vater, Mutter, lasst auch mich gen Himmel fliegen“. Vergleicht man den Satz mit der zuvor zitierten Passage aus dem „Tagebuch eines Jungpiloten“, so wird deutlich, dass man sich zwar einerseits der persönlichen Willensbekundung bedient, um es dem Rezipienten, nach Möglichkeit einem jungen Mann, der die Aufnahmekriterien der Akademie erfüllt, leicht zu machen, sich mit dem Gesagten zu identifizieren. Andererseits wird jedoch auch hier die Existenz eines Kollektivs an jungen Piloten angedeutet, die ebenso wie der Sprecher vom gleichen Ansinnen be-seelt seien, „gen Himmel fliegen“ zu wollen, wie das Wort „auch“ impliziert. Hinzu kommt an anderer Stelle die persönliche Ansprache der jungen Soldaten, an deren Sieg kein Zweifel bestehe, so lange sie nur genügend Entschlossenheit an den Tag legten: „Ihr jungen Männer! Auf gen Himmel! Wenn ihr beharrlich seid, entscheidet sich der Krieg zu Japans Gunsten.“ Konzentriert sich die *Shashin shūhō* 1938 noch stark darauf, die deutsche Jugend als Vorbild für die japanische in Szene zu setzen,⁷⁰ ist nunmehr zu beobachten, dass dieser Trend sich umkehrt und stattdessen vermehrt Bildberichte zum japanischen Nachwuchs erscheinen. Das großflächig im Text-Bild-Artikel in Szene gesetzte, gleich mehrfach abgebildete Rhönrad zur geistigen und körperlichen Ausbildung der japanischen Truppen ist ein Ausdruck deutschen Einflusses auf die Flugausbildung der Japaner.

⁷⁰ Iwamura (2007): S. 98.

5.2. „FREUNDBILDER“

Illustrierter Beobachter

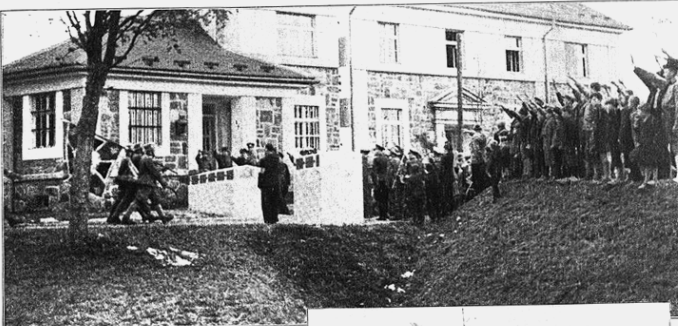
„Deutsche Wehrmacht holt die deutschen Lande ins Reich
Adolf Hitlers heim“ (6.10.1938)

Seite 1462

Illustrierter Beobachter

1938 / Folge 40

Deutsche Wehrmacht holt die deutschen Lande ins Reich Adolf Hitlers heim



Der Einmarsch in das Sudetenland hat begonnen.
Unter klingendem Spiel überziehen deutsche Truppen mit entzückter
Folge bei Ottawaberg die ehemals tschechoslowakische Grenze, von der
belebte Bevölkerung landesweit begrüßt.

Aufnahme: Weibold.



Sich bewegt und beäugt
begrüßt die Wehrtruppe nach den letzten Stunden des Österreich die ein-
marschierenden deutschen Truppen, die den gemalten Kampf bei Freiheit
bringen.



Mit diesen höchstwertigen Geländekarten nicht die Ordnung ein
zu ein Gebiet, das bis vor kurzem auch von Jagdschützen und Orchestern kultiviert
werden beabsichtigt wurde.


Quelle: Die Zeitungsansichten
Dortmund




Der begeisterte Ausmarsch für die Wehrtruppe
ist gesunken, was die Folge des Hubsch mit dem letzten
sauerer werden.

„Triumphfahrt durch befreites Land“ (3.11.1938)

Seite 1661 **Ständertages Nachrichten** 1938 / Heft 44



Tafel aus der Führer in Regensburg.
Hans Eberharder hat den Führer bei der Ankunft in der Stadt
Mitglied der Partei und andere Mitglieder der Partei auf dem Weg zum
Ständertages Nachrichten.



**TRIUMPH-
FAHRT**
*durch
befreites
Land*

Die Führer in Regensburg.
Die Führer der Partei sind
von der Partei gefolgt, ge-
führt ist es durch die
von der Partei gefolgt.
Ständertages Nachrichten.

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Der *Illustrierte Beobachter* vom 6. Oktober 1938 enthält einen Artikel „Deutsche Wehrmacht holt die deutschen Lande ins Reich Adolf Hitlers heim“, welcher sich mit der Reaktion der im Sudetenland ansässigen Bevölkerung auf den Einmarsch deutscher Truppen befasst. Der Beitrag besteht aus vier Fotografien von der Agentur Weltbild nebst Bildunterschriften.⁷¹ Gegenstand der Analyse ist zunächst eine mittig rechts auf der Seite platzierte Fotografie, in deren Vordergrund in einer Reihe eine Gruppe von Personen verschiedenen Geschlechts und Alters (Männer, Frauen, Kinder), welche zum größten Teil die Hände heben, abgebildet ist. Sämtliche Personen stehen mit dem Rücken zum Fotografen, sodass keine Gesichter zu erkennen sind. Die Köpfe der abgebildeten Personen liegen, abgesehen vom Kopf eines Kindes, in einer Gerade, welche parallel zu einer im Hintergrund angedeuteten Straße verläuft. Zeichnet man die Straße über den auf dem Foto sichtbaren Teil hinaus weiter, so liegt der Kopf des Kindes auf einer Ebene. Auf der Straße sind ferner Umrisse erkennbar, die vermutlich zu einem Fahrzeug gehören. Noch weiter hinten sehen wir offenes Feld, einige wenige Bäume und einen wolkenlosen Himmel. Obgleich es nicht zweifellos festzustellen ist, wirkt das Bild retuschiert: Der Arm des Mannes rechts ist abgeschnitten.⁷² Der Bildtext darunter lautet:

„Tief bewegt und beglückt begrüßt die Bevölkerung nach den letzten Wochen des Grauens die einmarschierenden deutschen Truppen, die dem gequälten Land die Freiheit bringen.“⁷³

Unter Hinzunahme der Bildunterschrift und unter Berücksichtigung des Kontextes erkennen wir, dass die abgebildeten Personen Männer, Frauen und Kinder aus dem Sudetenland sein sollen, das Fahrzeug Eigentum der deutschen Wehrmacht sein soll. Die Handbewegungen könnten in anderem Kontext als bloßes grüßendes Winken gedeutet werden. Die gestreckte Haltung des rechten Armes spricht jedoch bei der Mehrzahl der Personen eher für einen Hitlergruß. Die Tracht der Frauen erscheint bäuerlich, ein Kind trägt eine Art Matrosenanzug, ein schwarz gekleideter Mann möglicherweise einen Anzug. Die zentrale inhaltliche Gemeinsamkeit zu den anderen auf der Seite abgebildeten Fotografien liegt in der Abbildung von Menschenmassen, jedoch finden sich hier keine Kinder und Jugendlichen. Zu sehen sind die deutsch-tschechische Grenze überschreitende deutsche Truppen im oberen Teil der Seite, vorgeblich von der tschechischen Bevölkerung „jauchzend“ begrüßt, was sich jedoch nicht aus der Abbildung ergibt, deutsche Soldaten mit Fahrzeugen im unteren linken Teil der Seite

⁷¹ *Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1462.

⁷² *Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1462.

⁷³ *Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1462.

sowie eine Ansammlung von Freikorpsmännern im unteren rechten Teil der Seite.⁷⁴

Im direkten Vergleich hierzu ist eine Abbildung des *Illustrierten Beobachters* vom 3. November 1938 interessant, welche in einen Artikel mit der Überschrift „Triumphfahrt durch befreites Land“ eingebunden wurde. Der Artikel behandelt die „Befreiung“ der Tschechoslowakei durch deutsche Truppen. Sämtliche auf der Doppelseite abgedruckten Aufnahmen gehen auf Heinrich Hoffmann zurück.⁷⁵ Eine Fotografie unten links auf der Seite, direkt neben dem Titel, zeigt eine Gruppe Menschen gemeinsam mit einem deutschen Wehrmachtssoldaten. Der Wehrmachtssoldat rechts unten im Bild schaut in Richtung des Fotografen. Er trägt Uniform und Stahlhelm und hat den rechten Arm um ein kleines Mädchen mit weißem Kopftuch gelegt, welches eine dunkle Jacke trägt. Es hat beide Hände in den Taschen und blickt mit ernster Miene in Richtung des Fotografen. Hinter den beiden steht eine Menschenmenge, mehrheitlich Frauen und Mädchen, ebenfalls mit weißen Kopftüchern, darunter eine ältere Frau mit indifferentem Ausdruck, jedoch auch vereinzelt männliche Personen: zwei Jungen vorne links im Bild, einer mit dunkler Melone und einem Lächeln auf seinem Gesicht, ein anderer ernst dreinblickend, zudem ein alter Mann in der oberen rechten Ecke der Fotografie. Die Mehrheit von ihnen erhebt den rechten Arm zum Hitlergruß, der Junge mit Melone hebt allerdings den linken Arm. Zudem ist zwischen den beiden Jungen unten links im Bild der Arm einer nicht weiter zu erkennenden Person abgebildet, die mit einem Arm einen Schuh nach vorne hält.⁷⁶ Folgender Text wurde für die Aufnahme gewählt:

„Adolf Hitler in Südböhmen.

Die Fahrt des Führers durch das befreite Südböhmen gestaltete sich zu einer Kette von Dankeskundgebungen der begeisterten Bevölkerung.“⁷⁷

In der oberen Hälfte der Seite befindet sich außerdem eine Aufnahme, die Hitler nebst weiteren NS-Größen von hinten zeigt, wie sie an der Donau stehend auf die gegenüberliegende Seite blicken.⁷⁸ Das Bild trägt folgende Erläuterung:

„Jubel um den Führer in Engerau.

Ganz überraschend stattete der Führer dem Engerauer Gebiet einen Besuch ab und verweilte auch einige Zeit auf dem Preßburg gegenüberliegenden Donauufer.“⁷⁹

⁷⁴ *Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1462.

⁷⁵ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1648 f.

⁷⁶ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1648.

⁷⁷ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1648.

⁷⁸ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1648.

⁷⁹ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1648.

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur symbolischen Bedeutung des Schuhs in der Kunst: Der Schuh ist ein „Symbol mit zahlreichen Bedeutungen, u. a. altes Sinnbild für Freiheit, da Unfreie und Sklaven über kein eigenes Schuhwerk verfügten. Im 15./16. Jh. war der *Bundschuh das Feldzeichen der aufständischen Bauern.“⁸⁰

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Die Abbildung vom 6. Oktober 1938 vermittelt, dass die gesamte Bevölkerung des Sudetenlandes geschlossen hinter Hitler steht und den Einmarsch der Wehrmacht als einen Akt der Befreiung begrüßt. Das Bild dient somit der Legitimierung der Expansionspolitik des Dritten Reiches. Diese Bildwirkung wird dadurch erreicht, dass die auf der Fotografie abgebildeten Menschen in einer Reihe stehend fotografiert wurden, zudem verschiedenen Alters, Geschlechts und wahrscheinlich verschiedenen sozialen Schichten angehörig für die gesamte Bevölkerung des Sudetenlandes stehen sollen. Dieser Gedanke ist nicht abwegig, denn einem derartigen visuellen Ausdruck von Einigkeit liegt das selbe Prinzip zugrunde, welches der „Volksgemeinschaft“ als Mittel zur Erzeugung von Massenloyalität innewohnt: Gesellschaftliche Harmonie soll suggeriert, Klassengegensätze verschleiert werden.⁸¹ Hierin liegt meiner Ansicht nach eine deutliche Parallele zur Propagandaauffassung Koyamas, welcher in seinem Grundlagenwerk zur Propaganda ebenfalls die Überwindung von Klassengegensätzen in besonderer Weise betont (siehe Kapitel 3.2.). Auch können hier Parallelen zum Titelbild der *Shashin shūhō* vom 21.7.1943 gezogen werden: Auf der einen Seite sind es singapurische Kinder, die stellvertretend für die Bevölkerung der zu verwirklichenden „Großostasiatischen Wohlstandszone“ das Expansionsstreben Japans gutheißen (siehe Kapitel 4.2.). Auf der anderen Seite ist es ein Teil der Bevölkerung Südböhmens, der stellvertretend für die Bevölkerung des „Großdeutschen Reiches“ das Expansionsstreben Deutschlands gutheißen. Zudem eint beide Abbildungen ein überhöhtes Selbstbild als zentrales Merkmal von Propaganda in dieser Untersuchung (siehe Kapitel 1.5.). Der Betonung der versammelten Menschen als „Masse“ kommt zudem zugute, dass auf der selben Seite weitere Bilder ebenfalls Massen abbilden.

Der wolkenlose Himmel im Hintergrund kann als Freiheitssymbol aufgefasst werden. Die Aufnahme entstand, wenn man der Bildunterschrift Glauben schenkt, wenige Tage nach dem am 1. Oktober 1938 erfolgten Einmarsch deutscher Truppen ins Sudetenland. Vorangehend wurde bemerkt, dass allein für das Jahr 1938 1074 Anweisungen mit Bezug zur Tschechoslowakei überliefert sind, somit 82 Prozent aller vorkriegszeitlichen Anweisungen, die

⁸⁰ Hartmann (2017): o. S.

⁸¹ Pohl (2012): S. 70.

dieses Land thematisieren, und dass Grund dieser Anweisungen oft Minderheitenprobleme und Ausschreitungen gewesen seien.⁸² Vor diesem Hintergrund überrascht es kaum, dass von Seiten der Redakteure des *Illustrierten Beobachters* kurz nach Annektion des Sudetenlandes nach außen hin Einigkeit demonstriert werden soll.

Dieser Umstand erklärt auch die Fotografie vom 3. November 1938. Lässt sich anhand der zuvor publizierten Aufnahme wenig über das Befinden der Fotografierten aussagen, sieht dies bei der vorliegenden Aufnahme anders aus. Die Mimik einiger auf dieser Fotografie abgebildeten Personen lässt auf eine starke Abneigung gegen die deutschen Besatzer schließen. Das Mädchen im Mittelpunkt der Aufnahme, welches aufgrund ihres auffälligen weißen Kopftuchs ins Auge sticht, blickt ernst drein und kann keineswegs als „begeistert“ beschrieben werden. Ebenso wenig erfreut wirkt ein am linken Bildrand erkennbarer kleiner Junge. Die beiden abgebildeten Kinder heben sich somit vom größten Teil der Menschenmenge ab, von zahlreichen jungen Frauen und ebenso jungen Männern etwas weiter im Hintergrund. Zwar soll anscheinend auch bei der vorliegenden Aufnahme einer größeren Gruppe von Personen durch die bewusste Ins-Bild-Setzung von Anwesenden unterschiedlichen Alters und Geschlecht eine geistige Einigkeit der Gesamtbevölkerung mit Blick auf die Besetzung Südböhmens propagiert werden. Dieses Vorhaben kann jedoch als gescheitert angesehen werden, da die durch die Bildunterschrift angestrebte, dem Leser vermittelte Bildaussage in Widerspruch zur Mimik einiger besonders die Aufmerksamkeit auf sich lenkender Abgebildeter steht. Fragen werden zudem durch die Darstellung zweier weiterer Personen aufgeworfen: Ist das Heben des linken Armes durch den Jungen mit Melone ein unabsichtlich „fehlerhafter“ Hitlergruß oder eine Art des Protestes gegen die Besatzer und den folgsam wirkenden Rest der Menschenmenge? Wieso streckt eine weitere, nicht erkennbare Person einen Schuh in Richtung des Fotografen? Handelt es sich hierbei um einen Ausdruck der Verachtung für die deutschen Soldaten? Vor diesem Hintergrund erscheint die aus Presseanweisungen erfahrbare, von Ausschreitungen geprägte Lage im Sudetenland umso glaubhafter. Die fotografierten Personen erwecken nicht den Eindruck, als stünden sie „geschlossen“ hinter der Person Adolf Hitler, der ebenfalls auf der Seite – zur Vermittlung der Perspektive der „Befreier“ als Ergänzung zu den „Befreiten“ – abgebildet ist.

⁸² Wilke (2007): S. 155 f.

„Deutsche Mädel aus fünf Erdteilen“ (15.7.1943)

12-12 / Folge 28

ILLUSTRIERTER BEOACHTER



Deutsche Mädel aus fünf Erdteilen.

In der Auslandswelt der Reichswehrmänner in Welt und Vaterland sind im Ausland lebenden Deutschen Mädchen ein wertvolles Hilfsmittel nicht nur während der Hochschulerferien, sondern auch während der Sommerferien. Gerade in den letzten Monaten ist die Zahl der Mädchen, die in den verschiedenen Ländern der Welt leben, sehr groß. Sie sind die Vertreterinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder. Sie sind die Trägerinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder.

Aus aller Welt vereint



Weltweite Erinnerungen

Manche im Glück der Heimat sind in den Sommer in England und hier in den Tagen nach dem September 1939. Sie sind nicht so viele. Aber sie sind wichtig, wegen der Erinnerungen an die ersten Tage der Kriegszeit in England. Sie sind die ersten Tage der Kriegszeit in England.



Malen und Zeichnen.

Entscheidend für die Entwicklung der Mädchen sind die Malerei und das Zeichnen. Sie sind die wichtigsten Mittel der künstlerischen Ausbildung. Sie sind die wichtigsten Mittel der künstlerischen Ausbildung.



Das Tagesmühen

So schnell die Ferien sind, die das mühevolle Leben in der Welt ist. Die Mädchen sind die Trägerinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder.



Der hohe Norden und die Süde.

Was die Mädchen der Welt sind, das ist die Mädchen der Welt. Sie sind die Trägerinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder.

Schicksal, vom Leben gefeiert.

Das Schicksal der Mädchen ist das Schicksal der Mädchen. Sie sind die Trägerinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder.

In Ischia

In Ischia sind die Mädchen die Trägerinnen der deutschen Kultur und tragen die Verantwortung für die Förderung der Beziehungen zu den Mädchen der anderen Länder.

Städtisch und hoch modern

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Ausgabe 28 des *Illustrierten Beobachters* vom 15. Juli 1943 enthält einen Artikel namens „Aus aller Welt vereinigt“, welcher über die Schülerinnen der „Auslandsdeutschen-Schülerinnenheime“ in Stuttgart berichtet. Der Bildbericht mit einem Umfang von einer Seite wurde von einer Fotografin namens Inge Mantier erstellt und enthält insgesamt sieben Fotografien, von denen die größte oben links in der Ecke positioniert wurde. Sie zeigt fünf Mädchen in weißen, kurzärmeligen Hemden mit dunkler Krawatte, die in einem Raum um einen großen Globus versammelt stehen und, zum Teil erkennbar, mit verschiedenen Zeigefingern auf unterschiedliche Länder zeigen. Auf dem den linken Oberarm bedeckenden Hemd des rechts stehenden Mädchens ist zudem ein Gebietsdreieck erkennbar,⁸³ dessen Beschriftung allerdings unleserlich ist. Dem Bild ist folgende Beschriftung zuzuordnen:⁸⁴

„Deutsche Mädels aus fünf Erdteilen.

In den Auslandsdeutschen-Schülerinnenheimen in Stuttgart finden Töchter von im Ausland lebenden Deutschen während des schulpflichtigen Alters oder während des Hochschulstudiums Aufnahme und Betreuung. Von links: Inge B. aus Medellin, Columbien (Südamerika), Heidi P. aus Sidney (Australien), Gisela B. aus Java (Asien), Inge W. aus Aarkus (Dänemark), Emmi G. aus Tabora (Ostafrika). Soweit alle Voraussetzungen nach Auslese und Förderung für die Aufnahme in die Auslandsdeutschen-Schülerinnenheime bestehen, ist etwaige Mittellosigkeit der Angehörigen, die z. B. in Feindstaaten ihr Vermögen verloren haben, kein Hinderungsgrund für die Aufnahme, denn die Stadt der Auslandsdeutschen, Stuttgart, und die Reichsjugendführung unterstützen die Heime.“⁸⁵

Rechts neben dieser Bildunterschrift befindet sich ein kleines Bild zweier junger Frauen, eine im hellen, zugeknöpften Kleid, eine andere in einem schwarzen Oberteil mit einer weißen Perlenkette, von denen erste stehend ihre linke Hand auf die Schulter der anderen legt, während beide ein Fotoalbum betrachten. Die Jugendliche im hellen Kleid blickt ihr Gegenüber an, wobei dieses mit seiner rechten Hand auf eine Fotografie innerhalb des aufgeschlagenen Albums weist. Es scheint, als erläutere es der neben ihr stehenden Person die betreffende Fotografie. Das Bild wurde im Freien aufgenommen, erkennbar an Bäumen im Hintergrund, und trägt folgenden Text:⁸⁶

„Weltweite Erinnerungen tauschen im Garten des Heims Lori F. aus Blumenau in Brasilien und Inge V. aus Turin aus. Im September 1939 bereits hielt es Loris Vater für zweckmäßig, wegen der Deutschenhetze bezahlter Handlanger Roosevelts in Brasilien seine Frau mit den Kindern ins Reich heimzuschicken. Er selbst kam 1941 nach.“⁸⁷

⁸³ Ruhl (1938): o. S.

⁸⁴ *Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S.

⁸⁵ *Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁸⁶ *Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S.

⁸⁷ *Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

Links hiervon wiederum befindet sich eine kleine Fotografie von sieben Mädchen in unterschiedlicher Kleidung, die in einer Gruppe versammelt stehen. Die fünfte Person von links hält ein Bündel Briefe in der Hand, auf das die Mehrzahl der anderen ihren Blick richtet. Zum Bild heißt es rechts daneben:⁸⁸

„Des Tages Höhepunkt

ist jedesmal der Posteinlauf, der das einzige Bindeglied zu den in aller Welt lebenden Angehörigen ist. Manches der Mädels weiß ihren Vater in einem Internierungslager.“⁸⁹

Darunter befinden sich drei Porträtfotografien der Köpfe dreier Mädchen in Vorderansicht. Sie wurden im Freien aufgenommen und tragen folgende drei Begleittexte (von links nach rechts):⁹⁰

„Der hohe Norden und die Südsee ...

waren die Umgebung für Ragnhild M.s Jugend. In Norwegen geboren, acht Jahre in Java gelebt und zuletzt wieder etliche Jahre in Norwegen zugebracht, das sind die äußeren Wege ihrer Kindheit. Jetzt ist ihr Vater in Britisch-Indien interniert.“⁹¹

„Schicksal, vom Leben geformt.

Gisela B. aus Java befindet sich seit 1935 in Deutschland; ihre in Java lebende Mutter hat sie seit sieben Jahren nicht mehr gesehen. Der in Sumatra internierte Vater kam auf einem Transport nach Britisch-Indien ums Leben. Gisela will Kolonialkinderärztin werden.“⁹²

„In Istanbul

ist die Doppelwaise Andrée Sp. aufgewachsen und über Rumänien, Serbien und nach Aufhalten in Italien und Spanien nach Deutschland gekommen. Sie spricht Spanisch, Französisch und Türkisch; das vernachlässigte Deutsch hat sie fleißig nachgelernt und wird jetzt das Dolmetscherexamen ablegen.“⁹³

Zuletzt ist auf ein Bild am linken Rand einzugehen. Es handelt sich um eine Aufnahme eines Innenraumes, an dessen anderem Ende ein großes Glasfenster sichtbar ist, durch das von draußen Tageslicht eindringt. Im Raum sind mehrere Tische aufgestellt, an denen die Mädchen in kleinen Gruppen versammelt sitzen. Darunter ist zu lesen:⁹⁴

„Heim und Schule.

Entsprechend Vorbildung, Fähigkeit und Berufswünschen werden die Mädels von der Heimleitung durch enge Fühlungnahme mit den Schulen den entsprechenden Unterrichtsstätten zugewiesen. Zusätzlicher Überwachungs- und Nachhilfeunter-

⁸⁸ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S.

⁸⁹ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁹⁰ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S.

⁹¹ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁹² Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁹³ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁹⁴ Illustrierter Beobachter (15.7.1943): o. S.

richt im Heim selbst dient dabei der Schließung von etwa vorhandenen Kenntnislücken und dem raschen Anschluß an die Leistungen der Klassen.“⁹⁵

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Kleidung der abgebildeten Personen: Die um den Globus versammelten Mädchen tragen, in Teilen erkennbar, die Standardbekleidung des Bundes Deutscher Mädel: Einen dunkelblauen Rock, weiße Bluse, schwarzes Halstuch. Das weiße Hemd der rechts stehenden Jugendlichen weist zudem erkennbar ein Gebietsdreieck auf.⁹⁶

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Die in diesem Kapitel behandelte Fotografie nimmt fast die gesamte obere Hälfte des Bild-Text-Artikels ein und weist zudem die umfangreichste Bildunterschrift von allen auf der Seite platzierten Abbildungen auf. Sie soll folglich dem Rezipienten besonders ins Auge fallen, was zudem durch die inhaltliche Bezugnahme des Fotos auf den Titel des Artikels, „Aus aller Welt vereinigt“, unterstützt wird: Die um einen Globus versammelten, etwa gleich alt wirkenden Mädchen demonstrieren aufgrund ihrer uniformen Kleidung und einheitlich gestalteten Frisuren eine Einigkeit, die gerade in Kriegszeiten von den Machern des *Illustrierten Beobachters* wie der *Shashin shūhō* demonstrativ nach außen getragen wird und Kriegspropaganda als der situativen Notwendigkeit entsprungenes Phänomen kenntlich macht.⁹⁷

Gemäß den Tendenzen der Zeit und der Forderung Hitlers entsprechend, Propaganda so bildhaft wie irgend möglich zu gestalten,⁹⁸ versinnbildlicht die Zusammenkunft „deutscher Mädel“ aus allen Teilen der Welt im „Auslandsdeutschen-Schülerinnenheim“ Stuttgart das Wirken des einigenden Bandes „Volksgemeinschaft“, eines der zentralen Elemente zur Propagierung von Einigkeit im Dritten Reich, über die Grenzen des Reiches hinaus. Mit „Südamerika“, „Australien“, „Asien“, „Dänemark“ und „Ostafrika“ werden verschiedenste Regionen der Welt in die Bildunterschrift mit einbezogen und bekräftigen beim Betrachter der Abbildung den Eindruck der „heterogenen“ Biografien der abgebildeten Mädchen, aus deren Uniformiertheit und kreisförmiger Aufstellung um den auf dem Bild zentrierten Globus das sie alle zusammenführende Phänomen der „Volksgemeinschaft“ spricht. Max Amann, dessen Grundsätze innerhalb des Verlages verbindlichen Charakter hatten,⁹⁹ war als Reichsleiter für die Presse beauftragt, eine Presse zu schaffen,

⁹⁵ *Illustrierter Beobachter* (15.7.1943): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

⁹⁶ Ruhl (1938): o. S.

⁹⁷ Bussemer (2005): S. 33.

⁹⁸ Bussemer (2005): S. 178.

⁹⁹ Hale (1965): S. 249.

die „Leben und Erleben der deutschen Volksgemeinschaft widerspiegelt.“¹⁰⁰ Es ist Amann selbst, der in seinen Ausführungen die „Volksgemeinschaft“ als entscheidenden Bezugspunkt deutscher Propaganda festlegt.¹⁰¹ In Kriegszeiten fordert er zudem von den „politischen Tageszeitungen“, „Deutschland [...] mit allen seinen Ausstrahlungen in die ganze Welt und damit in seinen neuen weltpolitischen Ausblicken zu vertreten und darzustellen.“¹⁰² Rolf Sachsse nennt die mit dieser Art der Gestaltung erstrebte Tendenz propagandistischer Beeinflussung das „Aufgehen [des Individuums] in der Masse.“¹⁰³ Diese wurde mittels des *Illustrierten Beobachters* erstrebt, einer Zeitschrift, deren Ziel es nach Rudolf Herz war, organisatorische sowie ideologische Einheit der nationalsozialistischen „Bewegung“ zu demonstrieren.¹⁰⁴ Die Rede japanischer Propaganda vom einigenden Band „Großasiens“, welches Menschen verschiedenster Länder Ostasiens unter sich zu einigen vermöge, stellt hierzu meiner Ansicht nach eine inhaltliche Parallele dar. In diesem Kapitel wird anhand des Artikels „Wachst heran, wächst heran, Kinder Ostasiens“ der *Shashin shūhō* vom 8. Dezember 1943 demonstriert, wie Abbildungen von Kindern hierzu instrumentalisiert werden.

Die restlichen auf der Seite platzierten Abbildungen samt Begleittexten bestätigen die vorgenommene Interpretation: Sie bekräftigen beim Rezipienten den Eindruck von der Wichtigkeit des in der „Heimat“ befindlichen Schülerinnenheimes, gerade vor dem Hintergrund sich zuspitzender internationaler Konflikte und im Ausland zunehmender „Deutschenhetze“ (logischer Interpretant). Die drei im unteren rechten Teil der Seite positionierten Fotografien der Gesichter dreier Mädchen nebst Informationen zum Werdegang der Abgebildeten sind hierfür ein anschauliches Beispiel: Sympathien werden beim Betrachter für das erste abgebildete, lächelnde Mädchen geweckt (emotionaler Interpretant), dessen „Vater in Britisch-Indien interniert“ sei. Das Mädchen auf der zweiten Fotografie hingegen blickt ernst drein, was sich mit der Bildbeschreibung „**Schicksal, vom Leben geformt.**“ deckt. Es habe bereits in jungen Jahren ein beschwerliches Leben geführt, von Vater und Mutter getrennt. Beim Rezipienten wird auf Ebene des emotionalen Interpretanten Empathie erzeugt. Zuletzt das Bild der in Gedanken versunkenen „Doppelwaise[n] Andrée“, deren Engagement beim Fremdsprachenlernen trotz beschwerlicher Jugend dem Leser Bewunderung abringt (emotionaler Interpretant). Sie alle finden im Schülerinnenheim eine neue Heimat. Die Fotografie zweier im Garten „**weltweite Erinnerungen**“ austauschender Mädchen vermittelt den Eindruck, dass der Umgang der Heimbewohnerinnen untereinander von Warmherzigkeit und Vertrauen geprägt ist, was im Rezipienten

¹⁰⁰ Reichsorganisationsleiter der NSDAP (1938): S. 308.

¹⁰¹ Amann (23.5.1936): S. 245.

¹⁰² Amann (1944): S. XII.

¹⁰³ Sachsse (2003): S. 11.

¹⁰⁴ Herz (1994): S. 72 f.

auch auf Dauer einen positiven Eindruck der Institution erweckt (emotionaler Interpretant, logischer Interpretant). Hier findet jeder zusammen, ganz gleich, ob der Weg von Brasilien herführte oder von Turin in Italien. Mit ursächlich für die „unfreiwillige“ Zusammenführung der beiden Personen sei die „Deutschenhetze bezahlter Handlanger Roosevelts“, sodass beim Leser Antipathien gegenüber England geweckt werden (emotionaler Interpretant). Zugleich wird die Denkgewohnheit etabliert, dass die feindselige Haltung gegenüber Deutschland keinen Zufall, sondern ein aktiv, unter Aufwendung finanzieller Mittel, von der englischen Regierung gefördertes Phänomen darstellt (logischer Interpretant): Wer nach außen hin „antideutsch“ sei, der müsse schon dafür bezahlt werden. Die Fotografie sich um die angekommene Post scharender Mädchen letztlich ist ein erneuter Ausdruck beschwerlichen Lebens: Wer Briefe der eigenen Familie derart sehnsüchtig erwartet, dass diese „**des Tages Höhepunkt**“ bilden, hat zwangsläufig wenig oder keinerlei Kontakt zu dem oder den Absendern der Briefe, sodass erneut Empathie beim Rezipienten geweckt wird (emotionaler Interpretant).

Zum Japanbild: „Hitler-Jugend besucht Japan“ (6.10.1938)



Die Hitlerjugend besucht Japan.
Nachdem sie in Japan angekommen sind, werden sie von den japanischen Offizieren empfangen und ihnen die Ehre erwiesen, die ihnen zusteht.



Ein Offizier
in Japan.

Die Hitlerjugend
besucht Japan.
Nachdem sie in Japan
angekommen sind, werden
sie von den japanischen
Offizieren empfangen und
ihnen die Ehre erwiesen,
die ihnen zusteht.

Die Hitlerjugend besucht Japan. Nachdem sie in Japan angekommen sind, werden sie von den japanischen Offizieren empfangen und ihnen die Ehre erwiesen, die ihnen zusteht. Die Hitlerjugend besucht Japan. Nachdem sie in Japan angekommen sind, werden sie von den japanischen Offizieren empfangen und ihnen die Ehre erwiesen, die ihnen zusteht.

Printed in Leipzig.

In den gesichteten Ausgaben des *Illustrierten Beobachters* lassen sich fast keine Fotografien mit Japanbezug finden; Fotografien mit Kindern und Jugendlichen, die sich zugleich hierauf beziehen, sind noch spärlicher gesät.¹⁰⁵ Erklärungen hierfür liefert ein Blick auf die Darstellung Japans bzw. Asiens insgesamt, im Folgenden anhand zweier Bilddarstellungen exemplarisch veranschaulicht. Dies geschieht anhand einer Fotografie, welche anlässlich eines Besuches der Hitler-Jugend in Japan entstanden ist und am 6. Oktober 1938 publiziert wurde,¹⁰⁶ sowie anhand eines in einen Bericht zu China eingebetteten Bildes. Dieser erschien im *Illustrierten Beobachter* vom 17. November 1938 und trägt den Titel „Der reiche Chang ist tot“.¹⁰⁷

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Die obere Bildhälfte der letzten Seite des *Illustrierten Beobachters* vom 6. Oktober 1938 ist einer Fotografie der Agentur Weltbild gewidmet, die vor einer Häuserfront mit einzeln stehenden Bäumen eine Menschenmenge zeigt, die wild gestikulierend, mit Hüten winkend, den Blick in Richtung des Fotografen richtet. Die Zusammensetzung der ersten Reihe der Versammelten sowie die große Zahl der in die Luft gestreckten Hüte legen den Schluss nahe, dass es sich mehrheitlich um Männer handelt, höchstwahrscheinlich um in Japan lebende Deutsche. Vereinzelt sind jedoch auch Personen auszumachen, bei denen es sich dem Eindruck nach um Japaner handelt. Am rechten Bildrand

¹⁰⁵ Japan wird nur sehr selten und über vereinzelte Aufnahmen thematisiert: In der Ausgabe vom 7.7.1938 findet sich ein Bild mit der Unterschrift „Prinz Yasuhito Chichibu, der jüngere Bruder des Kaisers von Japan, besichtigt die Ruinen von Tschapei in China“ (*Illustrierter Beobachter* (7.7.1938): S. 1097), in der Ausgabe vom 8.9.1938 eines mit der Unterschrift „Das Gion-Fest in der alten japanischen Stadt Kyoto zog wieder Tausende von Fremden an. Einer der achtundzwanzig geschmückten Wagen des Festzuges“ (*Illustrierter Beobachter* (8.9.1938): S. 1325) und in der Ausgabe vom 15.9.1938 zwei Fotografien unter der Überschrift „Jugendführer-Besuche Deutschland-Japan“ (*Illustrierter Beobachter* (15.9.1938): S. 1335). Zudem ist in Ausgabe 40 das in dieser Arbeit besprochene Bild zur „Hitler-Jugend“ in Japan enthalten (*Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): o.S.). Ausgabe 43 ziert ein Titelbild des japanischen Botschafters und Hitlers (*Illustrierter Beobachter* (27.10.1938): o.S.), ein Artikel zum „Krieg in China“ ist ebenfalls enthalten, mit vereinzelten Aufnahmen mit Japanbezug (*Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1598), zudem ein Bild, das laut Text einen japanischen und einen mandschurischen General zeigt und eines, das den Bruder des mandschurischen Kaisers mit Kind zeigen soll (*Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): S. 1606). Ausgabe 48 enthält ein Bild vom Empfang des japanischen Botschafters auf dem Obersalzberg (*Illustrierter Beobachter* (1.12.1938): S. 1843). Im zweiten Halbjahr 1943 sind die Ausgaben kürzer, militärische Themen dominieren und Japandarstellungen verschwinden fast gänzlich aus der Berichterstattung. In der Ausgabe 43 vom 28.10.1943 findet sich allerdings ein Foto japanischer Offiziere (*Illustrierter Beobachter* (28.10.1943): o.S.).

¹⁰⁶ *Illustrierter Beobachter* (6.10.1938): o.S.

¹⁰⁷ *Illustrierter Beobachter* (17.11.1938): S. 1786.

ist ein NS-Funktionär in schwarzer Uniform und Mütze zu erkennen. Deutlich ist an seinem linken Arm eine Armbinde mit Hakenkreuz zu sehen, wie sie die Hitler-Jugend trug.¹⁰⁸ Ebenso deutlich ist der durch ihn an die Menschenmenge gerichtete Hitlergruß zu erkennen.¹⁰⁹ Das Bild hat folgenden Beleittext:

„Hitler-Jugend besucht Japan.

Achtundzwanzig Hitlerjungen werden bei ihrer Ankunft auf dem Bahnhof in Tokio von einer riesigen Menschenmenge herzlich willkommen geheißen; die Delegation wird drei Monate in Japan verweilen, um die Erziehungsstätten der japanischen Jugend aus eigener Anschauung kennenzulernen.“¹¹⁰

Der zweiseitige Artikel namens „Der reiche Chang ist tot“ aus Ausgabe 46 vom 17. November 1938 wiederum befasst sich mit dem Tod eines Hongkonger Millionärs und Hotelbesitzers und den Begräbnisfeierlichkeiten.¹¹¹ Alle Aufnahmen gehen auf einen Fotografen namens Berghaus-Duncker zurück.¹¹² Ein aufgrund seiner Kreisform besonders hervorstechendes Bild der zweiten Seite des Foto-Text-Artikels zeigt zwei Kleinkinder, vermutlich links ein Mädchen und rechts ein Junge, welche beim Trauerzug mitgehen. Sie tragen lange Gewänder mit kurzen Ärmeln, die ihre Statur vollends verhüllen und Stöcken ähnliche, vermutlich Bezug zur religiösen Tradition aufweisende Instrumente in der Hand.¹¹³ Die Fotografie hat folgenden Text:

„Die jüngsten Trauergäste

sind dieses Geschwisterpaar aus der Theaterschule in Hongkong; in Gewändern aus festlicher, gelber Seide gehen sie im Trauerzug der Großen mit.“¹¹⁴

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Situation in Tōkyō lebender Deutscher in den 1930er-Jahren sowie zur im Beleittext zur ersten Fotografie behandelten Delegation: Zu Beginn der 1930er-Jahre lebten in Japan etwa 1.200 Deutsche, davon die Mehrheit in Tōkyō und Yokohama. Zwei Drittel arbeiteten im Im- und Export, der überwiegende Anteil des letzten Drittels waren technische Spezialisten, die gekommen waren, um beim Aufbau neuer Industriezweige zu helfen. Privatkontakte zu Japanern bestanden selten, viele waren der Sprache nicht mächtig. Eine besondere Gruppe war die der an japanischen Oberschulen lehrenden Deutschen. Sie umfasste Anfang der 1930er-Jahre in Japan ungefähr 50 Personen, zumeist unverheiratete Männer. Die meisten in Japan lebenden Deutschen waren

¹⁰⁸ Ruhl (1938): o. S.

¹⁰⁹ Illustrierter Beobachter (6.10.1938): o. S.

¹¹⁰ Illustrierter Beobachter (6.10.1938): o. S.

¹¹¹ Illustrierter Beobachter (17.11.1938): S. 1786 f.

¹¹² Illustrierter Beobachter (17.11.1938): S. 1786.

¹¹³ Illustrierter Beobachter (17.11.1938): S. 1787.

¹¹⁴ Illustrierter Beobachter (17.11.1938): S. 1787.

noch in den 1920er-Jahren vermutlich liberal bis konservativ eingestellt. Sympathien für Sozialdemokratie oder Nationalsozialismus waren selten.¹¹⁵ Viele bezeichneten sich als „ostasiatische Kosmopoliten“.¹¹⁶ Von den in Japan ansässigen NSDAP-Organisationen gewann scheinbar nur der Nationalsozialistische Lehrerbund (NSLB) an Bedeutung.¹¹⁷ Seit Mitte der 1930er-Jahre waren NS-Organisationen zunehmend damit beschäftigt, Besucher aus Deutschland zu betreuen.¹¹⁸ Ein starkes mediales Echo rief eine 1938 von Tōkyō aus durch ganz Japan reisende Delegation der Hitler-Jugend hervor. Robert Schinzinger, einem zu jener Zeit in Japan ansässigen Deutschlehrer,¹¹⁹ erschien sie „etwas zu absichtlich auf ‚nordisch‘ ausgewählt“, „wie eine Zuchtviehschau“.¹²⁰

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Ist man auf japanischer Seite bei der Erstellung der *Shashin shūhō* bemüht, dem vorwiegend jungen Leser Identifizierungsmöglichkeiten mit der deutschen Jugend zu bieten¹²¹ und Deutschland als Verbündeten und für Japan vorbildlichen, starken Militärstaat zu inszenieren,¹²² bleibt „Asien“ insgesamt, Japan eingeschlossen, so wie es sich den Lesern des *Illustrierten Beobachters* darbietet, ein „Exotikum“. Die in der Zeitschrift abgedruckten Artikel zu China fallen zwar im untersuchten Zeitraum im Vergleich zu Japan quantitativ weitaus größer aus, berühren jedoch in der Regel Themenfelder, die außerhalb der Erfahrungswelt des durchschnittlichen deutschen Lesers liegen und ein exotisches Asienbild entwerfen,¹²³ wie auch der vorliegende Fall eines Berichtes zu einer Begräbniszeremonie in Hongkong veranschaulicht: Einen ersten Anhaltspunkt hierfür bildet auf der gestalterischen Ebene die bewusste Variation der Schriftart der Überschrift „Der reiche Chang ist tot“, die vom Rest des Foto-Text-Artikels abweicht. Hinzu kommen die für den Artikel ge-

¹¹⁵ Bieber (2010): S. 11 f.

¹¹⁶ Bieber (2010): S. 12.

¹¹⁷ Bieber (2010): S. 16.

¹¹⁸ Bieber (2010): S. 18, 20.

¹¹⁹ Bieber (2010): S. 11.

¹²⁰ Bieber (2010): S. 20.

¹²¹ Iwamura (2007): S. 98.

¹²² Iwamura (2007): S. 93 f.

¹²³ Ein Beispiel für dieses exotische Asienbild bildet der mehrteilige Bericht „Bismillah: Vom Huang-ho zum Indus von Prof. Dr. Wilhelm Filchner, enthalten in mehreren Ausgaben des Jahres 1938. Er beginnt in der Ausgabe vom 22.9.1938 (*Illustrierter Beobachter* (22.9.1938): S. 1385 f, 1388, 1390) und erhält seine 13. Fortsetzung in der Ausgabe vom 22.12.1938 (*Illustrierter Beobachter* (22.12.1938): S. 2004, 2006). Gleichzeitig untermauern fortgesetzte Texte wie der genannte die im Vergleich zur *Shashin shūhō* ausgeprägtere Textlastigkeit. Ebenfalls genannt sei der Fortsetzungsartikel „Altchinesische Sternzeichen, Kalender und Drachensymbole“ von R. von Elmayer-Vestenbrugg (*Illustrierter Beobachter* (4.8.1938): S. 1146, 1148; *Illustrierter Beobachter* (11.8.1938): S. 1178).

wählten Abbildungen eines Begräbnisses, welche sich ohne das durch die Bildunterschriften vermittelte Hintergrundwissen und einen den Kontext der Fotografien erläuternden Text kaum erschließen lassen. Der *Illustrierte Beobachter* richtet sich primär an „deutsche Menschen“,¹²⁴ die „Volksgemeinschaft“, sodass die Exotisierung des „Fremden“ im vorliegenden Fall nicht zu überraschen vermag.

Der Bündnispartner Japan wird in den für 1937 überlieferten Presseanweisungen zwar häufig thematisiert, spielt jedoch insgesamt eine untergeordnete Rolle.¹²⁵ Diese Tendenz spiegelt sich auch auf der Ebene des *Illustrierten Beobachters*, in welchem Japan sehr selten zum Thema gemacht wird. Hinzu kommt im vorliegenden zweiten Bildbeispiel, dass nicht ein genuin „japanisches“ Thema aufgegriffen wird, sondern über Deutsche in Japan berichtet wird: Die Abbildung behandelt den Besuch von Abgesandten der Hitler-Jugend und deren Begrüßung durch eine am Bahnhof stehende Menschenmenge – offensichtlich eine Gruppe deutscher „Volksgenossen“ – in Tōkyō. Dass es sich bei den Abgebildeten zumeist um Erwachsene überwiegend männlichen Geschlechts handelt, deckt sich mit den Beobachtungen Biebers zur Zusammensetzung der deutschen Bevölkerung Japans in den 1930er-Jahren¹²⁶ und lässt somit den Schluss zu, dass es sich im vorliegenden Fall um eine authentische Abbildung handelt. Dass eine große Anzahl an Menschen zur Begrüßung gekommen ist, obwohl sich die Mehrzahl der in Japan lebenden Deutschen in den 1920er-Jahren noch als „ostasiatische Kosmopoliten“¹²⁷ bezeichnete, spricht meiner Meinung nach dafür, dass es sich bei der Ankunft der Hitler-Jugend in den Augen der Zeitgenossen um ein besonderes, nicht alltägliches Ereignis handelte. Vergleicht man das Bild mit der zuvor behandelten Fotografie der *Shashin shūhō* zum Besuch deutscher „Volksgenossen“ in Japan, so fällt auf, dass im direkten Vergleich auch die hier analysierte Inszenierung nicht ohne eine, wenn auch am rechten Bildrand platzierte, nationalsozialistische Autoritätsperson, im hier behandelten Fall einen Mann in schwarzer, mit einem Emblem der Hitler-Jugend versehener Uniform,¹²⁸ auskommt, während auf japanischer Seite lediglich eine jubelnde Menschenmenge abgebildet ist.

¹²⁴ *Illustrierter Beobachter* (19.8.1943): o. S.

¹²⁵ Wilke (2007): S. 164 f.

¹²⁶ Bieber (2010): S. 11.

¹²⁷ Bieber (2010): S. 12.

¹²⁸ Ruhl (1938): o. S.

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Der erste Artikel der *Shashin shūhō* vom 6. Juli 1938 blickt auf ein Jahr japanischer Intervention in China seit dem Zwischenfall an der Marco-Polo-Brücke vom 7. Juli 1937 zurück, in dessen Folge der Zweite Chinesisch-Japanische Krieg (1937–1945) ausbrach. Dies geschieht unter der Überschrift „Ein Jahr Chinesisch-Japanischer Krieg“ auf knappem Raum von nur einer Zeitschriftenseite. Im Mittelpunkt der Darstellung steht eine Bildmontage, bestehend aus einem Teil einer Fotografie eines Kleinkindes im Vordergrund sowie einem Teil eines Artikels einer *Asahi-Shinbun*-Ausgabe im Hintergrund. Bei dem Kind handelt es sich um einen kleinen Jungen mit kurzen, schwarzen Haaren, welcher nackt und sitzend von vorne fotografiert wurde. In beiden Händen hält er den Stock einer Flagge fest, die für den Betrachter eindeutig erkennbar als japanische *Hinomaru* identifiziert werden kann. Der Hintergrund der Fotografie ist grau gehalten und lässt keine weiteren Personen oder Objekte erkennen. Das Bild des Kindes wurde in einem Zackenmuster ausgeschnitten, das einem Laubblatt ähnelt, und anschließend auf einen Artikel der *Asahi Shinbun* montiert, von dem nur noch einzelne Bestandteile zu lesen sind. Der Artikel behandelt die militärischen Auseinandersetzungen zwischen Japan und China: Eindeutig zu erkennen ist die rechts am Rand positionierte Überschrift „Beijing unter den Truppen Japans und Chinas“ („*nisshi ryōgun Peipin*“, 「日支兩軍北平」). Zusätzlich sind einzelne Wörter wie „bewaffneter Konflikt“ („*kōsen*“, 「交戦」) links am Rand oder „Konfrontation“ („*taiji*“, 「対峙」) im unteren Teil der Montage erkennbar. Der von den Redakteuren der *Shashin shūhō* verfasste, unterhalb der Abbildung positionierte Text betont zunächst das Ausmaß der militärischen Auseinandersetzung mit China. Dies ist für den Leser bereits auf visueller Ebene erkennbar durch das gehäufte Auftreten der Kanji für „Krieg, Konflikt“ (*sen*, 戦) und „Armee, Truppe, Heer“ (*gun*, 軍) in mehreren Komposita.¹²⁹ Dann geht der Text jedoch dazu über, Leid und Zerstörung durch den Krieg mit den erfolgten Aufbauleistungen und der Zufriedenheit der Bewohner zu kontrastieren:

„Ein am frühen Abend des Tanabata vor einem Jahr in der Nähe der Marco-Polo-Brücke in der Vorstadt Pekings die Stille der Nacht durchdringender Schuss erlangte weltgeschichtliche Bedeutung.

Die resoluten Truppen der kaiserlichen Streitkräfte waren seither involviert in die militärischen Unternehmungen um Chahar, die Hafengegenden um Peking und Hankou, Shanxi oder auch in den Vernichtungskrieg am Nordufer des Hwangho, in die Konflikte in Zentralchina und Xuzhou. Ihr Vormarsch konnte nicht aufgehalten werden durch steiles Gelände, durch Ödland, den gelben Staub, den bis zur Hüfte reichenden Morast, durch Hitze und bittere Kälte. Die Armeen des antijapanischen Widerstandes hingegen erwiesen sich als außerordentlich schwach. In diesem Augenblick, in dem Hankou, die zweite Hauptstadt des Feindes, vor der

¹²⁹ *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [3].

Macht der kaiserlichen japanischen Streitkräfte erzittert, durchdringt unser heiliges, japanisches Blut bereits seit einem Jahr Tropfen für Tropfen den chinesischen Boden. Inzwischen jedoch haben auch farbenfroh grüne Knospen begonnen, ihren Kopf gen Himmel zu recken.

In Peking und Nanking hallt das Echo von Hämmern des heiteren Wiederaufbaus, die neue Volkssouveränität ließ den Albtraum des antijapanischen Widerstandes zerreißen und zauberte den Menschen ein heiteres Lächeln ins Gesicht. In der Gunst des Kaisers wandelte sich Tongzhou zu einem Hort der Fröhlichkeit, die bedauernswerten Gefangenen der Truppen des antijapanischen Widerstandes waren geblendet vom Glanz des Wiederaufbaus, die Befriedungstruppen schritten energisch zur Tat, Tongzhou war von Fröhlichkeit durchdrungen. Die Gestalt jener zukünftigen jungen Beamten, welche an der Akademie des neuen Volkes lehren und die Aufgabe der Gestaltung des Neuen China auf ihren Schultern tragen, das lebendige Lächeln der Schülerinnen der Haushaltsschulen – was sich in der hier [in dieser Ausgabe der *Shashin shūhō*, eigene Anm.] sichtbaren Reihe an Illustrationen offenbart, ist das ehrwürdige Aufkeimen des Potentials dieser Menschen.“¹³⁰

Im Text wird anschließend folgendermaßen eine Verbindung zu Kleinkindern hergestellt:

„Auch jene Säuglinge, welche in der Nacht des Ausbruchs des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges zum ersten Schrei nach der Geburt ansetzten, wachsen allesamt wohlgenährt heran. Möge das China unter der neuen Ordnung gemeinsam mit diesen Säuglingen gesund zu wahrer Stärke heranwachsen.“¹³¹

Das abgebildete Baby selbst jedoch stammt nicht aus China, es heißt Haruyama Tetsuo und wurde am 7. Juli 1937 in Tōkyō geboren, wie eine in Klammern gesetzte, am Ende des Artikels stehende Bilderläuterung zu verstehen gibt. Die Aufnahme selbst stammt vom 23. Juni 1938. Als Urheber der Fotografie wird lediglich das *Naikaku jōhōbu* angegeben.¹³²

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Hinomaru-Flagge: Siehe vorherige Erläuterung.

Zur japanischen Bildungspolitik in „Großostasien“: Wie bereits im Kapitel zu allgemeinen Tendenzen japanischer Propaganda angesprochen, existierte in der japanischen Gesellschaft der 1930er- und 1940er-Jahre eine lebhaft diskutierte Aufgaben und Gestaltung von Propaganda, unter anderem in Publikumszeitschriften und Zeitungen,¹³³ als dessen Bestandteil der folgende Aufsatz Ōkura Kinmochi verstanden werden kann. Zum Autoren liegen keine näheren biografischen Informationen vor. Sein Werk wurde 1943 in einem von der *Yomiuri Shinbun* zusammengestellten Sammelband publiziert. Der

¹³⁰ *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [3].

¹³¹ *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [3].

¹³² *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [3].

¹³³ Kushner (2002): S. 2, 4.

Band hat den Titel „Aktuelle Abhandlungen zu Großostasien“,¹³⁴ Ökuras Aufsatz heißt „Zur Förderung der Erziehung zur Entwicklung Asiens“.¹³⁵ Er gibt einen Eindruck davon, welches Leitbild der Erziehung von Kindern und Jugendlichen in den besetzten Gebieten verfolgt werden sollte:

„Bei dieser Art der neuen Erziehung handelt es sich mit anderen Worten um eine Erziehung zur Entwicklung Asiens. Eine derartige Erziehung hat die Neuordnung Großostasiens zum Ziel. Sie strebt danach, dass der Eigennutz zugunsten des ganzheitlichen Dienstes am Vaterland aufgegeben wird, danach, dass Japan gemeinsam mit den anderen Völkern Ostasiens in Eintracht lebt, dies, indem sie Nationen ausbildet, die vom Geist beseelt sind, den ewigen Frieden in Ostasien herbeizuführen.“¹³⁶

Die *Shashin shūhō* vermittelt, dass die Grundlage der „neuen Ordnung“ Chinas zunächst die im Rückblick als notwendig dargestellten militärischen Interventionen Japans waren. Die gewaltsam geschaffene Ordnung soll nunmehr durch die Erziehung der chinesischen Jugend im Sinne der japanischen Machthaber stabilisiert werden. Die junge Generation soll zu einem Befürworter des japanischen Vormarsches in Ostasien zur Schaffung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ werden.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Der Kontrast von Krieg und Frieden bildet den inhaltlichen Dreh- und Angelpunkt der vorliegenden Abbildung einschließlich ihres Begleittextes. Dieser wird zunächst erreicht durch die besondere Herausstellung der zeitlichen Dimension, wodurch das vorliegende Propagandabeispiel auf japanischer Seite an die Tendenz deutscher Propaganda erinnert, sich an Tagespolitik und als wichtig erachteten Notwendigkeiten auszurichten.¹³⁷ Die im Juli 1937 einsetzenden kriegerischen Auseinandersetzungen werden mit den exakt ein Jahr nach Ausbruch des Krieges vorgeblich erfolgten Aufbauleistungen und der Unterstützung Japans durch die einheimische chinesische Bevölkerung kontrastiert. Auf Textebene wird dieser Gegensatz auf mehrere Weisen hervorgehoben und zugleich werden die Gegner Japans diskreditiert, indem im zweiten Absatz zunächst eine Vielzahl von Beschwernissen aneinandergereiht werden, denen sich die japanischen Truppen ausgesetzt sahen, zudem regional begrenzte Auseinandersetzungen in China aufgezählt werden, in die allesamt die japanische Armee involviert war. Soll auf diese Weise Sympathie für die japanischen Besatzer geweckt werden, wird zugleich der „antijapanische Widerstand“ anonymisiert. Ihm wird kein Durchhaltewillen, keine Opferbereitschaft bescheinigt, wie dies auf Seite der japanischen Truppen der Fall sei,

¹³⁴ Kenshinsha (1943).

¹³⁵ Ökura (1943).

¹³⁶ Ökura (1943): S. 246.

¹³⁷ Bussemer (2005): S. 173.

die ihr „heiliges, japanisches Blut bereits seit einem Jahr Tropfen für Tropfen de[m] chinesischen Boden“ überlassen. Er wird stattdessen als außerordentlich schwach charakterisiert.

Nunmehr geht der Text dazu über, die chinesische Jugend als große Hoffnung für die Verwirklichung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ zu inszenieren. Vom „Aufkeimen“ der „jungen Beamten“ und „Schülerinnen der Haushaltsschulen“ ist die Rede, ebenso von „Säuglinge[n], welche in der Nacht des Ausbruchs des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges zum ersten Schrei nach der Geburt ansetzten“ und nunmehr „allesamt wohlgenährt“ heranwüchsen. Während die im Kriegseinsatz gegen Japan kämpfenden Truppen besiegt oder gefangen genommen wurden, dienen die noch jungen, ideologisch weitgehend unbeeinflussten und noch formbaren Kinder und Jugendlichen den Redakteuren der *Shashin shūhō* im vorliegenden wie weiteren zu analysierenden Beispielen als Zukunftssymbol der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, was im Einvernehmen mit propagandistischen Tendenzen der Zeit steht.¹³⁸ „Großostasien“ wird als zukünftiger Zusammenschluss der Nationen Ostasiens propagiert, der die friedliche Koexistenz der in der Region befindlichen Völker sicherstellen soll. Zur Sicherung des Friedens kommt dem in China zu etablierenden Bildungswesen eine besondere Aufgabe zu, was nicht nur durch die Schilderungen der *Shashin shūhō* nahegelegt wird, sondern ebenso durch die Äußerungen Ōkura Kinmochi „zur Förderung der Erziehung zur Entwicklung Asiens“, welche als Beispiel für den pädagogischen Diskurs der Zeit dienen.¹³⁹

Wendet man sich der Montage von Fotografie und Zeitungsartikel zu, so fällt zunächst auf, dass zur Visualisierung der militärischen Auseinandersetzungen seit Juli 1937, insbesondere um Beijing und dessen näherer Umgebung, ein Artikel der *Asahi Shinbun*, einer der auflagenstärksten Zeitungen Japans, gewählt wurde. Dies kann folgendermaßen erklärt werden: Eine Kontrastierung aktueller Berichterstattung mit jener von vor einem Jahr mittels einer älteren Ausgabe der *Shashin shūhō* ist den Redakteuren nicht möglich, da diese ab 1938 erscheint. Stattdessen bedient man sich einer Ausgabe der Zeitung *Asahi Shinbun*, was der Schilderung der in der Vergangenheit liegenden Konflikte einen seriösen Anstrich verleiht, obgleich ab der Mitte der 1930er-Jahre sämtliche Zeitungen der strengen Kontrolle durch die Regierung unterworfen waren.¹⁴⁰ Dies wiederum hat zur Folge, dass die unterhalb der Montage geschilderten Umstände ebenfalls an Glaubwürdigkeit gewinnen.

Für den entscheidend auf die Gestaltung der *Shashin shūhō* Einfluss nehmenden Hayashi Ken'ichi „gibt es keine bedeutsamere Nachricht als die des Krieges“.¹⁴¹ Zudem bemerkt er: „Neuigkeiten können im zeitlichen Verlauf

¹³⁸ Carter (2009): S. 181.

¹³⁹ Ōkura (1943): S. 246.

¹⁴⁰ De Lange (1998): S. 150.

¹⁴¹ Hayashi (1943 I): S. 212 f.

den Charakter einer Neuigkeit vollständig verlieren. Umgekehrt kann ab und an etwas, was vorher nicht den geringsten Nachrichtenwert besaß, je nach Zeit und Ort zur Neuigkeit werden.“¹⁴² Im vorliegenden Fall werden zur Propagierung des Krieges nicht nur die zahlreichen Konflikte und Beschwerden aneinandergereiht, welchen sich die kaiserliche japanische Armee in der Vergangenheit ausgesetzt gesehen habe und aus welchen sie siegreich hervorgegangen sei. Die nunmehr erfolgten Aufbauleistungen im besetzten China erlangen ein Jahr nach dem Zwischenfall an der Marco-Polo-Brücke vom 7. Juli 1937 ebenfalls an Nachrichtenwert, da durch sie im Nachhinein die kriegerische Auseinandersetzung legitimiert wird.

Vor diesem Hintergrund dient die mit der Zeitungsseite der *Asahi Shinbun* kombinierte Fotografie dem symbolischen Ausdruck der japanischen Aufbauleistungen im besetzten China, visualisiert durch einen nackten japanischen Säugling, welcher die *Hinomaru* hält, die als Symbol des japanischen Angriffskrieges im asiatischen Raum¹⁴³ sowie vom Feind zurückeroberte Gebiete¹⁴⁴ aufgefasst werden kann. Das die japanische Flagge haltende Kind wird zum Symbol des Wiederaufbaus in China. Hiermit wird impliziert, dass eine blühende Zukunft des Landes nur unter japanischer Führung denkbar ist. Dass für die Abbildung kein chinesisches Kind gewählt wurde, mag mit dem noch nicht erfüllten „Bildungsauftrag“ Japans in China zusammenhängen: Wenn die junge chinesische Generation im Sinne der japanischen Besatzer erzogen wurde, dann wird sie ebenso wie das japanische Kleinkind die *Hinomaru* in Händen halten. Die Redakteure hegen die Hoffnung, dass „das China unter der neuen Ordnung gemeinsam mit diesen Säuglingen gesund zu wahrer Stärke heranwachsen“ möge, womit eine metaphorische Verbindung zwischen japanischen Kleinkindern und chinesischem „Wiederaufbau“ geschaffen ist. Der Formulierung wohnt über die soeben geschilderte politische Komponente hinaus eine „rassistische“ Aussage inne, da sie in Kombination mit der Fotografie des japanischen Kindes impliziert, dass auch und gerade japanische Kleinkinder ihren Weg nach China finden und entscheidend an der Gestaltung des Landes teilhaben, etwa durch die von der japanischen Regierung initiierte Massenmigration.¹⁴⁵ Das für die Fotografie gewählte Zuckenmuster hebt diese nochmals hervor, wodurch eine Kontrastierung der distanzierten, berichtenden Ebene der *Asahi Shinbun* mit der die Emotionen des Rezipienten ansprechenden Abbildung des Kleinkindes erreicht wird, darüber hinaus der bereits zu Beginn genannte Gegensatz von Krieg und Frieden, Zerstörung und Aufbau, Tod und Geburt gesondert betont wird. Ebenso wie die zuvor betrachtete Darstellung singapurischer Kinder bestätigt die Montage die von Tsuruoka Satoshi formulierte Tendenz, Ost-

¹⁴² Hayashi (1943 I): S. 216.

¹⁴³ Ishiyama (1999): S. 15.

¹⁴⁴ Ishiyama (1999): S. 17.

¹⁴⁵ Young (1998): S. 4.

asien als eine Region darzustellen, welche sich Tag für Tag zum Positiven hin entwickelt.¹⁴⁶

Die erfolgten Beobachtungen legen den Schluss nahe, dass bei Gestaltung der vorliegenden Abbildung mit Blick auf den Rezipienten die Wirkung des Zeichens als logischem Interpretanten leitend war: Die Darstellung des Säuglings, die symbolisch für die Aufbauleistungen Japans in China steht, dient dazu, beim Rezipienten auf Dauer die Denkgewohnheit zu etablieren, dass der Eingriff japanischer Truppen in China mittel- und langfristig dem Wohlergehen beider Länder dient.

¹⁴⁶ Tsuruoka (2008): S. 329.

„Wachst heran, wächst heran, Kinder Ostasiens“ (8.12.1943)



版、世界へ大手をふつて
ゆくのみ大陸等は東亞の子
新たにひらけた地平よ 海よ
纏け 纏け 世界は開た
マライの子 インドの子
ビルマの子供も ジャワの子も
皆な伸びゆく 元氣よく
東亞の子供の輪踊りた
東亞の天地で 輪踊りた
祖國よ 母よ みてごらん
地球を飾る花冠り
絶し東亞の輪踊りた

カンボウ・コアラムの法政館に日の丸を揮
けて下つた大マナラの旗の信を預きし
て下さい。これこそ東亞の誇るべき
印です。

中国の旗は花つ
て、もろろん大
東亞の子です。大
別と元氣です。

ボス、マライ、デス

インドも合併せ入
れて来


カタシ、タイヨ

セルブス、カシ

カタマ、カ仲間

馬のたがはてすすす、馬のたがはてすすす
足こもたがはてすすす、馬のたがはてすすす
馬のたがはてすすす、馬のたがはてすすす

子の東を育く育



I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Die 300. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 8. Dezember 1943 erschien unter dem Titel „Zwei Jahre Großostasiatischer Krieg“. Schwerpunktmäßig behandelt werden entsprechend die durch Japan „befreiten“ Länder Ostasiens. Auf den Seiten 6 und 7 befindet sich ein Artikel namens „Wachst heran, wächst heran, Kinder Ostasiens“, die Kanji der Überschrift sind in kleinen Kreisen angeordnet, was der Überschrift ein verspielt-kindliches Aussehen gibt.¹⁴⁷ Von dessen erster Seite soll im Folgenden eine Fotografie analysiert werden, die die gesamte obere Hälfte einnimmt.¹⁴⁸ Das Bild ist auf den *Shashin kyōkai* zurückzuführen, denn am Ende der Ausgabe heißt es: „Werke, deren Fotograf oder Beitragender nicht separat kenntlich gemacht wurden, gehen auf die rechtsfähige Stiftung des *Shashin kyōkai* zurück.“¹⁴⁹ Die Fotografie zeigt drei Jungen im Grundschulalter, die nebeneinander auf einer Konstruktion stehen, die einer Rampe ähnelt. Sie tragen einfache, sich jedoch stark voneinander unterscheidende Kleidung: Der auf der Fotografie links abgebildete Junge trägt ein einem Barett ähnelndes Kleidungsstück, ein helles, kurzärmeliges Hemd sowie eine fast bis zu den Knöcheln reichende, gestreifte Hose, der mittlere Junge möglicherweise einen Soldatenhelm, ebenfalls ein helles Hemd und eine über den Knien endende, dunkle, kurze Hose, der rechts zu sehende Junge trägt eine Kopfbedeckung, bei der es sich um einen Fes (in arabischen Ländern von Männern getragene kappenartige Kopfbedeckung aus rotem Filz in Form eines Kegelstumpfes mit einer Quaste) handeln könnte, sowie ein helles, weit geschnittenes, langärmeliges, knielanges Hemd.¹⁵⁰ Im unteren rechten Teil der Zeitschriftenseite befindet sich die Fotografie eines Jungen, welcher dem rechts abgebildeten Kind stark ähnelt. Ihm wird mittels Unterschrift die Aussage zugeschrieben „Ich komme aus Malaya“,¹⁵¹ sodass zunächst Grund zur Annahme besteht, dass der auf der Rampe abgebildete Junge von der Malaischen Halbinsel kommt.

Das linke und mittlere Kind salutieren, während das rechte Kind mit beiden Händen eine Stange nach oben hält, an deren Ende sich eine *Hinomaru* befindet. Im Hintergrund sieht man einen wolkenlosen Himmel und ein in Weiß erstrahlendes Monument in Form einer Kugel, die von einer dunklen Linie oder Einbuchtung durchzogen ist, die den Umfang der Konstruktion besonders betont. Die Kugelform fügt sich elegant an die Form der Rampe, auf der die drei Kinder stehen. Folgende Bildbeschreibung verweist auf das soeben beschriebene Bild und ordnet alle abgebildeten Personen der Insel Sumatra zu: „Stellt euch vor, von welchem Stolz wir erfüllt waren, als wir Kinder

¹⁴⁷ *Shashin shūhō* (8.12.1943): S. 6.

¹⁴⁸ *Shashin shūhō* (8.12.1943): S. 6.

¹⁴⁹ *Shashin shūhō* (8.12.1943): S. 40.

¹⁵⁰ *Shashin shūhō* (8.12.1943): S. 6.

¹⁵¹ *Shashin shūhō* (8.12.1943): S. 6.

Sumatras die Hinomaru an den Äquatormarkierungen Kampongs und Kottarams hissten. Es ist der Stolz sämtlicher Bewohner Großostasiens.¹⁵² Zudem wird die Abbildung ergänzt durch einen weiteren Text, der sich im oberen linken Teil der Fotografie, parallel zur Hinomaru verlaufend, befindet. In senkrecht angeordneter Schrift und in Verse unterteilt heißt es dort:

„Die Arme ausgestreckt¹⁵³ in die weite Welt
Wir, die Kinder Ostasiens
Der sich uns von Neuem öffnende Horizont / die See
Erstrahle / erstrahle / die Welt in Morgenrot getaucht
Wir, die Kinder von Malaya / die Kinder Indiens
die Kinder Birmas / und auch Javas
in Harmonie / und voller Zuversicht
die Kinder Ostasiens im Kreistanz
im Kosmos Ostasiens im Kreistanz
Länder unserer Vorfahren / ihr Mütter / seht
den den Erdball zierenden / Blumenkranz
den unser Glück verheißenden / Kreistanz“¹⁵⁴

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zu den genannten Äquatormonumenten: Sowohl zu den angesprochenen Äquatormonumenten in Kampong (Kambodscha) und Kottaram (Indien) als auch zu dem auf der Fotografie abgebildeten Gebäude liegen mir keine weiteren Informationen vor.

Zur Hinomaru-Flagge: Siehe vorherige Erläuterung.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Wie bereits bemerkt waren Ende 1942 weite Teile Ostasiens unter japanischer Besatzung und der japanische Einfluss erreichte seinen Höhepunkt.¹⁵⁵ Repräsentanten der fünf Staaten der so genannten „Wohlstandssphäre“, Burma, Thailand, China, den Philippinen und Mandschukuo, kamen im November 1943 zur „Großostasienskonferenz“ in Tōkyō zusammen, die für ihren Ausdrück panasiatischer Solidarität und die Verurteilung des westlichen Imperialismus gelobt wurde, jedoch nur wenige konkrete Pläne zur wirtschaftlichen Entwicklung der betreffenden Regionen formulierte. Vor Ort bestimmten die anwesenden japanischen Militärs die Politik. Die Härte, mit der die japanischen Besatzungsmächte vorgehen, führte zu lokalen Unabhängigkeitsbewegungen.¹⁵⁶ Dieser für Japan problematischen Entwicklungen ungeachtet

¹⁵² Shashin shūhō (8.12.1943): S. 6.

¹⁵³ Oder auch „erhobenen Hauptes“, „mit Stolz erfüllt“.

¹⁵⁴ Shashin shūhō (8.12.1943): S. 6.

¹⁵⁵ Gordon (2014): S. 203.

¹⁵⁶ Gordon (2014): S. 208 f.

vermittelt der Artikel „Wachst heran, wachst heran, Kinder Ostasiens“, darunter die angesprochene Foto-Text-Montage, zweierlei: Das gemeinsame Ziel aller Länder Ostasiens, die Realisierung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“, lässt kulturelle Unterschiede bedeutungslos werden. Kinder aller Länder „Großostasiens“ werden zum Symbol des wirtschaftlichen und kulturellen Erblühens der betreffenden Länder, zum Symbol des Aufbaus und Fortschritts,¹⁵⁷ zum Symbol des Lebens im Kontrast zu Krieg und Tod.

Nur durch die Bilderläuterung wird für sämtliche Japanisch lesenden Rezipienten erkennbar, dass die Situation auf der betreffenden Fotografie in der unmittelbaren Nähe eines Äquatormonuments zu verorten sein soll. Im Einklang mit der japanischen Parole des *hakkō ichi'u* (八紘一宇, etwa „acht Enden der Welt unter einem Dach“, eine Parole Japans im Zweiten Weltkrieg (1939–1945) zur Legitimation imperialistischer Bestrebungen¹⁵⁸) versammeln sich die Nationen „Großostasiens“ unter der japanischen Flagge, vorgeblich aus freiem Willen heraus. Neben Japan werden drei Länder in der Bilderläuterung genannt, neben Sumatra mit Erwähnung von Kampong Kambodscha und mit Erwähnung von Kottaram Indien. Die abgebildeten Kinder Sumatras werden zu überregionalen Stellvertretern aller Länder „Großostasiens“, die sich bereitwillig unter der *Hinomaru* versammeln, indem sie in Kambodscha und Indien die japanische Flagge hissen. Sie selbst sind es, die sich in der Bildbeschreibung als „stolz“ bezeichnen und diesen Stolz zum „Stolz sämtlicher Bewohner Großostasiens“ erklären. Japans Vorreiterrolle im ostasiatischen Raum und der damit verbundene Machtanspruch werden somit legitimiert. Die Visualisierung des diesen Anspruch bejahenden Teiles der Bevölkerung „Großostasiens“ durch Kinder erzeugt beim Rezipienten, abseits der textlichen Ebene, Sympathie (emotionaler Interpretant). Zudem wird Kindern im Vergleich zu Erwachsenen häufig bezüglich ihrer Ansichten ein besonderes Maß an „Unvoreingenommenheit“ und „Natürlichkeit“ zugeschrieben, was zur Lenkung des Rezipienten auf Ebene des logischen Interpretanten beiträgt.

Die Fotografie bekräftigt den Eindruck von Übernationalität und Freiwilligkeit. Zunächst zum Aspekt der Übernationalität: Kulturelle Unterschiede der verschiedenen Länder „Großostasiens“ sollen an Bedeutung verlieren durch die Aufgabe der Errichtung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ unter japanischer Herrschaft. Zwar erweckt die unterschiedlich gehaltene Kleidung der Kinder zunächst den Eindruck, dass es sich um Personen aus unterschiedlichen Kulturkreisen handle. Dieser Eindruck wird jedoch durch die Bildbeschreibung und die eindeutige Zuweisung zu Sumatra relativiert. Ein weiteres bedeutendes Element von Fotografie und textlicher Erläuterung bildet der Äquator, hiermit verbunden die Äquatormonumente, zunächst textlich erwähnt, schließlich visuell erkennbar auf dem Foto. Man erinnere

¹⁵⁷ So wie Kushner es als Tendenz japanischer Propaganda insgesamt formuliert (Kushner (2002): S. 371).

¹⁵⁸ Beasley (1987): S. 226 f, 244.

sich an die Worte Hayashi Ken'ichis, welcher „Großostasien“ als „in unterschiedliche Volksstämme zersplitterte Region“¹⁵⁹ bezeichnet. Es scheint, als habe man sich hier des kleinsten gemeinsamen Nenners zur Konstruktion von Gemeinsamkeit, der geographischen Nähe sämtlicher Länder zum Äquator, bedient, um den Zusammenhalt propagandistisch zu stärken. Dass diese „Nähe zum Äquator“ ausgerechnet in Form einer monumentalen Konstruktion aus Stein visualisiert wird, die stark an eine Sonne erinnert, kann folgendermaßen erklärt werden: Im selben Jahr formuliert Japans bedeutendster Propagandatheoretiker Koyama Eizō in seinem Werk „Die verschiedenen Völker Ostasiens und die Propaganda“ als kulturell verbindendes Element aller Länder „Ostasiens“ monumentale Steinbauten:

„Die in der großostasiatischen Wohlstandszone gegenwärtig wohnhaften Völker, besonders die verschiedenen im Süden ansässigen, siedelten zum größten Teil vom indischen Festland über, sowie in späterer Zeit vom chinesischen und tibetischen Festland. Diese historischen Entwicklungen reichen nicht weit in die Vergangenheit hinein. Das älteste uns gegenwärtig bekannte im Süden ansässige Volk ging vollständig zugrunde und existiert heute nicht mehr.

Der Grund dafür, dass uns ihre Existenz überliefert ist, besteht darin, dass es sich bei diesen Völkern um Megalithkulturen handelt. Es ist überliefert, dass sie die Eigenart besitzen, aus überaus großen Steinen ihre Bauwerke zu errichten.

Ob diese megalithische Kultur auch in Japan Einzug hielt, bleibt bis heute ungeklärt. In jedem Fall ist jedoch in Bezug auf diese Völker von einer außerordentlich weit entwickelten Kultur zu sprechen, da sie fähig waren, mit derart großen Steinen ihre Bauwerke zu errichten.“¹⁶⁰

Es scheint, als machten sich die Redakteure der *Shashin shūhō* an dieser Stelle die „invented tradition“¹⁶¹ Koyama Eizōs zunutze, um kulturhistorische Verbindungslinien der besetzten Länder untereinander zu konstruieren. Dass das abgebildete Monument durch starken Lichteinfall an eine Sonne erinnert, ohne Bilderläuterung gar mit dieser verwechselt werden kann, unterstreicht den japanischen Herrschaftsanspruch über „Großostasien“, der sich in der Ideologie des Staats-*Shintō* nicht zuletzt in der vorgeblich göttlichen Herkunft des *Tennō* und seiner Abstammung von der Sonnengöttin *Amaterasu Omikami* manifestiert.¹⁶² Die abgebildete Rampe, die sich in ihrer Form an die Sonnenform des Äquatormonuments fügt, kann in diesem Kontext als Visualisierung der Länder „Großostasiens“ unter japanischer Herrschaft verstanden werden.

¹⁵⁹ Hayashi (1943 I): S. 209.

¹⁶⁰ Koyama (1943): S. 35 f.

¹⁶¹ „Invented traditions“ im Sinne Eric Hobsbawms sind definiert als „a set of practices, normally governed by overtly or tacitly accepted rules and of a ritual or symbolic nature, which seek to inculcate certain values and norms of behaviour by repetition, which automatically implies continuity with the past. In fact, where possible, they normally attempt to establish continuity with a suitable historic past“ (Hobsbawm (1983): S. 1).

¹⁶² Lokowandt (2001): S. 44 f.

Zum Aspekt der freiwilligen Akzeptanz des Eingriffs Japans in die Entwicklung der Länder Ostasiens ist zunächst zu bemerken, dass die abgebildeten Kinder sich, visuell erkennbar durch ihre Position auf der Fotografie, der japanischen Nation, symbolisiert durch die *Hinomaru*, unterordnen, wobei einer der Jungen die Flagge hält, während die anderen salutieren. In einer später zu besprechenden Fotografie wird zur Visualisierung der militärischen Stärke der japanischen Nation die japanische Kriegsflagge genutzt (siehe Kapitel 6.5.). Dass ein Verweis auf das japanische Militär in der vorliegenden Abbildung unterbleibt und stattdessen lediglich die *Hinomaru* als Symbol Japans gewählt wurde, unterstreicht ebenfalls das Element der Freiwilligkeit, welches Koyama Eizō in seiner Propagandatheorie als effektives Mittel zur Beeinflussung von Meinungen und Handlungen besonders stark hervorhebt.¹⁶³

Sowohl das einer Sonne gleichende Monument wie auch die *Hinomaru* können sowohl als Symbol Japans als auch der Sonne interpretiert werden. Diese gilt seit Jahrtausenden in zahlreichen Kulturen als Symbol des Lebens. Sie unterstreicht somit die metaphorische Bedeutung der abgebildeten Kinder als Symbol des Aufbaus und Fortschritts im Kontrast zur Zerstörung, als Symbol des Lebens im Kontrast zu Krieg und Tod, die sich zuallererst in der Überschrift „Wachst heran, wächst heran, Kinder Ostasiens“ manifestiert. Diese Bedeutung wird zudem, neben den oben erläuterten, durch die pathetisch formulierten, in die Abbildung eingebundenen Verse transportiert, die als freiwillige Willenserklärung aller Kinder „Großasiens“ formuliert werden. Hier kontrastieren „weite Welt“ und der „sich [...] öffnende Horizont“ mit den Grenzen der einzelnen Nationen, ausgestreckte Hände und „Harmonie“ vermitteln Nähe, Geschlossenheit und Einvernehmen, „Morgenrot“ und „Blumenkranz“ dienen als Symbole des Aufbaus. Gleichzeitig können die Worte „Kreistanz“, „Blumenkranz“ und „Erdball“ als erneute Referenzen auf den Äquator angesehen werden. Die Bedeutungsvielfalt des Ausdrucks *ōde wo furu* (大手をふる) als „die Arme ausgestreckt“, „erhobenen Hauptes“ oder „mit Stolz erfüllt“ lässt hierin eine erneute Referenz auf den in der Bilderläuterung erwähnten „Stolz“ der Kinder erkennen. Die teils durch Wiederholungen und ähnliche Semantik zu charakterisierende, zusätzlich in Verse unterteilte textliche Untermauerung trägt durch ihre Einprägsamkeit auf Ebene des logischen Interpretanten dazu bei, dass der Japanisch lesende Rezipient das vorgeblich friedliche Ansinnen Japans, die Verwirklichung der „Großasiatischen Wohlstandszone“, als Bestrebung im Sinne aller Länder „Großasiens“ verinnerlicht.

Die Abbildung ist von einer erstaunlichen Komplexität und verdeutlicht, dass möglichst eingängige, auf die breite Masse der Bevölkerung zugeschnittene, leicht zu rezipierende Propaganda und die Verflechtung mehrerer, verschiedenste Bereiche referenzierender Bedeutungsebenen keinen Wider-

¹⁶³ Koyama (1937): S. 34.

spruch darstellen. Die Zeitschriftenseite enthält neben zahlreichen, ohne jedwede Bilderläuterung auskommenden Botschaften eine Vielzahl textlicher Referenzen, die sich nur dem Japanisch beherrschenden Leser erschließen, größtenteils jedoch nur die zentralen Bildaussagen durch Wiederholung und metaphorische Umschreibungen unterstützen. Dass die Redakteure der *Shashin shūhō* sich mit einer derart großen Detailverliebtheit an die Gestaltung der Propaganda zur Vermittlung des Konzeptes der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ machen, überrascht kaum, wenn man sich erneut die Worte Koyamas und Hayashis zur immensen Bedeutung der Völker „Großostasiens“ für die propagandistische Aktivität Japans ins Gedächtnis ruft.¹⁶⁴ Gleichzeitig sei an dieser Stelle erneut auf die Worte Horst Bredekamps verwiesen, dass Bildern das Potential innewohne, Waffengänge zu steuern und zu ersetzen (siehe Kapitel 1.6.). Eine propagandistische Überzeugung sowohl der japanischen Bevölkerung wie auch der Angehörigen der Nationen „Großostasiens“ erspart den Japanern im Idealfall militärische Auseinandersetzungen in den besetzten Gebieten und vermittelt den kämpfenden Truppen das Gefühl, für eine erstrebenswerte, gerechte Sache zu kämpfen. Insofern deckt sich die vorliegende Foto-Text-Montage mit den Zielen der *Shashin shūhō*, einen Gegenpol zur antijapanischen Propaganda Englands und Chinas zu bieten und die japanische Bevölkerung zum Krieg zu mobilisieren.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Hayashi (1943 I): S. 209; Koyama (1943): S. 32 f.

¹⁶⁵ Hosaka (2011): S. 4; Shimizu (2008): S. 3.

Zum Deutschlandbild: „Eine Delegation der Hitler-Jugend zu Besuch“
(31.8.1938)



I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Die 29. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 31. August 1938 steht unter dem Titel „Ausgabe mit Anmerkungen zum Luftschutz“. Auf dem Titelbild ist eine Frau mittleren Alters abgebildet, die eine Gasmaskе anlegt.¹⁶⁶ Auf den Seiten 18 und 19 wird trotz dieses Schwerpunktes der Hitler-Jugend unter der Überschrift „Eine Delegation der Hitler-Jugend zu Besuch“¹⁶⁷ ein mit Fotografien des *Naikaku jōhōbu* illustrierter Artikel gewidmet.¹⁶⁸ Dieser wiederum behandelt eine etwa dreißig Personen umfassende, aus Bremen stammende Delegation der Hitler-Jugend, welche am 12. Juli 1938 Deutschland gen Japan verlasen haben soll.¹⁶⁹ Das im Folgenden besprochene Bild zeigt nicht besagte Delegation, sondern die zur Begrüßung erschienenen, in Japan ansässigen Deutschen. Auszumachen sind auf der Fotografie etwas mehr als ein Dutzend mehr oder weniger deutlich erkennbare Personen, als Menschenmasse versammelt vor einem klaren Himmel und einigen wenigen Häusern im Hintergrund. Es handelt sich mehrheitlich um Frauen und Mädchen in heller Klei-

¹⁶⁶ *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [1].

¹⁶⁷ *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [18 f].

¹⁶⁸ *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [18 f].

¹⁶⁹ *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [18].

derung, die in vorderer Reihe stehen. Zwei junge Mädchen in erster Reihe und eine weitere, nicht zu erkennende Person in zweiter Reihe halten deutlich erkennbare Hakenkreuzflaggen nach oben. Die wenigen abgebildeten Männer tragen dunkle Anzüge, die Frauen und Mädchen zumeist helle Kleider und Hüte. Die Abbildung wird ergänzt durch folgende Bilderläuterung: „Mit großer Freude heißen die in Tōkyō wohnhaften Deutschen die aus ihrem strahlenden Vaterland angereiste Jugend willkommen“.¹⁷⁰

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Situation in Tōkyō lebender Deutscher in den 1930er-Jahren sowie zur im Begleittext zur Fotografie behandelten Delegation: Siehe vorherige Erläuterung.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Ende 1938 wurde zur Förderung japanisch-deutscher Beziehungen ein Kulturabkommen geschlossen, welches unter anderem den Austausch der Jugend beider Länder fördern sollte (siehe Kapitel 1.1.). Künftig strebten beide Seiten danach, insbesondere den Austausch Jugendlicher und Studierender, der „künftigen Elite“ Deutschlands und Japans, zu fördern.¹⁷¹ Ebenfalls wurde bemerkt, dass seit Mitte der 1930er-Jahre von deutscher Seite her von einer regelrechten Propaganda für das nationalsozialistische Deutschland in Japan die Rede sein kann, die sich unter anderem in der Entsendung von Jugend- und Studentendelegationen manifestierte.¹⁷² Hans-Joachim Bieber betont vor diesem Hintergrund die besondere Bedeutung einer 1938 nach Japan entsandten Delegation der Hitler-Jugend.¹⁷³ Diese erhielt kurz vor Abreise neue Uniformen, um ein eindrucksvolles Auftreten nach außen hin zu gewährleisten, wie eine Presseanweisung von 1938 belegt.¹⁷⁴ Das Erscheinen der Delegation in Tōkyō wird von den Redakteuren der *Shashin shūhō* mittels der vorliegenden Fotografie thematisiert.

Wie anhand der Analyse eines der Titelbilder der Zeitschrift aufgezeigt wurde, sollte die in der *Shashin shūhō* der Anfangsjahre häufige Thematisierung der deutschen Jugend das Ziel verfolgen, japanische Kinder und Jugendliche auf den Kriegsdienst vorzubereiten, indem ihnen ihre deutschen Bündnispartner als Vorbild dienen sollten.¹⁷⁵ Im Mittelpunkt der vorliegenden Fotografie steht jedoch die Absicht, der Leserschaft zu vermitteln, mit welcher frenetischer Begeisterung die in Tōkyō ansässigen Deutschen trotz der

¹⁷⁰ *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [19].

¹⁷¹ Bieber (2014): S. 18 f.

¹⁷² Bieber (2014): S. 19.

¹⁷³ Bieber (2010): S. 20.

¹⁷⁴ Bohrmann/Toepser-Ziegert (1999): S. 641.

¹⁷⁵ Iwamura (2007): S. 98.

geografischen Entfernung das Erscheinen der aus Deutschland angereisten Hitler-Jugend feiern und zugleich die Ideologie des Nationalsozialismus unterstützen. Die Rede vom „strahlenden Vaterland“ unterstellt den auf der Fotografie Abgebildeten eine unkritische Sicht auf das Dritte Reich, die zugleich durch die Art der Bildgestaltung untermauert wird: Der im Dienst des *Naika-ku jōhōbu* stehende Fotograf wählte hierzu eine Vorgehensweise, welche bereits vorangehend anhand von Fotografien im Sudetenland lebender Menschen des *Illustrierten Beobachters* erläutert wurde (siehe Kapitel 5.2.). Die abgebildeten Personen sollen einen Querschnitt der Tōkyōer deutschen Bevölkerung darstellen, denn wir sehen Frauen und Männer ebenso wie ein sehr junges und ein etwas älteres Mädchen. Die Diversität der Geschlechter wird visuell dadurch besonders stark betont, dass die Männer dunkle Anzüge tragen, die Frauen und Mädchen hingegen mehrheitlich helle Kleider sowie Hüte. Dass im vorliegenden Fall keine Jungen abgebildet wurden, mag daran liegen, dass die deutsche männliche Jugend das Leitthema des Artikels bildet und somit diese Alters- und Geschlechtsgruppe bereits genügend in den Mittelpunkt gestellt wird. Der Fotograf des *Illustrierten Beobachters* wählt zur Visualisierung der Zustimmung der Menschenmasse zur Ideologie des Nationalsozialismus den von der Menge ausgeführten Hitlergruß, auf japanischer Seite werden hier drei Hakenkreuzflaggen gewählt, ebenso wie an anderen Stellen in der *Shashin shūhō* häufig als Ausdrucksmittel der Zustimmung zur japanischen Politik das Halten oder Wehen der *Hinomaru* oder der japanischen Kriegsflagge gewählt wird (siehe etwa die vorherige Abbildung oder Kapitel 6.5.).

Dass die abgebildeten und *pars pro toto* implizierten Verhältnisse nur wenig mit der historischen Realität gemein haben, legen hingegen die Ausführungen Hans-Joachim Biebers nahe, welcher den deutschen Gemeinden im Japan der beginnenden 1930er-Jahre eine nur vereinzelt ausgeprägte Affinität zum Nationalsozialismus attestiert und von sehr geringen Mitgliederzahlen der in Japan ansässigen NS-Organisationen spricht.¹⁷⁶ Der japanische Leser hingegen soll, so legen es Fotografie und Beschreibung vor ihrem zeitgeschichtlichen Hintergrund nahe, dazu angehalten werden, tief beeindruckt durch die vorgeblich vorliegende tiefe Verbundenheit der in Tōkyō ansässigen Deutschen zu ihren Volksgenossen und ihrem „Vaterland“ eine ebensolche Verbundenheit zur eigenen Nation entwickeln (logischer Interpretant). Dass die Mehrheit der Leserschaft der *Shashin shūhō* die Glaubwürdigkeit der durch das Bild vermittelten Umstände nicht hinterfragt haben wird, zudem nur schwer hinterfragen konnte, wird dadurch nahegelegt, dass nur wenige private Kontakte zwischen Deutschen und Japanern bestanden haben dürften.¹⁷⁷

¹⁷⁶ Bieber (2010): S. 12.

¹⁷⁷ Bieber (2010): S. 11.

5.3. „FEINDBILDER“

Illustrierter Beobachter

„Die jüdische Armee in Palästina“ (10.11.1938)

Seite 4782 Illustrierter Beobachter 1938 / Heft 43



Das sollen sich die Araber denken lassen!
Eine jüdische Streifenpolizei kontrolliert hier einen „arabischen“ Karren.



Dieses Kind ist nicht für den „Juden“, sondern für die palästinensische „Friede“.
„Jude an Hand, mit Kind, mit in diesem Araber im Hand, ertränkt die jüdische Mörderin seine und der“ (Wichtigste Kinderschändung nach Israel).

Die jüdische Armee in Palästina

Illustration: Weidner



„Der Palästina-Heer“ Diese er nicht aus einem Kultur-Güter kommt — hat nicht er jüdische gut aufgeben.



Diese Das ist die „jüdische“ Arbeiter“ bei einer Palästina, Hauptstadt: Die neue Jerusalem, Warum hier geht!



Jüdischer Volkskammer.
Die Arbeiter in diesem Bild ist für eine, Kultur bei in eine Palästina, die Arbeiter auf den Berg-landern in die neue Jerusalem (Israel) England und Palästina.

„Die Zukunft der jüdischen Nation in der Tracht der deutschen Berge!“
(24.11.1938)

Seite 1288 Illustriertes Wochenblatt 1938 / Seite 42

Das wir das nicht lieben-



Zwei der Verkleidungsformen, die sich bei uns häufig selbst finden.

Nicht nur einer Unterwelt.
Nur solche Kleider werden sich gegen Ende finden.

Überhaupt auch die Kleidung einer Stadt.
Einfache Bekleidungsformen, die sich selbst finden.

Gegen jüdische Mörder und Kriegshetzer wenden sich unsere Maßnahmen . . .



Das ist alles, was sie heute geben können!
Aber wenn die Menschen nicht verstehen, was sie glauben, dann werden die Juden nicht nur die Juden, die sie nicht verstehen, die Juden nicht die Juden verstehen, wenn sie die Juden nicht verstehen, die Juden nicht die Juden verstehen, wenn sie die Juden nicht verstehen, die Juden nicht die Juden verstehen.

„Die Zukunft der jüdischen Nation in der Tracht der deutschen Berge!“
(24.11.1938)

1938 / Folge 47 Blätterblätter Beobachter Seite 1788



Die Zukunft der jüdischen Nation in der Tracht der deutschen Berge!
Was bedeutet diese Bild und entsprechende Bild, hat man es aus Ansehen, muss ich aus begreife werden.

...nimmt uns die „Welt“ übel!

... gegen die jüdische Rasse wendet sich der gesunde Instinkt des deutschen Volkes!



Israel Winter aus Wien vor der Gewächshaus der Gärten am Wald.
Der jüdische Zeitungsverkäufer hat, natürlich keine und kein deutsche Staatsangehörige der deutschen
Wien Wohnort. Und ohne die Erlaubnis der Stadt Wien: es muss er mit sich, hat ungenügend
in Wien zu handeln und keine Erlaubnis entgegen zu werden.

Abbildung: Eine Folie.

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Zwei Fotografien, die Bestandteile zweier Foto-Text-Artikel des *Illustrierten Beobachters* vom 10. und 24. November 1938 sind, werden hier exemplarisch für antisemitische Propaganda mit Fotografien von Kindern und Jugendlichen im *Illustrierten Beobachter* behandelt. Das erste Bild ist einem einseitigen Artikel namens „Die jüdische Armee in Palästina“ entnommen, dessen fotografische Darstellungen allesamt von der Agentur Weltbild stammen. Die für die Überschrift gewählte Schriftart lässt als Nachahmung hebräischer Schrift das „Jüdische“ als dem „Deutschen“ fremdartig erscheinen,¹⁷⁸ wie in einem zuvor genannten Foto-Text-Artikel das „Chinesische“ als exotisch inszeniert wurde.¹⁷⁹ Auf dem Bild zu sehen ist eine Frau in dunklem Kleid und weißem Oberteil mit kurzen Armen, das an einen Matrosenanzug erinnert. Sie hat eine Schrotflinte über ihrer linken Schulter und sitzt im Freien auf einem schwarzen, gesattelten Pferd. Ein vor ihr sitzendes Kleinkind hält ebenso wie die hinter ihm sitzende Frau mit einer Hand die Zügel. Anhand dieser beiden Beobachtungen ist anzunehmen, dass das Pferd sich nicht oder nur langsam in Bewegung befindet. Das Kind trägt eine helle Jacke, eine dunkle, kurze Hose sowie lange, dunkle Strümpfe, die in schwarzen Schuhen enden. Die Haare der Abgebildeten wirken dunkel, ihre eindeutige Farbe lässt sich nicht ausmachen.¹⁸⁰ Das Bild hat folgende Unterschrift:

„Dies Bild ist nicht für den ‚IB.‘,
sondern für die philosemitische Presse.
,Hoch zu Roß, mit dem, ach, so herzigen Kindchen im Arm, verteidigt die schöne
jüdische Amazone Haus und Hof.‘ (Ähnliche Atelieraufnahmen nach Bedarf.)“¹⁸¹

Das zweite Bild entstammt einem zweiseitigen Foto-Text-Artikel des *Illustrierten Beobachters* vom 24. November 1938, betitelt mit der über beide Seiten reichenden Aussage „Daß wir das nicht lieben – nimmt uns die ‚Welt‘ übel!“, ergänzt durch die auf beide Seiten verteilten Aussagen: „Gegen jüdische Mörder und Kriegshetzer wenden sich unsere Maßnahmen ...“, „... gegen die jüdische Rasse wendet sich der gesunde Instinkt des deutschen Volkes!“ Die in diesem Artikel genutzten Aufnahmen stammen von einem Fotografen namens Enno Folkerts.¹⁸² Die obere Hälfte der zweiten Seite des Foto-Text-Artikels zeigt drei männliche Jugendliche. Sie haben kurze, dunkle Haare und tragen lange Socken nebst dunklen Schuhen zu kurzen Hosen. Zudem tragen

¹⁷⁸ *Illustrierter Beobachter* (10.11.1938): S. 1702.

¹⁷⁹ *Illustrierter Beobachter* (17.11.1938): S. 1786.

¹⁸⁰ *Illustrierter Beobachter* (10.11.1938): S. 1702.

¹⁸¹ *Illustrierter Beobachter* (10.11.1938): S. 1702.

¹⁸² *Illustrierter Beobachter* (24.11.1938): S. 1792 f. Der hier unterstrichene Teil der Überschrift ist auch im Original unterstrichen.

sie jeweils eine lederne Tasche in der Hand.¹⁸³ Bei ihrer Oberbekleidung handelt es sich um Trachtenkleidung, die dem Alpenraum zugeordnet wird:

„Die Zukunft der jüdischen Nation in der Tracht der deutschen Berge!
Man betrachte dieses Bild und vergegenwärtige sich, daß man es uns verübelt,
wenn wir uns dagegen wehren.“¹⁸⁴

In der Tat ist auf der Fotografie zu erkennen, dass der links abgebildete Junge eine kurze Lederhose nebst weißem Hemd trägt. Auch die Kleidung der anderen beiden Jungen, weiße Hemden nebst Westen mit deutlich sichtbaren silbernen Knöpfen und, im Falle des mittig abgebildeten Jungen, zwei Knopfketten,¹⁸⁵ erinnert an die im bayrischen Raum verbreitete¹⁸⁶ „Miesbacher Tracht“,¹⁸⁷ obgleich sich eine derartige Zuordnung aufgrund der Schwarz-Weiß-Abbildung nicht mit Sicherheit treffen lässt. Die Abgebildeten überqueren eine Straße in einer Innenstadt. Im Hintergrund sind eine Grünfläche und ein Gebäude, möglicherweise eine Buchhandlung, sowie einzelne Passanten zu erkennen.¹⁸⁸

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zum Konflikt in Palästina: Mit der Beendigung osmanischer Herrschaft in Palästina durch australische, neuseeländische und britische Truppen im Jahr 1918 wurde die Grundlage für einen Interessenskonflikt jüdischer und arabischer nationalistischer Bestrebungen gelegt. Dieser verschärfte sich in der ersten Hälfte der 1930er-Jahre unter anderem dadurch, dass die Vertreibung der Juden aus Deutschland eine Einwanderungswelle nach Palästina auslöste. Im Zuge des „arabischen Aufstandes“ wurden zwischen September 1937 und Oktober 1938 etwa 400 Juden Opfer arabischen Terrors. Nach der militärischen Eindämmung des Aufstandes 1938 begünstigte die britische Regierung die arabische Seite, die Einwanderung nach Palästina wurde begrenzt, eine Vielzahl europäischer Juden auf der Flucht vor dem Holocaust wurde abgewiesen.¹⁸⁹

Zur kulturgeschichtlichen Bedeutung der Trachtenkleidung im nationalsozialistischen Deutschland: Wie Ulrike Kammerhofer-Aggermann in einem 2002 publizierten Beitrag zur Salzburger Trachtenkleidung exemplarisch darlegt, wurde die „Tracht“ im Verlauf ihrer etwa 200-jährigen Geschichte durch völkische Strömungen und den Nationalsozialismus instrumentalisiert.¹⁹⁰

¹⁸³ Illustrierter Beobachter (24.11.1938): S. 1793.

¹⁸⁴ Illustrierter Beobachter (24.11.1938): S. 1793.

¹⁸⁵ Illustrierter Beobachter (24.11.1938): S. 1793.

¹⁸⁶ Maier (1976): S. 15.

¹⁸⁷ Maier (1976): S. 81 f.

¹⁸⁸ Illustrierter Beobachter (24.11.1938): S. 1793.

¹⁸⁹ Kießling/Nicklas/Schäfer/Schöllgen/Stadelmann (2005 I): S. 220 f.

¹⁹⁰ Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 317.

„Tracht‘ ist eines jener Phänomene, Worte und Objekte, die besonders im Laufe der letzten 100 Jahre zur Definition von gesellschaftlichen Gruppen und zur Redefinition von deren Heimat-, Geschichts-, Traditions- und Modernitätsbegriff gehören.“¹⁹¹ Das Tragen von Trachten innerhalb des jüdischen Großbürgertums der ersten Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts war Ausdruck ihrer Assimilierung. Erst als Konsequenz rassistischer Anfeindungen wurde es in besonderer Weise wahrgenommen und thematisiert.¹⁹² Im Nationalsozialismus wurde die „Tracht“ zum Mittel politischer Agitation und zum Symbol gesellschaftlicher Ausgrenzung stilisiert.¹⁹³ „Lamberghut und Salzburger Tracht waren durch den ‚Ersten Österreichischen Reichsverband für Alpine Volks- und Gebirgstrachtenvereine‘ zur Kleidung der nationalen und nationalsozialistischen Eiferer geworden. Kombiniert mit kurzer Lederhose und weißen Stutzen [...] wurden sie als Gesinnungskennzeichen getragen und im politischen Kampf eingesetzt.“¹⁹⁴ Ab 1938 war Juden das Tragen von Trachten wie Lederhosen, Joppen, Dirndlkleidern, weißen Wadenstutzen, Tirolerhüten und dergleichen gesetzlich verboten.¹⁹⁵

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Beide Abbildungen sind als antisemitische Inhalte typisch für nationalsozialistische Propaganda, für deren Gestaltung ab Mitte 1943 in Presseanweisungen neben antibolschewistischen Tendenzen zudem antijüdische Darstellungen gefordert wurden.¹⁹⁶ Hierfür werden im *Illustrierten Beobachter* in der Regel eindeutige Dichotomien von „Freund“ und „Feind“ genutzt, bei denen es sich wiederum um ein Charakteristikum von Propaganda im Allgemeinen handelt.¹⁹⁷ Erstes Bildbeispiel diskreditiert die „philosemitische“ Berichterstattung als Ganzes, indem dieser Manipulation in Form gestellter Aufnahmen unterstellt wird. So wird die mit der nationalsozialistischen Ideologie konforme Berichterstattung innerhalb und außerhalb des Reiches als einzig vertrauenswürdige dargestellt und in direkten Gegensatz zu anderen Informationen gesetzt, die die Leser als inszeniert wahrnehmen. Gleichzeitig beinhaltet die Abbildung die inhaltliche Dichotomie von „Freund“ und „Feind“, „projüdisch“ und „antijüdisch“, wobei sich die Redakteure des *Illustrierten Beobachters* eindeutig auf der „antijüdischen“ Seite positionieren, indem durch die Bildunterschrift vermittelt wird, dass „dies Bild [...] nicht für den ‚JB.‘, sondern für die philosemitische Presse“ bestimmt sei. Die bei anderen

¹⁹¹ Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 317 f.

¹⁹² Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 318 f.

¹⁹³ Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 327.

¹⁹⁴ Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 328.

¹⁹⁵ Kammerhofer-Aggermann (2002): S. 329.

¹⁹⁶ Frei/Schmitz (2011): S. 81.

¹⁹⁷ Bussemer (2005): S. 31.

Aufnahmen angestrebte Wirkung, durch Kinder Sympathien beim Betrachter zu wecken, soll hier vermieden werden, indem das auf dem Bild sichtbare Kleinkind in ironischer Weise als „ach, so herzige[s] Kindchen“ bezeichnet wird. Der Möglichkeit, dass die abgebildete, als explizit „jüdisch“ ausgewiesene Frau, „die Vorstellung des Lesers von der ‚idealen Frau‘ [formt]“,¹⁹⁸ so wie Willy Stiewe es bei Frauen anderer „Rassen“ als durchaus zulässiges Mittel der Manipulation annimmt, soll entgegengewirkt werden, indem die Aufnahme der „schöne[n] jüdische[n] Amazone“ als „Atelieraufnahme“ und Auftragsarbeit („Ähnliche Atelieraufnahmen nach Bedarf“) diskreditiert wird.

Die von den Redakteuren angestrebte inhaltliche Dichotomie im zweiten Bildbeispiel besteht in der Gegenüberstellung von „Juden“ und „Deutschen“, vorgeblich „deutscher“ Traditionskleidung und der „Anmaßung“ der jüdischen Jugend, sich mit dieser zu kleiden und somit, für den *Illustrierten Beobachter*, die eigene Zugehörigkeit zur deutschen Nation zu signalisieren. „Daß wir das nicht lieben – nimmt uns die ‚Welt‘ übel!“ lautet die Überschrift des Foto-Text-Artikels, die insofern eine inhaltliche Parallele zum zuvor behandelten Bild aufweist, als dass beide Unverständnis über die Berichterstattung der nicht mit Deutschland verbündeten Länder äußern. Gleichzeitig wird jedoch der Umstand, dass weite Teile des Auslandes sich gegen die nationalsozialistische Ideologie aussprechen, in Frage gestellt, indem das Wort „Welt“ bewusst in Anführungszeichen gesetzt wird. Somit wird auch hier, wenn auch in weitaus dezenterer Weise als durch die vorherige Bildunterschrift, den nicht mit dem Nationalsozialismus konformen Medien Manipulation durch Lüge unterstellt. Diese Gegensätzlichkeit wird zudem betont durch die bewusste Verwendung der Personalpronomen „wir“ und „uns“. Wie bereits erläutert wird außerdem die auf dem Bild erkennbare Trachtenkleidung zum Mittel politischer Agitation: Als „invented tradition“¹⁹⁹ wird sie zum Symbol der Zugehörigkeit zur deutschen Nation umgedeutet, womit das Tragen dieser Kleidung durch Angehörige der „jüdischen Rasse“ in den Augen nationalsozialistischer Propaganda skandalisiert wird. Dass die Aufnahme in einer Innenstadt entstanden ist und die Jugendlichen zudem zur Trachtenkleidung lederne Taschen tragen, vermag im Unterbewusstsein des Rezipienten zusätzliche Irritationen zu wecken.

Die propagandistisch motivierte Abbildung von Kleidung als Symbol nationaler Zugehörigkeit stellt keinesfalls ein genuin deutsches Phänomen dar, wie das zuvor darlegte Beispiel des japanischen „Mutterliedes“ zeigt (siehe Kapitel 5.1.). Anders verhält es sich mit antisemitischer Berichterstattung: In den Ausgaben der *Shashin shūhō* wurden Juden nur ein einziges Mal thematisiert, und zwar in einem Bericht zur jüdischen Bevölkerung in Palästina.²⁰⁰

¹⁹⁸ Stiewe (1936): S. 9.

¹⁹⁹ Hobsbawm (1983): S. 1

²⁰⁰ Iwamura (2007): S. 96; *Shashin shūhō* (28.2.1940): S. 17.

„Signal an Europa, Teil 9“ (14.10.1943)

1943 - Folge 41

ILLUSTRIERTER BEOACHTER

Das Kinder-Paradies

1936

„Die Kinder lauchen ihren Eltern fort, besetzten sie, demnach ist es nur notwendig, sie in die kommunistische Partei einzutreten. Welche Erbschaften kann man ihnen die kleinen Mädchen an die alten ausgeben? Diese Pläne sind natürlich eine wichtige und nicht vernachlässigbare Komponente im Kampf der 17% gegen alles, was dem Kampf der kommunistischen Jugendbewegung“

Barbara

In einer Sitzung des XII. kommunistischen Kongresses

1937

Klein, ein Kind, Vagabund, der in einem weichen Zorn von Mutter bis nach Eltern nach zu Hause und dem Zorn der Würde des Mannes, seinen Feind, um auf den kann nach von drei Jahren, es wird ein oder zwei von kommunistischen Frauen oder Mütter von 17 bis 18 Jahren, behangen mit roten Fäden, die keine die Kinder, werden, sie bilden eine Menschenmenge für sich im Kampf der Gerechtigkeit und des Gutes, die ein Beispiel für in sozialistischen Zielen, die auf ihre und kommunistische Ziele.

Die kommunistische Internationale

Jegor Ljov in

La Ruche vom 14. 1937

1939

„Kommunistische Partei“

von 11. Februar 1939

„

„Bedarf ist in der Kinderbewegung notwendig, nicht nur für die Kinder, sondern auch für die Eltern, die sie von Tränen und Sorgen in der Seele zu befreien, indem sie ihnen die Kinderbewegung zu zeigen und sie zu überzeugen zu lassen.“

Kommunistische Partei

von 11. Februar 1939

„

„Man ist in der Kinderbewegung notwendig, nicht nur für die Kinder, sondern auch für die Eltern, die sie von Tränen und Sorgen in der Seele zu befreien, indem sie ihnen die Kinderbewegung zu zeigen und sie zu überzeugen zu lassen.“

9 Signal an Europa

„Hungernnde Munde, behangen mit roten Fäden...“

Die kommunistische Jugendbewegung hat Ergebnisse gezeigt, die dieses System brutales Menschenverachtung und Verachtung auf die bedrohte menschliche Existenz, die die Verbrechen sind, die keine keine legitimer Vorkommen, die der kommunistischen Jugendbewegung in der USA.

Die Ursache? Eine Kinderzeichnung

Man hielt mir eine gezeichnete Platte, die Kritiker meines achtjährigen Sohnes, vor

und erklärte, ich sollte baldmöglichst irgendein Kind beschreiben lassen.

Die Kommunisten sagen: „Bald ist das rückgebildete Land der Welt mit beschränktem Gewalt und Terror“ - Bald werden von der erwarteten Soldaten auch eine zehnjährige Kommunisten helfen, vor auf die kommunistische Sozialisten, kauft stolz dem zehnjährigen Volk verkündet „In England gibt es ausgedehnter können zeigen: Gegenpart! Das ist sich überlassen, dass die kommunistische Konstitution“

Es gibt für mich, Schrift und Verstand, die kommunistische Partei, die die Unsterblichkeit der Person, Wahrheit wie auch die Überwindung der Kommunisten mit einem Wort, um geistlichen als Menschenrechte und Freiheit, dies, hier, ist ein Beispiel für die fortgeschrittenste und freieste Land der Welt.“ Die Kommunisten haben, ihre Lehren, prozessieren von Freiheit und Menschenrechten. Das Volk lacht auf alle diese

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

In der 41. Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* vom 14. Oktober 1943 befindet sich der neunte Teil einer in der Ausgabe vom 19. August 1943 begonnenen Reihe von Foto-Text-Artikeln, die unter dem Titel „Signal an Europa“ die Leserschaft „über Wesen und Ziel des Bolschewismus“ aufklären möchte.²⁰¹ Hierzu heißt es:

„In dieser Folge beginnt unter dem Titel ‚Signal an Europa‘ eine Artikelserie über Wesen und Ziel des Bolschewismus. Es ist keine wissenschaftliche Abhandlung und keine polemische Auseinandersetzung mit einem verruchten System, das selbst unsere Feinde (wir nennen hier Winston Churchill) früher als ‚DIE PEST‘ bezeichnet haben. Die Berichte, die der ‚IB‘ hier bringt, stützen sich nur auf Tatsachen. Tatsachen sind oft hart. Diese hier sind grausig. Wir wissen, daß wir unsern Lesern, die als deutsche Menschen satanische Auswüchse bolschewistischer Hirne nicht kennen, Unvorstellbares zuzumuten. Wir müssen es ihnen zumuten, damit sie erfahren, mit welchen Verbrechermethoden der Kreml arbeitet. Unsere Soldaten wissen das. Und weil sie dies wissen, darum werfen sie alles in den Kampf hinein, was an Heldentum nur vollbracht werden kann. Aber auch die Heimat soll wissen, welches Schicksal ihr blühte, wenn die eiserne Mauer unserer Soldaten ins Wanken käme. Daß dies nicht geschieht, darum sind Front und Heimat so eng zusammengedrückt, ungeachtet des Bombenterrors, dem bald eine andere Zeit folgen wird.“²⁰²

Durch den Verweis auf Winston Churchills vermeintliche Aussage wird beim Leser zunächst der Eindruck erweckt, dass es über jeden Zweifel erhaben sei, dass es sich beim „Bolschewismus“ um ein „verruchte[s] System“ handle. Man könne sich in dieser Beziehung sogar auf die Aussagen mit Deutschland „verfeindeter“ Politiker berufen. Anschließend wird der Wahrheitsgehalt der im Rahmen der Reihe getroffenen Aussagen betont: Diese seien zwar „grausig“, müssten jedoch den Lesern „als deutsche[n] Menschen“ zugemutet werden, damit diese von den „Verbrechermethoden de[s] Kreml“ erführen. Zudem wird ein Bedrohungsszenario der wankenden „Mauer unserer Soldaten“ entworfen, um Angst vor einem Einmarsch der Sowjetunion zu wecken und somit „Front und Heimat“ umso mehr zu mobilisieren.

Teil 9 der Reihe umfasst zwei Seiten, die den Fokus auf die in der Sowjetunion aufwachsende Jugend legen. Der Artikel, in den mehrere Zeichnungen und auf die Agentur Weltbild zurückgehende Aufnahmen eingebunden sind, ist in erster Linie bemüht, das Bild einer zur Kriminalität erzogenen Menschengruppe zu zeichnen.²⁰³ Konsequenterweise befindet sich auf der rechten unteren Hälfte der zweiten Seite eine Abbildung zweier Kinder im Säuglingsalter, die am Straßenrand auf einem Bürgersteig sitzend aufgenommen wurden. Der rechts sitzende Junge ist barfüßig. Zwischen ihnen befindet sich eine

²⁰¹ *Illustrierter Beobachter* (14.10.1943): o. S.

²⁰² *Illustrierter Beobachter* (19.8.1943): o. S.

²⁰³ *Illustrierter Beobachter* (14.10.1943): o. S.

Puppe, die ihnen vermutlich als Spielzeug dient. Im Hintergrund sind einige an eine Wand gelehnte Holzbretter zu erkennen.²⁰⁴ Das Bild trägt folgende Unterschrift:

„Volk ohne Kindheit.

Die unter dem bolschewistischen Regime geborenen Kinder der Kolchosbauern sind fast ausnahmslos unterernährt und leiden an allerlei Krankheiten, insbesondere der Rachitis. Viele dieser unglücklichen Wesen, deren Eltern in Zwangsarbeitslager deportiert wurden, schließen sich den ‚Bisprisorniki‘ an und werden zu tückischen Spezialverbrechern abgerichtet.“²⁰⁵

Der Bildtext enthält in der Mehrzahl den russischen Ausdruck *Besprisornik* (Беспризорник), der „Straßenkind“ bedeutet. Der Gebrauch des Fremdwortes verstärkt beim Rezipienten den Eindruck, dass es sich bei den geschilderten prekären Umständen um ein genuin „sowjetisches“ Phänomen handelt.

Rechts daneben wurde ergänzend ein weiteres Bild platziert, welches eine Gruppe von fünf Kindern und einen Mann zeigt, die sich vor einem Holzgebäude befindet, bei dem es sich um eine Baracke handeln könnte. An das Gebäude sind Gegenstände, vermutlich zwei Rohre, gelehnt. Die Kinder stehen in einer Reihe, die vier links abgebildeten sind wahrscheinlich noch im Kleinkindalter, etwa im zweiten oder dritten Lebensjahr. Allem Anschein nach handelt es sich von links nach rechts um einen Jungen, gefolgt von einem Mädchen, wieder gefolgt von zwei Jungen. Das Mädchen rechts von ihnen wirkt ein wenig älter und sitzt in einem dunklen Korbstuhl. Sie tragen alle samt Kleidung, die sowohl Unterarme als auch Unterschenkel frei lässt und ungewaschen aussieht. Zudem trägt keines der abgebildeten Kinder Schuhe. Sie stehen, bis auf das im Stuhl sitzende Mädchen, mit ihren nackten Füßen im Schlamm. Zudem ist ein sitzender Hund zu sehen. Rechts von ihnen kniet ein Mann mittleren Alters mit hellem Hut mit Hutband, einem weißen Hemd und dunklem Anzug. Sein Erscheinungsbild ist gepflegt und er hält den vier im Schlamm stehenden Kindern etwas hin, was dazu führt, dass diese wiederum ihren Blick in Richtung des Mannes wenden. Worum es sich handelt, kann jedoch nicht gesagt werden.²⁰⁶ Zur Fotografie heißt es:

„Verwaorloste Kinder bevölkern auch Amerikas Landstraßen.

Am Rande der Großstädte, auf Höfen stillgelegter Fabriken, auf öden Landstraßen und in verlassenen Farmhäusern hausen diese kleinen Vagabunden. Der Plutokratenaustaat überläßt die Fürsorge für sie privaten Wohltätern.“²⁰⁷

Durch die Bildunterschriften wird eine Verbindung zwischen den vermittelten Zuständen in der Sowjetunion und den USA konstruiert: In beiden Län-

²⁰⁴ Illustrierter Beobachter (14.10.1938): o. S.

²⁰⁵ Illustrierter Beobachter (14.10.1938): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

²⁰⁶ Illustrierter Beobachter (14.10.1938): o. S.

²⁰⁷ Illustrierter Beobachter (14.10.1938): o. S. Fettdruck im Referenzwerk.

dern lebten Kinder in ärmlichen Verhältnissen und seien entweder kriminell („zu tückischen Spezialverbrechern abgerichtet“) oder auf die Hilfe von Privatpersonen angewiesen („Der Plutokratenstaat überläßt die Fürsorge für sie privaten Wohltätern“).

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Lage der Bauern unter Stalin: Die durch Stalin eingeleitete Zwangskollektivierung der Landwirtschaft zog die De-facto-Enteignung der Bauern nach sich. Die Schaffung von Kolchosen erlaubte es dem sowjetischen Staat, uneingeschränkt über das Land der Bauern zu verfügen. Hiermit verbunden war das faktische Ende gewinnbringender, nichtlandwirtschaftlicher Einnahmequellen, da der bäuerliche Handel kriminalisiert wurde. Produkte aus Handwerk und Gewerbe kamen fortan aus den neu geschaffenen Fabriken.²⁰⁸ Einfache Bauern machten Anfang 1937 mit 28,6 Millionen 37,1 Prozent der Gesamtbevölkerung aus, bildeten somit wie zuvor die Mehrheit der Dorfbewohner. Die meisten von ihnen standen nach der Zwangskollektivierung am Ende der Lohnskala und für die Mehrheit wird der durch ihre Arbeit erhaltene Verdienst zum Leben nicht ausgereicht haben. Was ihnen in dieser prekären Lage über die Runden half, war das gesetzlich erlaubte private Gartenland samt Kuh und Kleinvieh.²⁰⁹

Zur wirtschaftlichen Situation in den USA der 1930er-Jahre: Die Folgen der Weltwirtschaftskrise von 1929 für die US-Wirtschaft waren katastrophal: Zwischen 1929 und 1932 sank das Bruttosozialprodukt von über 100 Milliarden Dollar auf weniger als 60 Milliarden Dollar, die Arbeitslosigkeit stieg auf 25 Prozent, hunderttausende kleinere Geschäfte und Farmer erlitten der Bankrott. Viele Amerikaner litten Hunger und wurden obdachlos. Die Große Depression konnte der von Franklin D. Roosevelt initiierte New Deal nicht überwinden, denn die Arbeitslosigkeit blieb auch in den Folgejahren hoch. Ein wirtschaftlicher Wandel ergab sich erst seit 1939 infolge der Rüstungskonjunktur und Mobilisierung im Zweiten Weltkrieg (1939–1945). Gleichwohl kamen Millionen Amerikanern die mit dem New Deal verbundenen Unterstützungsleistungen und Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen zugute.²¹⁰

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Die „verarmte Jugend“ bildet das in den hier untersuchten Fotografien verbindende Element zwischen den USA und der Sowjetunion. Mit dem Überfall auf die Sowjetunion vom 22. Juni 1941 und dem japanischem Angriff auf Pearl Harbor vom 7. Dezember 1941 und der daraus resultierenden Kriegserklä-

²⁰⁸ Hildermeier (1998): S. 531 f.

²⁰⁹ Hildermeier (1998): S. 536.

²¹⁰ Berg (2013): S. 62, 64.

rung Deutschlands und Italiens an die USA²¹¹ waren beide Mächte endgültig zum Feindbild der „Achse“ geworden, was sich auch in der Propaganda als „kurzfristig-taktische[s]“ Phänomen²¹² niederschlägt. Sind Anweisungen zur Sowjetunion in weiten Teilen der 1930er-Jahre von Opportunismus geprägt,²¹³ haben sich die Umstände nunmehr gewandelt: Es sollen nun in der Serie „Signal an Europa“ „Wesen und Ziel des Bolschewismus“ der „deutschen Volksgemeinschaft“ nähergebracht werden, der „satanische Auswüchse bolschewistischer Hirne“ in ihrer Gänze unbekannt seien. Gleichzeitig wird bereits im Vorfeld der Veröffentlichung betont, dass es sich bei den im Rahmen der Reihe getätigten Aussagen um „Tatsachen“ handele, sodass die Glaubwürdigkeit des in späteren Ausgaben Folgenden erhöht wird. Zudem wird ein Bedrohungsszenario potentieller russischer Invasion entworfen, damit „auch die Heimat [...] wisse, welches Schicksal ihr blühte, wenn die eiserne Mauer unserer Soldaten ins Wanken käme.“²¹⁴ Das im folgenden Bildbeispiel vermittelte Bild der USA deckt sich ebenfalls mit den Tendenzen der Zeit, wenn man bedenkt, dass Presseanweisungen und Berichterstattung ab Ende 1941 von offener Feindseligkeit gegenüber den Vereinigten Staaten geprägt waren.²¹⁵

Die Abbildung zweier russischer Kinder soll beim Rezipienten einerseits auf der Ebene des emotionalen Interpretanten Mitleid erregen: Die Bedürftigkeit der am Straßenrand sitzenden, möglicherweise vor einer ärmlichen, provisorisch aus Brettern gezimmerten Behausung sitzenden Kinder mit Spielzeug wird durch die Bezeichnung als „unglückliche Wesen“, zudem mangelernährt, an diversen Krankheiten wie der Rachitis leidend, und Waisen, da ihre Eltern deportiert wurden, unterstrichen. Gleichzeitig wird dem Leser jedoch vermittelt, dass von ihnen eine Gefahr ausgehe. Ein bedrohliches Szenario wird entworfen, denn der Leserschaft wird zu verstehen gegeben, dass sie mehrheitlich bei russischen „Bisprisorniki“ (gemeint ist hier im Plural das russische *Besprisornik* (Беспризорник), das mit „Straßenkind“ übersetzt werden kann) Anschluss suchend „zu tückischen Spezialverbrechern abgerichtet“ würden. Der Rezipient wird hier bewusst über die Bedeutung des russischen Ausdrucks im Unklaren gelassen und der Gebrauch des Partizips „abgerichtet“ rückt die Abgebildeten in die Nähe von Tieren.

²¹¹ Kießling/Nicklas/Schäfer/Schöllgen/Stadelmann (2005 III): S. 281; Kießling/Nicklas/Schäfer/Schöllgen/Stadelmann (2005 II): S. 294 f.

²¹² Bussemer (2005): S. 33, 35.

²¹³ Wilke (2007): S. 161.

²¹⁴ Illustrierter Beobachter (19.8.1943): o. S.

²¹⁵ Wilke (2007): S. 212. 1938 lassen sich noch unverfängliche Bildberichte zur USA finden, die diese für den Leser interessant erscheinen lassen, zum Beispiel im Artikel „Zum Frühstück: Straußenei!“ vom 21.7.1938 (Illustrierter Beobachter (21.7.1938): S. 1074 f).

Die USA wurde in den Presseanweisungen 1937–1939 viermal so oft wie 1933–1936 thematisiert. Je öfter die beiden Länder in Konflikt gerieten, desto häufiger kamen sie in den Presseanweisungen vor.²¹⁶ Nimmt man diese grundlegende Tendenz auch für Weisungen und damit verknüpfte Berichterstattung in Kriegszeiten an, so überrascht es aufgrund des nunmehr gesteigerten Konfliktpotentials zwischen Deutschland und USA nicht, dass das vorliegende Bildbeispiel zu den USA auf das Jahr 1943 und nicht etwa auf das Jahr 1938 fällt. Vor dem Hintergrund der im Zuge des New Deal gewährten Unterstützungsleistungen und der mit der Aufrüstung verbundenen Konjunktur²¹⁷ erweisen sich die in der Bildunterschrift getroffenen Aussagen als in ihrer Absolutheit falsch oder zumindest reichlich verspätet. Ab Mitte 1943 hingegen forderten Anweisungen verstärkt antijüdische und antibolschewistische Presseinhalte.²¹⁸ Vor diesem Hintergrund erweist sich Propaganda erneut als an kurzfristigen Interessen ausgerichtet.²¹⁹

Die ebenfalls von der Agentur Weltbild stammende Fotografie amerikanischer Kinder ist als Ergänzung der zuvor behandelten Abbildung von Kindern in der Sowjetunion zu begreifen. Aufgrund dieses Umstandes ist anzunehmen, dass mit der Fotografie in erster Linie Parallelen zur Situation der in Russland lebenden Minderjährigen gezogen werden sollen. Bestätigt wird dieser Eindruck durch die für die Fotografie gewählte Unterschrift „Verwahrlöste Kinder bevölkern auch Amerikas Landstraßen“ einerseits, andererseits durch einen Blick auf die Details der Abgebildeten: Auch auf amerikanischer Seite sind mehrere Kinder abgebildet, diesmal eine Gruppe gemischten Geschlechts, ebenfalls barfüßig und im Schlamm stehend oder sitzend. Das gepflegte Aussehen des offenbar wohlhabenden Mannes, welcher den mitleid-erregenden Minderjährigen etwas hinhält, was deren Blicke auf sich zieht, steht im Kontrast zum äußeren Erscheinungsbild der Kindergruppe. Auch hier sollen, ebenso wie auf russischer Seite, auf Ebene des emotionalen Interpretanten Gefühle von Sympathie und Mitleid erweckt werden, andererseits jedoch auf Ebene des logischen Interpretanten die Wut über die Verzweiflung der Abgebildeten zu einer Wut auf die Herrschaftsverhältnisse, zu einer Wut über den „Plutokratenstaat“ USA an sich, gesteigert werden.

²¹⁶ Wilke (2007): S. 162 f.

²¹⁷ Berg (2013): S. 62, 64.

²¹⁸ Frei/Schmitz (2011): S. 81 f.

²¹⁹ Bussemer (2005): S. 33, 35.

Shashin shūhō

„Ansturm der Sowjetunion“ (20.7.1938)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Die Fotografie ist in Ausgabe 23 der *Shashin shūhō* vom 20. Juli 1938 enthalten. Sie wurde auf Seite 3 der entsprechenden Ausgabe zu Beginn eines Foto-Text-Artikels mit dem Titel „Ansturm der Sowjetunion“²²⁰ abgedruckt, auf den bereits auf der Titelseite der Ausgabe hingewiesen wird.²²¹ Die Fotografie eines Jungen im mittleren Kindesalter (etwa 7 bis 10 Jahre) nimmt fast die gesamte Seite ein, am rechten Rand ergänzt durch die bereits genannte Überschrift des Artikels sowie eine Bildbeschreibung auf grauem Grund. In der unteren linken Ecke der Fotografie finden sich weitere Informationen zum Bildthema. Das Bild zeigt einen schuhlosen Jungen in kurzer, bis knapp über die Knie reichender Hose und heller, schlicht anmutender Oberbekleidung. Er hat kurze blonde Haare und schaut mit ernstem Gesicht in Richtung des Fotografen. Die Sonne scheint auf sein Gesicht und es erweckt den Anschein, als kneife er das linke Auge zu. Er steht auf einem Kiesweg inmitten einer Steppenlandschaft. Die Bildbeschreibung lautet wie folgt:

„General Lyushkov floh vom Sturm sowjetischer Säuberungen getrieben schnell wie der Wind nach Mandschukuo. Was ihn die Landesgrenze überschreiten ließ, war die auf sowjetischem Boden grassierende Hungersnot. Die Pflanzen, sie hatten Blätter wie Klingen.“²²²

Der Text vermittelt, dass für die Flucht Lyushkovs neben „sowjetischen Säuberungen“ die „auf sowjetischem Boden grassierende Hungersnot“ ursächlich gewesen sei. Folglich wird das Bild eines von Wenigen beherrschten Landes gezeichnet. Deren Aggression richtet sich sowohl gegen Menschen in privilegierter politischer oder militärischer Position, wie General Lyushkov, als auch gegen einen Großteil der Zivilbevölkerung. Beides wird verstärkt durch die Formulierung „Die Pflanzen, sie hatten Blätter wie Klingen“: Hat man in der Sowjetunion eine einflussreiche Position inne, so ist die Gefahr der „Liquidierung“ aus machtpolitischen Erwägungen anderer heraus allgegenwärtig. Man misstraut der eigenen Umgebung und hat das Gefühl, Blätter seien „wie Klingen“. Ist man Teil der einfachen Bevölkerung, leidet man unter Hunger, doch selbst Blätter sind nicht genießbar, da sie „wie Klingen“ anmuten.

Ergänzt wird die Beschreibung durch folgende Bemerkung in der unteren linken Ecke des Fotos: „Ein typisches sowjetisches Straßenkind (*besupurizōruniku*)²²³ (aufgenommen nahe Moskau)“.²²⁴ Auf Seite 6 der entsprechenden Ausgabe wird detaillierter auf General Lyushkovs Motivation zur Flucht aus

²²⁰ *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [3].

²²¹ *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [1].

²²² *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [3].

²²³ Japanische Umschrift für das russische Wort *Besprizornik* (Беспризорник, „Straßenkind“).

²²⁴ *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [3].

der Sowjetunion eingegangen. Dieser wird folgendermaßen zitiert: „Dies geschah dadurch, dass ich mir aufgrund unterschiedlicher Anzeichen intuitiv der Gefahren bewusst wurde, die von der Sowjetunion ausgehen.“²²⁵

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zu *General Genrikh Samoïlovich Lyushkov*:²²⁶ General Lyushkov war ein leitender Offizier des Volkskommissariats für innere Angelegenheiten (NKWD, *Narodnyj kommissariat unutrennich del*), des Innenministeriums der UdSSR, der als Überläufer auf die japanische Seite einer breiten Öffentlichkeit bekannt wurde.²²⁷ Er galt bis 1938 als einer der energischsten und loyalsten Auftragsmörder Stalins²²⁸ und erhielt im Sommer 1937 den Oberbefehl über alle Truppen des NKWD des sowjetisch besetzten Fernen Ostens.²²⁹ Als Lyushkov im Frühjahr 1938 die Weisung erhielt, nach Moskau zurückzukehren, verstand er dies als einen Euphemismus für seine baldige Liquidierung. Möglicherweise fürchtete er, mit dem Selbstmord Yakov Vizels, eines ehemaligen Tschekisten und Leiters des NKWD Primorje, in Verbindung gebracht zu werden. Dieser nahm sich nach seiner Gefangennahme mit einer in Seife versteckten Dose Arsen das Leben. Lyushkov befürchtete unter Umständen, als Komplize zur Verantwortung gezogen zu werden, weil sich der Vorfall in seinem Zuständigkeitsbereich abspielte.²³⁰

Ein Überlaufen zum Feind erschien ihm als einzig verbleibende Lösung, sein Leben zu retten. Er floh nach Japan, da er zum Zeitpunkt des Rückrufs im Fernen Osten stationiert war.²³¹ Die Flucht über die Grenze in die Mandchurei gelang: Lyushkov wurde von der Mandschurischen Polizei aufgegriffen und baldmöglichst nach Tōkyō gebracht, was unter anderem Sicherheits-erwägungen und dem Bestreben der Japaner, sein Überlaufen bestmöglich propagandistisch auszuschlachten, geschuldet war.²³² Am 1. Juli 1938 wurde daher die japanische Presse über Lyushkovs Schicksal informiert, alle Zeitungen druckten Lyushkov zugeschriebene Aufzeichnungen ab, die neben Gründen für seine Flucht Kritik an Stalin und Lob für Japan beinhalteten, unter anderem, dass der Lebensstandard in Japan dem eines Landes im Frieden entspreche.²³³ Am Nachmittag des 13. Juli 1938 schließlich wurde eine Pressekonferenz abgehalten, bei der er persönlich zugegen war und in deren Rahmen zahlreiche Fotografien entstanden, die am Folgetag japanische Zeitun-

²²⁵ Shashin shūhō (20.7.1938): S. [6].

²²⁶ Russische Schreibung: Генрих Самоïлович Люшков.

²²⁷ Coox (1998): S. 146.

²²⁸ Coox (1998): S. 149.

²²⁹ Coox (1998): S. 150.

²³⁰ Coox (1998): S. 158 f.

²³¹ Coox (1998): S. 159 f.

²³² Coox (1998): S. 161.

²³³ Coox (1998): S. 171.

gen publizierten.²³⁴ In den Jahren danach bis zu seinem nicht eindeutig geklärten Tod 1945 arbeitete Lyushkov für die japanische Seite. Er erhielt ein großzügiges Gehalt und soll mit einer japanischen Frau verheiratet worden sein.²³⁵

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Das Überlaufen General Lyushkovs erwies sich für die Propagandisten der Zeit als Glücksfall und sein Schicksal wurde zur Beeinflussung der japanischen Bevölkerung instrumentalisiert.²³⁶ Bei Erscheinen der *Shashin shūhō* vom 20. Juli 1938 lag die mit Lyushkov abgehaltene Pressekonferenz etwa eine Woche zurück²³⁷ und dürfte den Zeitgenossen präsent gewesen sein, sodass die kurze Erwähnung seines Namens neben der Fotografie eines russischen Kindes zunächst ohne Erläuterung auskommt. Kriegspropaganda erscheint hier erneut als „kurzfristig-taktisches“ Phänomen.²³⁸ Spontan und flexibel wird auf Geschehnisse Bezug genommen, die erst wenige Tage zurückliegen und für die Redakteure der Ausgabe unvorhersehbar waren. Zudem wird das Feindbild „Russland“ bedient, das auf deutscher Seite zum Zeitpunkt des Erscheinens der Ausgabe aufgrund außenpolitischer Bedingungen noch nicht vermittelt wird.

Die durch die Fotografie samt Bildunterschrift zum Ausdruck kommende, ärmliche Lage des Jungen soll als besonderes „sowjetisches“ Problem erscheinen, was in der Umschreibung als „typisches sowjetisches Straßenkind“ samt Verwendung des russischen Wortes seinen Niederschlag findet. Hierin besteht eine verblüffende inhaltliche Parallele im Detail zur oben untersuchten Fotografie sowjetischer Kinder im *Illustrierten Beobachter*, denn auch hier ist von „Bisprisorniki“ die Rede und auch hier wird die unter dem Sowjetregime grassierende Armut betont. Das in diesem Zusammenhang verwendete japanische Wort *meibutsu* (名物, u. a. lokale „Spezialität“), was aus heutiger Sicht überwiegend positiv konnotiert gebraucht wird, beispielsweise für ein für eine bestimmte Region typisches japanisches Produkt, kann hier durchaus ironisch aufgefasst werden. Die Wetterverhältnisse in der sommerlichen Steppe sind beschwerlich, der Junge erscheint durch die gewählte Darstellung isoliert, von der Zivilisation abgeschnitten und auf sich selbst angewiesen. Zudem ist er ohne Schuhe, was seine Armut unterstreicht.

Der japanische Rezipient wird zum Mitleid für den russischen Jungen angeregt, gleichzeitig jedoch auf Ebene des logischen Interpretanten unter Bezugnahme auf Lyushkov dazu verleitet, die ärmliche Situation eines Einzel-

²³⁴ Coox (1998): S. 173.

²³⁵ Coox (1998): S. 177.

²³⁶ Coox (1998): S. 161.

²³⁷ Coox (1998): S. 173.

²³⁸ Bussemer (2005): S. 33, 35.

nen als Ausdruck für die missliche Lage weiter Bevölkerungsteile in der Sowjetunion anzusehen, die so gravierend erscheint, dass sie einen hohen General zum Überlaufen auf die japanische Seite veranlasst hat. Der Titel „Ansturm der Sowjetunion“ lässt zugleich implizit ein ähnliches Bedrohungsszenario für Japan entstehen, sofern es den japanischen Truppen nicht gelingen sollte, den „Ansturm“ einzudämmen, eine inhaltliche Parallele zum *Illustrierten Beobachter* vom 19. August 1943.

„Wir geben uns den Frauen der USA und Englands nicht geschlagen“
(18.8.1943)



I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf den Seiten 16 und 17 der *Shashin shūhō* vom 18. August 1943 befindet sich ein Artikel mit der Überschrift „Wir geben uns den Frauen der USA und Englands nicht geschlagen“. ²³⁹ Im Mittelpunkt stehen die Mädchen der Mädchenoberschule in Nihonbashi, Tōkyō, welche seit geraumer Zeit als Postzustellerinnen tätig sind. ²⁴⁰ Der Artikel bezeichnet die dieser Tätigkeit nachgehenden Frauen als „Mädchenarbeitstrupp zum Dienst am Vaterland“ ²⁴¹ und stellt folgendermaßen den in der Überschrift groß aufgemachten Bezug zu England und den USA her: „Dieser Krieg ist ein totaler Krieg. Für unsere Feinde, die Frauen der USA und Englands, erfolgt der vernichtende Vergeltungsschlag durch die japanische Frau noch in diesem Herbst.“ ²⁴² Eingeleitet wird der Artikel mit einer ganzseitigen Fotografie von insgesamt zwölf jungen Frauen. Sie stehen nebeneinander in einer Reihe und es ist anzunehmen, dass jede einzelne von ihnen einheitliche Kleidung und Accessoires trägt: ein weißes Oberteil mit kurzen Ärmeln sowie einen schwarzen Rock, dazu dunkle Lederschuhe und Socken, zudem eine Umhängetasche aus Leder über der rechten Schulter. Zusätzlich legen weitere in den Artikel eingebundene Fotografien den Schluss nahe, dass alle Frauen mittellange bis lange Haare tragen, die auf unterschiedliche Weise nach hinten gebunden sind. ²⁴³ Jede einzelne der abgebildeten Personen hält mit beiden Händen den Lenker ihres Fahrrades fest, welches jeweils rechts von ihnen steht. Es handelt sich hierbei ebenfalls aller Wahrscheinlichkeit nach um dasselbe Modell. Die Frauen wurden von der Seite vor einem aus Mauersteinen gefertigten Gebäude fotografiert, aller Wahrscheinlichkeit nach ein Postamtsgebäude im Herzen Tōkyōs. Im Hintergrund sind ein weiteres weißes Gebäude, ein Mast und ein Baum zu erkennen. Der Himmel ist wolkenlos. Die parallele Anordnung der Köpfe aller Frauen in Verbindung mit der Anordnung der Lenker und dem Verlauf der Hausfenster und -wände sowie eines Balkons erweckt den Eindruck, als laufe das Bild auf einen Fluchtpunkt zu, wenn auch technisch nicht ganz sauber umgesetzt. ²⁴⁴ Die Fotografie trägt folgenden Begleittext: „Fünfzehn Freundinnen im selben Bezirk. Die Hitze macht uns nichts aus. Sieh nur, wie wir in unserem tapferen Kampf den Männern in nichts nachstehen.“ ²⁴⁵

²³⁹ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 16.

²⁴⁰ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 16.

²⁴¹ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 17.

²⁴² *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 17.

²⁴³ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 17.

²⁴⁴ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 16.

²⁴⁵ *Shashin shūhō* (18.8.1943): S. 16.

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur *Mobilisierung von Frauen zur Zeit des Pazifischen Krieges (1941–1945)*: Seit 1941 ersetzte die japanische Regierung verstärkt die zum Kriegsdienst eingezogenen männlichen Angestellten durch Frauen. Fortan konnten zu diesem Zweck Männer zwischen sechzehn und vierzig Jahren ebenso verpflichtet werden wie unverheiratete Frauen zwischen sechzehn und fünfundzwanzig Jahren. Dies betraf in den Folgejahren etwa eine Million Männer sowie eine weitere Million Frauen. Diese wurden für gewöhnlich für Tätigkeiten herangezogen, die in „Friedenszeiten“ noch von männlichen Angestellten ausgeführt wurden, während die verbleibenden Männer zur Arbeit in Munitionsfabriken und anderen Institutionen der kriegswichtigen Industrie verpflichtet wurden.²⁴⁶ Gegen Ende des Jahres 1943 wurden alle alleinstehenden, weiblichen Personen zwischen zwölf und neununddreißig Jahren dazu angewiesen, sich als potentielle Arbeitskräfte zu registrieren. Zwischen 1943 und 1945 gingen aufgrund dessen nochmals etwa 470.000 Frauen einer Tätigkeit nach. Im Vergleich zu anderen kriegsführenden Ländern fällt jedoch die Zahl mobilisierter Frauen in Japan gering aus. Dies ist nicht zuletzt auf die in Japan verbreitete Familienstaatsideologie zurückzuführen, deren Bild von der Frau als Mutter der Nation einer Übernahme außerfamiliärer Tätigkeiten widerstrebt.²⁴⁷

Zum Ausdruck *yamato nadeshiko*: Der in der Bildunterschrift genutzte Ausdruck *yamato nadeshiko* (大和撫子, etwa „(ideale) japanische Frau“) ist folgendermaßen definiert: „Euphemismus, der die japanische Frau vergleicht mit der japanischen Nelke, die sich, obgleich liebenswert und feinfühlig, ebenso jedoch durch ihre innere Stärke auszeichnet“.²⁴⁸ Dies weckt Assoziationen zum oben erläuterten Ausdruck des *yamato damashii* (大和魂, „japanischer Geist“), welcher in den 1930er-Jahren von japanischen Nationalisten aufgegriffen wurde und Qualitäten wie Reinheit, Disziplin, den *bushidō*-Gedanken sowie Loyalität gegenüber dem *Tennō* beinhaltete.²⁴⁹ Yoshizawa Yoshinori bemerkt 1939 in seinem Werk „Der *yamato damashii* und die Dichter des *Manyōshū*“,²⁵⁰ dass es sich bei dem Ausdruck nunmehr um ein Modewort handle, das allerorten benutzt werde, sodass die gedankliche Verknüpfung von *yamato nadeshiko* und *yamato damashii* aus der Sicht der Rezipienten der *Shashin shūhō* überaus wahrscheinlich ist:

²⁴⁶ Gordon (2014): S. 211. Earhart bemerkt des Weiteren, dass Männern in diesem Kontext „verboten“ worden sei, körperlich leichte Tätigkeiten auszuüben (Earhart (2008): S. 170).

²⁴⁷ Gordon (2014): S. 213; Yui (1995): S. 220.

²⁴⁸ N. N. (2003): S. 334.

²⁴⁹ Huffman (1998): S. 247.

²⁵⁰ Yoshizawa (1939).

„Der Ausdruck *yamato damashii* ist in jüngster Zeit zum Modewort geworden. Jeder mann nutzt ihn in Gesprächen mit dem Gegenüber, jederzeit ist der Ausdruck zu hören. Eine überaus erfreuliche Entwicklung. Wird der Ausdruck immer wieder gebraucht, so wird die Stimme des Einzelnen zum Weckruf des Nationalgeistes [der gesamten japanischen Nation, eigene Anm.]. Somit wird das Modewort mehr und mehr zu einem Ausdruck, der auf einen [mit dem Wort verbundenen, weiteren, eigene Anm.] Trend [des Nationalgeistes, eigene Anm.] hindeuten muss.“²⁵¹

Zudem legt Yoshizawas Interpretation des häufigen Gebrauchs den Schluss nahe, dass sich auch die Zeitgenossen der nationalistischen Implikationen des Wortes bewusst waren.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Nach Pearl Harbor ist eine veränderte Darstellung der USA in der *Shashin shūhō* zu beobachten. Die stärkere Betonung des amerikanischen Feindes gegenüber England zeigt sich unter anderem darin, dass dem Ausdruck *bei'ei* (米英, „amerikanisch-englisch“) zur Bezeichnung der beiden mit Japan verfeindeten Länder nunmehr der Vorzug vor dem Wort *ei'bei* (英米, „englisch-amerikanisch“) gegeben wird.²⁵² Zudem ist mit Ausbruch des Pazifischen Krieges (1941–1945) vermehrt von der Verteidigung der Heimatfront die Rede, um nicht gänzlich die militärische Lage der japanischen Truppen offenzulegen.²⁵³ Das Bild des deutschen Verbündeten kontrastiert mit dem Bild des amerikanischen Feindes und die zur Tat schreitende japanische Frau wird nun propagiert.²⁵⁴

Kriegspropaganda als „kurzfristig-taktisches“ Phänomen²⁵⁵ dient hier sowohl der Bekämpfung des Feindes als auch der Aufrechterhaltung der Moral in der Heimat.²⁵⁶ Die Militarisierung des zivilen Bereiches soll erreicht werden, indem die verstärkte Heranziehung weiblicher Angestellter zur Kompensation der im Kriegsdienst befindlichen Männer in ein positives Licht gerückt wird. Dies geschieht, indem die „ideale“ japanische Frau mit den vorgeblich „unterlegenen“ amerikanischen und englischen im Kriege dienenden Frauen kontrastiert wird, sodass zugleich von antiamerikanischer bzw. anti-englischer Propaganda gesprochen werden kann. Hierin wird ein Wesenszug von Propaganda im Allgemeinen erkennbar, der bereits zu Anfang der Arbeit formuliert wurde, das ihr eigens zugrunde liegende überhöhte Selbstbild nebst denunzierendem Fremdbild.²⁵⁷ Zudem lässt sich erneut auf das ein-

²⁵¹ Yoshizawa (1939): S. 3.

²⁵² Tamai (2008 II): S. 354 f.

²⁵³ Hosaka (2011): S. 6.

²⁵⁴ Hosaka (2011): S. 6.

²⁵⁵ Bussemer (2005): S. 33, 35.

²⁵⁶ Bussemer (2005): S. 31; Lasswell (1927): S. 9 f, 12.

²⁵⁷ Bussemer (2005): S. 30.

gangs definierte Verständnis „totalitärer“ Propaganda rekurren: Eine Anspruchshaltung, ein Streben nach der „totale[n] Mobilisierung der Massen“,²⁵⁸ liegt mit dieser Militarisierung des Zivilen gleichfalls vor.

Zudem strebt Propaganda über die „Naturalisierung“ von Botschaften und Handlungsaufforderungen danach, Schlussfolgerungen als selbstverständlich und naheliegend erscheinen zu lassen.²⁵⁹ „Naheliegend“ soll das Verhalten der abgebildeten Oberschülerinnen erscheinen, sich als Postzustellerinnen in den Dienst des Krieges zu stellen. Dieser Eindruck wird dem Leser auf mehrere Weise vermittelt: zum einen, indem suggeriert wird, dass das Verhalten der abgebildeten Frauen ihrer individuellen, freiwilligen Entscheidung entspringe, zum anderen, indem vermittelt wird, dass das nunmehr geforderte Verhalten dasjenige jeder „japanischen“ Frau in zum Dienst fähiger Kondition und in dienstfähigem Alter zu sein hat.

Der Eindruck, dass das im Artikel Geschilderte und Gezeigte unverfälscht und authentisch sei, wie auch der freien Entscheidung der Abgebildeten entspringen, wird zunächst durch die Überschrift, ein affirmatives, einhellig aus den Mündern der Abgebildeten stammendes „Wir geben uns den Frauen der USA und Englands nicht geschlagen“ nahegelegt. Das Bestreben, den Eindruck eines kollektiven Willens der Dargestellten vermitteln zu wollen, setzt sich in weiteren Elementen des Textes fort: Das Personalpronomen „wir“ kommt gehäuft vor, von „fünfzehn Freundinnen“ ist die Rede, „die japanische Frau“ steht diametral „unsere[n] Feinde[n]“, „d[en] Frauen der USA und Englands“ gegenüber. Zudem wird der Ausdruck *yamato nadeshiko* verwendet, der semantisch den Eindruck eines kollektiven Willens der Gezeigten verstärkt und bei den Zeitgenossen ebenso Assoziationen zum Modewort des *yamato damashii* erzeugt, sodass ein nationalistisches Element in der Geisteshaltung der Frauen ebenso impliziert ist.

Auf Bildebene wird ebenfalls auf Höherwertigkeit des Kollektivs gegenüber dem Individuum sowie eine „geistige Harmonie“ der Mädchen abgezielt: Gleich mehrere von ihnen stehen in einer Reihe, allesamt mit ähnlicher Kleidung und Fahrrädern, in gleicher Pose mit gleicher Frisur und gleichem Gesichtsausdruck. Dies erinnert stark an das „Prinzip der Reihung“, der häufigen Wiederholung eines kleinen Bildelementes.²⁶⁰ Der Ausdruck von Harmonie wird zudem verstärkt durch die annähernd parallel zueinander stehenden Fahrräder sowie die parallel zu den Mädchen verlaufende Häuserfront, welche zum größten Teil aus einheitlichem Material (Mauersteinen) konstruiert wurde. Hinzu kommt der wolkenlose Himmel ohne von diesem Bildeindruck ablenkende Elemente. Darüber hinaus denkbar ist, dass die Fotografie bewusst vor einem Tōkyōter Postamt geschossen wurde, um den Tatendrang der Postzustellerinnen zusätzlich zu untermalen.

²⁵⁸ Kracauer (2013): S. 47.

²⁵⁹ Bussemer (2005): S. 30.

²⁶⁰ Sachsse (2003): S. 49.

Die Tätigkeit der japanischen Frau wird durch die vorliegende Inszenierung in ihrer Wertigkeit und ihrem Anspruch mit der des japanischen, an der Front kämpfenden Mannes gleichgesetzt: „Fünfzehn Freundinnen im selben Bezirk. Die Hitze macht uns nichts aus. Sieh nur, wie wir in unserem tapferen Kampf den Männern in nichts nachstehen.“ Dies hängt zum einen mit dem Umstand zusammen, dass im zeitlichen Verlauf, ebenso wie in Deutschland, verstärkt Rufe nach dem „totalen“ Krieg hörbar werden,²⁶¹ wie auch im Fall des vorliegenden Artikels: „Dieser Krieg ist ein totaler Krieg. Für unsere Feinde, die Frauen der USA und Englands, erfolgt der vernichtende Vergeltungsschlag durch die japanische Frau noch in diesem Herbst.“ Zum anderen mag es jedoch auch daran liegen, dass der Tätigkeit der Postzustellung auf japanischer Seite tatsächlich eine kriegswichtige Bedeutung beigemessen wird, da ohne sie ein zentraler Aspekt von Kriegspropaganda, die Aufrechterhaltung der Moral, und zwar sowohl in der Heimat wie auch an der Front, erheblichen Einschränkungen unterworfen wäre. Ohne ein funktionierendes Postwesen wird der von Koyama Eizō genannte dritte Aspekt der „Propaganda der Heimatfront“ unmöglich, nämlich „Sendungen aus der Heimat an die Soldaten auf dem Schlachtfeld, Ausdruck der Ermutigung und Dankbarkeit an die Soldaten durch die Zusendung von Briefen“.²⁶² Gleichzeitig ähnelt die In-Aussicht-Stellung eines Sieges im Herbst 1943 an die Worte Shimonos in seinem Aufsatz „Der Entschluss aller, sich zu erheben“ vom Juli 1944, sich im Herbst im Glauben an den Sieg der Japaner nach Leibeskräften anzustrengen.²⁶³ Ob sich Propaganda an dieser Stelle der bewussten Lüge bedient oder ob die Redakteure im tatsächlichen Glauben an einen bald folgenden „Vergeltungsschlag“ den vorliegenden Text verfassten, muss jedoch offen bleiben.

Erneut lässt sich mit Peirce die intendierte Bildwirkung im einzelnen aufschlüsseln, und es fällt auf, dass immer wieder die gleichen Mechanismen bedient werden: Auf der Ebene des emotionalen Interpretanten werden Sympathien des Betrachters für die abgebildeten Personen geweckt, die durch ihre Jugendlichkeit, Schönheit und ein offenes Lächeln bestechen. Durch die Tandrang ausdrückende Darstellung der zur Arbeit bereit stehenden Frauen und zahlreiche, die „Freiwilligkeit“ dieser Arbeit untermalende Texterläuterungen sollen auf der Ebene des energetischen Interpretanten junge Frauen dazu veranlasst werden, sich ebenfalls zum Arbeitsdienst zu melden. Im Idealfall vollführen sie diese Tätigkeit schließlich aus einer tiefen inneren Überzeugung heraus (logischer Interpretant). Die männliche Leserschaft wiederum soll verinnerlichen, dass die Tätigkeit der „japanischen Frau“ im Dienst des Krieges ihren männlichen Kollegen in nichts nachsteht, die „japanische Frau“ wiederum soll ihre Aktivität im Vergleich zu ihren männlichen „Volksgenossen“ nicht geringschätzen (logischer Interpretant). Hierdurch wird auf

²⁶¹ Earhart (2008): S. xi; Carter (2009): S. 164.

²⁶² Koyama (1937): S. 403.

²⁶³ Shimono (10.7.1944): S. 14.

beiden Seiten ein Zusammengehörigkeitsgefühl erzeugt, das letzten Endes den Durchhaltewillen der Bevölkerung verstärken und somit zu einer Verlängerung des Krieges beitragen kann.

Zuletzt sei noch bemerkt, dass man sich in Japan, ebenso wie auf deutscher Seite,²⁶⁴ mit zunehmend negativem Kriegsverlauf mit einem Mangel an Ressourcen und technischen Mitteln konfrontiert sah, der auch Einfluss auf die Gestaltung der Inhalte der *Shashin shūhō* nehmen musste und sich in einer quantitativen Abnahme von Zeitschriftenseiten und Fotografien ebenso niederschlug wie in qualitativen Einbußen, beispielsweise in der mangelnden Beteiligung vorher noch engagierter Fotografen zum Kriegsende hin.²⁶⁵ Es mag dieser Bilderknappheit geschuldet sein, dass im vorliegenden Fall sowohl antiamerikanische wie auch antibritische Propaganda betrieben wird, dies jedoch nicht über die Inszenierung eines denunzierenden Feindbildes mittels ausländischer Fotografien, sondern mittels der Schaffung eines überhöhten Selbstbildes der japanischen Frau als *yamato nadeshiko*.

²⁶⁴ Wilke (2007): S. 253.

²⁶⁵ Hosaka (2011): S. 6.

6. PRODUKTWERBUNG UND LESERFOTOGRAFIEN

6.1. PRODUKTWERBUNG IM *ILLUSTRIERTEN BEOBACHTER*

In den zwischen Juli und Dezember 1938 publizierten Ausgaben des *Illustrierten Beobachters* werden mit Fotografien von Kindern und Jugendlichen die nachstehenden Produkte beworben: Voigtländer-Film der Firma Bessapan in den Ausgaben 28 (14.7.1938) und 30 (28.7.1938),¹ Zahnpasta der Firma Marylan in den Ausgaben 32 (11.8.1938) und 37 (15.9.1938),² Zahnpasta von Nivea in Ausgabe 38 (22.9.1938) neben der Aufbaunahrung Biomalz.³ Eine Anzeige zum Shampoo Nurlblond ist in Ausgabe 39 (29.9.1938) zu finden.⁴ Werbung für die Nivea-Zahnpasta, in leicht abgewandelter Form, erscheint wieder in Ausgabe 44 (3.11.1938).⁵ In Ausgabe 45 (10.11.1938) werden zur „Zahn- und Mundpflege“ Vademecum, daher vermutlich eine Zahnpasta, sowie Creme von Nivea beworben.⁶ In Ausgabe 46 (17.11.1938) findet sich erneut eine Anzeige zu Biomalz,⁷ in Ausgabe 47 (24.11.1938) zur Nivea-Zahnpasta.⁸ Es folgen Werbung für Zeiss-Kamera-Objektive in Ausgabe 47 (24.11.1938),⁹ eine kleine Anzeige für Hohner-Musikinstrumente in Ausgabe 48 (1.12.1938)¹⁰ sowie Werbung für Thiel-Armbanduhren in Ausgabe 49 (8.12.1938).¹¹ Daneben finden sich zahlreiche vor allem kleinere Anzeigen mit Zeichnungen von Kindern und Jugendlichen, die jedoch nicht im Fokus dieser Publikation stehen, beispielsweise Werbung für Rheila-Hustenmittel in den Ausgaben 45 (10.11.1938) und 49 (8.12.1938).¹² Für die zweite Jahreshälfte 1943 lässt sich eine Werbeanzeige der Firma Bleyle ausmachen, einem Hersteller von Strickkleidung, und zwar in Ausgabe 47 (25.11.1943).¹³ Die Auswertung des *Illustrierten Beobachter* zeigt somit, dass mit fotografischen Abbil-

¹ *Illustrierter Beobachter* (14.7.1938): S. 1062; *Illustrierter Beobachter* (28.7.1938): S. 1116.

² *Illustrierter Beobachter* (11.8.1938): S. 1188; *Illustrierter Beobachter* (15.9.1938): S. 1362.

³ *Illustrierter Beobachter* (22.9.1938): S. 1397, 1398.

⁴ *Illustrierter Beobachter* (29.9.1938): S. 1445.

⁵ *Illustrierter Beobachter* (3.11.1938): S. 1671.

⁶ *Illustrierter Beobachter* (10.11.1938): S. 1730 f.

⁷ *Illustrierter Beobachter* (17.11.1938): S. 1774.

⁸ *Illustrierter Beobachter* (24.11.1938): S. 1823.

⁹ *Illustrierter Beobachter* (24.11.1938): S. 1824.

¹⁰ *Illustrierter Beobachter* (1.12.1938): S. 1884.

¹¹ *Illustrierter Beobachter* (8.12.1938): S. 1920.

¹² *Illustrierter Beobachter* (10.11.1938): S. 1735; *Illustrierter Beobachter* (8.12.1938): S. 1924.

¹³ *Illustrierter Beobachter* (25.11.1943): o. S.

dungen von Kindern und Jugendlichen in erster Linie Produkte beworben werden, die der Körperpflege dienen und als Güter des alltäglichen Bedarfs einzustufen sind. Daneben wird, in geringerer Zahl, Werbung für Produkte wie Armbanduhren, Kamera-Objektive und Musikinstrumente gemacht, die nicht in diese Kategorie fallen. Die Anzeigen sind überwiegend kleinformatig gehalten und nehmen in keinem Fall eine volle Seite des *Illustrierten Beobachters* ein. Zwar sind in den Werbeanzeigen häufig blondhaarige Kinder zu sehen, was dem stereotypen Bild des „Ariers“ in der nationalsozialistischen Propaganda geschuldet sein mag, jedoch lassen sich darüber hinaus keine Indizien für unterschwellige oder explizite politische Botschaften finden, die durch Werbung vermittelt werden sollen. Ich habe daher auf eine detaillierte Analyse verzichtet.

6.2. PRODUKTWERBUNG IN DER *SHASHIN SHŪHŌ*

Von Juli bis Dezember 1938 werden in der *Shashin shūhō* die folgenden Produkte beworben: Foto-Film der Firma Fuji am 6. Juli 1938,¹⁴ Getränke der Firma Meiji¹⁵ sowie ein Hämaturikum namens Polytamin (ポリタミン) in den Ausgaben vom 20. und 27. Juli 1938.¹⁶ In letzterer Ausgabe ist zudem eine Anzeige enthalten, die die vom Ministerium für Gesundheit und Soziales angestrebte Radio-Gymnastik bewirbt.¹⁷ In der Folge finden sich Versicherungswerbung (17. August 1938)¹⁸ sowie Werbung für die Anschaffung eines Radios und für Karamellbonbons der Firma Meiji (7. September 1938).¹⁹ Auf Werbung für Sparbriefe im Zusammenhang mit dem Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945) in der Ausgabe vom 14. September 1938²⁰ folgt erneut Meiji-Karamell-Werbung am 21. September 1938.²¹ Biofermin, ein Mittel gegen Darmerkrankungen, wird am 28. September 1938 beworben.²² Im Anschluss werden erneut Meiji-Karamell und eine Soldatenversicherung beworben (5. und 19. Oktober 1938).²³ Zuletzt folgen Anzeigen für Lebertran namens Hariba (ハリバ) (16. November 1938)²⁴ sowie erneut für Sparbriefe, ebenfalls mit Bezug zum Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945)

¹⁴ *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [24].

¹⁵ *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [23]. Allerdings ist hier nicht eindeutig, ob es sich um eine Jugendliche oder eine volljährige Frau von etwa zwanzig Jahren handelt.

¹⁶ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [2].

¹⁷ *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [24].

¹⁸ *Shashin shūhō* (17.8.1938): S. [2].

¹⁹ *Shashin shūhō* (7.9.1938): S. [2, 23].

²⁰ *Shashin shūhō* (14.9.1938): S. [2].

²¹ *Shashin shūhō* (21.9.1938): S. [23].

²² *Shashin shūhō* (28.9.1938): S. [2].

²³ *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [19]; *Shashin shūhō* (19.10.1938): S. [2].

²⁴ *Shashin shūhō* (16.11.1938): S. [20].

(30. November 1938).²⁵ Im zweiten Halbjahr 1943 finden sich in der *Shashin shūhō* keine für diese Untersuchung relevanten Anzeigen.

Die Auswertung weist Parallelen zum *Illustrierten Beobachter* auf: Hier wie dort werden Fotografien Minderjähriger, vorwiegend von Kindern, zur Bewerbung von Konsumgütern verwendet, hier wie dort konzentrieren sich die Anzeigen auf das zweite Halbjahr 1938 und sind in der zweiten Jahreshälfte 1943 fast bzw. gar nicht mehr vorhanden. Ebenso wie im *Illustrierten Beobachter* werden auch Anzeigen mit Zeichnungen von Kindern und Jugendlichen für die Werbung nutzbar gemacht, jedoch in bedeutend geringerer Zahl.²⁶ Dies lässt sich durch einen Unterschied zwischen *Illustrierter Beobachter* und *Shashin shūhō* erklären: In der *Shashin shūhō* überwiegen Anzeigen, die eine volle Seite einnehmen, mitunter existieren Anzeigen von einer halben Seite, während die Anzeigen des *Illustrierten Beobachters* bedeutend kleiner ausfallen. Kleinere Anzeigen nehmen weniger Platz ein und erlauben, eine größere Zahl verschiedener Produkte in einer einzigen Ausgabe zu bewerben. Größere Anzeigen in der *Shashin shūhō* hingegen tragen der empfohlenen und letztlich in weiten Teilen der Bevölkerung verbreiteten Rezeptionsweise des „Herumzeigens“²⁷ Rechnung: Sie lassen sich schnell erfassen. Zudem fällt auf, dass die in der *Shashin shūhō* beworbenen Produkte sich bisweilen stark von jenen des *Illustrierten Beobachters* unterscheiden: Es wird hier ebenfalls Werbung für Foto-Film gemacht, jedoch rücken hier anstelle von Kosmetika vor allem medizinische Produkte in den Vordergrund, gegen körperliche Beschwerden wie beispielsweise Darmerkrankungen. Zudem finden sich Anzeigen, die eine politische Komponente aufweisen und auf außenpolitische Kontexte Bezug nehmen, darunter Werbung für Sparbriefe und Soldatenversicherungen. Auch dies überrascht nicht vor dem Hintergrund der in der *Shashin shūhō* propagierten sportlichen Betätigung der Bevölkerung, auch und vor allem zu Kriegszwecken.²⁸

²⁵ *Shashin shūhō* (30.11.1938): S. [20].

²⁶ Zum Beispiel Werbung zu Meiji-Karamell an folgender Stelle: *Shashin shūhō* (19.10.1938): S. [19].

²⁷ *Shashin shūhō* (6.11.1941): S. 16.

²⁸ Oku (2008): S. 177.

Fuji-Film (6.7.1938)

僕もポチもこゝろに元氣です!!

戦線へ銃後の寫真を送りませう
誰れにも親しめる自然の姿を —
このフィルムに

ネオパングロ
ネオクローム



上海派遣部隊

輝く國産いつも快調!

富士のフィルム

I. VOR-IKONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Auf Seite 24, der letzten Seite der *Shashin shūhō* vom 6. Juli 1938 (Ausgabe 21), befindet sich eine ganzseitige Anzeige der Firma Fuji, die für den von ihr hergestellten Kamerafilm wirbt. Es handelt sich um eine Montage, die mehrere Ebenen von Text und Bild übereinander anordnet. Auf dem in Schwarz gehaltenen Hintergrund des oberen Teils der Anzeige ist in von leichtem Weiß umrandeter, schwarzer Schrift folgender Text zu lesen: „Schau nur, wie gesund und munter wir beide sind, Pochi und ich!“ Darunter befindet sich in weißer, etwas kleinerer und mit Fettdruck arbeitender Schrift der Satz „Lasst uns Fotografien der Heimatfront an die Front senden!“, dahinter in nur das Wort „Film“ mit Fettdruck gesondert betonender, weißer Schrift die Worte „Ein natürliches Auftreten, das Nähe erzeugt / Auf diesen Film gebannt“. Es folgen darunter wiederum in weißem Fettdruck die Worte „Neo-Panchro“ (「ネオパンクロ」) sowie „Neo-Chrom“ (「ネオクロム」). Der Hintergrund wechselt im unteren Teil der Anzeige von Schwarz zu Weiß, bis er von einem in Rot gehaltenen, vom übrigen Teil der Anzeige deutlich abgetrennten Teil der Anzeige abgelöst wird, in dem in großer, weißer Schrift Fuji-Film zu lesen ist, sowie in kleinerer, weißer Schrift darüber „Immer ein Grund zur Freude, unsere hervorragende Inlandsproduktion“.

Im Zentrum der Anzeige befinden sich zwei übereinander gelegte Abbildungen, von denen die hintere etwas kleiner gehalten ist. Dargestellt ist ein Brief an die Front nebst beiliegender Fotografie eines Jungen mit Hund. Bei genauerem Hinsehen sind im farblich dunkel gehaltenen Brief die Wörter „Shanghai-Expedition“ („*Shanghai haken*“, 「上海派遣」), „militärische Einheit“ („*butai*“, 「部隊」) und die japanische Anrede „-sama“ (「様」) zu erkennen. Der auf der Fotografie abgebildete Junge hat kurze, dunkle Haare. Er trägt eine im Verhältnis zur Hose helle, langärmelige Jacke, eine dunkle, bis zu den Knien reichende Hose, eine graue Strumpfhose und bis zu den Fußknöcheln reichende braune Lederschuhe. Ein ein Halsband tragender Hund, der einem deutschen Schäferhund ähnelt, springt zu ihm empor und hält sich an seinem Körper fest, was den Jungen dazu veranlasst, mit seinen Händen den Kopf des Hundes zu berühren. Die beiden stehen auf felsigem Grund vor klarem Himmel, was verdeutlicht, dass die Aufnahme im Freien aufgenommen wurde. Die Farbgebung des Bildhintergrundes entspricht dem Hintergrund der gesamten Anzeige: zum oberen Rand hin tendenziell dunkler, zum unteren Rand hin eher heller.²⁹

²⁹ Shashin shūhō (6.7.1938): S. [24].

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zu *Fuji-Film*: Fuji-Film wurde 1934 gegründet und galt noch Anfang der 1980er-Jahre als größter Produzent fotosensitiven Materials in Japan, mit einem Marktanteil von 70 Prozent.³⁰

Zum Hundenamen „Pochi“: „Pochi“ (「ポチ」) ist noch heute ein in Japan geläufiger Hundenamen. Er war bereits zur Meiji-Zeit weit verbreitet und den Lesern und Leserinnen der *Shashin shūhō* wohlbekannt. Dies lässt sich mit einem Artikel der *Asahi Shinbun* vom 2. Juli 1910 belegen, in welchem die Leserschaft nach den beliebtesten Hundenamen befragt wurde. An erster Stelle landete der Name „Pochi“, gefolgt von „John“ und „Maru“.³¹

Zur *Shanghai-Expeditionsgruppe*: Die Shanghai-Expeditionsgruppe war eine militärische Einheit der japanischen Armee, die zum Kampf gegen chinesische Truppen 1937 nach Shanghai entsandt wurde. Ende August begann die Landeoperation, mit welcher die chinesische Verteidigungslinie jedoch zunächst nicht durchbrochen werden konnte. Was die japanischen Erwartungen übertraf, war zum einen, dass die chinesischen Truppen von einem starken Willen beseelt waren, Widerstand zu leisten, zum anderen, dass sich unter ihnen auch Frauen und Kinder befanden. Die Besetzung Shanghais gelang erst aufgrund einer Landeoperation japanischer Truppen in der Bucht von Hangzhou. Die Stadt war hart umkämpft, sodass auf chinesischer Seite etwa 250.000 Menschen ihr Leben ließen, auf japanischer Seite bis zum 8. November etwas mehr als 9.000 Soldaten.³²

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Wie bereits vorangehend erwähnt, unterlagen mit Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) Export und Import von Kameras strengen Auflagen, sodass deren Zahl sich reduzierte.³³ Die erst wenige Jahre zuvor gegründete³⁴ Firma Fuji reagiert auf diese Situation, indem offensiv die hohe Qualität japanischer Produkte beworben wird, darunter auch der in dieser Anzeige beworbene Fuji-Film. In der Anzeige heißt es daher explizit: „Immer ein Grund zur Freude, unsere hervorragende Inlandsproduktion“. Die modernen technischen Möglichkeiten des panchromatischen Filmes werden nicht nur durch die fett hervorgehobenen Wortneuschöpfungen „Neopanchro“ (「ネオパンクロ」) sowie „Neo-Chrom“ (「ネオクロム」) (Zweimal wird hier „neo“ mit eingebunden) besonders in den Mittelpunkt gestellt, sondern ebenso durch die Text- und Bilddarstellung selbst: Der panchromatische Film ist in der Lage, alle Farbtöne mit einer Wellenlänge zwischen etwa

³⁰ N. N. (1983): S. 344.

³¹ Nishina (2005): S. 277.

³² Yui (1995): S. 118.

³³ Tanaka/Miyabe (1991): S. 54.

³⁴ N. N. (1983): S. 344.

420 nm und etwa 680 nm darzustellen und wird heute für alle Schwarz-Weiß-Filme verwendet.³⁵ Scheinbar um diese technischen Möglichkeiten visuell aufzuzeigen, bedient man sich bewusst sowohl weißer als auch schwarzer Schrift, in Normal- und Fettdruck. Ebenso wird für die Werbeanzeige ein Hintergrund gewählt, welcher von dunklem Schwarz zu hellem Weiß wechselt, für die Fotografie des Jungen mit seinem Hund ein ebenfalls derart angelegter Hintergrund. Hinzu kommen die Kleidung des Jungen sowie das Fell des Hundes mit starken Hell-Dunkel-Kontrasten als auch der abgebildete Brief, auf dem trotz seines dunklen Papiertons einzelne Kanji noch deutlich zu lesen sind. Der Betrachter erhält somit im wörtlichen Sinne „Einblick“ in die Möglichkeiten des beworbenen Filmes und wird möglicherweise dazu angehalten, Gefallen an der abgebildeten Darstellung des Jungen mit seinem Hund zu finden und somit eine grundlegend positive Einstellung gegenüber der Firma Fuji und deren Produkten zu entwickeln (emotionaler Interpretant), das beworbene Produkt zu kaufen (energetischer Interpretant) und aus innerer Überzeugung hierbei zu bleiben (logischer Interpretant).

Zusätzlich wohnt der Abbildung eine dezidiert politische Botschaft inne: Der im oberen Teil der Anzeige positionierte Ausspruch des Jungen „Schau nur, wie gesund und munter wir beide sind, Pochi und ich!“ erweckt den Eindruck, als sei er unmittelbar dem ebenfalls abgebildeten, an die Front adressierten Brief entnommen. Würde der Satz in dieser Form in einer an einen Soldaten adressierten Nachricht verwendet, so vermittelte er höchstwahrscheinlich auf Ebene des emotionalen Interpretanten die gesunde Verfasstheit eines Nahestehenden und diene zur emotionalen Entlastung des Empfängers. Wie im Kapitel zu Tendenzen japanischer Propaganda erwähnt, soll die „Heimatfront“ sich für die Ermutigung kämpfender Truppen engagieren.³⁶ Dies soll im vorliegenden Fall anhand von an die Front geschickten Fotografien erfolgen.³⁷ Der Satz „Lasst uns Fotografien der Heimatfront an die Front senden!“ fordert explizit hierzu auf, adressiert die Gesamtheit der japanischen Leserschaft und kontrastiert zugleich mit der an den kämpfenden Soldaten adressierten persönlichen Botschaft, dass sich Kind und Hund bester Gesundheit erfreuten. Gleichzeitig wird Fuji-Film dahingehend beworben, dass die Übermittlung persönlicher Befindlichkeiten aufgrund der exzellenten Qualität des Produktes auch auf weite Distanz kein Problem darstelle: „Ein natürliches Auftreten, das Nähe erzeugt / Auf diesen Film gebannt“. Dies deckt sich mit Hayashis Bemerkungen, dass die moderne fotografische

³⁵ Lenk (24.7.2011): o. S.

³⁶ Koyama (1937): S. 403 f.

³⁷ Die moralische Unterstützung kämpfender Truppen durch Kinder, die über die Zusendung von Briefen erfolgt, wird auch an anderen Stellen in der *Shashin shūhō* propagiert, wie Oku und Tsuruoka bemerken (Oku/Tsuruoka (2008): S. 224). Es führt zu weit, hier im Detail darauf einzugehen, jedoch sei bemerkt, dass sich ein entsprechender Foto-Text-Artikel in Ausgabe 202 findet: *Shashin shūhō* (7.1.1943): S. 20 f.

Propaganda Potential besitze, weil sie an das Gefühl appelliere und es ebenso ermögliche, in kürzester Zeit über große Distanzen verbreitet zu werden.³⁸ Das abgebildete Kind soll möglichst gesund und agil wirken, was durch den lebhaft agierenden Hund und die Implikation einer Aufnahme im Freien verstärkt wird. Gleichzeitig bedienen sich die Macher der Anzeige einer Wortwahl, die darauf abzielt, möglichst viele Betrachter persönlich anzusprechen: Man wählt den gebräuchlichsten Hundenamen in Japan und eine militärische Einheit, die Shanghai-Expeditionsgruppe, bei der die Wahrscheinlichkeit besonders groß ist, dass mindestens ein Familienmitglied der in Frage kommenden Rezipienten sich in deren Diensten befindet.

Der öffentliche Bereich der Werbung für ein allgemein verfügbares Produkt wird in der vorliegenden Anzeige somit mit dem intimen Bereich der Familie verknüpft, und dies zu dem Zweck, die Käufer der Zeitschrift dazu zu bewegen, möglichst regelmäßig Fotos und Briefe zur Ermutigung der Soldaten aus innerer Überzeugung an die Front zu senden (energetischer, logischer Interpretant). Der Krieg stellt die für den Alltag der Rezipienten folgenreichste Neuigkeit und somit gleichzeitig die wichtigste Neuigkeit dar.³⁹ Er greift, so wie es in der vorliegenden Anzeige inszeniert wird, in den intimen Bereich der Familie ein, indem ein Familienmitglied an die Front entsandt wird, und wird gleichzeitig aus den Familien der Soldaten heraus beeinflusst, indem diese sich für die moralische Unterstützung der außerhalb Japans kämpfenden Truppen einsetzen. Diese Notwendigkeit erscheint dadurch umso dringlicher, als dass in die Anzeige auf eine zumindest auf chinesischer Seite besonders verlustreiche Schlacht Bezug genommen wird, die den japanischen Truppen der Shanghai-Expeditionsgruppe viel abverlangte und erst durch Hinzuziehung weiterer Kontingente gewonnen werden konnte.⁴⁰ Die Anzeige weist folglich sowohl werbenden wie propagandistischen Charakter auf, entspricht somit der japanischen Tendenz, beide Bereiche nicht klar voneinander abzugrenzen.⁴¹ Der „totale“ Krieg verlangt neben dem Einsatz der kämpfenden Soldaten auch jenen der sich im Heimatland befindenden Angehörigen der japanischen Nation. Ebenso wie Koyama Eizō es in seiner „Abhandlung über die Kunst der Propaganda“ formuliert, obliegt der „Heimatfront“ unter anderem die Aufgabe des „Ausdruck[s] der Ermutigung und Dankbarkeit an die Soldaten durch die Zusendung von Briefen“.⁴²

³⁸ Hayashi (1943 I): S. 222.

³⁹ Hayashi (1943 I): S. 212 f.

⁴⁰ Yui (1995): S. 118.

⁴¹ Weisenfeld (2009): S. 13 f.

⁴² Koyama (1937): S. 403 f.

Meiji-Karamell (7.9.1938, 21.9.1938, 5.10.1938)

強イ子ニナレ
元氣ナ身ニルナ養素



MEIJI MILK CARAMEL

明治キヤメラ

明治製菓株式会社



内閣情報部編輯

週報

國策のパンフレット

見本希望の方は内閣印刷局宛御申出下さい

中部支那細圖

定價 一部五錢
年報(前巻) 二圓四十錢
(郵不料込)

毎水曜日發行

中支支那の動向は如何せんとしてゐる。軍事經濟の概況的動向を知るために詳細な地圖が必要である。今図報に對策を以て四より掲載ある地圖の供を以て増刊號として發行。一紙の價を是れを以てした。七月末日發行の地圖詳細と同様取、地、主要道路主要都市は勿論外都支までつてゐる詳細なものである。

週報第百號記念に添附

九月十四日發行

本號に限り八錢

内閣印刷局發行

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

東京各埠官報發行所

Meiji-Karamell (7.9.1938, 21.9.1938, 5.10.1938)



ルメラヤキンモノ・ルメラヤキヒーロー・ルメラヤキクルミ
新種豆のルメラヤキムーリク・ルメラヤキトーレコヨチ

うか行で氣元つ張頑！アサ

ルメラヤキ治明

社 會 式 株 菓 製 治 明

熱狂的歡迎の中を八月十七日午後鳴れの帝都入りをした友邦稱達の若き健徒ヒトラウーゲント一行は、先づ緑濃き大内山を仰いで、敬虔な敬禮を行ひ、宮城前より裝ひをらしたニッパル乗用車三臺、ニッパルバス二臺に分乗萬歳の聲に送迎せられつゝ、明治神宮、靖國神社に参拜した。

ニッパルはダットヤと共に日産自動車廠の製作する純國産優秀大家車で前線でも戦後でも多数の御用命を蒙つて居ります。

東京・日産自動車販賣株式会社・丸の丸

Meiji-Karamell (7.9.1938, 21.9.1938, 5.10.1938)

附賞点百 ばれめ菓を獲るなに子菓お

！子菓おのかるすに子い強

ルメラヤキ治明

社 會 式 株 菓 製 治 明

は簡易保険 700 円まで

小保険は満一歳から

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Werbeanzeigen der Firma Meiji zu ihren Karamellbonbons finden sich in den Ausgaben 30 (7.9.1938), 32 (21.9.1938) sowie 34 (5.10.1938) des Jahres 1938. Sie nehmen jeweils eine halbe Seite Raum ein und befinden sich stets im oberen Teil der vorletzten Seite der jeweiligen Ausgabe.⁴³ In Ausgabe 30 wird der untere Teil für eine Werbeanzeige der *Shūhō* genutzt, in Ausgabe 32 für eine Anzeige der Firma Nissan sowie in Ausgabe 34 für Versicherungswerbung. Die Anzeigen befinden sich stets direkt neben der Rubrik „Leserkamera“ („*dokusha no kamera*“, 「読者のカメラ」).⁴⁴ Die Aufmachung ist jedes Mal gleich. Auf weißem Hintergrund werden in einem von einer schwarzen Linie umrahmten rechteckigen Bereich verschiedene Elemente über das Mittel der Montage folgendermaßen angeordnet: Im unteren Teil des Rechtecks prangt in Form eines schwarz umrahmten weißen Schriftzugs jeweils deutlich der Name des beworbenen Produktes: „Meiji-Karamell“ („*Meiji kyarameru*“, 「明治キャラメル」), wobei „Meiji“ in Kanji und „Karamell“ in Katakana (zweite japanische Moreschrift neben Hiragana) geschrieben wird. Darunter steht stets in kleinerer schwarzer Schrift „Meiji-Süßwarenherstellung-Aktiengesellschaft“ („*Meiji seika kabushiki gaisha*“, 「明治製菓株式会社」).⁴⁵

Die rechte Hälfte ist für die ausgeschnittene Fotografie eines Jungen im Kleinkindalter reserviert: zunächst ein Junge in hellem, kariertem Hemd mit hellem Hut, aller Wahrscheinlichkeit nach auf einem Fahrrad oder Dreirad fahrend,⁴⁶ dann ein Baseball spielender Junge in entsprechender Kleidung, der zum Wurf ansetzt und auf dessen Brust an der Stelle, wo für gewöhnlich der Teamname zu lesen ist, die Aufschrift „Kuroichi“ prangt,⁴⁷ zuletzt ein mit der Süßigkeit in der rechten Hand und einem Gewehr in der linken Hand salutierender Junge in einem hellen, kurzärmeligen Hemd mit Gürtel, dazu ein dunkler Hut, der einem Soldatenhelm ähnelt.⁴⁸ Oben links findet sich bei letzterer Anzeige der folgende Text: „Gefördert durch die ‚Tō[kyō] Nichi[nichi Shinbun]‘ / Anwerbung von Fotografien zur Förderung der heimischen Produktion / Fotografie zur Verfügung gestellt von Nozaki Sadayoshi, wohnhaft in Tōkyō“.⁴⁹ Eine Zeichnung des beworbenen Produktes befindet sich jeweils im linken Teil der Montage. Auf der Verpackung ist ein Junge in kurzer, dunkler Hose, heller Jacke und Mütze abgebildet, der einem vor ihm sitzen-

⁴³ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23]; Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21]; Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁴⁴ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23]; Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21]; Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁴⁵ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23]; Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21]; Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁴⁶ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23].

⁴⁷ Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21].

⁴⁸ Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁴⁹ Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

den Hund etwas nicht näher zu Erkennendes, höchstwahrscheinlich jedoch ein Stück Karamell, hinhält. In der anderen Hand hält er vermutlich eine Packung Meiji-Karamell.⁵⁰ In unmittelbarer Nähe des gezeichneten Produktes sind je nach Anzeige die folgenden Texte zu lesen: „Werde ein starkes Kind! Grundlage einer Ernährung für einen lebendigen Körper“,⁵¹ „Fünf verschiedene Sorten: Milch-Karamell, Kaffee-Karamell, Zitrone-Karamell, Schokolade-Karamell, Creme-Karamell“⁵² sowie in der letzten Anzeige „Sammler leere Packungen und erhalte weitere Süßigkeiten“ und „Belohnung für 100 Punkte“.⁵³ Zudem findet sich über dem schwarz unterlegten Schriftzug des Produktes Meiji-Karamell in Ausgabe 32 der Satz „Also los, mit Mühe und Energie!“,⁵⁴ in Ausgabe 34 der Slogan „Die Süßigkeit für ein starkes Kind“.⁵⁵

II. IKONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Firma Meiji: Im Zuge des Ersten Weltkrieges (1914–1918) nahmen Süßwarenimporte aus Europa stark ab, was zur Gründung der Firma Meiji im Jahr 1916 führte. Im selben Jahr begann man mit der Produktion von Schokolade für den japanischen Markt, ab 1917 kamen Molkereiprodukte und industriell verarbeitete Lebensmittel hinzu. Säuglingsmilchnahrung in Pulverform wurde ab 1923 vertrieben. Das in frühen Jahren bereits sehr breit aufgestellte Sortiment und der geschickt gewählte Firmenname Meiji, welcher Assoziationen zu wirtschaftlich besseren Zeiten Japans weckt, legen den Schluss nahe, dass die Produkte bereits 1938 fest im Bewusstsein der Zeitgenossen etabliert waren. Die Firma vertreibt ihre Produkte bis heute, auch über die Grenzen Japans hinaus.⁵⁶

Zum Baseball spielenden Jungen: Der Schriftzug „Kuroichi“ auf der Kleidung legt den Schluss nahe, dass das Kind in einem Baseballteam selbigen Namens aktiv ist. Ende 1934 wurde in Japan das erste professionelle Baseballteam zusammengestellt, 1936 waren es bereits sechs an der Zahl. Auch wenn Amateurbaseball in der Vorkriegszeit, gemeint ist hier die Zeit bis zum Kriegsausbruch in Europa 1939, populärer blieb als professioneller Baseball, entwickelte dieser sich in der Nachkriegszeit zur Sportart mit den meisten Zuschauern.⁵⁷ Baseball war somit ein für die japanischen Zeitgenossen aktuelles und weitgehend positiv besetztes Thema.

⁵⁰ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23]; Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21]; Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁵¹ Shashin shūhō (7.9.1938): S. [23].

⁵² Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21].

⁵³ Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁵⁴ Shashin shūhō (21.9.1938): S. [21].

⁵⁵ Shashin shūhō (5.10.1938): S. [19].

⁵⁶ Meiji Holdings Co., Ltd. (2016): S. 3.

⁵⁷ Watanabe (1983): S. 142.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Die vorliegenden Werbeanzeigen weisen in ihrer inhaltlichen und gestalterischen Aufmachung Parallelen zur analysierten Werbung zu Fuji-Film auf, verfügen jedoch zudem über gewisse Unterschiede. Hält man sich vor Augen, dass im Japan der 1930er-Jahre, wie bereits eingangs erwähnt, keine derart strikte Trennung von „Werbung“ und „Propaganda“ existierte, wie dies in Deutschland der Fall war,⁵⁸ so lassen sich zahlreiche Merkmale zeitgenössischer Propaganda anhand der Anzeigen herausarbeiten: Auf der Ebene der Propaganda allgemein erkennbar ist zunächst, dass eine „Naturalisierung“ von Botschaften und Handlungsaufforderungen⁵⁹ dadurch erreicht wird, dass der Konsum von Meiji-Produkten als naheliegende Möglichkeit der Ernährung zum Erhalt eines gesunden, agilen Körpers inszeniert wird. Dies wird auf visueller Ebene erreicht, indem für alle drei Anzeigen Kinder gewählt werden, die körperlich fordernden Tätigkeiten, Fahrrad fahren, Baseball spielen sowie, auf spielerische Art vermittelt, dem Militärdienst, nachgehen. Zudem befindet sich in allen drei Anzeigen auf dem abgebildeten Produkt die Zeichnung eines mit einem Hund spielenden Kindes. Ebenso wie in der Anzeige von Fuji wird der Hund als unterstützendes Symbol für die Agilität des Kindes genutzt. Auf textlicher Ebene wird ebenfalls das Potential des Produktes für den Erhalt eines gesunden Körpers betont: „Werde ein starkes Kind! Grundlage einer Ernährung für einen lebendigen Körper“, „Also los, mit Mühe und Energie!“, „Die Süßigkeit für ein starkes Kind“ heißt es dort. Erneut kommt, wie so oft, der Aspekt der Freiwilligkeit zum Tragen, wenn insbesondere mit erstem gewählten Anzeigentext die implizite Aufforderung an die überwiegend junge Leserschaft der *Shashin shūhō* einhergeht, sich das entsprechende Produkt zu kaufen, was an dieser Stelle einen erneuten Verweis auf die Bemerkung Koyamas, dass Propaganda nicht oktroyiert erscheinen dürfe,⁶⁰ nahelegt. Propaganda erweckt zudem im vorliegenden Fall den Anschein von Alternativlosigkeit.⁶¹ Diesem Umstand wird durch das Wort „Grundlage“ Rechnung getragen. Außerdem ist wiederholt darauf hinzuweisen, dass Propaganda danach strebt, über Sprache und Bilder beim Rezipienten neue Verknüpfungen von bestimmten Sachverhalten und bestehenden positiven und negativen Einstellungen zu erreichen⁶² sowie darauf, dass dies erneut dadurch erreicht werden soll, dass auf den Rezipienten fröhlich und sympathisch wirkende Kinder abgebildet werden (emotionaler Interpretant).

⁵⁸ Bussemer (2005): S. 26 f; Weisenfeld (2009): S. 14.

⁵⁹ Bussemer (2005): S. 30.

⁶⁰ Koyama (1937): S. 12.

⁶¹ Bussemer (2005): S. 31.

⁶² Bussemer (2005): S. 30.

Auf der Ebene der Kriegspropaganda sind die Ambition, die Moral der Heimat aufrechtzuerhalten⁶³ sowie der „kurzfristig-taktische“ Charakter der Anzeigen⁶⁴ erkennbar. Zeitgenössische Umstände wie die bereits erwähnte Etablierung des Ministeriums für Gesundheit und Soziales im Juli 1937 und die daran anschließende Fokussierung auf den Erhalt einer gesunden Bevölkerung, insbesondere als militärische Ressource im Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieg (1937–1945),⁶⁵ und die Heranziehung von Schülern ab der Mittelschule zur Lohnarbeit⁶⁶ zeigen, dass es sich bei der Betonung körperlicher Aktivität in den in der *Shashin shūhō* geschalteten Anzeigen keinesfalls um einen Zufall handelt. Ein weiteres „kurzfristig-taktisches“ Element bildet die für eine der Anzeigen gewählte Bezugnahme auf den japanischen Baseball, sicherlich eine bewusst von den Machern getroffene Entscheidung angesichts der großen Beliebtheit des Sportes, insbesondere des Amateurbaseballs, bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs (1939–1945).⁶⁷ Ebenfalls derart interpretiert werden kann der Umstand, dass mit Meiji eine genuin japanische Firma beworben wird, ein Phänomen, das dadurch zu erklären ist, dass der in Japan verbreitete Nationalismus und der sich ausweitende Konflikt Japans mit den Alliierten im Verlauf des Krieges eine Bewerbung ausländischer Produkte in einer vor allem für die japanische Bevölkerung zugeschnittenen Zeitschrift unangebracht erscheinen lässt.

Der Verweis auf die Zur-Verfügung-Stellung einer der genutzten Aufnahmen durch einen in Tōkyō wohnhaften Japaner sowie die Ermöglichung der Anzeige durch die „Tōkyō Nichinichi Shinbun“ verdeutlichen zudem die von Kushner herausgearbeitete Tendenz, dass an der Herstellung japanischer Propaganda nicht nur militärische und nationalistische Kreise beteiligt waren.⁶⁸ Gleichfalls zum Ausdruck kommen die Tendenz, Japan als Land gesunder Menschen zu inszenieren⁶⁹ sowie der von Kushner im Zusammenhang mit verschiedensten Propagandisten der Zeit erwähnte Umstand, dass diese sich der Tatsache bewusst gewesen seien, dass Menschen in erster Linie nach unmittelbarem Nutzen für sich selbst streben.⁷⁰ Er wird darin deutlich, dass in einer der Anzeigen dazu aufgefordert wird, leere Packungen zu sammeln, um eine Belohnung zu erhalten.

Mit Peirce kann abschließend gesagt werden, dass sich zwischen der untersuchten Anzeige zu Fuji-Film und den Anzeigen zu Meiji-Karamell erstaunliche Parallelen ausmachen lassen: Abbildungen von Kindern werden

⁶³ Bussemer (2005): S. 31.

⁶⁴ Bussemer (2005): S. 33, 35.

⁶⁵ Kushner (2006): S. 47 f.

⁶⁶ Oku/Tsuruoka (2008): S. 204.

⁶⁷ Watanabe (1983): S. 142.

⁶⁸ Kushner (2002): S. 14.

⁶⁹ Kushner (2002): S. 371.

⁷⁰ Kushner (2006): S. 9.

auf der Ebene des emotionalen Interpretanten genutzt, um einen beim Rezipienten positiven Eindruck vom beworbenen Produkt herzustellen. Anschließend wird über die Beeinflussung auf Textebene danach gestrebt, den Leser zum Kauf des beworbenen Produktes zu bewegen, auch unter Rückgriff auf direkte Aufforderungen (energetischer Interpretant). Eine politische Botschaft, die auf eine dauerhafte Verhaltensänderung des Rezipienten abzielt, wohnt allen Anzeigen inne, obgleich dies bei Fuji-Film deutlich erkennbar ist, bei Meiji-Karamell lediglich indirekt vermittelt wird (logischer Interpretant): Im Falle von Fuji-Film ist es der aus innerer Überzeugung erwachsende Entschluss, regelmäßige Bildpropaganda an die Front zu senden, im Falle von Meiji-Karamell ist es der Hang zu einer gesunden Lebensweise vor dem Hintergrund eines eventuellen Kriegseinsatzes, obgleich dies nicht direkt formuliert wird.

6.3. FAST VOLLSTÄNDIGES FEHLEN VON PRODUKTWERBUNG VON JULI BIS DEZEMBER 1943

Im direkten Vergleich der Ausgaben der beiden Zeitschriften in den zweiten Jahreshälften 1938 mit den Ausgaben von Juli bis Ende Dezember 1943 fällt jeweils eine starke Abnahme der Werbeanzeigen ins Auge, die zunächst damit zusammenhängt, dass der Umfang beider Zeitschriften tendenziell knapper ausfällt als noch in der zweiten Jahreshälfte 1938.⁷¹ Zudem hängt dies auf deutscher Seite höchstwahrscheinlich mit der mangelnden Verfügbarkeit der Produkte, unter anderem aufgrund sich intensivierender Luftangriffe in den letzten Kriegsjahren,⁷² zusammen. Mehr als 30.000 Menschen wurden Opfer eines Angriffes auf Hamburg im Juni 1943, in den Folgemonaten wurden zahllose Großstädte infolge der Luftoffensiven in Schutt und Asche gelegt.⁷³ Gegen Kriegsende waren Hildesheim, Stuttgart, Heilbronn, München, Krefeld und Kassel zerstört, in Köln drei Viertel aller Wohnungen vernichtet.⁷⁴ Mit der Ernennung Goebbels' zum Reichsbevollmächtigten für den totalen Kriegseinsatz am 25. Juli 1944 konnte dieser zudem die Schließung von Luxusrestaurants und kriegsbedeutenden Betrieben anordnen.⁷⁵ Ein Wegfall der Werbeanzeigen für japanische Produkte in der *Shashin shūhō* ist ebenfalls mit einem sinkenden Lebensstandard zu erklären. Reallöhne der japanischen Bevölkerung sanken um 60 Prozent in den Jahren von 1934 bis 1945. Ökonomisches Wachstum fiel ab 1937 im Vergleich zu den vorangehenden Jahren weit aus geringer aus. Nach Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krie-

⁷¹ Dies zeigt die von mir vorgenommene Sichtung der entsprechenden Ausgaben.

⁷² Benz (2000): S. 203 f.

⁷³ Benz (2000): S. 205.

⁷⁴ Benz (2000): S. 252 f.

⁷⁵ Benz (2000): S. 248.

ges (1937–1945) nahm die Inflation zu und Steuern erhöhten sich rapide ab den späten 1930er-Jahren. 1938 betrug die Militärausgaben des Staates bereits drei Viertel des Staatsbudgets bzw. dreißig Prozent des Bruttosozialproduktes, was sich in den Folgejahren intensivierte. In den frühen 1940er-Jahren war Konsumwirtschaft im Grunde nicht mehr gegeben, da die staatliche Kontrolle der Zuweisung von Rohstoffen und Kapital die Textil- und weitere Konsumgüterindustrie nicht mit einschloss. Diese wiederum sah sich gezwungen, fortan kriegswichtige Güter zu produzieren.⁷⁶ Darüber hinaus bemerkt Earhart in seiner Monographie zur *Shashin shūhō*, dass die „Heimatfront“ aufgrund der sich verstärkenden militärischen Niederlagen ab 1943 und der Benachteiligung japanischer Staatsbürger innerhalb der USA dazu angewiesen worden sei, verbleibende Spuren „feindlichen“, englischsprachigen Einflusses auf Japan zu beseitigen. Akzeptierte beispielsweise die *Shashin shūhō* der Jahre 1938 und 1939 noch Produktanzeigen, die mit englischen Beschriftungen warben, war es hiermit spätestens 1943 vorbei.⁷⁷ Englischsprachige Beschriftungen verschwanden ebenso aus dem japanischen Stadtbild wie amerikanische und englische Produkte aus den Regalen.⁷⁸

6.4. LESERFOTOGRAFIEN IM ILLUSTRIRTEN BEOBACHTER

Dass sich im *Illustrierten Beobachter* im zweiten Halbjahr 1938 eine Rubrik für Leserfotografien nicht finden lässt, diese jedoch in jener Zeit ein häufiges Element der *Shashin shūhō* bildet, überrascht vor dem zeitgeschichtlichen Hintergrund in keinerlei Weise: Unterschied sich doch die nationalsozialistische Propaganda als tendenziell exklusive von der japanischen als tendenziell integrativen: Die deutsche „Erziehung zum Wegsehen“⁷⁹ steht der japanischen Propaganda als Symbiose gemeinsamer Aktivität von Politik und Volk⁸⁰ gegenüber. In den Augen Max Amanns zielt Propaganda vor allem auf die „deutsche Volksgemeinschaft“ als Adressatengruppe,⁸¹ Willy Stiewe zeichnet das Bild des „Leser[s] im nationalsozialistischen Staat“,⁸² der weniger überzeugt als vielmehr in seinen Ansichten immer wieder bestärkt werden müsse.⁸³ Dem gegenüber stehen Koyama Eizō und Hayashi Ken'ichi, die beide

⁷⁶ Gordon (2014): S. 215.

⁷⁷ Earhart (2008): S. 360. Dies deckt sich mit eigenen Beobachtungen: In Ausgabe 27 der *Shashin shūhō* vom 17.8.1938 beispielsweise findet sich eine Produktanzeige der Firma Meiji, in der die beworbene Hafermilch die Aufschrift „milk oats“ trägt (*Shashin shūhō* (17.8.1938): S. [23]).

⁷⁸ Earhart (2008): S. 362 f.

⁷⁹ Sachsse (2003): S. 14.

⁸⁰ Kushner (2002): S. 2.

⁸¹ Amann (23.5.1936): S. 245.

⁸² Stiewe (1936): S. 67.

⁸³ Stiewe (1936): S. 67 f.

das Potential propagandistischer Beeinflussung über Japan hinaus in der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ erkennen.⁸⁴ Die „Herzen der Völker Ostasiens“⁸⁵ gilt es nach Koyama zu gewinnen, auch und gerade der „schlichte[n] Gemüter“ mit niedrigem Bildungsgrad,⁸⁶ wie Hayashi Ken'ichi zudem bemerkt. Für ihn muss sich Propaganda verbreiten wie ein Giftgas,⁸⁷ das Potential der Illustrierten besteht für ihn nicht zuletzt in der Möglichkeit, den Leserkreis bis ins Unendliche zu erweitern.⁸⁸

6.5. LESERFOTOGRAFIE IN DER *SHASHIN SHŪHŌ*

Fotografien von Lesern wurden in der *Shashin shūhō* in der Rubrik „Leserkamera“ als „angeworbene Werke“ publiziert, die nicht in jeder Ausgabe vorhanden waren. In der zweiten Jahreshälfte des Jahres 1938 finden sie sich in insgesamt 21 der 25 Ausgaben, und zwar in den Heften mit den Nummern 21, 23 und 24, 26, 28 bis 30, 32 bis 37, 39 sowie 40 bis 45. Fotografien, welche Kinder und Jugendliche in den Mittelpunkt des Bildes stellen, sind relativ häufig vertreten: Sie finden sich in 15 der 21 Ausgaben.⁸⁹ Dies kann zum einen Indiz sein für eine besonders große Vorliebe der fotografierenden Leserschaft für Motive Minderjähriger, zum anderen für eine bevorzugte Auswahl derartiger Motive durch die Herausgeber der *Shashin shūhō*. In der zweiten Jahreshälfte 1943 entfällt diese Kategorie der Zeitschrift, was zum einen mit der sich verringern den Zahl vom Kameras innerhalb der Bevölkerung aufgrund von sich verschärfenden Auflagen des Im- und Exports erklärt werden kann,⁹⁰ zum anderen durch die sich verschärfende Zensur zu Anfang der 1940er-Jahre.⁹¹

Eine genaue Analyse exemplarischer Aufnahmen des Jahres 1938 trägt zu einer Erklärung bei, warum gerade diese Fotografien es in die *Shashin shūhō* geschafft haben. Die Zahl der zur Analyse ausgewählten Fotografien fällt angesichts des vergleichsweise geringen Umfangs der Rubrik innerhalb der *Shashin shūhō* und ihres kompletten Wegfalls in der zweiten Jahreshälfte 1943

⁸⁴ Hayashi (1943 I): S. 209; Koyama (1943): S. 32 f.

⁸⁵ Koyama (1943): S. 33.

⁸⁶ Hayashi (1943 I): S. 209.

⁸⁷ Hayashi (1943 I): S. 223.

⁸⁸ Hayashi (1943 I): S. 208.

⁸⁹ Und zwar an folgenden Stellen: *Shashin shūhō* (6.7.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (27.7.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (10.8.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (21.8.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (31.8.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (7.9.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (28.9.1948): S. [22]; *Shashin shūhō* (5.10.1938): S. [18]; *Shashin shūhō* (12.10.1938): S. [18]; *Shashin shūhō* (9.11.1938): S. [22]; *Shashin shūhō* (16.11.1938): S. [18]; *Shashin shūhō* (23.11.1938): S. [18]; *Shashin shūhō* (14.12.1938): S. [18]; *Shashin shūhō* (21.12.1938): S. [18].

⁹⁰ Tanaka/Miyabe (1991): S. 54.

⁹¹ Carter (2009): S. 153.

entsprechend niedrig aus. Ich habe mich für je eine Aufnahme von Beginn und Ende der zweiten Jahreshälfte 1938 entschieden, auf welcher ausschließlich Kinder als Personen abgebildet sind: Erstere Aufnahme ist der Ausgabe vom 13. Juli 1938 entnommen und weist, ebenso wie eines der zuvor analysierten Titelbilder, einen direkten Bezug zum Roten Kreuz auf.⁹² Ich habe sie ausgewählt, weil es von besonderem Interesse ist, zu sehen, ob die durch die Foto-Text-Kombination vermittelten Grundaussagen sich mit den Ergebnissen der Analyse des Titelbildes vom 28. September 1938 decken oder hiervon abweichen. Die zweite Aufnahme stammt aus der Ausgabe vom 9. November 1938 und bildet zwei jubelnde Kinder mit japanischer Nationalflagge ab.⁹³

⁹² Shashin shūhō (13.7.1938): S. [21].

⁹³ Shashin shūhō (9.11.1938): S. [22].

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Als Leserbild wurde in der 22. Ausgabe der *Shashin shūhō* vom 13. Juli 1938 ein Bild zweier Jungen vor einem Krankenhaus unter dem Titel „Auf zum Krankenbesuch“ publiziert. Beide Kinder wurden nebeneinander stehend von hinten fotografiert, sodass ihre Gesichter nicht erkennbar sind. Sie tragen identische, dunkle Kleidung: eine Mütze, eine Jacke, möglicherweise aus Leder, eine kurze, bis zu den Knien reichende Hose, Socken und bis an die Knöchel reichende Schuhe, vermutlich ebenfalls aus Leder. Beide halten höchstwahrscheinlich Geschenke in der Hand, die sie anlässlich ihres Krankenbesuches mitgebracht haben: Der Junge rechts hält einen Blumenstrauß in der Hand. Was der linke Junge trägt, ist nur schwer zu identifizieren. Die Bildbeschreibung legt jedoch nahe, dass er einen Brief in Händen hält. Sie stehen beide auf einem gekiesten Weg, der auf der linken Seite durch mit Seilen verbundene Poller von einer Grünfläche abgetrennt ist und direkt zum Krankenhaus führt, das anhand seiner ganz in Weiß gehaltenen Front und eines roten Kreuzsymbols an einem Turm des Gebäudes sehr leicht als solches identifizierbar ist. Vereinzelt sind Büsche und Bäume des vor dem Krankenhaus angelegten Parks erkennbar, der Himmel ist klar und die Sonne scheint. Das Bild wurde von einem Leser aus dem Tōkyōter Stadtteil Nihonbashi namens Ōnishi Kumatarō zugesandt.⁹⁴ Es trägt folgende Bildbeschreibung, aus der zusätzlich zu entnehmen ist, dass es, neben anderen abgedruckten Bildern, den dritten Platz in der betreffenden Ausgabe einnimmt:

„Da sie zum Rotes-Kreuz-Krankenhaus gehen [...], hat ihnen die ältere Schwester extra Blumen für den Krankenbesuch gekauft. Der Brief der Mutter wurde ihnen auch mitgegeben. Nach etlichen Monaten ein erneutes Treffen mit dem Arzt. Die Wangen der Grundschüler sind leicht errötet, als sie vor dem kreideweissen, großen Gebäude stehen. [...] ‚Los, gehen wir!‘ (dritter Platz)“.⁹⁵

Außerdem finden sich in der Ausgabe einige technische Angaben zum Foto, unter anderem der Hinweis, dass das Bild mit einer deutschen Korelle-Reflexkamera aufgenommen und ein Tessar-Objektiv verwendet wurde. Beim Film entschied man sich für Neopan, ein Produkt der Firma Fuji,⁹⁶ das im Zusammenhang mit der Anzeige zu Fuji-Film bereits erwähnt wurde (siehe Kapitel 6.2.).

II. ICONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Korelle-Reflexkamera: In der von Franz Kochmann 1921 in Dresden gegründeten „Fabrik photographischer Apparate“ wurden ab den 1930er-Jahren verschiedene Kameramodelle entwickelt, die unter dem Produktnamen „Korelle“ vertrieben wurden, darunter die 1931 hergestellte Rollfilmkamera Korelle

⁹⁴ *Shashin shūhō* (13.7.1938): S. [21].

⁹⁵ *Shashin shūhō* (13.7.1938): S. [21]. Auslassungen im Original.

⁹⁶ *Shashin shūhō* (13.7.1938): S. [21].

4 x 6,5 cm, die 1932 produzierte Kleinbildkamera Korelle K als auch die 1935 auf der Leipziger Messe vorgestellte einäugige Spiegelreflexkamera Reflex-Korelle 6x6 auf für ihre Zeit hohem technischem Stand. 1936 wurde dieses Modell in leicht veränderter Form verkauft, die Belichtungszeiten auf 1/25s bzw. 1/500s begrenzt, und späterhin als Reflex-Korelle I bezeichnet, um sie von dem ihr folgenden, höherwertigen Modell Reflex-Korelle II mit Selbstauslöser und zusätzlichen Belichtungszeiten abzugrenzen. Beide Modelle erhielten 1937 einen verbesserten Filmtransport und wurden nunmehr Reflex-Korelle Ia und Reflex-Korelle IIa genannt. 1938 wurde das Modell „Ia“ aufgegeben und das Modell „IIa“ als Reflex-Korelle II vertrieben, neben der so genannten Reflex-Korelle Chrom III, die dem damaligen Leistungsniveau einäugiger 6x6-cm-Spiegelreflexkameras entsprach. Unternehmerisch war das Jahr 1938 bedeutsam, da Franz Kochmann als Angehöriger jüdischen Glaubens aus Deutschland emigrierte und der Betrieb unter staatlicher Lenkung einen neuen Besitzer erhielt. Ab Mitte 1940 wurde das Werk für die Rüstungsindustrie verpflichtet und durch den Bombenangriff auf Dresden vollkommen zerstört.⁹⁷

Zum Tessar-Objektiv: Das zu Weltruhm gelangte, bereits 1902 erschienene und von Paul Rudolph, einem Mitarbeiter des Physikers Ernst Abbe, Professor an der Universität Jena, entwickelte Tessar-Objektiv verfügt über vier, durch die Blende in zwei Gruppen unterteilte Linsen, wobei die Linsen der ersten Gruppe Luftabstand voneinander besitzen, während letztere beide miteinander vereinigt sind. Dieses so genannte Triplet bietet durch seine wenigen freien Flächen geringen Reflexionsverlust und eine im Vergleich zu anderen Modellen wie dem Gauss-typ mit acht freien Linsenflächen geringere Gefahr von Spiegelflecken.⁹⁸

Zum Roten Kreuz im Japan der Zeit des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945): Zur Bedeutung des japanischen Roten Kreuzes wurde bereits im Zusammenhang mit dem Titelbild der Ausgabe vom 28. September 1938 eine zeitgenössische Quelle zitiert (siehe Kapitel 4.1.). Es wurde darauf verwiesen, dass das Rote Kreuz durch Ausstellungen wie „Kleidung in Kriegszeiten“ und dazugehörige Schriften darauf bedacht war, das Nationalbewusstsein innerhalb der Bevölkerung zu fördern. Aufgrund des zunehmend negativen Kriegsverlaufs sollte die Bevölkerung dazu angeleitet werden, auch materielle Einschränkungen in Kauf zu nehmen.

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Der Import deutscher Kameras nach Japan stieg in den Jahren 1934 und 1935 stark an, ging jedoch mit Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) stark zurück.⁹⁹ Die zur Erstellung des vorliegenden Bildes verwendete Korelle-Reflexkamera verfügt den Angaben der *Shashin shūhō* zu-

⁹⁷ Hummel (1995): S. 88 f.

⁹⁸ Baier (1980): S. 310 f.

⁹⁹ Tanaka/Miyabe (1991): S. 52, 54.

folge über eine Belichtungszeit 1/25s. Demzufolge handelt es sich aller Wahrscheinlichkeit nach um eines der ab 1936 hergestellten Modelle,¹⁰⁰ das noch vor Ausbruch des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges (1937–1945) seinen Weg nach Japan fand. Dass zur Erstellung der Fotografie ein japanischer Film verwendet wurde, mag der Erschwerung von Importen ab 1937 geschuldet sein.¹⁰¹ Anhand der hier genannten technischen Daten zeigt sich somit *pars pro toto* der gesteigerte Erwerb deutscher Kameratechnik auf japanischer Seite in den 1930er-Jahren.

Abseits dieser Beobachtungen auf technischer Ebene lassen sich anhand der Abbildung erneut zeitgenössische Tendenzen japanischer Propaganda ausmachen, die zuvor bereits in aller Ausführlichkeit erläutert wurden: Der Umstand, dass es sich um eine Leserfotografie handelt und dass diese im Rahmen der Teilnahme an einem Wettbewerb entstanden ist („dritter Platz“), zeigen, dass die Redakteure der *Shashin shūhō* stark auf die Teilhabe und Aktivierung der japanischen Bevölkerung bei der Produktion und Verbreitung von Propaganda setzen, ebenso wie Kushner es allgemein für japanische Propaganda konstatiert.¹⁰² Der Krankenbesuch von Kindern als Mittel zur Aufmunterung von Truppen in Zeiten des Krieges, so wie Koyama es in seinem Propagandawerk als Aufgabe der „Heimatfront“ definiert,¹⁰³ sowie die damit verbundene Aufforderung an den Rezipienten, gleichfalls zum Krankenbesuch aufzubrechen, explizit geäußert im als Bildtitel gewählten Ausspruch „Auf zum Krankenbesuch“, lassen sich ebenfalls der Fotografie samt Bildunterschrift entnehmen.

Das Bild samt Unterschrift vermittelt zudem den Eindruck, als seien die Kinder aus eigenem Antrieb heraus und ohne Begleitung eines Erwachsenen aufgebrochen. Ihnen wurden Blumen und ein Brief von Schwester und Mutter mitgegeben, was den Schluss nahelegt, dass es sich bei dem besuchten Kranken um den Vater der beiden Jungen handelt. Hieraus lässt sich erneut der von Koyama für Propaganda jeglicher Art geforderte Eindruck von „Freiwilligkeit“ herauslesen, der beim unbewusst beeinflussten Rezipienten erweckt werden soll.¹⁰⁴ Hierin liegt, neben der Inszenierung der Kinder als Motivation der im Krieg kämpfenden oder verletzten Truppen, eine weitere inhaltliche Parallele zum zuvor analysierten Titelbild der *Shashin shūhō* vom 28. September 1938, welches ebenfalls Bezug zum Roten Kreuz herstellt (siehe Kapitel 4.1.). Dass der Krankenbesuch jedoch *de facto* zu zweit erfolgt ist, bleibt deshalb anzuzweifeln, weil das Bild von einer weiteren anwesenden Person, vermutlich dem im Heft genannten Ōnishi Kumatarō, vor Ort erstellt werden musste und es sich bei diesem wahrscheinlich um ein Familienmitglied oder zumindest einen engen Freund der Familie handelt.

¹⁰⁰ Hummel (1995): S. 88.

¹⁰¹ Tanaka/Miyabe (1991): S. 54.

¹⁰² Kushner (2002): S. 2.

¹⁰³ Koyama (1937): S. 403.

¹⁰⁴ Koyama (1937): S. 34.

I. VOR-ICONOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG

Eine Leserfotografie der *Shashin shūhō* vom 9. November 1938 trägt den Titel „Gewonnen, gewonnen!“. Den Angaben in der Zeitschrift zufolge wurde sie von einem Mann namens Yamaguchi Kōji, wohnhaft im Kyōtoer Bezirk Fushimi, aufgenommen. Die Fotografie zeigt zwei lächelnde, jubelnde Kinder, einen Jungen und ein Mädchen, die ihre beiden Hände vor klarem Himmel in die Luft strecken. Der Junge trägt eine schwarze, langärmelige Jacke sowie eine ebenfalls in Schwarz gehaltene Mütze, das Mädchen einen gemusterten, hellen Kimono. Beide halten jeweils eine Flagge empor, an gestreiften Stangen befestigt: der Junge eine klassische japanische *Hinomaru*, das Mädchen eine japanische Kriegsflagge.¹⁰⁵ Das Bild trägt den folgenden, vollständig in Katakana geschriebenen Begleittext:

„Gewonnen, gewonnen! Kanton ist gefallen, Hankō ist auch gefallen, wie erfreulich, das Signal, dass Hankō genommen wurde, jeden Augenblick, ungeduldig die Flagge in der Hand, mein Brüderchen die Nationalflagge, ich die Flagge der Marine. Jubelnd warten wir beide in vorderster Reihe. Hurra! Hurra! Gewonnen! Gewonnen! Wie schön!“¹⁰⁶

„Krieg“ wird hier zum Gemeinschaftserlebnis, das mit der Familie zusammen zelebriert wird („Brüderchen“), mit Kindern „in vorderster Reihe“, ebenso begeistert vom Kriegserfolg der japanischen Armee wie die Erwachsenen, zudem die Flagge in der Hand als Zeichen der Verbundenheit mit den kämpfenden Truppen. Die Fotografie befindet sich rechts oben auf der Seite, links daneben eine Aufnahme jubelnder Frauen mit japanischen Flaggen.¹⁰⁷

II. ICONOGRAPHISCHE ANALYSE

Zur Hinomaru-Flagge: Siehe vorherige Erläuterung.

Zur japanischen Kriegsflagge: Diese Flagge zeichnet sich im Vergleich zur *Hinomaru* zusätzlich dadurch aus, dass vom hier ebenfalls zu sehenden Sonnensymbol rote Streifen ausgehen. Sie ist noch heute das Symbol der japanischen Streitkräfte.¹⁰⁸

III. IKONOLOGISCHE INTERPRETATION

Es zeigen sich anhand der Fotografie wiederholt zahlreiche vorangehend erarbeitete Merkmale deutscher sowie japanischer Bildpropaganda. Grundsätzlich zum Verständnis von Form und Inhalt ist erneut der historische Umstand, dass die im Japan der Zeit des Zweiten Chinesisch-Japanischen Krieges

¹⁰⁵ *Shashin shūhō* (9.11.1938): S. [22].

¹⁰⁶ *Shashin shūhō* (9.11.1938): S. [22].

¹⁰⁷ *Shashin shūhō* (9.11.1938): S. [22].

¹⁰⁸ Pohl (1996): S. 102.

(1937–1945) geschaffene Propaganda auf die Mobilisierung weiter Teile der japanischen Bevölkerung setzte, sei es an der „Heimatfront“ oder auf dem Schlachtfeld: Kriegspropaganda dient unter anderem der Aufrechterhaltung der Moral,¹⁰⁹ im vorliegenden Fall sowohl der einheimischen Bevölkerung wie auch der im Krieg befindlichen Soldaten.

Die auf der Fotografie abgebildeten Kinder sind sowohl männlichen wie auch weiblichen Geschlechts. Ergänzt durch die im linken oberen Teil der Seite platzierte Abbildung japanischer Frauen, welche die gleichen Bildelemente enthält wie die Fotografie der Kinder, stehen die Abgebildeten stellvertretend für die japanische Bevölkerung an der Heimatfront insgesamt, welche zu einem großen Teil aus Frauen und Kindern besteht. Sie alle schwingen japanische Flaggen, um ihrer Begeisterung für die japanische Nation Ausdruck zu verleihen, mehrheitlich die *Hinomaru*, das Mädchen zudem die japanische Kriegsflagge. Es wird bei der vorliegenden Abbildung rückblickend eine Parallele zu vorher analysierten Abbildungen der *Shashin shūhō* erkennbar: Eine seitens der Redakteure und der Leserschaft genutzte, effektive Methode zur Visualisierung von „Nationalbewusstsein“ japanischer Kinder und Jugendlicher besteht in der Abbildung mit Nationalflaggen, in der Regel der *Hinomaru*.

Die Fotografie der Kinder wurde durch einen Kyōtoer Leser namens Yamaguchi Kōji der *Shashin shūhō* zur Verfügung gestellt. Durch ihre Einbindung in die vorliegende Ausgabe, die namentliche Erwähnung des Beitragenden und die besondere Gestaltung der Bildunterschrift erfüllt sie gleich mehrere Zwecke: Weitere Teile der Leserschaft werden zur Partizipation angeregt, dazu veranlasst, ebenfalls Aufnahmen zuzusenden, und Propaganda somit nicht als ein von oben oktroyiertes Phänomen wahrzunehmen, sondern als ein Gemeinschaftserlebnis. Auch das Bild selbst, welches die Zusammenkunft einer Menschenmasse zum alleinigen Zweck des Anfeuerns kämpfender Soldaten impliziert, befördert diese Wahrnehmung von Propaganda als Phänomen der Masse. Die gemeinsame Partizipation von Politik und Volk bei der Herstellung von japanischer Propaganda trug wesentlich zur Erhöhung von Wirkungsgrad und Glaubwürdigkeit bei, wie Kushner herausarbeiten konnte.¹¹⁰ Dass auch die Werke von nicht in Tōkyō wohnhaften Lesern ihren Weg in die Ausgaben fanden, unterstützt den aufgrund einer Leser aus sechzehn Präfekturen einbeziehenden Umfrage der *Shashin shūhō* bereits gewonnenen Eindruck von der überregionalen Bedeutung der *Shashin shūhō* als Propagandamedium.¹¹¹ Indem sich weitere Rezipienten dazu entschließen, Fotografien zuzusenden, kommen sie ihrer nach Koyama bestehenden Pflicht zum Dienst an der „Heimatfront“ nach, auf welche vorangehend bereits hingewiesen wurde.¹¹²

¹⁰⁹ Bussemer (2005): S. 31; Lasswell (1927): S. 9 f, 12.

¹¹⁰ Kushner (2002): S. 2.

¹¹¹ Shimizu (2008): S. 37.

¹¹² Koyama (1937): S. 403.

Zudem wurde hinsichtlich der Geschichte der Zeitschrift bemerkt, dass diese nicht nur in der Heimat sondern ebenfalls an der Front selbst rezipiert wurde. Ihr oblag die Stärkung des Kampfgeistes, eine Aufgabe, die auf deutscher Seite „Heimatbilder“ als auch in späterer Zeit der *Illustrierte Beobachter* übernehmen.¹¹³ Die Fotografien begeistert von den Eroberungen Japans *Hinomaru* und japanische Kriegsflagge schwingender Kinder und Frauen tragen ihren Teil hierzu bei, auf emotionaler Ebene durch das Wecken eines Gefühles von Verbundenheit mit der zu Hause wartenden Familie, *pars pro toto* mit allen Angehörigen der japanischen Nation, insbesondere den Japanern und Japanerinnen der „Heimatfront“ (emotionaler Interpretant). Kinder sind hier Teil eines symbolischen Kollektivs, das die „Heimatfront“ als Ganzes repräsentiert. In gleicher Weise wurde diese Darstellung zuvor mit Blick auf „die in Japan lebenden Deutschen“ oder „die Bevölkerung des Sudetenlandes“ genutzt (siehe Kapitel 5.2.). Die traditionell japanische Kleidung des Mädchens unterstützt den Eindruck von der gemeinsamen Identität als Angehörige der japanischen Nation und dient indirekt der Exklusion des „Fremden“, erinnert somit an die bildhafte Untermauerung des zuvor behandelten „Mutterliedes“ (siehe Kapitel 5.1.). Hieraus resultiert schließlich die Motivation, sich nach allen Kräften für den Sieg Japans an der Front einzusetzen (energetischer Interpretant), und zwar im Glauben an die moralische Richtigkeit des Krieges, bestätigt durch die Zurufe der japanischen Bevölkerung der „Heimatfront“ (logischer Interpretant).

Es sind zudem die Kinder selbst, die als Vorbild ihrer Altersgenossen dienend dazu angeregt werden, sich für Fotografien zur Verfügung zu stellen oder als Teilnehmer von Massenversammlungen ihren in China und andernorts kämpfenden Familienangehörigen zuzujubeln. Dieser Schluss liegt nahe aufgrund der Tatsache, dass die Beschriftung des vorliegenden Bildes vollständig in Katakana gehalten ist: Wenn man davon ausgeht, dass Kinder Bildern Gleichaltriger besondere Aufmerksamkeit schenken und die Abbildung zudem an einer besonders herausragenden Position am Ende der Zeitschrift positioniert wurde, nämlich innerhalb der Rubrik „Leserfotos“ im oberen rechten Teil der Seite, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass ihrem Blick die Fotografie kaum entgeht. Um die Vermittlung der durch die Propagandisten intendierten Bildaussage auch bei jungen Lesern sicherzustellen, wird hier auf Kanji verzichtet. Stattdessen werden leicht lesbare und besonders ins Auge fallende Katakana genutzt. Die Aussage Hosakas, dass für Kinder in der Rubrik „Anschlagtafel aktueller Geschehnisse“ alle Kanji über Grund-

¹¹³ Shimizu (2008): S. 10; Hosaka (2011): S. 4. Dass dem *Illustrierten Beobachter* ebenfalls in späterer Zeit eine derartige Funktion zukam, lässt sich anhand der Titelseite späterer Ausgaben erkennen: Hier findet sich in einem besonders hervorgehobenen Kästchen die Möglichkeit, den eigenen Namen einzutragen und „herzliche Heimatgrüße an die Front“ zu senden (siehe beispielsweise *Illustrierter Beobachter* (2.9.1943): o. S.).

schullevel mit Furigana versehen worden seien,¹¹⁴ kann somit ergänzt werden durch die Bemerkung, dass bestimmte Fotografien der Zeitschrift gezielt mit Katakana versehen wurden. Ein weiteres Argument dafür, dass die Ersteller des Layouts der vorliegenden Ausgabe auch darauf abzielten, mit der vorliegenden Abbildung bei Kindern einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen, besteht in der vergleichsweise großen Einfachheit der Bildkomposition. Bestehen andere vorher betrachtete Aufnahmen durch eine Vielzahl an Bildelementen mit symbolischem, mitunter mehrdeutigem Charakter oder einer Diskrepanz der Bildaussagen mit und ohne Hinzuziehung der Bildbeschreibung, so liegt im vorliegenden Fall eine einfache, klare Botschaft an die Rezipienten vor.

¹¹⁴ Hosaka (2011): S. 6.

7. FAZIT

Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, unter Rückgriff auf die ikonographisch-ikonologische Methode Erwin Panofskys unter Hinzuziehung des Bildverständnisses Charles Sanders Peirces Muster der fotografischen Darstellung von Kindern und Jugendlichen im *Illustrierten Beobachter* und *Shashin shūhō* in einem deutsch-japanischen Vergleich herauszuarbeiten, um hierdurch rückzuschließen auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Ausgestaltung der Bildpropaganda beider Länder vor und im Krieg, auf allgemeine Tendenzen in der Gestaltung von Propaganda, auf die Organisation und Funktion von Propaganda in nationalistischen Staaten. Gleichzeitig sollte durch Einbeziehung der Rezipientensicht die Frage nach Mehrdeutigkeit, Wirkungsweise und Wirkungsgrad der Propaganda gestellt werden. Im Folgenden wird anhand von Dualismen, die sich für die Beantwortung obengenannter Fragen als zentral erwiesen haben, ein Überblick über die Ergebnisse der Untersuchung geboten:

Propaganda und Werbung

Aus dem grundlegenden Umstand, dass „Propaganda“ und „Werbung“ zwei voneinander semantisch strikt getrennte Phänomene im Deutschland der NS-Zeit bildeten, ganz im Gegensatz zu den Gegebenheiten in Japan, ergeben sich Konsequenzen für das Erscheinungsbild von Propaganda bis auf die Ebene der Fotografien von Kindern und Jugendlichen innerhalb der untersuchten Zeitschriften: Kriegspropaganda und Werbung gehen in der *Shashin shūhō* eine deutlich erkennbare Verbindung ein, die im *Illustrierten Beobachter* weniger offensichtlich bzw. nicht belegbar ist. Fotografische Darstellungen von Kindern werden in den im Vergleich zum deutschen Pendant größer ausfallenden japanischen Anzeigen in bewusst werbender wie auch propagierender Absicht gebraucht: So soll der Rezipient beispielsweise dazu angeregt werden, Kinderfotografien mittels eines beworbenen Foto-Films zu produzieren und an die Front zu senden, um auf diese Weise seiner Verpflichtung zum Dienst an der „Heimatfront“ nachzukommen: Kinderfotografien sind hier Mittel zur moralischen Unterstützung der kämpfenden japanischen Truppen. Die Süßigkeit Meiji-Karamell wird mit Abbildungen salutierender oder sportlich aktiver Kinder beworben, was mit der vom japanischen Ministerium für Gesundheit und Soziales angestrebten Gesunderhaltung der vor allem jungen Bevölkerung zum baldigen Kriegseinsatz in Verbindung gebracht werden kann.

Aktivität und Passivität – Produktion und Rezeption

Der systematische Vergleich offenbart zudem den Gegensatz von deutscher Propaganda als sich tendenziell „erzieherisch“ präsentierendem und japanischer Propaganda als tendenziell aktivierendem Phänomen: Der *Illustrierte Beobachter* als Chronist des „Neuen Deutschlands“ soll bereits etablierte Machtstrukturen erhalten. So impliziert bereits das im Titel enthaltene Wort „Beobachter“ Passivität. Die in der Zeitschrift im Vergleich zur *Shashin shūhō* gegebene größere Textmenge, unter anderem in Form von Rätseln, Fortsetzungsromanen und Humorseiten, lädt zur Rezeption in Zurückgezogenheit ein, was wiederum die klassische Lektüre als dominante Rezeptionsweise nahelegt. Die 1938 zu findenden durchlaufenden Seitennummern laden zum Sammeln der Ausgaben ein.

Der Titel *Shashin shūhō* (写真週報, „fotografische Wochenschrift“) hingegen impliziert einen hohen Stellenwert des Mediums „Bild“. Werbeanzeigen sind größer und bieten weniger Text, was ein „Herumzeigen“ erleichtert. Das japanische Medium soll nicht nur zur Inlands- sondern auch zur Auslandspropaganda genutzt werden. Ihre Inhalte sollen verbreitet, der Rezipient zur Produktion angeregt werden. Dies zeigt nicht nur eine explizite Aufforderung, die Zeitschrift zum Krankenbesuch mitzubringen, sondern auch die in Kapitel 3.8. vorgenommene Analyse des ersten Titelbildes der Zeitschrift: Zu sehen ist eine Gruppe von Kindern, die *pars pro toto* die japanische Nation verkörpert und singend ihrem Nationalbewusstsein Ausdruck verleiht. Der Verweis auf den Berg *Takachiho-no-mine* ruft zugleich Assoziationen zur vorgeblichen Göttlichkeit des *Tennō* hervor, bezieht sich somit auf die Ideologie des Staats-*Shintō*. Abgedruckte Liedtexte laden ebenfalls zur Verbreitung ein. Das im Buch behandelte „Mutterlied“, dessen Liedtext durch zum Inhalt passende Fotografien atmosphärisch untermalt wird, transportiert ein generationenübergreifendes Nationalbewusstsein und fördert die Kriegsbereitschaft der heranwachsenden Generation, sofern sich Japans Mütter die geschilderten Ideale in ihrer Erziehung zu eigen machen. Auch die Rubrik „Leserfotos“, nicht gegeben im *Illustrierten Beobachter*, veranschaulicht die Ambition der Redakteure, auf eine Verbreitung durch die Rezipienten zu setzen: Wie die Untersuchung zeigt, finden sich neben den Fotografien Details zu Kameramodell, Objektiv und Film, die es dem Leser ermöglichen, sich die gleiche Ausrüstung zuzulegen und der Redaktion eine eigene Fotografie zuzusenden.

Aussagen zur intendierten Wirkung der untersuchten Propaganda lassen sich sowohl anhand von zeitgenössischen Quellen als auch anhand von Sekundärwerken treffen. Dass eine Abbildung spielender Kinder nicht gänzlich unpolitisch ist, sondern eine deutsche „Idyllendarstellung“ im Sinne Rolf Sachsses darstellt, eine Darstellung zweier Jungen vor einem Krankenhaus Rezipienten zum Krankenbesuch als Verpflichtung der japanischen „Heimatfront“ ermuntern soll, ist naheliegend und ergibt sich aus dem in der Unter-

suchung aufbereiteten Zeitgeist. Zur erzielten Wirkung auf den Rezipienten hingegen lassen sich auf Seite des *Illustrierten Beobachters* nur vage Vermutungen treffen. Im Gegensatz zu Deutschland waren japanische Propagandisten bemüht, mittels Umfragen die Effektivität und Effizienz ihrer Propaganda zu prüfen. Dieser Tendenz entsprechend liegt zur Leserschaft der *Shashin shūhō* eine 1941 erhobene Umfrage vor, welche darauf schließen lässt, dass das Medium besonders bei jungen männlichen Lesern beliebt war, die sich mehr Kriegsbezug wünschten. Hieraus kann meiner Ansicht nach geschlossen werden, dass die Darstellung des Themas „Krieg“ innerhalb der Zeitschrift bis 1941 von den Lesern mehrheitlich positiv aufgenommen wurde, was nahelegt, dass die hiermit verbundene Mobilisierung japanischer Jugendlicher und junger Männer zum Kriegseinsatz ebenfalls von Erfolg gekrönt war.

Inklusion und Exklusion

Der Leserkreis des *Illustrierten Beobachters* soll exklusiv „deutsch“ ausfallen, jedoch ist hiermit in erster Linie die Zugehörigkeit zur deutschen „Volksgemeinschaft“ gemeint, deren Zusammensetzung von „rassischen“ Kriterien abhängt, teils jedoch auch von außenpolitischen Faktoren mitbestimmt ist: So interpretiere ich die Idyllendarstellung eines im Schnee spielenden Kindes dahingehend, dass der Leserkreis des *Illustrierten Beobachters* erweitert werden soll, da aufgrund der gewaltsamen Expansion des „Reiches“ nunmehr auch die Bewohner der Tschechoslowakei als zur „Volksgemeinschaft“ gehörig angesehen werden. Die Bewohner Südböhmens werden in einer Abbildung vom 3. November 1938 als zum Reich des „Führers“ zugehörig inszeniert, „deutsche Mädels aus fünf Erdteilen“ in Darstellungen vom 15. Juli 1943 unter dem Titel „Aus aller Welt vereinigt“. Die Beobachtungen stützen meine Ansicht von der „Volksgemeinschaft“ als einem Phänomen mit Bedrohungspotential für nicht zur Gemeinschaft gehörende Gruppen und Schlagwort zur Legitimierung eines rassistisch motivierten Imperialismus: Im *Illustrierten Beobachter* findet sich eine antisemitische Abbildung Trachtenkleidung tragender Jugendlicher ebenso wie eine diskreditierende Bildunterschrift zur Fotografie einer jungen Palästinenserin mit Kleinkind. Zudem wird der deutschen Leserschaft das Verständnis „satanischer Auswüchse bolschewistischer Hirne“ grundsätzlich abgesprochen. Die Redakteure des *Illustrierten Beobachters* wählen für ihre Abbildungen in der Regel ausführliche deutschsprachige Bildunterschriften und setzen die Kenntnis führender Autoritäten des Dritten Reiches voraus, was die Annahme einer primär Deutsch beherrschenden Leserschaft als Adressatengruppe untermauert.

Dem gegenüber steht die Konzentration der *Shashin shūhō* auf die japanische Leserschaft zum einen, die zum größten Teil nicht Japanisch sprechende Bevölkerung des künftigen „Großasiens“ zum anderen. Die Rede von der „Großasiatischen Wohlstandszone“ dient hierbei meiner Ansicht nach der Legitimierung eines stärker kulturell determinierten Imperialismus: Für Ha-

yashi Ken'ichi soll sich Propaganda wie ein „Giftgas“ verbreiten, die Illustrierte biete das Potential, den Leserkreis unbegrenzt auszuweiten. Ebenso wie Koyama Eizō und Shimono Nobuyasu betont er die Bedeutung der „Großostasiatischen Wohlstandszone“ für die propagandistische Aktivität Japans. Es ist eine „Erziehung zum Hinsehen“, die nicht zuletzt erreicht werden soll, indem Abbildungen von Kindern und Jugendlichen aus Ländern außerhalb Japans Eingang in die *Shashin shūhō* finden, um das Gemeinschaftsgefühl Japans, der „Völker Großasiens“ und der Verbündeten Japans in der Welt zu befördern. Titelseiten mit Kindern der Mandschurei, Singapurs und Deutschlands finden sich ebenso wie Artikel zur Jugend „Großasiens“, zur Hitler-Jugend und zum Bund Deutscher Mädel. Hinzu kommen Tendenzen wie das propagierte „Weiterreichen“ als Rezeptionsmuster sowie die Rubrik „Anschlagtafeln aktueller Geschehnisse“.

Wie meine Untersuchung zeigt, bedienen sich die Redakteure der *Shashin shūhō* bestimmter Muster, um den Zuspruch der Leserschaft für die „Verwirklichung Großasiens“ zu fördern: Oft werden Abbildungen lächelnder Kinder gezeigt, um auf Ebene des emotionalen Interpretanten Sympathien zu erzeugen. Mehrere Kinder stehen für die Gesamtbevölkerung Singapurs oder „Großasiens“ als in naher Zukunft verwirklichtem, für alle Menschen Ostasiens vorteilhaftem Projekt zur Schaffung dauerhaften „Friedens“. Werden nicht mehrere, sondern ein einzelnes Kind abgebildet, so kommt es vor, dass der von den Redakteuren gewählte Begleittext dieses zum Symbol erhebt: Ein die Hinomaru-Flagge haltendes, japanisches Kind symbolisiert somit den Wiederaufbau Chinas unter der japanischen Besatzung, einem einzeln abgebildeten Jungen im Artikel „Wachst heran, wächst heran, Kinder Ostasiens“ der *Shashin shūhō* vom 8. Dezember 1943 werden die Worte „Ich komme aus Malaya“ zugewiesen, er steht innerhalb des Foto-Text-Artikels für die Bevölkerung Malayas als Teil „Großasiens“. Unterstützung für Japan wird häufig signalisiert durch das Halten der *Hinomaru* oder der japanischen Marineflagge.

Flaggen und Uniformen als Kollektivsymbole sind deutscher und japanischer Bildpropaganda innerhalb der Zeitschriften ebenso gemein wie das Lächeln als indexikalisches Zeichen für Freude und Freiwilligkeit, zudem auf Ebene des emotionalen Interpretanten eine Darstellung zur Erzeugung von Sympathie. Ebenfalls ein verbindendes Element ist die Darstellung gemischter Menschenmengen zur Vermittlung kollektiven Zusammenhalts, sei es mit Blick auf die deutsche Nation und „Volksgemeinschaft“ oder die japanische Nation und „Großostasiatische Wohlstandszone“.

Einig sind sich beide Zeitschriften außerdem in der Darstellung des „Feindes“, sodass sich hier, wenn auch aufgrund der historischen Umstände zeitversetzt, Parallelen ausmachen lassen, wie Fotografien antirussischer Propaganda von 1938 auf deutscher und 1943 auf japanischer Seite zeigen, die beide das Thema „Kinderelend“ aufgreifend auf ähnliche Weise die Verhältnisse in der Sowjetunion zu diskreditieren suchen. Besonders auffallend ist, dass sich

beide Zeitschriften in ihren Begleittexten des russischen Ausdrucks *Besprisonnik* (Беспризорник, „Straßenkind“) bedienen. Auch das Feindbild „USA“ ist beiden Illustrierten gemeinsam, auf japanischer Seite jedoch erst ab 1941 gegeben. Antisemitische Ressentiments bleiben dem *Illustrierten Beobachter* vorbehalten.

Einen weiteren Aspekt von Inklusion und Exklusion, Aktivität und Passivität bildet die Tatsache, dass auch in der *Shashin shūhō* gemäß zeitgenössischer Tendenzen Kindern und Jugendlichen große Verantwortung in Zeiten des Krieges zukommt, während der *Illustrierte Beobachter* diese Rolle der Jugend weniger stark herausarbeitet. Grenzen von „Front“ und „Heimat“ erscheinen auf japanischer Seite zuweilen fließend. Dies zeigt sich beispielsweise darin, dass hier bereits Kleinkinder als unabhängig wirkende „Kindergarten-Krankenbesuchs-Truppe“ inszeniert werden, Kinder auf dem Weg zum Krankenhaus abgebildet werden, die, in den Augen Koyamas, ihrer Pflicht zur moralischen Unterstützung der „Heimatfront“ nachkommen. Kinder werden zudem zu zeitgenössischen und künftigen Erbauern „Großostasiens“ erhoben. Das Titelbild eines im Schwimmbecken des Meiji-Schreins trainierenden Mädchens interpretiere ich als implizite Aufforderung zum „gesundheitlichen Dienst am Vaterland“ (*kenkō hōkoku*, 健康報国, eine Parole der Zeit). Junge Frauen deute ich als Garanten des japanischen Postwesens, die durch ihre Tätigkeit die Zusendung von Briefen an die Front sicherstellen und somit zur Verlängerung des Krieges beitragen. Zudem sind sie vorbildhafte Japanerinnen in Zeiten des Krieges, wie der Ausdruck *yamato nadeshiko* (大和撫子, „(ideale) japanische Frau“) nahelegt.

Auf deutscher Seite hingegen werden Kleinkinder als verletzte, schwache, beschützenswerte Wesen inszeniert, sei es im Rahmen einer „Idyllendarstellung“ oder auch als Opfer eines Luftangriffes, behütet von der Mutter, die auf die Hilfe des Roten Kreuzes wartet. Hinzu kommt, dass selbst bei Abbildungen von Angehörigen der Hitler-Jugend zumeist eine Autoritätsperson zugegen ist. Auf einer Abbildung Hitlers mit König Carol von Rumänien kann die Darstellung des ebenfalls anwesenden Kronprinzen Michael als Ausdruck einer vertrauten Zusammenkunft interpretiert werden, die jedoch nur dazu dient, Zugänglichkeit der Person des „Führers“ zu demonstrieren.

Dies deckt sich wiederum mit den historischen Umständen, unter anderem der inhaltlichen Fokussierung des *Illustrierten Beobachters* auf die Abbildung von NS-Größen, nicht zuletzt unter Einflussnahme Heinrich Hoffmanns, und der mangelnden Möglichkeit der *Shashin shūhō* auf japanischer Seite, auf charismatische „Führerpersönlichkeiten“ bei Bildinszenierungen zurückgreifen zu können. Gemeinsam ist beiden Ländern, dass 1943 angesichts der zunehmenden Mobilisierung Minderjähriger im Dienste des Krieges Jugendliche als Soldaten abgebildet werden. Die „heldenhafte Jugend“ Deutschlands genießt in der Ausgabe des *Illustrierten Beobachters* vom 29. Juli 1943 ebenso Vorbildcharakter wie die diszipliniert trainierenden Jungpiloten der *Shashin shūhō* vom 15. September 1943.

Die Inhalte der *Shashin shūhō* stellen im Vergleich sehr viel stärker den Kriegsbezug her als dies auf deutscher Seite der Fall ist. Dies ist damit zu begründen, dass für Hayashi als zentralem Verantwortlichen der Zeitschrift „Krieg“ die für den Rezipienten wichtigste Neuigkeit darstellt, da er einen tiefen Einschnitt in dessen Alltag bedeutet. Im *Illustrierten Beobachter* hingegen erscheint „Krieg“ zuweilen als von der „Volksgemeinschaft“ losgelöstes, „exkludiertes“ Phänomen, was es dem Medium erlaubt, der Leserschaft Artikel ohne Kriegsbezug darzubieten, die keinen Anspruch auf Aktualität erheben müssen. Exemplarisch behandelt wurden in dieser Arbeit Idyllendarstellungen von Säuglingen und Kleinkindern, die unter dem Titel „Wettersturz in der Kinderstube“ im *Illustrierten Beobachter* vom 1. September 1938 publiziert wurden. Die nicht gänzlich unpolitischen Abbildungen können eine beim Betrachter positive Identifizierung mit der „Heimat“ ermöglichen und hierdurch den Kampfgeist stärken. Ein Artikel zu einer Begräbniszeremonie in China kommt ebenfalls gänzlich ohne Kriegsbezug daher, was zum nächsten Punkt, der Darstellung Asiens im *Illustrierten Beobachter* wie auch Deutschlands in der *Shashin shūhō* führt.

Deutschland und Japan – Nähe und Fremdheit

Es ist der exklusive Charakter, der sich im *Illustrierten Beobachter* nicht zuletzt auch in der Darstellung Asiens, einschließlich Japans, offenbart: Zwar bildet Japan einen zentralen Verbündeten im Zweiten Weltkrieg (1939–1945), Teil der „deutschen Volksgemeinschaft“ können dessen Einwohner aufgrund rassischer Unterschiede jedoch nicht werden. Artikel, welche das Thema „Krieg“ in keinerlei Weise berühren und zugleich zur Exotisierung Asiens in den Augen des Lesers beitragen, finden sich oft in der deutschen Zeitschrift. Japanbezüge sind nur vereinzelt gegeben, sodass selbst der aufwendig inszenierte Besuch der Hitler-Jugend in Japan im Jahre 1938 lediglich in Form einer einzelnen Bildaufnahme nebst Unterschrift Eingang in die Ausgaben findet. Zu sehen ist neben einer Menschenmasse eine Autoritätsperson in einer Uniform der Hitler-Jugend, worin erneut der gestalterische Einfluss Heinrich Hoffmanns auf den *Illustrierten Beobachter* fassbar wird.

In Japan hingegen wird vor allem 1938 die deutsche Jugend als Vorbild der japanischen inszeniert, um diese geistig auf den in naher Zukunft bevorstehenden Kriegseinsatz einzuschwören, dies zudem in Form von Leitartikeln und Titelabbildungen, von denen eine von Mitgliedern des Bundes Deutscher Mädel in dieser Arbeit eingehend analysiert wurde: Die deutschen Mädel werden als sportliche, junge Menschen und künftige Elite Deutschlands in Szene gesetzt, zudem als „Mütter des künftigen Deutschlands“. Zugleich wird die deutsche Sportpolitik zum Vorbild Japans erhoben. Im Zentrum eines Foto-Text-Artikels zur „Jungpilotenakademie Tōkyō“ steht zudem ein Rhönrads, welches als Symbol der Verbundenheit zum deutschen Verbündeten gedeutet werden kann.

„Nahe“ steht Japan Deutschland zudem, wenn man die Genese der *Shashin shūhō* vor dem fotografiegeschichtlichen Hintergrund betrachtet: Die Entwicklung des japanischen Fotojournalismus der 1930er-Jahre, zudem ein Verständnis der Gestaltung der *Shashin shūhō*, ist ohne die Berücksichtigung führender Fotografen wie Natori Yonosuke und den ihn und zahlreiche andere Zeitgenossen prägenden deutschen Einfluss, der sich unter anderem im Rückgriff auf das deutsche „Reportagefoto“ zeigt, nicht ausreichend erklärt. Anhand eines Leserfotos der *Shashin shūhō* vom 13. Juli 1938 konnte außerdem exemplarisch veranschaulicht werden, dass sich die japanische Leserschaft bei der Anfertigung ihrer Werke der seinerzeit technisch fortschrittlichen deutschenameratechnik bediente: Zur Anfertigung eines Bildes zweier Jungen, die zum Krankenbesuch aufbrechen, wählte ein Leser neben einer deutschen Korable-Reflexkamera ein Tessar-Objektiv.

Zudem ähneln sich die Regime beider Länder in ihrer Ablehnung „moderner“ Fotografie bei gleichzeitiger Instrumentalisierung derselbigen für die Auslandspropaganda. In beiden untersuchten Illustrierten sind moderne Einflüsse kaum vorhanden, was auf deutscher Seite damit erklärt werden kann, dass sich der *Illustrierte Beobachter* als Aushängeschild der NSDAP zumindest im Inland kaum moderne Einflüsse leisten konnte, zudem die Eignung einer Fotografie für die Berichterstattung in erster Linie von ihrem „Nachrichtenswert“ abhängig war. Für die japanischen Redakteure mag hingegen der Gedanke leitend gewesen sein, dass moderne Mittel und angestrebte leichte Rezipierbarkeit im Widerspruch zueinander stehen, sowie der Umstand, dass insbesondere die „Leserfotografien“ mehrheitlich von Laien erstellt wurden. Dass in der *Shashin shūhō* jedoch im Verhältnis zum *Illustrierten Beobachter* vermehrt moderne Einflüsse, vor allem in Form von Montagen, vorzufinden sind, lässt sich unter anderem damit begründen, dass die Fotografen auf japanischer Seite zum großen Teil künstlerisch versiert waren, wohingegen innerhalb Deutschlands mehrheitlich „Gebrauchsfotografen“ tätig wurden.

Bild und Text

Abbildungen des *Illustrierten Beobachters* verzichteten in der Regel auf Montage und verfügen über eine mittels Bildunterschrift eindeutig zugewiesene Bedeutung. Titelbilder sind in Schwarz-Weiß und kleiner gehalten als im japanischen Pendant. Zudem fällt auf, dass auf deutscher Seite in der Regel der Urheber des Bildes mit angegeben ist. Die Beschreibungen nehmen oft auf präzise geschilderte Kontexte Bezug, Namen und Orte werden häufig angegeben, die Textmenge ist hier im Vergleich zur *Shashin shūhō* größer, insbesondere im Fall der Foto-Text-Artikel wie „Aus aller Welt vereinigt“ und „Der reiche Chang ist tot“. Fotografien der *Shashin shūhō* sind hingegen mitunter mehrdeutig und arbeiten mit Montagen, kommen somit „moderner“ daher. Titelbilder tragen zuweilen trotz Bildbeschreibung keinen Titel, jedoch variiert die Farbgebung. Urheber werden selten und vage angegeben. Bildbe-

schreibungen stellen häufig einen wie auch immer gearteten Zusammenhang zum Krieg her und wirken zudem literarisch und fantasievoll, Fotografien werden durch Text und Montage zuweilen in einen neuen Kontext gestellt. Beispiele für diese Art der Aufmachung wurden in dieser Arbeit mehrfach gegeben: Der japanische Ausdruck *ōde wo furu* (大手をふる, „die Arme ausgestreckt“, „erhobenen Hauptes“, „mit Stolz erfüllt“) in einer lyrischen Huldigung „Großostasiens“ durch Kinder mehrerer Nationen lädt ebenso zur Interpretation ein wie die mit den Worten „Die Pflanzen, sie hatten Blätter wie Klingen“ endende Bildbeschreibung der Fotografie eines in der Steppe stehenden sowjetischen Jungen. In einer anderen Bildbeschreibung kontrastiert der Spaziergang einer jungen Frau mit Kind, die Werdung des mandschurischen Staates, mit Taifun und herbstlichem Fall der Blätter.

Die geschilderten Beobachtungen sind anhand der unterschiedlichen Institutionalisierung von Propaganda in Deutschland und Japan zu erklären: Text- und Bildproduzent sind auf Seiten der *Shashin shūhō* nicht identisch, was der undurchsichtigen Beziehung von Regierungs- und Nicht-Regierungs-Organisationen bei der Produktion von Propaganda geschuldet ist. Eine Vielzahl von Institutionen und Einzelpersonen widmete sich der Produktion von Propaganda. Für das erste Titelbild der *Shashin shūhō* beispielsweise zeichnet sich neben Kimura Ihei und dem *Kokusai hōdō shashin kyōkai* das Eisenbahnministerium verantwortlich. Die Redakteure sehen sich aufgrund dieser Intransparenz dazu veranlasst, mitunter fantasievolle Bilderläuterungen zu verfassen, die kaum Bezug zur Abbildung aufweisen. Zudem ist anzunehmen, dass von künstlerisch versierten Fotografen getätigte Aufnahmen und Montagen eher die Kreativität anregen als dies schlichtweg an der Sache orientierte Abbildungen vermögen. Hierdurch kann es zu gravierenden Widersprüchen kommen, die soweit gehen, dass das auf dem Bild zu Sehende in Widerspruch zum Bildtext steht. Ein Beispiel hierfür wurde in dieser Untersuchung anhand eines Titelbildes mit Angehörigen des Bundes Deutscher Mädel gegeben. Auf deutscher Seite hingegen entstehen Fehler, wenn eine unachtsam geschossene Aufnahme, die nicht zeigt, was sie gemäß Bildunterschrift zeigen soll, ihren Weg in eine Ausgabe findet. Dies wiederum wurde exemplarisch anhand einer Abbildung „Sudetendeutscher“ vorgeführt.

Illustrierter Beobachter und *Shashin shūhō* sind „Spiegel-Bilder“ ihrer Zeit. Ihre Inhalte sind Reflexionen politischer Verhältnisse zweier nationalistischer Staaten des „kurzen“ zwanzigsten Jahrhunderts, eines „Zeitalters der Extreme“.¹ Geeint in ihrer Ablehnung liberaler und kommunistischer Werte, ihrer Überzeugung von der eigenen völkischen Überlegenheit und ihrem regionalen Expansionsdrang gingen Deutschland und Japan ein Bündnis ein, das ebenso innerhalb der eigenen Bevölkerung propagiert werden musste wie der beiden Nationen gemeinsame Wille zum Krieg. Wie die Geschichte der illus-

¹ Hobsbawm (2009).

trierten Zeitschriften zeigt, bestritten die beiden Länder hierbei ganz ähnliche Wege, die sich mitunter kreuzten, gleichsam jedoch ihre jeweils eigene lokale Prägung auszubilden vermochten.

Impulse zur weitergehenden Erforschung japanisch-deutscher Konzeptionen und Realisierungen von Bildpropaganda und deren Verzahnung miteinander finden sich in aktuellen Publikationen der internationalen, vergleichenden Geschichte, die in der vorliegenden Arbeit unberücksichtigt bleiben. Vielversprechend erscheint mir hier vor allem das Konzept der *histoire croisée* (von Französisch *croiser*, kreuzen, überkreuzen, sich gegenseitig verschränken, verflechten, verweben²), deren Prinzip des „Überkreuzens“ Michael Werner und Bénédicte Zimmermann wie folgt beschreiben:

„Überkreuzen heißt zunächst einmal, für jede Fragestellung, für die Bearbeitung jedes Problems mindestens zwei Blickwinkel zu berücksichtigen und die aus der Kreuzung der Blickwinkel resultierenden Interaktionen in die Analysesituation selbst eingehen zu lassen, wobei zugleich von vornherein klar ist, dass die Verdopplung der Blickwinkel und des Zugangs zu den Fragestellungen ihrerseits in eine historische Situation eingeschrieben ist und sich ihrer eigenen Historizität bewusst zu sein hat.“³

In Ansätzen ist ein derartiges Vorgehen in der Arbeit zu erkennen, wenn beispielsweise auf den Import deutscher Kameras nach Japan und dessen Auswirkungen auf die Darbietung der Leserfotografien der *Shashin shūhō* verwiesen wird. Derartigen Verflechtungen kann unter Einbeziehung einschlägiger Werke zur *Histoire croisée* stärker nachgegangen werden.

² Werner/Zimmermann (2002): o. S.

³ Werner/Zimmermann (2002): o. S.

8. QUELLEN UND SEKUNDÄRLITERATUR

8.1. ANALYSIERTE FOTOGRAFIE¹

Illustrierter Beobachter

Weltbild/Schramm/Schürer (1.9.1938): „Wettersturz in der Kinderstube“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.35. S. 1292.

Weltbild (6.10.1938 I): „Hitler-Jugend besucht Japan“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.40. o. S.
Weltbild (6.10.1938 II): „Tief bewegt und beglückt begrüßt die Bevölkerung nach den letzten Wochen des Grauens die einmarschierenden deutschen Truppen, die dem gequälten Land die Freiheit bringen“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.40. S. 1462.

¹ Zur Zitierweise der beiden untersuchten Zeitschriften und der analysierten Fotografien: Eine systematische Zitierweise erweist sich im Rahmen dieser Untersuchung als komplizierter, als dies zunächst den Anschein hat. Ich verfare folgendermaßen:

(1) *Zitation der Inhalte der untersuchten Zeitschriften in den Fußnoten:* Vor dem historischen Hintergrund ist anzunehmen, dass Text- und Bildproduzent im *Illustrierten Beobachter* in der Regel identisch, in der *Shashin shūhō* jedoch verschieden sind. Urheber werden vor allem in der *Shashin shūhō*, jedoch auch im *Illustrierten Beobachter*, oft nur vage oder nicht benannt. Aus Gründen der Einheitlichkeit wird daher zur Zitation sämtlicher in der Arbeit referenzierter Inhalte der untersuchten Zeitschriften jeweils lediglich auf die entsprechende(n) Ausgabe(n) nebst Seitenzahl(en) verwiesen, zum Beispiel folgendermaßen: „*Shashin shūhō* (20.7.1938): S. [3].“ Kapitel 8.1. dient somit lediglich als Übersicht der im Mittelpunkt der Analyse stehenden Quellen der Arbeit.

(2) *Titelwahl für die einzelnen Kapitel und im Quellenverzeichnis:* Wurde schwerpunktmäßig ein einzelnes Bild analysiert, so wurde der erste Bestandteil der jeweiligen Bildbeschreibung (Titel oder erster Satz) als Titel im Quellenverzeichnis gewählt. Wurden mehrere Bilder einer Seite oder Doppelseite analysiert, so wurde als Titel die Überschrift der entsprechenden Seite(n) gewählt. Eine Ausnahme bildet die Betitelung der einzelnen Kapitel, die sich nach ästhetischen Gesichtspunkten richtet und für die mitunter ein Teil der Bildunterschrift, mitunter die Überschrift des jeweiligen Foto-Text-Artikels gewählt wurde. Die Zitation des *Illustrierten Beobachters* erweist sich hier als sehr viel unproblematischer, da der Schwerpunkt der Analyse zumeist nur auf einzelnen Fotografien liegt.

(3) *Seitenzahlen in den Fußnoten und im Verzeichnis:* Frühe Ausgaben des *Illustrierten Beobachters* verfügen über eine durchlaufende Seitennummerierung, späteren Ausgaben fehlt selbige, sodass ich hier mit „o. S.“ („ohne Seite“) zitiere. Dies erscheint sinnvoll, da es mir nicht möglich ist, die fortlaufende Nummerierung zugrunde legend, die jeweils in Frage kommenden Seitenzahlen zu konstruieren. Bei der *Shashin shūhō* verhält sich dies jedoch anders, da ihre Seitennummerierungen mit jeder Ausgabe neu beginnen. Die Ausgaben der *Shashin shūhō* von 1943 besitzen Seitennummerierungen, welche jeweils das Titelbild als erste Seite der jeweiligen Ausgabe zugrunde legen. Bei den Ausgaben von 1938, die keine erkennbare Seitennummerierung besitzen, habe ich das System zur Grundlage gemacht und jeweils beim Titelbild mit der Zählung begonnen. Eigens hergeleitete Seitenangaben stehen in eckigen Klammern.

- Weltbild (14.10.1938 I): „Verwahrloste Kinder bevölkern auch Amerikas Landstraßen“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.41. o. S.
- Weltbild (14.10.1938 II): „Volk ohne Kindheit“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.41. o. S.
- Hoffmann, Heinrich (3.11.1938): „Adolf Hitler in Südböhmen“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.44. S. 1648.
- Weltbild (10.11.1938): „Dies Bild ist nicht für den ‚IB‘“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.45. S. 1702.
- Berghaus-Duncker (17.11.1938): „Die jüngsten Trauergäste“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.46. S. 1787.
- Folkerts, Enno (24.11.1938): „Die Zukunft der jüdischen Nation in der Tracht der deutschen Berge!“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.47. S. 1793.
- Hoffmann, Heinrich (1.12.1938): „König Carol von Rumänien und Kronprinz Michael beim Führer“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.48. S. 1841.
- Schmauß, Erika (15.12.1938): „Der erste Weihnachtsschnee ist gefallen“. In: *Illustrierter Beobachter* 13.50. S. 1937.
- Mantier, Inge (15.7.1943): „Deutsche Mädels aus fünf Erdteilen“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.28. o. S.
- Schwarz, G. (29.7.1943): „Heldenhafte Jugend“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.30. o. S.
- Wüstemann (2.9.1943): „Aus Not und Tod gerettet“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.35. o. S.
- Lange, Eitel (11.11.1943): „Der Reichsmarschall bei seiner Flak“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.45. o. S.
- Kurth, Helmuth (9.12.1943): „Immer die Maschine schön in der Waage halten!“. In: *Illustrierter Beobachter* 18.49. o. S.

Shashin shūhō

- Tetsudōshō 鉄道省 [Eisenbahnministerium]/Kokusai hōdō shashin kyōkai 国際報道写真協会 [Internationaler Verein für Pressefotografie]/Kimura Ihei 木村伊兵衛 (16.2.1938): „Takachiho ni utau“ 「高千穂に歌う」 [Sing in Takachiho]. In: *Shashin shūhō* 1. S. [1].
- N. N. (6.7.1938 I): „Fuji no firumu“ 「富士のフィルム」 [Fuji-Film]. In: *Shashin shūhō* 21. S. [24].
- N. N. (6.7.1938 II): „Shina jihen isshūnen“ 「支那事変一周年」 [Ein Jahr Chinesisch-Japanischer Krieg]. In: *Shashin shūhō* 21. S. [3].
- Ōnishi Kumatarō 大西熊太郎 (13.7.1938): „Omimai ni“ 「お見舞いに」 [Auf zum Krankenbesuch]. In: *Shashin shūhō* 22. S. [21].
- N. N. (20.7.1938): „Sobieto meibutsu no furōji“ 「ソビエト名物の浮浪児」 [Ein typisches sowjetisches Straßenkind]. In: *Shashin shūhō* 23. S. [3].
- Yoshida Ei'ichi 吉田栄 (27.7.1938): „Kitaeyo jūgo no natsu“ 「鍛えよ銃後の夏」 [Lasst uns trainieren! Sommer an der Heimatfront]. In: *Shashin shūhō* 24. S. [1].
- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (31.8.1938): „Kagayakashii kokoku no seishōnen wo mukaeete ooyorokobi no zaikyō doitsujin“ 「輝かしい故国の青少年を迎えて大喜びの在京ドイツ人」 [Mit großer Freude heißen die in Tōkyō wohnhaften Deutschen die aus ihrem strahlenden Vaterland angereiste Jugend willkommen]. In: *Shashin shūhō* 29. S. [19].
- Meiji seika kabushiki gaisha 明治製菓株式会社 [Meiji-Süßwarenherstellung-Aktiengesellschaft] (7.9.1938): „Meiji kyarameru“ 「明治キャラメル」 [Meiji-Karamell]. In: *Shashin shūhō* 30. S. [23].
- Mochizuki Bungo 望月文吾 (14.9.1938): „Kokumin kayō gafu. Haha no uta“ 「国民歌謡画譜. 母の歌」 [Volkslieder-Bildband. Mutterlied]. In: *Shashin shūhō* 31. S. [18 f].

- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (14.9.1938): „Manshū kensetsu no kyōho“ 「満州建設の巨歩」 [Ein großer Schritt hin zum Aufbau der Mandschurei]. In: *Shashin shūhō* 31. S. [1].
- Meiji seika kabushiki gaisha 明治製菓株式会社 [Meiji-Süßwarenherstellung-Aktiengesellschaft] (21.9.1938): „Meiji kyarameru“ 「明治キャラメル」 [Meiji-Karamell]. In: *Shashin shūhō* 32. S. [21].
- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (28.9.1938): „Jūgo kōen kyōka shūkan“ 「銃後援強化週刊」 [Intensivierte Bemühungen der Hilfstruppen der Heimatfront in dieser Woche]. In: *Shashin shūhō* 33. S. [1].
- Hittorā jōshi seinen dōsha kunren ヒットラー・女子青年導者訓練 [Schulung der Mädelführerinnen] (5.10.1938): „Wakaki doitsu“ 「若きドイツ」 [Deutschlands Jugend]. In: *Shashin shūhō* 34. S. [1].
- Meiji seika kabushiki gaisha 明治製菓株式会社 [Meiji-Süßwarenherstellung-Aktiengesellschaft] (5.10.1938): „Meiji kyarameru“ 「明治キャラメル」 [Meiji-Karamell]. In: *Shashin shūhō* 34. S. [19].
- Yamaguchi Kōji 山口晃司 (9.11.1938): „Katta, katta“ 「カッタ、カッタ」 [Gewonnen, gewonnen!]. In: *Shashin shūhō* 39. S. [22].
- N. N. (7.7.1943): „Ohne Titel“. In: *Shashin shūhō* 279. S. 1.
- Kinoshita rikugun hōdō han'in 木下陸軍報道班員 [Heeres-Berichterstattungsgruppe Kinoshita] (21.7.1943): „Ohne Titel“. In: *Shashin shūhō* 281. S. 1.
- N. N. (18.8.1943): „Dōkunai no otomodachi ga jūgonin“ 「同区内のお友達が十五人」 [Fünfzehn Freundinnen im selben Bezirk]. In: *Shashin shūhō* 285. S. 16.
- N. N. (15.9.1943): „Tōkyō rikugun shōnen hikō heigakkō“ 「東京陸軍少年飛行兵学校」 [Jungpilotenakademie Tōkyō]. In: *Shashin shūhō* 289. S. 6.
- Shashin kyōkai 写真協会 (8.12.1943): „Kanpon Kotaaramu no sekidōhyō ni hi no maru wo kakagete tatta Sumatora no bokutachi no tokuisa wo sōzō shite kudasai“ 「カンポン・コタアラムの赤道標に日の丸を掲げて立ったスマトラの僕達の得意さを想像して下さい」 [Stellt euch vor, von welchem Stolz wir erfüllt waren, als wir Kinder Sumatras die Hinomaru an den Äquatormarkierungen Kampongs und Kottarams hissten]. In: *Shashin shūhō* 300. S. 6.

8.2. WEITERE QUELLEN UND SEKUNDÄRWERKE

Quellen

- Amann, Max (23.5.1936): „Die Zeitschrift im nationalsozialistischen Staat“. In: *Deutsche Presse* 26.21. S. 245–247.
- Amann, Max (1944): „Die deutsche Presse im Kriege: Aufgaben und Lösungen – Schrumpfung und Wachstum“. In: *Handbuch der deutschen Tagespresse*, herausgegeben vom Institut für Zeitungswissenschaft an der Universität Berlin. 7. Aufl. Leipzig. S. XI–XXI.
- Aristoteles (1972): *Nikomachische Ethik*, herausgegeben von Günther Bien. 3. Aufl. Hamburg.
- Bohrmann, Hans (Hrsg.) (1999): *NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit: Edition und Dokumentation*. Band 6/III: 1938. Quellentexte September bis Dezember. München.
- Bohrmann, Hans/Toepser-Ziegert Gabriele (Hrsg.) (1999): *NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit: Edition und Dokumentation*. Band 6/II: 1938. Quellentexte Mai bis August. München.

- Eher-Verlag (Hrsg.) (9.1938): *Reichsparteitag Großdeutschlands. Sonderheft des „Illustrierten Beobachters“*. München.
- Eher-Verlag (Hrsg.) (10.1938): *Befreites Sudetenland. Sonderheft des „Illustrierten Beobachters“*. München.
- Goebbels, Joseph (1933): „Eröffnungsrede“. In: Druck und Reproduktion: Betriebsausstellung auf der „Kamera“ 1. S. 3–6.
- Hayashi Ken'ichi 林健一 (1943 I): „Hödō shashin to senden“ 「報道写真と宣伝」 [„Pressefoto und Propaganda“]. In: *Senden gijutsu* 宣伝技術 [Die Kunst der Propaganda], herausgegeben vom Hödō gijutsu kenkyūkai 報道技術研究会 [Verein zur Erforschung der Kunst der Berichterstattung]. Tōkyō. S. 201–234.
- Hayashi Ken'ichi 林健一 (1943 II): „Senden no gijutsu“ 「宣伝の技術」 [„Die Kunst der Propaganda“]. In: *Tatakau senden* 戦う宣伝 [Propagandistische Kriegsführung], herausgegeben von der Nihon senden kyōkai 日本宣伝協会 [Japanische Gesellschaft für Propaganda]. Tōkyō. S. 107–129.
- Jikan kaigi 次官会議 [Konferenz japanischer Staatssekretäre] (1938): *Kokumin shinshin tanren undō hōan* 国民心身鍛錬運動法案 [Gesetzesentwurf zur nationalen Bewegung zur geistigen und körperlichen Ertüchtigung]. Tōkyō.
- Kenshinsha 研進社 [Forschungsförderungsgesellschaft] (Hrsg.) (1943): *Daitōa shinron* 大東亜新論 [Aktuelle Abhandlungen zu Großostasien]. Yomiuri shinbunsha hen 読売新聞社編 [Kompilation der „Yomiuri Shinbun“]. Tōkyō.
- Koyama Eizō 小山栄三 (1937): *Senden gijutsu ron* 宣伝技術論 [Abhandlung über die Kunst der Propaganda]. Shin'ei tetsugaku sōsho 新鋭哲学叢書 [Buchreihe neuer philosophischer Abhandlungen], Band 16. Tōkyō.
- Koyama Eizō 小山栄三 (1943): „Tōa shominzoku to senden“ 東亜諸民族と宣伝 [Die verschiedenen Völker Ostasiens und die Propaganda]. In: *Tatakau senden* 戦う宣伝 [Propagandistische Kriegsführung], herausgegeben von der Nihon senden kyōkai 日本宣伝協会 [Japanische Gesellschaft für Propaganda]. Tōkyō. S. 29–61.
- Kracauer, Siegfried (1927): „Die Fotografie (1927)“. In: *Texte zur Theorie der Fotografie*, herausgegeben von Bernd Stiegler. Stuttgart. S. 230–247.
- Kurzbein, Heiner (1933): Einleitung zu *Foto und Volk*, von Willy Stiewe. Halle.
- Lasswell, Harold Dwight (1938): *Propaganda Techniques in the World War*. Nachdruck der Erstausgabe von 1927. London.
- Lüking, Paul (1933): „Richtlinien des VDAV für fotografische Arbeiten“. In: *Fotofreund* 13. S. 207.
- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (Hrsg.) (1938): *Shisōsen tenrankai kiroku zukan* 思想戦展覧会記録図鑑 [Illustrierte Aufzeichnungen der Ausstellung zur ideologischen Kriegsführung]. Tōkyō.
- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (Hrsg.) (1939): *Naikaku jōhōbu wa nani wo suru tokoro ka* 内閣情報部は何をするところか [Was ist das Naikaku jōhōbu für eine Einrichtung?]. Tōkyō.
- Naikaku jōhōbu 内閣情報部 (Hrsg.) (1940): *Kokka to hōsō* 国家と放送 [Nation und Rundfunk]. Sankōshiryō 参考資料 [Referenzmaterial], Band 8. Tōkyō.
- Naikaku jōhōkyoku 内閣情報局 (Hrsg.) (1941 I): *Jōhōkyoku no soshiki to kinō* 情報局の組織と機能 [Organisation und Funktion des Naikaku jōhōkyoku]. Tōkyō.
- Naikaku jōhōkyoku 内閣情報局 (Hrsg.) (1941 II): „Shūhō, Shashin shūhō ni wa donna kiji to shashin wo nozomu ka“ 「週報、写真週報にはどんな記事と写真を望むか」 [„Nach welchen Berichten und Aufnahmen verlangt die Leserschaft der Shūhō sowie Shashin shūhō?“]. In: *Jōhōkyoku kankei gokuhi shiryō* 情報局関係極秘資料 [Geheimdokumente des Naikaku jōhōkyoku betreffend], Band 8, herausgegeben von Ogino Fujio. Tōkyō. S. 289–313.

- Nihon sekijūjisha 日本赤十字社 [Japanisches Rotes Kreuz] (Hrsg.) (1942): *Sekijūji hakubutsukan hō: Senji hifuku tenrankai* 赤十字博物館報: 戦時被服展覧会 [Information des Museums des Roten Kreuzes: Ausstellung zur Kleidung in Kriegszeiten]. Tōkyō.
- N. N. (1941 I): „Ninigi-no-Mikoto“. In: *Japan-Handbuch. Nachschlagewerk der Japankunde*, herausgegeben von Martin Ramming, Berlin. S. 433.
- N. N. (1941 II): „Takachiho no yama“. In: Martin Ramming (Hrsg.): *Japan-Handbuch. Nachschlagewerk der Japankunde*. Berlin. S. 579.
- Ōkura Kinmochi 大藏公望 (1943): „Kōa kyōiku no shinkō“ 「興亜教育の振興」 [„Zur Förderung der Erziehung zur Entwicklung Asiens“]. In: *Daitōa shinron*. 大東亜新論 [Aktuelle Abhandlungen zu Großostasien]. Yomiuri shinbunsha hen. 読売新聞社編 [Kompilation der „Yomiuri Shinbun“], herausgegeben von der Kenshinsha 研進社 [Forschungsförderungsgesellschaft]. Tōkyō. S. 243–248.
- Ramming, Martin (1941): „Zeitschriften (Zasshi)“. In: *Japan-Handbuch. Nachschlagewerk der Japankunde*, herausgegeben von Martin Ramming, Berlin. S. 663 f.
- Reichsorganisationsleiter der NSDAP (Hrsg.) (1938): *Organisationsbuch der NSDAP*. 5. Aufl. München.
- Ruhl, Julius Moritz (Hrsg.) (1938): *Deutsche Uniformen. Heer. Marine. Luftwaffe. SA, SS. Pol. Leiter. NSAA. RLB. Arbeitsdienst. HJ, BDM. Jungvolk. Polizei und Gendarmerie*. 5. Aufl. Leipzig.
- Saitō Fumio 齊藤文雄 (1942): „Nyūyōji no hifuku eisei“ 「乳幼児の被服衛生」 [„Kleiderhygiene bei Säuglingen und Kleinkindern“]. In: *Sekijūji hakubutsukan hō. Senji hifuku tenrankai* 赤十字博物館報: 戦時被服展覧会 [Information des Museums des Roten Kreuzes: Ausstellung zur Kleidung in Kriegszeiten], herausgegeben von Nihon sekijūjisha 日本赤十字社 [Japanisches Rotes Kreuz]. Tōkyō. S. 20–24.
- Seinen hōdō shashin kenkyūkai 青年報道写真研究会 [„Gemeinschaft junger Leute zur Erforschung der Pressefotografie“] (1938): „Seinen hōdō shashin kenkyūkai kiyaku“ 「青年報道写真研究会規約」 [„Satzung der ‚Gemeinschaft junger Leute zur Erforschung der Pressefotografie‘“]. In: *Foto taimusu* フォトタイムス [Photo Times] 9. S. 25.
- Shimono Nobuyasu 下野信恭 (1942): *Jikyoku to seinen* 時局と青年 [Die Jugend in unserer Zeit]. Tōkyō.
- Shimono Nobuyasu 下野信恭 (10.7.1944): „Sōkekki he no ketsu’i“ 「總蹶起への決意」 [„Der Entschluss aller, sich zu erheben“]. In: *Kokumin kōza* 国民講座 [Unterrichtung der Nation] 514. S. 10–15.
- Stiewe, Willy (1933): *Foto und Volk*. Halle.
- Stiewe, Willy (15.4.1933): „Das Zeitungsbild in der Staatspropaganda“. In: *Deutsche Presse* 23.7. S. 76–78.
- Stiewe, Willy (1936): „Das Pressephoto als publizistisches Mittel“. Dissertation. Universität Leipzig.
- Stiewe, Willy (1940): „Bild in der Presse: Die Photographie in der Bildpresse“. In: *Handbuch der Zeitungswissenschaft*. Band 1. A–Greuelpropaganda, herausgegeben von Walter Heide. Leipzig. Sp. 600–632.
- Tsuyoshi Miyao (1939): „Our Women in the Emergency“. In: *Contemporary Japan* VIII.5. S. 643–650.
- Ueda Hiroshi 上田廣 (1944): „Dai ichi bu: Tōkyō rikugun shōnen hikō heigakkō; Aru shōnen hikōhei no nikki“ 「第一部: 東京陸軍少年飛行兵学校; 或少年飛行兵の日記」 [„Erster Teil: Jungpilotenakademie Tōkyō; Tagebuch eines Jungpiloten“]. In: *Shōnen hikōhei* 少年飛行兵 [Jungpiloten]. Rikugun shōnenhei sōsho 陸軍少年兵叢書 [Buchserie Kindersoldaten der Armee], von Ueda Hiroshi und Natsume Shinroku. Tōkyō. S. 1–62.

- Ueda Hiroshi 上田 廣/Natsume Shinroku 夏目伸六 (1944): *Shōnen hikōhei* 少年飛行兵 [Jungpiloten]. Rikugun shōnenhei sōsho 陸軍少年兵叢書 [Buchserie Kindersoldaten der Armee]. Tōkyō.
- Ueda Riuko 上田りう子 (1942): „Iryō kippu no gōriteki unyō hō“ 「衣料切符の合理的運用法」 [„Methoden zur vernünftigen Anwendung von Kleidungsbezugscheinchen“]. In: *Sekijūji hakubutsukan hō. Senji hifuku tenrankai* 赤十字博物館報. 戦時被服展覧会 [Information des Museums des Roten Kreuzes. Ausstellung zur Kleidung in Kriegszeit], herausgegeben vom Nihon sekijūjisha 日本赤十字社 [Japanisches Rotes Kreuz]. Tōkyō. S. 43–56.
- Weiß, Wilhelm (18.2.1939): „Die Berufsausbildung der Bildberichterstatter (Schriftleiter im RDP): Eine Anordnung“. In: *Deutsche Presse* 4. S. 67 f.
- Windisch, Hans (1937): *Die neue Foto-Schule*. Harzburg.
- Wohlfahrt, Curt (1937): „Theorie des aktuellen Bildes“. Dissertation. Friedrich-Wilhelms-Universität Berlin.
- Yokomizo Mitsuteru 横溝光暉 (1938): „Shisōsen ni tsuite“ 思想戦に就いて [„Zur ideologischen Kriegsführung“]. In: *Shisōsen tenrankai kiroku zukan* 思想戦展覧会記録図鑑 [Illustrierte Aufzeichnungen der Ausstellung zur ideologischen Kriegsführung], herausgegeben vom Naikaku jōhōbu. Tōkyō. S. 1–4.
- Yoshizawa Yoshinori 吉沢義則 (1939): *Yamato damashii to man'yō kajin* 大和魂と万葉歌人 [Der Yamato damashii und die Dichter des Manyōshu]. Tōkyō.

Sekundärwerke

- Abels, Heinz (1994): „Die Zeit wieder in Gang bringen‘: Soziologische Anmerkungen zu einer unterstellten Wirkungsgeschichte der Ikonologie von Erwin Panofsky“. In: *Erwin Panofsky. Beiträge des Symposions Hamburg 1992*. Schriften des Warburg-Archivs im Kunstgeschichtlichen Seminar der Universität Hamburg, Band 3, herausgegeben von Bruno Reudenbach. Berlin. S. 213–228.
- Antoni, Klaus (2016): *Kokutai: Political Shintō from Early-Modern to Contemporary Japan*. Tübingen.
- Baier, Wolfgang (1980): *Quellendarstellungen zur Geschichte der Fotografie*. 2. Aufl. München.
- Bätschmann, Oskar (1989): „Bild – Text: Problematische Beziehungen“. In: *Kunstgeschichte – aber wie? Zehn Themen und Beispiele*, herausgegeben von Clemens Fruh, Raphael Rosenberg und Hans-Peter Rosinski. Berlin. S. 27–46.
- Bätschmann, Oskar (2009): *Einführung in die kunstgeschichtliche Hermeneutik: Die Auslegung von Bildern*. Darmstadt.
- Beasley, William G. (1987): *Japanese imperialism, 1894–1945*. Oxford.
- Beifuss, Hartmut (1994): „Was macht ein Foto zum Pressefoto?“. In: *Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*, herausgegeben von Rolf Sachsse. 2. Aufl. München. S. 115–118.
- Benz, Wolfgang (2000): *Geschichte des Dritten Reiches*. München.
- Berg, Manfred (2013): *Geschichte der USA*. München.
- Bertschik, Julia (2007): „Kriegs-Mode. Nationalsozialistische Propaganda in den Zeitschriften *die neue linie* und *Die Mode*“. In: *Information Warfare: Die Rolle der Medien (Literatur, Kunst, Photographie, Film, Fernsehen, Theater, Presse, Korrespondenz) bei der Kriegsdarstellung und -deutung/Information Warfare: The Role of the Media (Literature, Arts, Photography, Film, TV, Theater, Press, Correspondence) in the Representation and Interpretation of War*. Schriften des Erich-Maria-Remarque-Archivs, Band 22, herausgegeben von Claudia Glunz, Artur Pelka und Thomas F. Schneider. Göttingen. S. 408–420.

- Bieber, Hans-Joachim (2010): „Nationalsozialistische Organisationen in Japan“. In: *Notizen der Deutschen Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens* 2. S. 10–24.
- Bieber, Hans-Joachim (2014): *SS und Samurai: Deutsch-japanische Kulturbeziehungen, 1933–1945*. München.
- Boehm, Gottfried (1989): „Was heißt: Interpretation? Anmerkungen zur Rekonstruktion eines Problems“. In: *Kunstgeschichte – aber wie? Zehn Themen und Beispiele*, herausgegeben von Clemens Fruh, Raphael Rosenberg und Hans-Peter Rosinski. Berlin. S. 13–26.
- Bourdieu, Pierre (1976): *Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft*. Berlin.
- Bracher, Karl Dietrich (1989): „Totalitarismus“. In: *Staatslexikon*. 7. Aufl. Band 5. S. 491 f.
- Brassat, Wolfgang (2003): *Methoden-Reader Kunstgeschichte: Texte zur Methodik und Geschichte der Kunstwissenschaft*. Kunst und Wissen. Köln.
- Bredenkamp, Horst (2008): „Erwin Panofsky (1892–1968)“. In: *Klassiker der Kunstgeschichte. Band 2: Von Panofsky bis Greenberg*, herausgegeben von Ulrich Pfisterer. München. S. 61–75.
- Bredenkamp, Horst (2010): *Theorie des Bildakts: Frankfurter Adorno-Vorlesungen, 2007*. Berlin.
- Buddrus, Michael (2003): *Totale Erziehung für den totalen Krieg: Hitlerjugend und nationalsozialistische Jugendpolitik; Teil 1. Texte und Materialien zur Zeitgeschichte*, Band 13.1. München.
- Burbulla, Julia (2015): *Kunstgeschichte nach dem Spatial Turn: Eine Wiederentdeckung mit Kant, Panofsky und Dörner*. Bielefeld.
- Bussemmer, Thymian (2005): *Propaganda: Konzepte und Theorien*. Wiesbaden.
- Butter, Michael/Grundmann, Regina/Sanchez, Christina (2008): Einleitung zu *Zeichen der Zeit: Interdisziplinäre Perspektiven zur Semiotik*, herausgegeben von Michael Butter, Regina Grundmann und Christina Sanchez. Frankfurt am Main. S. 9–15.
- Carter, Nona L. (2009): „A study of Japanese children’s magazines, 1888–1949“. Dissertation. University of Pennsylvania.
- Chamoto Shigemasa 茶本繁正 (1986): *Sensō to jōnarizumu 戦争とジャーナリズム* [Krieg und Journalismus]. Tōkyō.
- Conze, Werner (1984): „Rasse“. In: *Geschichtliche Grundbegriffe*. Band 5. S. 135–178. Stuttgart.
- Coox, Alvin D. (1998): „The Lesser of Two Hells: NKVD General G. S. Lyushkov’s Defection to Japan, 1938–1945. Part I/II“. In: *The Journal of Slavic Military Studies* 11.3/11.4. S. 145–186/72–110.
- Crivellari, Fabio/Marcus Sandl (2003): „Die Medialität der Geschichte: Forschungsstand und Perspektiven einer interdisziplinären Zusammenarbeit von Geschichts- und Medienwissenschaften“. In: *HZ* 277.3. S. 619–654.
- Diehl, Paula (26.6.2007): Rezension zu *Die Erziehung zum Wegsehen: Fotografie im NS-Staat*, von Rolf Sachsse. Dresden 2003. In: *H-Soz-Kult*. o. S. www.hsozkult.de/publicationreview/id/rezbuecher-3199 [Letzter Zugriff: 5.8.2017].
- Dikötter, Frank (1997): „Introduction“. In: *The Construction of Racial Identities in China and Japan*, herausgegeben von Frank Dikötter. Hong Kong. S. 1–11.
- Drechsel, Benjamin (2012): „Erwin Panofsky: Meaning in the Visual Arts“. In: *Schlüsselerwerke der Kulturwissenschaften*. Edition Kulturwissenschaft, Band 7, herausgegeben von Claus Leggewie. Bielefeld. S. 79–81.
- Dussel, Konrad (2019): *Bilder als Botschaft: Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905–1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum*. Köln.

- Earhart, David C. (2008): *Certain Victory: Images of World War II in the Japanese Media*. Armonk.
- Ebert, Michael (2015): „Die Ära der großen Bilder“. In: *Handbuch des Fotojournalismus: Geschichte, Ausdrucksformen, Einsatzgebiete und Praxis*, von Michael Ebert und Lars Bauernschmitt. Heidelberg. S. 63–76.
- Eco, Umberto/Thomas A. Sebeok (1985): *Der Zirkel oder Im Zeichen der Drei*. Dupin, Holmes, Peirce. München.
- Faulstich, Werner (2007): „Medienkultur im Nationalsozialismus: Ein Forschungsbericht“. In: *Krieg, Medien, Kultur. Neue Forschungsansätze*, herausgegeben von Matthias Karmasin. Paderborn. S. 145–186.
- Fischer-Tiné, Harald (2015): *Rassentheorien und Rassismus in Asien im 19. und 20. Jahrhundert*. <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/213683/rassentheorien-und-rassismus-in-asien-im-19-und-20-jahrhundert> [Letzter Zugriff: 19.2.2020].
- Franco, Iris (1999): „Das Bild der Juden in der Bildberichterstattung der Nationalsozialisten: Ein Vergleich der Ghettoportagen in der ‚Berliner Illustrierte Zeitung‘ und dem ‚Illustrierten Beobachter‘“. Magisterarbeit. Universität Kiel.
- Frank, Lukas (2014): ‚Von der ‚Erfüllung der Kokugaku‘ und der ‚Wiederbelebung des Reinen Shintō‘: Staats-Shintō und Nationalsozialismus‘. Masterarbeit. Universität Trier.
- Fraser, Karen M. (2011): *Photography and Japan*. Exposures. London.
- Frei, Norbert/Johannes Schmitz (2011): *Journalismus im Dritten Reich*. 4. Aufl. München.
- Germer, Andrea (2011): „Visual Propaganda in Wartime East Asia: The Case of Natori Yonosuke. *Senji no tō ajia ni okeru shikakuteki purapaganda: Natori Yonosuke no baai*. Visual Propaganda in Wartime East Asia: The Case of Natori Yonosuke. 戦時の東アジアにおける視覚的プロパガンダ: 名取洋之助の場合“. In: *The Asia-Pacific Journal* 9.20.3. S. 1–27. <http://apjif.org/-Andrea-Germer/3530/article.pdf> [Letzter Zugriff: 14.11.2017].
- Glutz, Peter (2005): Vorwort zu *Propaganda: Konzepte und Theorien*, von Thymian Bussemer. Wiesbaden. S. 7–10.
- Glunz, Claudia/Artur Pelka/Thomas F. Schneider (Hrsg.) (2007): *Information Warfare: Die Rolle der Medien (Literatur, Kunst, Photographie, Film, Fernsehen, Theater, Presse, Korrespondenz) bei der Kriegsdarstellung und -deutung/Information Warfare: The Role of the Media (Literature, Arts, Photography, Film, TV, Theater, Press, Correspondence) in the Representation and Interpretation of War*. Schriften des Erich-Maria-Remarque-Archivs, Band 22. Göttingen.
- Gordon, Andrew (2014): *A modern history of Japan: From Tokugawa times to the present*. 3. Aufl. New York.
- Grittmann, Elke (2007): *Das politische Bild: Fotojournalismus und Pressefotografie in Theorie und Empirie*. Köln.
- Halawa, Ashraf Mark (2008): *Wie sind Bilder möglich? Argumente für eine semiotische Fundierung des Bildbegriffs*. Köln.
- Hale, Oron J. (1965): *Presse in der Zwangsjacke, 1933–1945*. Düsseldorf.
- Hall, John W. (2009): *Das japanische Kaiserreich*. Fischer Weltgeschichte, Band 20. 15. Aufl. Frankfurt am Main.
- Hamann, Christoph (2008): „Wechselrahmen: Narrativierungen von Schlüsselbildern; Das Beispiel vom Foto des kleinen Jungen aus dem Warschauer Ghetto“. In: *Schlüsselbilder des Nationalsozialismus: Fotohistorische und didaktische Überlegungen*, herausgegeben von Werner Dreier, Eduard Fuchs, Verena Radkau und Hans Utz. Innsbruck. S. 28–42.

- Hartewig, Karin (2002): „Fotografien“. In: *Aufriß der Historischen Wissenschaften*. Band 4. Quellen, herausgegeben von Michael Maurer. Stuttgart. S. 427–448.
- Hartmann, Peter W. (2017): *Das große Kunstlexikon von P. W. Hartmann*. http://www.beyars.com/kunstlexikon/lexikon_8074.html [Letzter Zugriff: 1.8.2017].
- Heckscher, William S. (1993): „Erwin Panofsky: Ein Lebenslauf; Hannover, 30. März 1892 – Princeton, 14. März 1968“. In: *Die ideologischen Vorläufer des Rolls-Royce-Kühlers und Stil und Medium im Film*, von Erwin Panofsky. Sonderband der Edition Pandora. Frankfurt am Main. S. 97–124.
- Heidt Heller, Renate (1977): *Erwin Panofsky: Kunsttheorie und Einzelwerk*. Dissertationen zur Kunstgeschichte, Band 2. Köln.
- Held, Jutta (2007): *Grundzüge der Kunstwissenschaft: Gegenstandsbereiche – Institutionen – Problemfelder*. Köln.
- Herz, Rudolf (1994): *Hoffmann & Hitler: Fotografie als Medium des Führer-Mythos*. München.
- Hijiya-Kirschner, Irmela (1988): *Das Ende der Exotik: Zur japanischen Kultur und Gesellschaft der Gegenwart*. Frankfurt am Main.
- Hildermeier, Manfred (1998): *Geschichte der Sowjetunion, 1917–1991*. München.
- Hobsbawm, Eric J. (1983): Vorwort zu *The Invention of Tradition*, herausgegeben von Eric Hobsbawm und Terence Ranger. Cambridge. S. 1–14.
- Hobsbawm, Eric J. (2009): *Das Zeitalter der Extreme: Weltgeschichte des 20. Jahrhunderts*. München.
- Holly, Michael Ann (1984): *Panofsky and the foundations of art history*. Ithaca.
- Holtom, Daniel Clarence (1938): *The National Faith of Japan: A study in Modern Shinto*. London.
- Holzer, Anton (2003 I): „Das fotografische Gesicht des Krieges. Eine Einleitung“. In: *Mit der Kamera bewaffnet. Krieg und Fotografie*, herausgegeben von Anton Holzer. Marburg. S. 7–20.
- Holzer, Anton (Hrsg.) (2003 II): *Mit der Kamera bewaffnet: Krieg und Fotografie*. Marburg.
- Hosaka Masayasu 保阪正康 (2011): „Shashin shūhō’ wa senjika no kokumin ni nani wo motometa no ka“ [『写真週報』は戦時下の国民に何を求めたのか] [„Was forderte die ‚Shashin shūhō‘ vom Volk in Kriegszeiten?“]. In: „Shashin shūhō“ ni miru senjika no nihon [『写真週報』に見る戦時下の日本] [Das kriegszeitliche Japan aus Sicht der „Shashin shūhō“], herausgegeben von Hosaka Masayasu. Tōkyō. S. 4–9.
- Huber, Manfred (1973): *Grundzüge der Geschichte Rumäniens*. Darmstadt.
- Huffman, James L. (Hrsg.) (1998): *Modern Japan: An Encyclopedia of History, Culture and Nationalism*. New York.
- Hummel, Richard (1995): *Spiegelreflexkameras aus Dresden: Geschichte Technik Fakten*. Leipzig.
- Imaizumi, Yoshiko (2013): *Sacred Space in the Modern City: The Fractured Pasts of Meiji Shrine, 1912–1958*. Leiden.
- Inoue Yūko 井上祐子 (2009): *Senji gurafu zasshi no senden sen: Jūgo nen sensō ka no „nihon“ imeji* 戦時グラフ雑誌の宣伝戦: 十五年戦争下の「日本」イメージ [Der Propagandakrieg der Illustrierten der Kriegszeit: Japanbilder im fünfzehnjährigen Krieg]. 越境する近代 [Grenzüberschreitende Moderne], Band 7. Tōkyō.
- Ishikawa Yasumasa 石川保昌 (1991): *Hōdō shashin no seishun jidai: Natori Yonosuke to nakamatatachi* 報道写真の青春時代: 名取洋之助と仲間たち [Die Blütezeit der Pressefotografie: Natori Yonosuke und seine Gefährten]. Tōkyō.
- Ishiyama Hisao 石山久男 (1999): *Hinomaru Kimigayo: Kokki kokka wo kangaeru* 日の丸・君が代: 国旗・国歌を考える [Hinomaru Kimigayo: Nachdenken über Nationalflagge

- und Nationalhymne]. Shirizu sekai to nihon シリーズ世界と日本 [Reihe „Die Welt und Japan“]. Tōkyō.
- Iwamura Masashi 岩村正史 (2007): „,Shashin shūhō’ no nachisu doitsu kan“ 『写真週報』のナチスドイツ観 [„Das Bild Nazi-Deutschlands in der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Media shi kenkyū* メディア史研究 [Mediengeschichtliche Forschung] 22. S. 91–108.
- Iwamura Masashi 岩村正史 (2008): „,Shashin shūhō’ ni miru doitsu kan“ 『写真週報』に見るドイツ観 [„Nazi-Deutschland aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafu-shi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die „Shashin shūhō“, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. 399–423.
- Japan Center for Asian Historical Records/National Archives of Japan (2017): *A Window into the Early Showa Period: Shashin Shuho; Weekly Photographical Journal, 1938–1945. 1. About Shashin Shuho*. <https://www.jacar.go.jp/english/shuhou-english/towa01.html> [Letzter Zugriff: 14.7.2017].
- Jäger, Jens (2000): *Photographie: Bilder der Neuzeit; Einführung in die Historische Bildforschung*. Tübingen.
- Joachimsthaler, Jürgen (2007): „Die Idylle im Krieg“. In: *Information Warfare: Die Rolle der Medien (Literatur, Kunst, Photographie, Film, Fernsehen, Theater, Presse, Korrespondenz) bei der Kriegsdarstellung und -deutung/Information Warfare: The Role of the Media (Literature, Arts, Photography, Film, TV, Theater, Press, Correspondence) in the Representation and Interpretation of War*. Schriften des Erich-Maria-Remarque-Archivs, Band 22, herausgegeben von Claudia Glunz, Artur Pelka und Thomas F. Schneider. Göttingen. S. 81–101.
- Kageyama Masao 影山正雄 (1987): *Sensō to nihonjin: Aru kameraman no kiroku*. 戦争と日本人: あるカメラマンの記録 [Der Krieg und die Japaner: Aufzeichnungen eines Kameramannes]. Iwanami shashin bunko fukkoku waido han. 岩波写真文庫・復刻ワイド版 [Iwanami Buchreihe zur Fotografie. Neuauflage im B6-Format], Band 50. Tōkyō.
- Kai Yoshiaki (2012): „*Sunappu: A Genre of Japanese Photography, 1930–1980*“. Dissertation. City University of New York.
- Kai Yoshiaki 甲斐義明 (2014): „Shinkō shashin to kogata kamera: Kimura Ihei no ‚Kōga’ keisaisaku ni tsuite“ 「新興写真と小型カメラ: 木村伊兵衛の『光画』掲載作について」 [„Neue Fotografie und Kleinformatkamera: Über das von Kimura Ihei publizierte Werk ‚Kōga‘“]. In: *Jinbun kagaku kenkyū* 人文科学研究 [Geistes- und Kulturwissenschaftliche Forschung] 135. S. 59–79.
- Kammerhofer-Aggermann, Ulrike (2002): „Dirndl, Lederhose und Sommerfrischendidyle“. In: *Der Geschmack der Vergänglichkeit: Jüdische Sommerfrische in Salzburg*, herausgegeben von Robert Kriebaumer. Wien. S. 317–334.
- Kaneko Ryūichi 金子隆一 (2000): „Hōdō shashin“ no ichi: Jānarizumu to puropaganda no kōsaten“ 『報道写真』の位置: ジャーナリズムとプロパガンダの交差点 [„Zur Verortung der ‚Pressefotografie‘: An der Schnittstelle von Journalismus und Propaganda“]. In: *Kokusai kōryū* 国際交流 [Internationaler Austausch] 88. S. 50–55.
- Kaneko, Ryūichi (2003): „Realism and Propaganda: The Photographer’s Eye Trained on Society“. In: *The History of Japanese Photography*, herausgegeben von Anne Wilkes Tucker. New York. S. 184–207.
- Katagiri Yoshio 片桐芳雄/Kimura Hajime 木村元 (Hrsg.) (2008): *Kyōiku kara miru nihon no shakai to rekishi* 教育から見る日本の社会と歴史 [Gesellschaft und Geschichte Japans aus Sicht der Erziehung]. Tōkyō.
- Kawamoto Kenji 川本健二 (2011): „Taigai senden gurafu zasshi ‚FRONT’ ni okeru ‚rittai-sei’: Nihon no senjika ni okeru hōdōshashin to kōseishugi no hitotsu no tenkai to-

- shite“ 「対外宣伝グラフ雑誌『FRONT』における「立体性」:日本の戦時下における報道写真と構成主義の一つの展開として」 „Cubic Expression in the Propaganda Graphic Magazine *Front* as a Development of Photo-reportage and Constructivism During World War II in Japan“. In: *Hyōgen bunka kenkyū* 表現文化研究 [Forschungen zur Ausdruckskultur] 10.2. S. 143–169.
- Kerbs, Diethart/Walter Uka/Brigitte Walz-Richter (Hrsg.) (1983): *Die Gleichschaltung der Bilder: Zur Geschichte der Pressefotografie, 1930–1936*. Berlin.
- Kießling, Friedrich/Thomas Nicklas/Klaus W. Schäfer/Gregor Schöllgen/Matthias Stadelmann (2005 I): „Britten, Juden und Araber in Palästina“. In: *Weltgeschichte der Neuzeit*, herausgegeben von der Lexikonredaktion des Verlages F. A. Brockhaus, Gernot Dallinger und Hans-Georg Golz. Bonn. S. 220 f.
- Kießling, Friedrich/Thomas Nicklas/Klaus W. Schäfer/Gregor Schöllgen/Matthias Stadelmann (2005 II): „Kriegseintritt der USA“. In: *Weltgeschichte der Neuzeit*, herausgegeben von der Lexikonredaktion des Verlages F. A. Brockhaus, Gernot Dallinger und Hans-Georg Golz. Bonn. S. 293–295.
- Kießling, Friedrich/Thomas Nicklas/Klaus W. Schäfer/Gregor Schöllgen/Matthias Stadelmann (2005 III): „Vernichtungskrieg gegen die Sowjetunion“. In: *Weltgeschichte der Neuzeit*, herausgegeben von der Lexikonredaktion des Verlages F. A. Brockhaus, Gernot Dallinger und Hans-Georg Golz. Bonn. S. 281 f.
- Klein, Axel (2012): „Japan im Krieg, 1931–1945“. In: *Geschichte Japans*, herausgegeben von Josef Kreiner. 2. Aufl. Stuttgart. S. 381–418.
- Koltermann, Till Philip (2009): *Der Untergang des Dritten Reiches im Spiegel der deutsch-japanischen Kulturbeggnung, 1933–1945*. Freiburger Fernöstliche Forschungen, Band 9. Wiesbaden.
- Kracauer, Siegfried (2013): *Totalitäre Propaganda*. Berlin.
- Kraus, Alexander (2006): „Die Ikonologie Panofskys auf dem Prüfstein des Historikers“. In: *Bildungs- und kulturgeschichtliche Bildforschung: Tagungsergebnisse – Erschließungshorizonte*, herausgegeben von Rudolf W. Keck, Sabine Kirk und Hartmut Schröder. Baltmannsweiler. S. 25–37.
- Krebs, Gerhard (2000/2001): „Nanking 1937/38. Oder: Vom Umgang mit Massakern“. In: *Nachrichten der Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens* 167–170. S. 299–346.
- Krebs, Gerhard (2010): *Japan im Pazifischen Krieg: Herrschaftssystem, politische Willensbildung und Friedenssuche*. Monographien aus dem Deutschen Institut für Japanstudien, Band 46. München.
- Kushner, Barak (2002): „A most successful ‚failure‘. World War Two Japanese Propaganda“. Dissertation. Princeton University.
- Kushner, Barak (2006): *The Thought War: Japanese Imperial Propaganda*. Honolulu.
- Kushner, Barak (2015): *Media, Propaganda and Politics in 20th-Century Japan: The Asahi Shimbun Company*. Foreword by Funabashi Yoichi. SOAS Studies in Modern and Contemporary Japan. London.
- Kuwabara Kineo 桑原喜子雄 (1987): „Sōron: Sensō no kiroku“ 「総論: 戦争の記録」 [„Gesamteinführung: Aufzeichnungen des Krieges“]. In: *Sensō no kiroku: War Photography 戦争の記録: War Photography* [Aufzeichnungen des Krieges: War Photography]. *Nihon shashin zenshū* 日本写真全集: The Complete History of Japanese Photography [Gesamtausgabe japanischer Fotografie: The Complete History of Japanese Photography], Band 4, herausgegeben von Haruki Sakae. Tōkyō. S. 133–140.
- Lachenicht, Susanne (2006): „Die neue Visualität der Zeitschrift im frühen 20. Jahrhundert und die *culture de masse*“. In: *Die Zeitschrift: Medium der Moderne; Deutschland und Frankreich im Vergleich/La presse magazine: Un média de l'époque moderne; Etude com-*

- parative France-Allemagne*, herausgegeben von Clemens Zimmermann und Manfred Schmeling. Bielefeld. S. 63–84.
- De Lange, William (1998): *A History of Japanese Journalism: Japan's Press Club as the last obstacle to a mature press*. Surrey.
- Law, Ricky W. (2012): „Knowledge is power: The interwar German and Japanese mass media in the making of the axis“. Dissertation. University of North Carolina at Chapel Hill.
- Law, Ricky (2019): *Transnational Nazism: Ideology and Culture in German-Japanese Relations, 1919–1936*. Publications of the German Historical Institute. Cambridge.
- Lenk, Sabine (24.7.2011): „Panchromatischer Film“. In: *Lexikon der Filmbegriffe*. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6366> [Letzter Zugriff: 20.11.2017].
- Lewis, Gordon (Hrsg.) (1991): *The History of the Japanese Camera. From a translation by William and Amy Fujimura of Nihon Camera no Rekishi*. Rochester.
- Linke, Angelika/Markus Nussbaumer/Paul R. Portmann (Hrsg.) (2004): *Studienbuch Linguistik*. Ergänzt um ein Kapitel „Phonetik/Phonologie“ von Urs Willi. 5. Aufl. Tübingen.
- Lokowandt, Ernst (2001): *Shintō: Eine Einführung*. Publikation der OAG Deutsche Gesellschaft für Natur- und Völkerkunde Ostasiens. München.
- Longerich, Peter (1993): „Nationalsozialistische Propaganda“. In: *Deutschland 1933–1945: Neue Studien zur nationalsozialistischen Herrschaft*. 2. Aufl., herausgegeben von Karl Dietrich Bracher, Manfred Funke und Hans-Adolf Jacobsen. Bonn. S. 291–314.
- Lüdeking, Karlheinz (2014): „Kunst und Sprache aus der Sicht von Erwin Panofsky“. In: Nikolaj Plotnikov (Hrsg.): *Kunst als Sprache – Sprachen der Kunst: Russische Ästhetik und Kunsttheorie der 1920er Jahre in der europäischen Diskussion*. Sonderheft der Zeitschrift für Ästhetik und allgemeine Kunstwissenschaft, Band 12. Hamburg. S. 61–70.
- Maczkiewitz, Dirk/Raoul Zühlke (1998): „„Sein oder Nicht-Sein‘. Hitler und Thälmann auf den Titelbildern des Illustrierten Beobachters und der Arbeiter-Illustrierten-Zeitung“. In: *Von der Macht des Wortes zur Macht der Bilder*, herausgegeben von Thilo Eisermann, Dirk Maczkiewitz und Raoul Zühlke. Hamburg. S. 223–256.
- Maier, Gerhard (1976): *Miesbach: Wiege der Trachtenbewegung; Ein Stück Kulturgeschichte des Miesbacher Oberlandes*. Miesbach.
- Marien, Mary Warner (2010): *Photography: A Cultural History*. 3. Aufl. London.
- Mathias, Regine (2012): „Das Entstehen einer modernen städtischen Gesellschaft und Kultur, 1900/1905–1932“. In: *Geschichte Japans*, herausgegeben von Josef Kreiner. 2. Aufl. Stuttgart. S. 332–380.
- Matsuda, Takako (2003): „Major Photography Clubs and Associations“. In: *The History of Japanese Photography*, herausgegeben von Anne Wilkes Tucker. New York. S. 370–377.
- Meiji Holdings Co., Ltd. (2016): *Meiji. Annual Report. Year ended March 31, 2016*. http://www.meiji.com/global/investors/results-and-presentations/annual-reports/pdf/2016/annual-report_2016_en_all.pdf [Letzter Zugriff: 8.7.2017].
- Menzel, Katharina (2003): „„Frauen helfen siegen‘: Frauenarbeit in der Fotopropaganda des Ersten und Zweiten Weltkriegs“. In: *Mit der Kamera bewaffnet: Krieg und Fotografie*, herausgegeben von Anton Holzer. Marburg. S. 71–96.
- Mommsen, Hans (2008): Vorwort zu *Das Deutsche Rote Kreuz unter der NS-Diktatur, 1933–1945*, von Birgitt Morgenbrod und Stephanie Merkenich. Paderborn. S. XI–XV.
- Müller, Thomas (1983): „Zur bildjournalistischen Verwendung des Fotos in der Presse des Hitlerfaschismus in Deutschland: Eine kritische Untersuchung am Beispiel des ‚Illustrierten Beobachters‘“. Dissertation. Karl-Marx-Universität Leipzig.

- NHK Ākaibusu [NHK Archives] (2017): *Kokumin kayō „Yashi no mi“* 国民歌謡「椰子の美」 [Volkslied „Palmfrucht“] http://www2.nhk.or.jp/archives/tv60bin/detail/index.cgi?das_id=D0009060039_00000 [Letzter Zugriff: 8.8.2017].
- Nicolaisen, Hans-Dietrich (1981): *Die Flakhelfer: Luftwaffenhelfer und Marinehelfer im Zweiten Weltkrieg*. Darmstadt.
- Nishina Kunio 仁科邦男 (2005): *Inutachi no Meiji ishin: Pochi no tanjō* 犬たちの明治維新: ポチの誕生 [Die Hunde und die Meiji-Restauration: Die Geburt von Pochi]. Tōkyō.
- N. N. (1983): „Fuji Photo Film Co, Ltd“. In: *Kodansha Encyclopedia of Japan*. Band 2. S. 344. Tōkyō.
- N. N. (2003): *Tsukaikata no wakaruru ruigo: Reikai jiten. A Dictionary of synonyms in Japanese* 使い方の分かる類語: 例解辞典. *A Dictionary of synonyms in Japanese* [Synonyme, die die Anwendung begreifen lassen: Ein Wörterbuch mit Erklärungen anhand von Beispielen. A Dictionary of synonyms in Japanese]. Neuauflage. Tōkyō.
- Nöth, Winfried (1985): *Handbuch der Semiotik*. Stuttgart.
- Okudaira Yasuhiro 奥平康弘 (Hrsg.) (1992): *Senzen no jōhō kikō yōran* 戦前の情報機構要覧 [Überblick zur vorkriegszeitlichen Organisation von Nachrichten]. Genron tōsei bunkun shiryō shūsei 言論統制文獻資料集成 [Dokumentensammlung zur Beschränkung der Redefreiheit], Band 20. Tōkyō.
- Oda Yoshiyuki 小田義幸 (2015): „Senji yusō wo meguru katsudō: ‚Shashin shūhō‘ ni miru rikujō yusō kaijō yusō kōkū yusō“ 「戦時輸送をめぐる宣伝活動: 『写真週報』に見る陸上輸送・海上輸送・航空輸送」 [„Propagandaaktivität zu Transport in Kriegszeiten. Bilder von Land-, See- und Lufttransport in der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Hōgaku kenkyū* 法学研究 [Rechtswissenschaftliche Forschung]. 88.5. S. 1–64.
- Oka, Takashi (1983): „Adult, legal definition of“. In: *Kodansha Encyclopedia of Japan*. Band 1. Tōkyō. S. 16.
- Oku Kentarō 奥健太郎 (2008): „‚Shashin shūhō‘ ni miru ‚kenmin undō‘“ 「『写真週報』に見る「健民運動」」 [„Sportliche Betätigung zum Erhalt der Volksgesundheit“ aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafu-shi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die ‚Shashin shūhō‘, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. 175–202.
- Oku Kentarō 奥健太郎/Tsurooka Satoshi 鶴岡聡史 (2008): „‚Shashin shūhō‘ ni miru gakusei seito jidō“ 「『写真週報』に見る学生・生徒・児童」 [„Studenten, Schüler und Kinder aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafu-shi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die ‚Shashin shūhō‘, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. 203–242.
- Orto, Luisa/Takako Matsuda (2003): „Major Photography Magazines“. In: *The History of Japanese Photography*, herausgegeben von Anne Wilkes Tucker. New York. S. 378–385.
- Ostrowski, Marek (2007): „Die Darstellung des Krieges in der deutsch- und polnischsprachigen Presse der Jahre 1939–1945“. In: *Information Warfare: Die Rolle der Medien (Literatur, Kunst, Photographie, Film, Fernsehen, Theater, Presse, Korrespondenz) bei der Kriegsdarstellung und -deutung/Information Warfare: The Role of the Media (Literature, Arts, Photography, Film, TV, Theater, Press, Correspondence) in the Representation and Interpretation of War*. Schriften des Erich-Maria-Remarque-Archivs, Band 22, herausgegeben von Claudia Glunz, Artur Pelka und Thomas F. Schneider. Göttingen. S. 251–260.

- Ōzorasha 大空者 (Hrsg.) (2000): *Senjika hyōgoshū* 戦時下標語集 [Sammlung kriegszeitlicher Parolen]. Tōkyō.
- Panofsky, Erwin (1925): „Über das Verhältnis der Kunstgeschichte zur Kunsttheorie: Ein Beitrag zu der Erörterung über die Möglichkeit ‚kunstwissenschaftlicher Grundbegriffe‘“. In: *Zeitschrift für Ästhetik und Allgemeine Kunstwissenschaft* 18. S. 129–161.
- Panofsky, Erwin (1978): *Sinn und Deutung in der bildenden Kunst*. DuMont-Kunst-Taschenbücher, Band 33. Köln.
- Pape, Helmut (2004): *Charles S. Peirce: Zur Einführung*. Hamburg.
- Partsch, Susanna (2014): *Einführung in das Studium der Kunstgeschichte*. Stuttgart.
- Paul, Gerhard (1990): *Aufstand der Bilder: Die NS-Propaganda vor 1933*. Bonn.
- Paul, Gerhard (2004): *Bilder des Krieges: Krieg der Bilder; Die Visualisierung des modernen Krieges*. Paderborn.
- Paul, Gerhard (2020): *Bilder einer Diktatur: Zur Visual History des Dritten Reiches*. Visual History: Bilder und Bildpraxen in der Geschichte; Band 6. Wallstein.
- Peirce, Charles Sanders (1974 I): *Collected Papers*. Band 1 und 2, herausgegeben von Charles Hartshorne und Paul Weiss. 3. Aufl. Cambridge.
- Peirce, Charles Sanders (1974 II): *Collected Papers*. Band 5 und 6, herausgegeben von Charles Hartshorne und Paul Weiss. 4. Aufl. Cambridge.
- Peirce, Charles Sanders (1979): *Collected Papers*. Band 8, herausgegeben von Arthur W. Burks. 3. Aufl. Cambridge.
- Pensold, Wolfgang (2015): *Eine Geschichte des Fotojournalismus: Was zählt, sind die Bilder*. Wiesbaden.
- Pohl, Manfred (1996): „Nationalflagge“. In: *Kleines Japan-Lexikon*. München. S. 102.
- Pohl, Rolf (2012): „Das Konstrukt ‚Volksgemeinschaft‘ als Mittel zur Erzeugung von Massenloyalität im Nationalsozialismus“. In: „Volksgemeinschaft“. *Mythos, wirkungsmächtige soziale Verheißung oder soziale Realität im „Dritten Reich“? Zwischenbilanz einer kontroversen Debatte*, herausgegeben von Detlef Schmiechen-Ackermann. Nationalsozialistische „Volksgemeinschaft“: Studien zu Konstruktion, gesellschaftlicher Wirkungsmacht und Erinnerung. Paderborn. S. 69–84.
- Posner, Roland/Klaus Robering/Thomas A. Sebeok (2003): *Semiotik: Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur/Semiotics: A Handbook on the Sign-Theoretic Foundations of Nature and Culture*. Teilband 3. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbook of Linguistics and Communication Science, Band 13.3. Berlin.
- Protte, Katja (1996): „Das ‚Erbe‘ des Krieges. Photographien aus dem Ersten Weltkrieg als Mittel nationalsozialistischer Propaganda im Illustrierten Beobachter von 1926 bis 1939“. In: *Fotogeschichte* 60. S. 19–42.
- Raskin, Richard (2004): *A child at gunpoint: A case study in the life of a photo*. Aarhus.
- Ritsumeikan daigaku kokusai heiwa myūjiamu 立命館大学国際平和ミュージアム [Internationales Friedensmuseum der Ritsumeikan-Universität] (Hrsg.) (1995): *Senjika nihon no hōdō shashin: Umemoto Tadao to „Shashin shūhō“* 戦時下日本の報道写真: 梅本忠雄と『写真週報』 [Pressefotos des kriegszeitlichen Japan: Umemoto Tadao und die „Shashin shūhō“]. Kyōto.
- Rosenberg, Emily S. (2012): Einleitung zu: *1870–1945: Weltmärkte und Weltkriege*, herausgegeben von Akira Iriye und Jürgen Osterhammel. München. S. 9–32.
- Sachsse, Rolf (2003): *Die Erziehung zum Wegsehen: Fotografie im NS-Staat*. Dresden.
- Schäfer, Fabian (2012): *Public Opinion. Propaganda. Ideology: Theories on the Press and its Social Function in Interwar Japan, 1918–1937*. Brill’s Japanese Studies Library, Band 39. Leiden.

- Schäfer, Heiner (1977): *Die Herabsetzung der Volljährigkeit: Anspruch und Konsequenzen; Eine Dokumentation*. München.
- Schmidtke, Adrian (2005): „Der Wagenlenker: Chancen und Grenzen der ikonographisch-ikonologischen Einzelbildinterpretation im bildungshistorischen Kontext“. In: *Dimensionen der Erziehung und Bildung*, herausgegeben von Andreas Hoffmann-Ocon, Katja Koch und Adrian Schmidtke. Göttingen. S. 131–144.
- Schmidtke, Adrian (2007): *Körperformationen: Fotoanalysen zur Formierung und Disziplinierung des Körpers in der Erziehung des Nationalsozialismus*. Münster.
- Schmidtke, Adrian (2008): „„Sportstudentin beim Diskuswurf“: Die Konstruktion des Frauenkörpers in der Fotografie des Nationalsozialismus“. In: *Forum Qualitative Sozialforschung* 9.2. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/424/918> [Letzter Zugriff: 20.12.2015].
- Schmidtke, Adrian (2010): „Körperbilder im pädagogischen und schulpädagogischen Bezug in Deutschland und der Schweiz, 1930–1940“. In: *Schuljugend unter nationalem Anspruch: Schulpädagogische Publizistik und Visualisierungen in der Schweiz und in Deutschland zur Zeit der Krisen- und Kriegsjahre*, herausgegeben von Andreas Hoffmann-Ocon und Peter Metz. Hohengehren. S. 195–220.
- Schmidtke, Adrian (2012): „Disziplin, Kontrolle, Grenzüberwindung. Die Formierung des Jungenkörpers in der Erziehung des Nationalsozialismus“. In: *Die Bildung des Körpers*, herausgegeben von Johannes Bilstein und Micha Brumlik. Weinheim. S. 90–102.
- Schmidtke, Adrian/Kraul, Margret (2006): „Mädchen und Jungen in der Eliteerziehung des Nationalsozialismus: Eine Annäherung über Fotografien“. In: *Bild und Text: Methoden und Methodologien visueller Sozialforschung in der Erziehungswissenschaft*, herausgegeben von Barbara Friebertshäuser, Heide von Felden und Burkhard Schäfer. Budrich. S. 239–260.
- Schmitz, Frank (2004): Rezension zu: *Die Erziehung zum Wegsehen: Fotografie im NS-Staat*, von Rolf Sachsse. Dresden 2003. In: *H-ArtHist* 29.3.2004. o. S. <https://arthist.net/reviews/58> [Letzter Zugriff: 19.12.2015]
- Schnell, Rudolf (2001): „Medienästhetik“. In: *Handbuch der Mediengeschichte*, herausgegeben von Helmut Schanze. Stuttgart. S. 72–95.
- Schneider, Helmut J. (1997): „Idylle“. In: *Literaturwissenschaftliches Lexikon: Grundbegriffe der Germanistik*, herausgegeben von Horst Brunner und Rainer Moritz. Berlin. S. 147 f.
- Schruttker, Tatjana (1997): *Die Jugendpresse des Nationalsozialismus*. Köln.
- Sebesta, Ines (2016): *Rhönrad-Report: Über die Entwicklung, die Besonderheiten und den Facettenreichtum einer außergewöhnlichen Sportart*. 2. Aufl. Werneuchen.
- Sekula, Allan (1982): „Vom Erfinden fotografischer Bedeutung (1982)“. In: *Texte zur Theorie der Fotografie*, herausgegeben von Bernd Stiegler. Stuttgart. S. 302–337.
- Shibaoka Shin'ichirō 柴岡信一郎 (1977): *Hōdō shashin to taigai senden: Jūgonen sensōki no shashinkai 報道写真と対外宣伝: 十五年戦争期の写真界 [Pressefotografie und Auslandspropaganda: Die Welt der Fotografie im „fünfzehnjährigen Krieg“]*. Tōkyō.
- Shiki, Masahide (1983): „Fujisan“. In: *Kodansha Encyclopedia of Japan*. Band 2. Tōkyō. S. 344 f.
- Shimazu Naoko (1998): *Japan, race, and equality: The racial equality proposal of 1919*. New York.
- Shimizu Jun'ichirō 清水唯一郎 (2008): „Kokusaku gurafu ‚Shashin shūhō‘ no enkaku to gaiyō“ [„国策グラフ『写真週報』の沿革と概要“] [„Die ‚Shashin shūhō‘, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik. Entwicklung und Überblick“]. In: *Senji nihon no koku-*

- min ishiki: Kokusaku gurafu-shi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die „Shashin shūhō“, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. 1–48.
- Shirayama Mari 白山眞理 (2004): „Hannichi senden ni taikō suru hōdō shashin: „Shashin kyōkai“ no seiritu wo chūshin toshite“ 「反日宣伝に対抗する報道写真: 『写真協会』の成立を中心として」 [„Pressefotografie gegen antijapanische Propaganda: Unter besonderer Berücksichtigung der Entstehung des „Shashin kyōkai“]. In: *Intelligence* 4. S. 50–57.
- Shirayama, Mari 白山眞理 (2014 I): „Hōdō shashin“ to sensō, 1930–1960 [『報道写真』と戦争, 1930–1960 [„Pressefotografie“ und Krieg, 1930–1960]. Tōkyō.
- Shirayama Mari 白山眞理 (2014 II): *Natori Yōnosuke no sekai: Hōdō shashin to gurafikku dezain no kaitakusha* 名取洋之助の世界: 報道写真とグラフィック・デザインの開拓者 [Die Welt von Natori Yōnosuke: Der Wegbereiter von Pressefotografie und Grafik-design]. Tōkyō.
- Shirayama Mari 白山眞理 (2015): *Sensō to heitwa: „Hōdō shashin“ ga tsutaetakatta nihon/War and postwar: The prism of the times* 戦争と平和: 『報道写真』が伝えたかった日本/War and postwar: The prism of the times [Krieg und Frieden: Das Japanbild, das die „Pressefotografie“ vermitteln wollte/War and postwar: The prism of the times]. Tōkyō.
- Shirayama Mari 白山眞理/Hori Yoshio 堀宜雄 (Hrsg.) (2006): *NIPPON: Natori Yonosuke to Nippon Kobo „1931–45“; Hōdō shashin to gurafikku dezain no seishun jidai/NIPPON: 名取洋之助と日本工房「1931–45」; 報道写真とグラフィック・デザインの青春時代 [NIPPON. Natori Yōnosuke und Nippon Kōbō „1931–45“; Die Blütezeit von Pressefotografie und Grafikdesign]. Tōkyō.*
- Siep, Julia (2011): *Nationalisierte Mütterlichkeit als Phänomen der Moderne: Frauenzeitschriften in Japan, Deutschland und Italien in den 1930er Jahren*. Forum Kulturwissenschaften, Band 12. Zugleich Dissertation. Universität Düsseldorf. München.
- Skya, Walter (2009): *Japan's Holy War: The Ideology of Radical Shintō Ultrnationalism*. Durham.
- Sösemann, Bernd (2011): *Propaganda. Medien und Öffentlichkeit in der NS-Diktatur: Eine Dokumentation und Edition von Gesetzen, Führerbefehlen und sonstigen Anordnungen sowie propagandistischen Bild- und Textüberlieferungen im kommunikationshistorischen Kontext und in der Wahrnehmung des Publikums*. Beiträge zur Kommunikationsgeschichte, Band 25. Stuttgart.
- Stahr, Henrick (2004): *Fotojournalismus zwischen Exotismus und Rassismus: Darstellungen von Schwarzen und Indianern in Foto-Text-Artikeln deutscher Wochenillustrierter, 1919–1939*. Schriften zur Kulturwissenschaft, Band 57. Zugleich Dissertation. Universität der Künste Berlin. Hamburg.
- Steinlein, Rüdiger (2007): „Der nationalsozialistische Jugendspielfilm: Der Autor und Regisseur Alfred Weidenmann als Hoffnungsträger der nationalsozialistischen Kulturpolitik“. In: *Kunst der Propaganda: Der Film im Dritten Reich*, herausgegeben von Manuel Köppen. Publikationen zur Zeitschrift für Germanistik, Band 15. Paderborn. S. 217–246.
- Stiegler, Bernd (2010): „Fotografie und Gesellschaft: Einleitung“. In: *Texte zur Theorie der Fotografie*, herausgegeben von Bernd Stiegler. Stuttgart. S. 225–229.
- Summers, David (1995): „Meaning in the Visual Arts as a Humanistic Discipline“. In: *Meaning in the Visual Arts: Views from the Outside*, herausgegeben von Irving Lavin. S. 9–24. Princeton.

- Suzuki Yoshiko 鈴木佳子/Tōkyō-to shashin bijutsukan 東京都写真美術館 [Tōkyōter Museum für fotografische Kunst] (Hrsg.) (2005): „*Saisei*“: *Sensō to juninin no shashinka* 「再生」: 戦争と12人の写真家 [Wiedererweckt: Zwölf Fotografen im Krieg]. Tonbo no hon: Shashin no rekishi nyūmon とんぼの本: 写真の歴史入門 [Reihe „Tonbo no hon“: Einführungen in die Geschichte der Fotografie], Band 3. Tōkyō.
- Takano Tatsuo 高野龍雄 (1979): *Chie no butai: Hito kōhō senden buin no kiroku* 智慧の部隊: 一広報宣伝部員の記録 [Truppe des Verstandes: Aufzeichnungen eines Mitarbeiters der Werbe- und Propagandaabteilung]. Tōkyō.
- Takeba, Joe (2003): „The Age of Modernism. From Visualization to Socialization“. In: *The History of Japanese Photography*, herausgegeben von Anne Wilkes. New York. S. 142–183.
- Talkenberger, Heike (1990): *Sintflut: Prophetie und Zeitgeschehen in Texten und Holzschnitten astrologischer Flugschriften, 1488–1528*. Tübingen.
- Tamai Kiyoshi 玉井清 (2008 I): Vorwort zu *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafushi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die „Shashin shūhō“, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. vii–x.
- Tamai Kiyoshi 玉井清 (Hrsg.) (2008 II): *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafushi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die „Shashin shūhō“, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit]. Tōkyō.
- Tamai, Kiyoshi 玉井清 (Hrsg.) (2011): „*Shashin shūhō ni miru senjika no nihon* 『写真週報』に見る戦時下の日本 [Das kriegszeitliche Japan aus Sicht der „Shashin shūhō“]. Tōkyō.
- Tamai Kiyoshi 玉井清 (2012): „The Japanese views of the UK and the US from the second Sino-Japanese War to the Pacific War: Focus on the photographic weekly magazine „Shashin Shuhō““. In: *Keiō Journal of Politics* 15. S. 1–59.
- Tamanoi, Mariko Asano (2005): „Pan-Asianism in the Diary of Morisaki Minato (1924–1945), and the Suicide of Mishima Yukio (1925–1970)“. In: *Crossed Histories: Manchuria in the Age of Empire*, herausgegeben von Mariko Asano Tamanoi. Honolulu. S. 184–206.
- Tanaka Masao/Miyabe Hajimu (1991): „Modern Cameras. From an article by Masao Tanaka and Hajimu Miyabe“. In: *The History of the Japanese Camera: From a translation by William and Amy Fujimura of Nihon Camera no Rekishi*, herausgegeben von Gordon Lewis. Rochester. S. 52–58.
- Tavernaro, Thomas (2004): *Der Verlag Hitlers und der NSDAP: Die Franz Eher Nachfolger GmbH*. Wien.
- Theuerkauf, Gerhard (2003): „Semiotische Aspekte der Geschichtswissenschaften. Geschichtsssemiotik“. In: *Semiotik: Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur/Semiotics: A Handbook on the Sign-Theoretic Foundations of Nature and Culture*. Teilband 3, herausgegeben von Roland Posner, Klaus Robering und Thomas A. Sebeok. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbook of Linguistics and Communication Science, Band 13.3. Berlin. S. 2937–2976.
- Thürlemann, Felix (2009): „Ikonographie, Ikonologie, Ikonik: Max Imdahl liest Erwin Panofsky“. In: *Bildtheorien. Anthropologische und kulturelle Grundlagen des visualistic turn*, herausgegeben von Klaus Sachs-Hombach. Frankfurt am Main. S. 214–234.
- Tōkyō kokuritsu kindai bijutsukan 東京国立近代美術館 [The National Museum of Modern Art, Tōkyō]/Masuda Rei 増田玲/Suzuki Katsuo 鈴木勝雄/Takeuchi Mariko 竹

- 内万里子 (Hrsg.) (2004): *Kimura Ihei ten: Ihei Kimura; The man with the camera*. 木村伊兵衛展: Ihei Kimura; The man with the camera. [Ausstellung zu Kimura Ihei: Ihei Kimura; The man with the camera]. Tōkyō.
- Torihara Manabu 鳥原学 (2013): *Nihon shashin shi (jō): Bakumatsu ishin kara kōdo seichōki made* 日本写真史『上』: 幕末維新から高度成長期まで [Geschichte der japanischen Fotografie (Erster Halbband): Von der Meiji-Restauration bis zur Hochwachstumsphase]. Tōkyō.
- Tsuruoka Satoshi 鶴岡聡史 (2008): 『写真週報』に見る東アジア観 „Shashin shūhō’ ni miru tō ajia kan“ [„Ostasien aus Sicht der ‚Shashin shūhō‘“]. In: *Senji nihon no kokumin ishiki: Kokusaku gurafu-shi „Shashin shūhō“ to sono jidai* 戦時日本の国民意識: 国策グラフ誌『写真週報』とその時代 [Nationalbewusstsein im kriegszeitlichen Japan: Die „Shashin shūhō“, ein Mitteilungsorgan staatlicher Politik, und ihre Zeit], herausgegeben von Tamai Kiyoshi. Tōkyō. S. 295–332.
- Tucker, Anne Wilkes (2003): *The History of Japanese Photography*. New York.
- Wagner, Hans (Hrsg.) (2015): *Propaganda: Begriffe, Typen, Phänomene*. Ex Libris Kommunikation, Band 16. Baden-Baden.
- Watanabe, Tōru (1983): „Baseball“. In: *Kodansha Encyclopedia of Japan*. Band 1. Tōkyō. S. 142 f.
- Wehler, Hans-Ulrich (2001): *Nationalismus: Geschichte – Formen – Folgen*. München.
- Weisenfeld, Gennifer (2009): „Publicity and Propaganda in 1930s Japan: Modernism as Method“. In: *Design Issues* 25.4. S. 13–28.
- Werner, Michael/Zimmermann, Bénédicte (2002): „Vergleich, Transfer, Verflechtung: Der Ansatz der Histoire croisée und die Herausforderung des Transnationalen“. In: *Geschichte und Gesellschaft* 28. S. 607–636. https://www.researchgate.net/publication/262602129_Vergleich_Transfer_Verflechtung_Der_Ansatz_der_Histoire_croisee_und_die_Herausforderung_des_Transnationalen/link/59089afb458515ebb490d225/download [Letzter Zugriff: 18.2.2020].
- Wind, Edgar (1922): Ästhetischer und kunstwissenschaftlicher Gegenstand: Ein Beitrag zur Methodologie der Kunstgeschichte. Dissertation. Universität Hamburg, herausgegeben von Pablo Schneider. Hamburg 2011.
- Wilke, Jürgen (2007): *Presseanweisungen im zwanzigsten Jahrhundert: Erster Weltkrieg, Drittes Reich, DDR*. Köln.
- Wolf, Mauro (2003): „Semiotic aspects of mass media studies: Media semiotics“. In: *Semiotik: Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur/Semiotics: A Handbook on the Sign-Theoretic Foundations of Nature and Culture*. Teilband 3, herausgegeben von Roland Posner, Klaus Robering und Thomas A. Sebeok. Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft/Handbook of Linguistics and Communication Science, Band 13.3. Berlin. S. 2926–2936.
- Yoshihashi Takehiko (1983): „Manchukuo“. In: *Kodansha Encyclopedia of Japan*. Band 5. Tōkyō. S. 96 f.
- Young, Louise (1998): *Japan’s Total Empire: Manchuria and the Culture of Wartime Imperialism*. Berkeley.
- Yui Masaomi 由井正臣 (Hrsg.) (1995): *Taiheiyō sensō* 太平洋戦争 [Der Pazifische Krieg]. *Kindai nihon no kiseki* 近代日本の軌跡 [Spuren des modernen Japan], Band 5. Tōkyō.
- Zöllner, Reinhard (2006): *Geschichte Japans: Von 1800 bis zur Gegenwart*. Paderborn.

ANHANG

GLOSSAR FÜR DIE UNTERSUCHUNG ZENTRALER JAPANISCHER NAMEN UND BEGRIFFE

Ausdruck in japanischer Schreibweise	Ausdruck in rōmaji	Übersetzung und Erläuterungen
中央工房	<i>Chūō Kōbō</i>	dt. „Werkstatt in der Hauptstadt“, „Werkstatt im Zentrum“, aufgrund interner Streitigkeiten der <i>Nippon Kōbō</i> durch Kimura Ihei 1934 gegründete weitere Fotografengruppe
大日本写真報 国会	<i>Dai Nippon shashin hōkokukai</i>	dt. „Großjapanischer Verein für den fotografischen Dienst am Vaterland“, ab Juli 1943 Nachfolger des <i>Kōa Shashin Hōkokukai</i> (興亜写真報国会, dt. „Verein für den fotografischen Dienst am Vaterland zur Entwicklung der Länder Asiens“), mit dem Ziel, eine patriotische Fotobewegung zu etablieren
ふりがな	<i>Furigana</i>	Lesehilfen über chinesischen Schriftzeichen in Silbenzeichen
林健一	Hayashi Ken'ichi	japanischer Bildpropagandatheoretiker, zentral für diese Arbeit aufgrund seiner einflussreichen Tätigkeit für die Planung und Herausgabe der <i>Shashin shūhō</i> über den gesamten Zeitraum ihres Erscheinens, Gründer des <i>Shashin kyōkai</i> , Planer der Erstausgabe der <i>Shashin shūhō</i> , ab Juni 1940 mit Shimono Nobuyasu einer der Hauptverantwortlichen für die <i>Shashin shūhō</i>
日の丸	<i>Hi no maru</i>	dt. „Sonnenrund“, japanische Nationalflagge, Flagge der aufgehenden Sonne
ひらがな	<i>Hiragana</i>	Eine der zwei japanischen Moreschriften, v. a. für flektierte Endungen der durch Kanji wiedergegebenen Begriffswörter und für nicht in Kanji geschriebene Wortarten verwendet
報道技術研究 会	<i>Hōdō gijutsu kenkyūkai</i>	dt. „Verein zur Erforschung der Kunst der Berichterstattung“ (1940–1945), Verein, der sich der Produktion von Kriegspropaganda verschrieb und dem <i>Naikaku jōhōkyoku</i> zuarbeitete, Beschäftigung zahlreicher Fotografen
報道班	<i>hōdōhan</i>	dt. „Berichterstattungsstrupp“, ab 1941 militärische Einheiten zur Presseberichterstattung nach dem Vorbild der deutschen Propagandakompanien
報道写真	<i>hōdō shashin</i>	Übersetzung des deutschen Wortes „Reportagefoto“, spiegelt den deutschen Einfluss auf die Geschichte der japanischen Pressefotografie zu Beginn des 20. Jahrhunderts

Ausdruck in japanischer Schreibweise	Ausdruck in rōmaji	Übersetzung und Erläuterungen
漢字	<i>Kanji</i>	Aus dem Chinesischen ins Japanische übernommene Wortschriftzeichen, v. a. für Begriffswörter und japanische und chinesische Eigennamen verwendet
カタカナ	<i>Katakana</i>	Eine der zwei japanischen Moreschriften, v. a. für Fremdwörter, ausländische Namen und als Auszeichnungsschrift verwendet
木村伊兵衛	Kimura Ihei	japanischer Fotograf (1901–1974), der vor allem durch seine Aufnahmen mit der deutschen „Leica“-Kamera zu internationaler Berühmtheit gelangte; trug mit Natori Yonosuke entschieden zur Etablierung des Fotojournalismus in Japan bei, Mitbegründer von <i>Nippon Kōbō</i> , ab 1934 Herausgeber der Zeitschrift <i>Nippon</i>
国家総動員法	<i>kokka sōdōin hō</i>	dt. „Volksmobilisierungsgesetz“, Gesetz von 1938, das die Mobilisierung weiter Teile der Bevölkerung erleichtern sollte. Befugnisweiterungen des <i>Naikaku jōhōbu</i> und hiermit einhergehende Beschränkungen der Pressefreiheit waren u. a. die Folge.
国際報道写真協会	<i>Kokusai hōdōshashin kyōkai</i>	dt. „Internationaler Verein für Pressefotografie“, 1934 von Kimura Ihei, Hara Hiromu und anderen Mitgliedern von <i>Chūō Kōbō</i> gegründeter Fotografenverein zur Förderung der Auslandspropaganda, entscheidender Anteil der Vereinigung an der Erstausgabe der <i>Shashin shūhō</i>
広告、宣伝	<i>kōkoku, senden</i>	zeitgenössisch oft synonym genutzte Begriffe, die den fließenden Übergang von „Werbung“ (<i>kōkoku</i>) und „Propaganda“ (<i>senden</i>) nach japanischem Verständnis demonstrieren, gegensätzlich zum Bemühen um strikte Trennung von Werbung und Propaganda auf deutscher Seite
小山栄三	Koyama Eizō	1899–1983, wichtigster japanischer Propagandatheoretiker der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges. Sein Werk „Abhandlung über die Kunst der Propaganda“ (<i>senden gijutsu ron, 宣伝技術論</i>) ist eines der zentralen Bezugswerke dieser Dissertation.
森徹夫	Mori Itsuo	japanischer Botschaftssekretär, ab Juli 1938 zunächst verantwortlich für die Leitung der Bildpropagandaabteilung der <i>Shashin shūhō</i> , zudem Verantwortlicher der <i>Shūhō</i>
内閣情報部	<i>Naikaku jōhōbu</i>	dt. „Kabinettinformationsabteilung“ (1937–1940), früher Herausgeber der <i>Shashin shūhō</i> , Nachfolger des <i>Naikaku jōhō iinkai</i>
内閣情報委員会	<i>Naikaku jōhō iinkai</i>	dt. „Kabinettinformationskomitee“ (1936–1937), u. a. Institution zur Planung staatlicher Propaganda
内閣情報局	<i>Naikaku jōhōkyoku</i>	dt. „Kabinettinformationsbüro“ (1940–1945), später Herausgeber der <i>Shashin shūhō</i> , Nachfolger des <i>Naikaku jōhōbu</i>

Ausdruck in japanischer Schreibweise	Ausdruck in <i>rōmaji</i>	Übersetzung und Erläuterungen
名取洋之助	Natori Yonosuke	japanischer Fotograf (1910–1962), zunächst Fotojournalist in Deutschland, nach der Machtergreifung Rückkehr nach Japan und später Gründung von <i>Nippon Kōbō</i> zur Etablierung des Fotojournalismus in Japan
日本報道写真協会	<i>Nihon hōdō shashin kyōkai</i>	dt. „Japanischer Verein für Pressefotografie“, ab 1941 Nachfolger des <i>Nihon hōdō shashinka kyōkai</i> (日本報道写真家協会, dt. „Japanischer Verein der Pressefotografen“), der wiederum Nachfolger des unten genannten <i>Seinen hōdō shashin kenkyūkai</i> war; direkt dem <i>Naikaku jōhōkyoku</i> unterstellt, war u. a. mit Rationalisierung lichtempfindlichen Materials betraut
日本工房	<i>Nippon kōbō</i>	dt. „Japan-Werkstatt“, von Natori Yonosuke, Kimura Ihei und weiteren Fotografen gegründete Vereinigung zur Etablierung des Fotojournalismus in Japan; Direktübersetzung des Wortes „Werkstatt“ spiegelt den Einfluss der Weimarer fotografischen Tradition, stellt ihre Arbeit später in den Dienst der <i>Shashin shūhō</i>
青年報道写真研究会	<i>Seinen hōdō shashin kenkyūkai</i>	dt. „Gemeinschaft junger Leute zur Erforschung der Pressefotografie“ (1938–1940), eine von zahlreichen Gruppierungen junger Fotografen im Japan der Zeit des fünfzehnjährigen Krieges, die sich der Produktion von Propaganda widmeten, u. a. Domon Ken und Umemoto Tadao als Mitglieder
写真協会	<i>Shashin kyōkai</i>	dt. „Verein für Fotografie“, Zusammenschluss japanischer Fotografen (1938–1945), gegründet durch Hayashi Ken’ichi mit dem Ziel fotografischer Propagandaproduktion, bedeutende Rolle als Zulieferer für die <i>Shashin shūhō</i>
写真週報	<i>Shashin shūhō</i>	dt. „fotografische Wochenzeitung“, japanische Illustrierte (1938–1945) und Gegenstand dieser Arbeit
下野信恭	Shimono Nobuyasu	ehemaliger Zeitungsjournalist, ab Juni 1940 mit Hayashi Ken’ichi einer der beiden Hauptverantwortlichen für die <i>Shashin shūhō</i>
思想戦	<i>shisōsen</i>	dt. „ideologische Kriegsführung“, zeitgenössischer Ausdruck, unter dem sich verschiedenste Aktivitäten zur propagandistischen Beeinflussung sowohl der eigenen Bevölkerung als auch Außenstehender subsumieren lassen
週報	<i>Shūhō</i>	dt. „Wochenschrift“, japanische Zeitung (1936–1945) und weniger Bilder beinhaltendes Pendant zur <i>Shashin shūhō</i>
津田弘孝	Tsuda Hirota	Beamter im <i>Naikaku jōhōbu</i> , ehemaliger Angestellter des internationalen Fremdenverkehrsamtes des Eisenbahnministeriums, ab Juli 1938 Leitung der Redaktionsabteilung der <i>Shashin shūhō</i>

Ausdruck in japanischer Schreibweise	Ausdruck in <i>rōmaji</i>	Übersetzung und Erläuterungen
横溝光暉	Yokomizo Mitsuteru	1897–1985, Direktor des <i>Naikaku jōhōbu</i> ab 1937
造形	<i>zōkei</i>	dt. „Formgebung“, japanischer Ausdruck für Avantgarde-Fotografie, der in Zeiten des Nationalismus das zuvor gebräuchliche Wort <i>zen'ei</i> (前衛) ablösen sollte, um fremdsprachige Konnotationen zu vermeiden
Zudem in der Arbeit genannte Fotografen mit geringer Bedeutung für die Untersuchung		
新井静一郎	Arai Seiichirō	japanischer Fotograf (1907–1990), Mitglied im <i>Hōdō gijutsu kenkyūkai</i>
土門拳	Domon Ken	japanischer Fotograf (1909–1990), Mitbegründer von <i>Nippon</i> , Mitglied im <i>Seinen hōdō shashin kenkyūkai</i> , u. a. Arbeit für die <i>Shashin shūhō</i>
藤本四八	Fujimoto Shihachi	japanischer Fotograf (1911–2006), Mitbegründer von <i>Nippon</i>
林忠彦	Hayashi Tadahiko	japanischer Fotograf (1918–1990), Bildproduzent der <i>Shashin shūhō</i>
原弘	Hara Hiromu	japanischer Fotograf (1903–1986), Mitbegründer von <i>Nippon Kōbō</i> , Mitglied von <i>Chūō Kōbō</i> , <i>Hōdō gijutsu kenkyūkai</i> , <i>Kokusai hōdō shashin kyōkai</i>
今泉武治	Imaizumi Takeji	japanischer Fotograf (1905–1995), Mitglied im <i>Hōdō gijutsu kenkyūkai</i>
伊奈信男	Ina Nobuo	japanischer Fotograf (1898–1978), Gründungsmitglied von <i>Nippon Kōbō</i>
入江泰吉	Irie Taikichi	japanischer Fotograf (1905–1992), Bildproduzent der <i>Shashin shūhō</i>
小石清	Koishi Kiyoshi	japanischer Fotograf (1908–1957), Bildproduzent der <i>Shashin shūhō</i>
岡田桑三	Okada Sōzō	japanischer Fotograf (1903–1983), Gründungsmitglied von <i>Nippon Kōbō</i>
梅本忠雄	Umemoto Tadao	japanischer Fotograf, u. a. tätig im <i>Seinen hōdō shashin kenkyūkai</i> , umfangreicher Bildproduzent der <i>Shashin shūhō</i>

INDEX

PERSONENREGISTER

- Amann, Max 15, 18, 58 f, 64, 73–79, 84, 107, 176, 180, 229, 253 f, 321
- Bourdieu, Pierre 56
- Bredenkamp, Horst 21, 35 f, 39, 54 f, 140, 275
- Bussemer, Thymian 16 f, 24, 45, 48–53, 59–61, 136, 140, 143, 169, 180, 213, 217, 253, 265, 284, 291 f, 296, 301 f, 318 f, 330
- Carol II. (von Rumänien) 171–175, 209, 337
- Carter, Nona L. 22 f, 34, 116 f, 125, 129 f, 152, 163, 185, 195, 242, 266, 303, 322
- Chamberlain, Neville 72
- Chamoto Shigemasa 111, 125 f, 128 f.
- Churchill, Winston 72, 288
- Dietrich, Otto 59, 75, 78
- Domon Ken 32, 130, 134, 136, 157, 169
- Doyle, Arthur Conan 35
- Earhart, David C. 12, 17, 31, 113, 116, 126 f, 130, 154, 162 f, 185, 216, 242, 300, 303, 321
- Goebbels, Joseph 58–61, 72, 75, 78, 88 f, 93, 97, 107, 131, 133, 136, 205, 320
- Göring, Hermann 208–210, 213
- Grittmann, Elke 10, 18, 20 f, 27, 33, 35 f, 41 f, 53–56
- Halawa, Ashraf Mark 9, 14, 19–21, 42–44, 46 f, 54 f, 57
- Hale, Otto 25, 74 f, 77, 79, 107 f, 253
- Hayashi Ken'ichi 15, 111 f, 130, 138–149, 152 f, 156 f, 168 f, 190 f, 236, 266 f, 273, 275, 311 f, 321 f, 338
- Heidt Heller, Renate 47, 56 f, 148, 167, 170
- Herz, Rudolf 33 f, 65, 79, 81–85, 88, 101, 106, 174 f, 179 f, 209, 254
- Heß, Rudolf 78, 173
- Hitler, Adolf 31, 58–61, 63, 67, 69 f, 72–75, 79, 106 f, 109, 112, 116, 120, 135 f, 139, 162, 173–176, 208 f, 225, 244, 246–249, 253, 258, 337
- Hoffmann, Heinrich 81–84, 105, 173–176, 209, 229, 247, 337 f.
- Holtom, Daniel Clarence 183 f.
- Hosaka Masayasu 31, 128, 153 f, 157 f, 161–163, 275, 301, 304, 331 f.
- Iwamura Masashi 31–33, 46, 158, 162 f, 201, 228, 243, 260, 277, 285
- Jäger, Jens 25–27
- Kimura Ihei 29, 133–137, 140, 157, 166 f, 169 f, 215, 340
- Koyama Eizō 15, 78, 111, 118–124, 131, 136, 140, 142, 147–149, 152 f, 169, 186, 190, 195, 217 f, 233, 236, 248, 273–275, 303, 311 f, 318, 321 f, 327, 330, 336 f.
- Kracauer, Siegfried 53 f, 56, 103, 120, 139 f, 147, 169, 302
- Kurzbein, Heiner 90
- Kushner, Barak 12, 28, 78, 111–118, 121–123, 125 f, 130 f, 136, 155, 166, 169, 183, 190, 201, 209, 229, 236, 242, 264, 272, 319, 321, 327, 330
- Lasswell, Harold D. 52, 301, 330
- Law, Ricky 11 f, 29
- Le Bon, Gustave 60
- Lyushkov, Genrikh Samoilovich 294–296
- Mori Itsuo 156 f.
- Müller, Thomas 30, 92 f, 109 f, 213
- Natori Yonosuke 28 f, 76, 81, 134–136, 148, 339
- Nöth, Winfried 43–45, 122
- Oku Kentarō 31, 162, 183 f, 195, 216–218, 307, 311, 319
- Panofsky, Erwin 10, 14 f, 18–21, 24, 32 f, 35–43, 47, 50, 55–57, 60, 95, 103, 148, 165, 167, 170, 202, 333
- Peirce, Charles Sanders 10, 14 f, 20 f, 24, 35, 40–47, 50, 54, 56 f, 60, 95, 102, 122 f, 167, 178, 180, 189, 303, 319, 333
- Paul, Gerhard 26 f, 60, 136
- Pohl, Rolf 62 f, 122, 248
- Roosevelt, Franklin D. 251, 255, 290
- Rosenberg, Alfred 79, 107
- Sachsse, Rolf 18, 26, 61, 64 f, 67, 80–82, 84–88, 90–92, 103–105, 107, 145 f, 148, 168–170, 174 f, 179, 201 f, 209 f, 225 f, 236 f, 242, 254, 302, 321, 334
- Von Schirach, Baldur 110
- Shimizu Jun'ichirō 32 f, 35, 112, 126, 149, 152–162, 167–169, 190 f, 275, 330 f.

- Shimono Nobuyasu 15, 112, 148–153, 303, 336
 Shirayama Mari 29, 32, 128, 130, 132, 134–136, 140, 155, 157 f, 166, 169
 Sösemann, Bernd 19, 24, 34, 47–52, 58–64, 73, 75, 78, 93, 106, 108, 121, 140
 Speer, Albert 79
 Stalin, Josef 112, 290, 295
 Stiewe, Willy 15, 58, 92–102, 107, 123, 140 f, 144–147, 168, 175 f, 179 f, 225, 285, 321
 Takano Tatsuo 33, 152, 158
 Tamai Kiyoshi 31–33, 153, 158 f, 301
 Tavernaro, Thomas 13, 73 f, 76–79
 Tōjō Hideki 161, 163
 Tsuda Hirotaka 156 f.
 Tsuruoka Satoshi 31, 162, 184, 195, 216–218, 222, 267 f, 311, 319
 Weiß, Wilhelm 74, 90, 102 f.
 Wilke, Jürgen 19, 64–73, 86, 162, 180, 213, 249, 261, 291 f, 304
 Windisch, Hans 85
 Wohlfahrt, Curt 87
 Yokomizo Mitsuteru 114 f, 119, 124, 126 f.

SACHREGISTER

- Achse, Achsenmächte 11, 29, 72, 174, 291
 Adressat 50, 59 f, 321, 335
aikoku kōshinkyoku („Marschlied der Vaterlandsliebe“) 165
 Agentur, Bildagentur 80–82, 84 f, 114, 246, 258, 282, 288, 292
 Amann-Verordnungen 64, 84
Amaterasu Ōmikami (japanische Gottheit) 166, 273
 Antisemitismus 67, 116, 225
 Äquator, Äquatormonument 271–274
 Arbeitseinsatz 171, 184, 217
 Arier, arisch 62, 84, 225 f, 306
 Arisierung 76
Asahi Shinbun (japanische Zeitung) 28, 263, 266 f, 310
 Asien 116, 124, 132, 161, 189, 221, 251, 253, 258, 260, 265 f, 338
 Auflage (bei Druckerzeugnissen) 19, 25, 32, 34, 51, 73, 79, 82, 85, 104, 106, 108, 159, 266
 Auslandsdeutsche(r) 110, 251, 253
 Avantgarde 132, 134, 147
 Baseball 316–319
 Bauhaus, Bauhausfotografie 104 f, 135 f.
 Beeinflussung 13, 19, 30, 48, 52, 54, 60, 73, 94, 103, 109, 111, 120, 128, 136, 149, 156, 169, 176, 180, 218, 233, 237, 254, 274, 296, 320, 322
Berliner Illustrierte Zeitung 76, 80, 82, 108, 134
 Bild, schmückendes 95, 99 f, 145, 168, 173, 179 f, 196, 225, 258
 Bildberichterstatte 82, 84 f, 90, 102, 141, 147
 Bildjournalismus, Bildjournalist 30, 65, 67, 82, 84 f, 88, 92 f, 109, 141, 148, 174
 Bildpropaganda 10, 15, 34, 36, 45, 57 f, 83, 88, 90, 92 f, 95–97, 99, 101–103, 105, 107, 111 f, 128, 130, 138 f, 141, 143–148, 153, 156 f, 170, 180, 236, 320, 329, 333, 336
 Bildwissenschaft, kritische 20
 Bolschewismus, Antibolschewismus 13, 16, 91, 284, 288 f, 291 f, 335
 Boulevardzeitung(en) 80
 Britisches Empire → siehe *Großbritannien*
 Bund Deutscher Mädel (BDM) 199 f, 202, 253, 336, 338, 340
 China 24, 113, 115 f, 149, 155, 162, 165, 221, 258, 260, 263–268, 271, 275, 331, 336, 338
Chūō Kōbō („Werkstatt in der Hauptstadt“, „Werkstatt im Zentrum“) 136 f.
Dai Nippon shashin hōkokukai („Großjapanischer Verein für den fotografischen Dienst am Vaterland“) 132
daitōa kyōeiken („Großostasiatische Wohlstandssphäre“, „Großostasiatische Wohlstandszone“) 30, 64, 124, 139 f, 145, 147, 149–151, 156, 161, 171, 190, 221 f, 248, 254, 264–266, 270–275, 322, 335–337, 340
 Delegation (der Hitler-Jugend) 71, 259 f, 276 f.
 Demokratie 116, 119, 122, 125, 153

- Deutsche in Japan 256–261, 276–278, 338 f.
- Deutsche Presse* (DP) 77
- Deutsches Nachrichtenbüro (DNB) 67, 72, 84, 107
- die neue linie* (Zeitschrift) 27, 104, 136, 148
- Diskurs 18 f, 22, 35, 48, 50 f, 54, 57, 111, 131, 151 f, 266
- Dreimächtepakt 14
- Eher-Verlag 13, 15, 18, 34, 58, 65, 73–79, 106–108, 178 f.
- eiseikyoku* („Amt für Hygiene“) 184
- Emigration 76, 82
- England → siehe *Großbritannien*
- Exotikum, Exotisierung 20, 25, 222, 229, 260 f, 282, 338
- Export 134, 259, 310, 322
- Fabrik, Fabrikarbeit 215 f, 242, 289 f, 300, 325
- Familienstaat 117, 300
- Faschismus 11, 30, 109, 114
- Feldarbeit (von Kindern und Jugendlichen) 242
- Flagge, Hakenkreuzflagge 277 f.
- Flagge, japanische → siehe *Hinomaru*
- Flagge, japanische Kriegsflagge 274, 278, 329–331
- Flagge, mandschurische 188 f.
- Flieger-HJ 110, 212 f.
- Fliegerschule 241
- Format 106, 133, 158
- Fotopropaganda 81–83, 111, 145 f, 236 f.
- Foto-Text-Artikel 15–17, 25, 40 f, 51, 99, 201, 223 f, 226, 228, 230, 232, 234, 236, 238, 240, 242, 244, 246, 248, 250, 252, 254, 256, 258–260, 262, 264, 266, 268, 270, 272, 274, 276, 278, 280, 282, 284–286, 288, 290, 292, 294, 296, 298, 300, 302, 304, 311, 336, 338 f.
- Frankreich 69 f, 173 f.
- Freiwilligkeit 169 f, 217 f, 243, 255, 272, 274, 302 f, 318, 327, 336
- Führer, Führerin(nen), Führerpersönlichkeit(en) 11, 61 f, 67, 76, 83 f, 90 f, 106 f, 110, 162 f, 171–174, 176, 199 f, 213, 247, 258, 335, 337
- Fuji (japanischer Berg) 165–167, 231 f, 234
- Fuji-Film 17, 308–311, 318–320, 325
- Furigana 154, 231, 240 f, 332
- Gebietsdreieck 199 f, 251, 253
- Gehalt (nach Panofsky) 21, 32, 37 f, 40, 45, 60, 103
- Gleichschaltung 62, 70, 73, 75, 129, 158
- gozoku kyōwa* („fünf Ethnien in Eintracht“) 189
- Großbritannien 69 f, 83, 113, 124, 155, 174, 255, 275, 298 f, 301–303
- Großdeutsches Reich, Großdeutsches Reich 34, 248
- Großostasien, Großostasiatische Wohlstandssphäre, Großostasiatische Wohlstandszone → siehe *daitōa kyōeiken*
- Hakenkreuz 174, 178, 199 f, 212, 259, 277 f.
- hakkō ichi'u* („acht Enden der Welt unter einem Dach“) 272
- Heimat 16, 52, 79, 91, 123, 154, 205, 215, 217, 225 f, 254, 284, 288, 291, 301, 303, 319, 331, 337 f.
- Heimatbild(er) 91, 154, 226, 331
- Heimatfront, deutsche 204–206
- Heimatfront, japanische → siehe *jūgo*
- Hermeneutik 18, 39, 169
- Hinomaru* („Sonnenrund“) 165, 231–234, 236, 263 f, 267, 270–272, 274, 278, 323, 329–331, 336
- Hiragana 316
- Hitlergruß 38, 109, 246 f, 249, 259, 278
- Hitler-Jugend (HJ) 46, 69, 71, 91, 109 f, 200 f, 212, 228 f, 256, 258–261, 276–278, 337 f.
- Hitler-Stalin-Pakt 14
- Hōdō gijutsu kenkyūkai* („Verein zur Erforschung der Kunst der Berichterstattung“) 131, 138
- Hōdōhan* („Berichterstattungsgruppe“) 138, 220
- hōdō shashin* („Pressefotografie“) 132, 135
- Hund 289, 309–312, 317 f.
- Iconic Turn* 36
- Idylle, Idyllendarstellung 90, 105, 179, 202, 225 f, 334 f, 337 f.
- Illustrierte Zeitung*, Leipziger 80
- Ikon, ikonisches Zeichen 42, 44, 46 f, 55, 89, 97
- Ikonographie 33, 36, 39, 91
- Ikonologie 10, 35 f, 39

- Import 133 f, 310, 317, 326 f
 Index, indexikalisches Zeichen 42, 44,
 47, 54 f, 89, 97, 178 f, 336
 Indien 252, 254, 271 f.
 Industrieinsatz (von Jugendlichen)
 162, 216, 300
 Interpretant 43–45, 47, 102, 122 f, 167,
 179 f, 185 f, 189, 197, 200, 210, 218,
 221 f, 226, 234 f, 243, 254 f, 268, 272,
 274, 278, 291 f, 296, 303, 311 f, 318, 320,
 331, 336
 invented tradition 273, 285
Jimmu-Tennō 166
Jinkō mondai kenkyūjo („Institut zur Erfor-
 schung von Bevölkerungsproble-
 men“) 118
 Jude(n) 30, 64, 68, 135, 163, 225 f, 283–
 285
jūgo („Heimatfront“) 30, 115, 123, 131,
 149 f, 152, 161, 171, 181 f, 184, 186, 190,
 192 f, 195–197, 205 f, 301, 303, 309,
 311 f, 321, 327, 330 f, 333 f, 337
 Kanji 154, 165, 182, 193, 263, 270, 311,
 316, 331
Kamera (Messeveranstaltung) 88, 131,
 133
 Kamera, Handkamera 18, 26–28, 55, 80 f,
 85–90, 97 f, 102, 131, 133 f, 141, 153,
 155, 208, 305 f, 309 f, 316, 322, 325–327,
 334, 339
 Katakana 316, 329, 331 f.
kenkō hōkoku („gesundheitlicher Dienst
 am Vaterland“) 154, 185, 337
Kikakuin („Planungsamt“) 118
Kimigayo („Eure Herrschaft“, Natio-
 nalhymne Japans) 231–234
 Kindersoldat(en) 216, 240 f.
 Kleidung, Bekleidung, Kleider, Klei-
 dungsstück(e) 165, 169, 173, 193–
 196, 199 f, 204, 206, 215, 217, 220–222,
 224, 228 f, 231, 236, 239 f, 242, 252 f,
 270, 272, 277 f, 283–285, 289, 294, 299,
 302, 305, 311, 316 f, 325 f, 331, 335
 Kleinkind(er) 105, 115, 194–197, 205 f,
 224, 259, 263 f, 267, 282, 285, 289, 316,
 335, 337 f.
Kōa shashin hōkokukai („Verein für den fo-
 tografischen Dienst am Vaterland zur
 Entwicklung der Länder Asiens“) 132
kokka sōdōin hō („Volksmobilisierungsge-
 setz“) 128
kōkoku („Werbung“) 147
Kokumin shinshin tanren undō hōan („Ge-
 setzesentwurf zur nationalen Be-
 wegung zur geistigen und körper-
 lichen Ertüchtigung“) 183
kokutai (u. a. „Staatswesen“, „Volks-
 charakter“) 151 f, 189, 191
Kokutai no hongī („Grundlagen der natio-
 nalen Eigenart“) 189, 191
 Kollektiv(e) 26, 56, 61, 72, 88, 241–243,
 302, 331, 336
 Kollektivierung, Zwangskollektivierung
 (Sowjetunion) 290
 Kolonialismus, Kolonie(n) 70, 150, 233,
 252
 Kommunismus 340
 Kontrolle 19, 49, 65, 78, 84, 116, 123, 125,
 128 f, 266, 321
 Korelle, Korelle-Reflexkamera 325 f, 339
Kōseishō („Ministerium für Gesundheit
 und Soziales“) 118
 Krankenbesuch(e) 123, 193, 195–197,
 206, 324 f, 327, 334, 337, 339
 Krieg, Erster Chinesisch-Japanischer
 189
 Krieg, Erster Weltkrieg 30, 41, 48, 65, 73,
 80, 104, 113, 134, 317
 Krieg, fünfzehnjähriger 10, 23, 28, 78,
 111–113, 118, 121–123, 131, 133, 151–
 153, 195 f, 242
 Krieg, Pazifischer, Krieg im Pazifischen
 Ozean, Pazifikkrieg 24, 117, 130 f,
 158, 161, 163, 222, 232, 300 f.
 Krieg, Russisch-Japanischer 71, 189
 Krieg, totaler 27, 92, 116, 149 f, 152, 184,
 205, 209, 213, 216, 299, 303, 312, 320
 Krieg, Zweiter Chinesisch-Japanischer
 13, 116, 130, 133, 137, 155, 158, 161,
 183, 189, 194, 201, 222, 262–264, 266,
 306, 310, 319 f, 326 f, 329
 Krieg, Zweiter Weltkrieg 9–12, 19, 23,
 26–28, 35, 60, 66 f, 69, 79, 85, 91, 104,
 133, 163, 174, 204, 208, 272, 290, 319,
 338
 Kriegsberichterstatter 146, 204 f, 208
 Kriegseinsatz (von Kindern und
 Jugendlichen) 163, 186, 201, 209,
 212 f, 229, 240, 242, 320, 333, 335, 338

- Kriegspropaganda 16, 48 f, 60, 90, 114 f, 117, 131, 179, 217, 226, 253, 296, 301, 303, 319, 330, 333
- Kunst 13, 21 f, 26 f, 29, 37, 39, 42, 49, 55, 96, 104, 118, 131, 138 f, 142, 147, 194, 248, 312
- Kultur 20–23, 88, 100, 116, 139, 160, 190, 273
- Layout 106, 204 f, 332
- Leica, Leica-Kamera 81, 85 f, 133–135
- Leserfotografie(n) 15, 18, 33, 11, 305 f, 308, 310, 312, 314, 316, 318, 320–332, 339
- Leserkamera (Rubrik der *Shashin shūhō*) 18, 316, 322
- Leserumfrage 46, 111, 159 f, 217
- Liberalismus 122, 125
- Lied(er) 17, 165 f, 168 f, 199, 202, 230–236, 285, 331, 334
- Lohnarbeit (von Kindern und Jugendlichen) 151, 216–218, 319
- Luftangriff(e) 205 f, 320, 337
- Luftwaffe, Luftwaffenhelfer 72, 85, 110, 208, 210, 212 f, 241 f.
- Machtergreifung, nationalsozialistische 74 f, 82, 89, 107, 135, 168, 241
- Malaiische Halbinsel 270
- Malaya 270 f, 336
- Mandschurei 64, 135, 171, 187–191, 202, 258, 295, 336, 340
- Manipulation, Bildmanipulation 25, 52, 54, 127, 136, 144, 148, 284 f.
- Masse(n) 9–11, 18, 21, 34, 40, 42, 48, 53, 60 f, 72, 80 f, 85 f, 88 f, 101, 103, 106, 108 f, 114, 117 f, 120 f, 123, 125, 135 f, 140, 147, 155, 169 f, 184, 186, 189, 210, 241 f, 246, 248, 254, 267, 274, 276, 278, 302, 330 f, 338
- Massenmedien 11, 42, 48, 125, 147, 242
- Medienensemble 51
- Medienverbund 19, 51, 53, 57, 93
- Meiji (japanischer Süßwarenhersteller) 17, 306 f, 313–321, 333
- Meiji-Ära, Meiji-Zeit 116, 125, 151, 310
- Meiji-Restaurations 23, 29, 150
- Meiji-Schrein 182–185, 337
- Mein Kampf (Werk Adolf Hitlers) 59 f, 121, 225
- Methode, ikonographisch-ikonologische 14, 20, 33, 333
- Minderjährige(r) 22 f, 46, 171, 184, 210, 216 f, 292, 307, 322, 337
- Militär 19, 27, 66, 69, 71, 111 f, 116, 129, 160, 163, 183, 188, 194, 229, 271, 274
- Militarisierung 48, 67, 91, 201, 204, 206, 301 f.
- Mobilisierung, Mobilmachung 12, 23, 34, 37, 53, 113, 117 f, 128 f, 131, 137, 153, 161 f, 184, 186, 201, 216 f, 242, 290, 300, 302, 330, 335, 337
- Modernität (Fortschrittlichkeit) 104, 116 f.
- Monbushō („Ministerium für Erziehung und Unterricht“) 118
- Montage, Fotomontage 11, 17, 103 f, 140, 148, 165 f, 193, 199, 202, 215, 236, 239, 241, 263, 266 f, 272, 275, 309, 316, 339 f.
- Münchener Illustrierte Presse, Münchner Illustrierte Zeitung 81, 83, 134
- Musik 13, 45, 75, 153 f, 202, 233, 305 f.
- Mutter, Mutterbild 29 f, 184, 188, 191, 197, 199–201, 204, 206, 230, 232–234, 236, 239, 243, 252, 254, 271, 285, 300, 325, 327, 331, 334, 337 f.
- Naikaku jōhō iinkai („Informationskomitee des Kabinetts“) 111, 125 f, 128
- Nanking-Massaker 64, 138
- Nationalhymne, japanische → siehe *Kimigayo*
- Nationalismus, Ultrationalismus 9, 11, 23, 34, 134, 167, 189, 319
- Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei (NSDAP) 11, 34, 73–76, 81, 83, 101, 106, 109, 174, 178, 204, 254, 260, 339
- Neues Sehen 91, 103–105
- Neue Illustrierte Zeitung 92
- New Deal 290, 292
- Nihon hōdō shashinka kyōkai („Japanischer Verein der Pressefotografen“) 132
- Nihon hōdō shashin kyōkai („Japanischer Verein für Pressefotografie“) 132
- Nippon („Japan“, Zeitschrift) 29, 136, 148
- Nippon Kōbō („Japan-Werkstatt“) 29, 32, 135 f, 140, 157, 167
- Oberkommando der Wehrmacht (OKW) 66
- Objektivität 42, 46, 56, 80, 88 f, 97 f, 105, 118, 135, 140 f.
- Ostasien 70, 124, 221 f, 232, 254, 265 f, 269–274, 336

- Österreich 26, 68–71, 79, 179, 284
 Palästina 279, 282 f, 285
 Papiermangel 67, 79
 Pearl Harbor 14, 37, 163, 221, 290, 301
 Philippinen 161, 221, 271
Photo Times 131
 Pictorial Turn 19
 Jung-Pilot(en), Pilot(en) 240 f, 243, 337
 Jung-Pilotenakademie, Pilotenakademie 238–240, 242 f, 338
 Pogrom(e) 68
 Polen 27, 66, 70, 72
 Porträt, Porträtfotografie 17, 82 f, 92, 105, 135, 167, 175, 204, 209, 225, 252
 Presseanweisung(en) 15, 64–71, 107, 162, 180, 213, 249, 261, 277, 284, 291 f.
 Pressefotografie (Definition) 10
 Pressekonferenz(en) 15, 18, 58, 64–69, 71, 84, 107, 129
 Produktwerbung 15, 305 f, 308–320, 322, 324, 326, 328, 330, 332
 Propaganda (Definition) 24, 48–53
 Propagandaproduzent 20, 45, 53, 56, 235, 242, 340
 Propagandakompanie(n) (PG) 27, 66, 145 f, 204
 Propagandatheorie, Bildpropagandatheorie 15, 48 f, 59 f, 78, 111, 142, 146, 156, 217, 274
 Quelle(n) 9, 11, 13–15, 22, 24, 29, 32, 34, 37–39, 45, 59, 88, 92, 112, 118, 125, 127, 138, 144, 152–154, 290, 326, 334
 Radio 85, 87, 139, 142, 154, 159, 182 f, 201, 230, 232, 235, 306
 Radio-Gymnastik 154, 182 f, 201, 306
 Rasse, Rassismus 9, 11, 25, 62, 70, 86, 95, 100, 116, 135, 200, 225, 267, 282, 284 f, 335, 338
 Realismus (Stilrichtung) 132
 Redaktion (des *Völkischen Beobachters*) 107 f.
 Redaktion (der *Shashin shūhō*) 156–158
 Reich, Deutsches Reich, Drittes Reich 13, 18, 25, 27, 49, 61, 63–65, 68, 71, 79, 84, 89, 101, 128 f, 174, 178–180, 200 f, 204, 209, 216, 235, 241, 244, 246, 248, 251, 253, 278, 284, 335
 Reichsleiter für die Presse der NSDAP 73–76, 253
 Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP), Propagandaministerium 12, 18, 66 f, 70, 84, 86, 90, 110 f, 130
 Reichspressekammer 73, 75–76
 Reichszeitung(en) 65 f.
 Reihung (fotografisches gestalterisches Mittel) 103, 242, 302
 Reportage, Reportagefotografie 30, 80 f, 83, 90, 132, 135, 339
 Rhönrad 240 f, 243, 338
 Romantik (Stilrichtung) 105, 202, 225 f.
 Rotes Kreuz, deutsches 204, 206, 323, 337
 Rotes Kreuz, japanisches 157, 193 f, 196 f, 206, 323, 325–327
 Rubrik(en) 18, 154, 161, 233, 236, 316, 321 f, 331, 334, 336
 Rumänien 171–174, 176, 252, 337
 Russland → siehe *Sowjetunion*
 Rüstung, Aufrüstung 69, 72, 87, 103 f, 290, 292, 326, 334
 Säugling(e) 194, 224, 226, 264, 266–268, 288, 317, 338
 Schriftleiter 66, 74–77, 84, 90, 93, 98, 102, 107, 141
 Schüler(in) 23, 30 f, 110, 160, 162, 183, 212, 215–217, 228, 232, 240, 242 f, 251, 253 f, 266, 302, 319, 325
 Schülerinnenheim(e) 110, 251, 253 f.
Seinen hōdō shashin kenkyūkai („Gemeinschaft junger Leute zur Erforschung der Pressefotografie“) 130 f, 137, 183, 185, 232
senden (jap. „Propaganda“) 113, 147
 Shanghai 310
 Shanghai-Expeditionsgruppe 309 f, 312
shashin hōkoku („fotografischer Dienst am Vaterland“) 154
Shashin kyōkai („Verein für Fotografie“) 29, 130, 132, 137 f, 157 f, 166 f, 170, 199 f, 202, 270, 340
Shūhō („Wochenschrift“) 33, 126, 139, 153, 157–160, 316
Shintō 11 f, 166, 183
 Staats-*Shintō* 78, 166, 273, 334
shisōsen („ideologische Kriegsführung“) 114 f, 126
 Shōwa-Ära, Shōwa-Zeit 125, 150, 153
Signal (Zeitschrift) 86

- Singapur 161, 171, 221 f, 248, 267, 336
 Sonderkonferenz(en) → siehe *Pressekonferenz(en)*
 Sowjetunion 69 f, 113, 116, 163, 288–295, 296 f, 336
 Sozialreportage 80
 Spanien 70, 252
 Spanischer Bürgerkrieg 69
 Sprachregelung(en) 67
 (Schlacht um) Stalingrad 72, 79, 163
Stuttgarter Illustrierte 157
 Sudetenland 34, 70 f, 178–180, 246, 248 f, 278, 331
 Sumatra 252, 270–272
 Surrealismus (Stilrichtung) 148
 Symbol, symbolisches Zeichen 19, 24, 39, 44, 46 f, 49 f, 59, 91, 165–168, 174, 178, 185, 188–190, 196, 199, 217, 232, 234, 241, 248, 260, 266–268, 272–274, 284 f, 318, 325, 329, 331 f, 336, 338
 Tagesparole(n) 67, 72, 162
 Taishō-Ära, Taishō-Demokratie, Taishō-Zeit 117, 119, 119, 122, 125, 153
Takachiho-no-mine (japanischer Berg) 165–169, 334
Tennō (japanischer Kaiser) 23, 112, 17, 149–151, 166, 168, 184, 209, 232–234, 273, 300, 334
 Tessar-Objektiv 325 f, 339
Tetsudōshō („Eisenbahnministerium“) 166
 Tracht, Trachtenkleidung 280 f, 283–285, 335
 Tschechoslowakei 69 f, 85, 180, 247 f, 335
 Typofoto 103, 105, 148, 175, 202, 209, 225 f.
 UdSSR → siehe *Sowjetunion*
 Ullstein-Verlag 76, 80 f, 134 f.
 Uniform(en) 71, 85, 199, 208, 215, 217 f, 228 f, 239 f, 247, 253, 259, 261, 277, 336, 338
 USA 28, 48, 69 f, 72, 84, 87, 124, 289–292, 298 f, 301–303, 321, 337
 Vereinigte Staaten von Amerika → siehe *USA*
Völkischer Beobachter 34, 74, 106–108, 155
 Volkskommissariat für innere Angelegenheiten (Sowjetunion) 295
 Volksgemeinschaft 11, 58, 62–64, 76–78, 89, 109, 116, 121 f, 140, 176, 229, 248, 253 f, 261, 291, 321, 335 f, 338
 Weihnachten 178–180
 Weimar, Weimarer Republik 62 f, 65, 80–82, 89, 93, 107, 135
Weltbild (Pressebildagentur) 84, 224, 246, 258, 282, 288, 292
 Werbung (Unterschiede von Deutschland und Japan) 17, 48, 147, 320–322, 333
yamato damashii („japanischer Geist“) 149, 300–302
yamato nadeshiko („(ideale) japanische Frau“) 300, 302, 304, 337
Yomiuri Shinbun (japanische Zeitung) 264
 Zeichen (Verständnis nach Peirce) 43–45
 Zensur 64, 66, 78, 85 f, 107, 125, 129, 134, 138, 322
 Zirkel, hermeneutischer → siehe *Hermeneutik*

MONOGRAPHIEN AUS DEM DEUTSCHEN INSTITUT FÜR JAPANSTUDIEN

- Bd. 1: Harumi Befu, Josef Kreiner (Eds.): *Othernesses of Japan. Historical and Cultural Influences on Japanese Studies in Ten Countries*. 1992, ²1995 ISBN 978-3-89129-481-9 342 S., kt.
- Bd. 2: Erich Pauer (Hg.): *Technologietransfer Deutschland – Japan von 1850 bis zur Gegenwart*. 1992 ISBN 978-3-89129-482-6 330 S., geb.
- Bd. 3: Shigeyoshi Tokunaga, Norbert Altmann, Helmut Demes (Eds.): *New Impacts on Industrial Relations – Internationalization and Changing Production Strategies*. 1992 ISBN 978-3-89129-483-3 492 S., geb.
- Bd. 4: Roy Andrew Miller: *Die japanische Sprache. Geschichte und Struktur*. Aus dem überarbeiteten englischen Original übersetzt von Jürgen Stalph *et al.* 1993 ISBN 978-3-89129-484-0 XXVI, 497 S., 24 Tafeln, geb.
- Bd. 5: Heinrich Menkhaus (Hg.): *Das Japanische im japanischen Recht*. 1994 ISBN 978-3-89129-485-7 XVI, 575 S., geb.
- Bd. 6: Josef Kreiner (Ed.): *European Studies on Ainu Language and Culture*. 1993 ISBN 978-3-89129-486-4 324 S., geb.
- Bd. 7: Hans Dieter Ölschleger, Helmut Demes, Heinrich Menkhaus, Ulrich Möhwald, Annelie Ortmanns, Bettina Post-Kobayashi: *Individualität und Egalität im gegenwärtigen Japan. Untersuchungen zu Wertemustern in bezug auf Familie und Arbeitswelt*. 1994 ISBN 978-3-89129-487-1 472 S., geb.
- Bd. 8: Gerhard Krebs, Bernd Martin (Hg.): *Formierung und Fall der Achse Berlin-Tōkyō*. 1994 ISBN 978-3-89129-488-8 256 S., geb.
- Bd. 9: Helmut Demes, Walter Georg (Hg.): *Gelernte Karriere. Bildung und Berufsverlauf in Japan*. 1994 ISBN 978-3-89129-489-5 521 S., geb.
- Bd. 10: Josef Kreiner (Ed.): *Japan in Global Context. Papers presented on the Occasion of the Fifth Anniversary of the German Institute for Japanese Studies, Tōkyō*. 1994 ISBN 978-3-89129-490-1 123 S., geb.
- Bd. 11: Josef Kreiner (Ed.): *The Impact of Traditional Thought on Present-Day Japan*. 1996 ISBN 978-3-89129-491-8 236 S., geb.

- Bd. 12: Josef Kreiner, Hans Dieter Ölschleger (Eds.): *Japanese Culture and Society. Models of Interpretation.*
1996 ISBN 978-3-89129-492-5 361 S., geb.
- Bd. 13: Josef Kreiner (Ed.): *Sources of Ryūkyūan History and Culture in European Collections.*
1996 ISBN 978-3-89129-493-2 396 S., geb.
- Bd. 14: Aoki Tamotsu: *Der Japandiskurs im historischen Wandel. Zur Kultur und Identität einer Nation.* Aus dem japanischen Original übersetzt von Stephan Biedermann, Robert Horres, Marc Löhr, Annette Schad-Seifert.
1996 ISBN 978-3-89129-494-9 140 S., geb.
- Bd. 15: Edzard Janssen, Ulrich Möhwald, Hans Dieter Ölschleger (Hg.): *Gesellschaften im Umbruch? Aspekte des Wertewandels in Deutschland, Japan und Osteuropa.*
1996 ISBN 978-3-89129-495-6 272 S., geb.
- Bd. 16: Robert Horres: *Raumfahrtmanagement in Japan. Spitzentechnologie zwischen Markt und Politik.*
1996 ISBN 978-3-89129-496-3 267 S., geb.
- Bd. 17/1: Shūzō Kure: *Philipp Franz von Siebold. Leben und Werk.* Deutsche, wesentlich vermehrte und ergänzte Ausgabe, bearbeitet von Friedrich M. Trautz. Herausgegeben von Hartmut Walravens.
1996 ISBN 978-3-89129-497-0 LXVI, 800 S., geb.
- Bd. 17/2: Shūzō Kure: *Philipp Franz von Siebold. Leben und Werk.* Deutsche, wesentlich vermehrte und ergänzte Ausgabe, bearbeitet von Friedrich M. Trautz. Herausgegeben von Hartmut Walravens.
1996 ISBN 978-3-89129-497-0 XXX, 899 S., geb.
- Bd. 18: Günther Distelrath: *Die japanische Produktionsweise. Zur wissenschaftlichen Genese einer stereotypen Sicht der japanischen Wirtschaft.*
1996 ISBN 978-3-89129-498-7 253 S., geb.
- Bd. 19: Gerhard Krebs, Christian Oberländer (Eds.): *1945 in Europe and Asia – Reconsidering the End of World War II and the Change of the World Order.*
1997 ISBN 978-3-89129-499-4 410 S., geb.
- Bd. 20: Hilaria Gössmann (Hg.): *Das Bild der Familie in den japanischen Medien.*
1998 ISBN 978-3-89129-500-7 338 S., geb.
- Bd. 21: Franz Waldenberger: *Organisation und Evolution arbeitsteiliger Systeme – Erkenntnisse aus der japanischen Wirtschaftsentwicklung.*
1999 ISBN 978-3-89129-501-4 226 S., geb.
- Bd. 22: Harald Fuess (Ed.): *The Japanese Empire in East Asia and Its Postwar Legacy.*
1998 ISBN 978-3-89129-502-1 253 S., geb.

- Bd. 23: Matthias Koch: *Rüstungskonversion in Japan nach dem Zweiten Weltkrieg. Von der Kriegswirtschaft zu einer Weltwirtschaftsmacht.*
1998 ISBN 978-3-89129-503-8 449 S., geb.
- Bd. 24: Verena Blechinger, Jochen Legewie (Eds.): *Facing Asia – Japan's Role in the Political and Economical Dynamism of Regional Cooperation.*
2000 ISBN 978-3-89129-506-9 328 S., geb.
- Bd. 25: Irmela Hijiya-Kirschnereit (Hg.): *Forschen und Fördern im Zeichen des Ginkgo. Zehn Jahre Deutsches Institut für Japanstudien.*
1999 ISBN 978-3-89129-505-2 270 S., geb.
- Bd. 26: Harald Conrad, Ralph Lützelner (Eds.): *Aging and Social Policy. A German-Japanese Comparison.*
2002 ISBN 978-3-89129-840-4 353 S., geb.
- Bd. 27: Junko Ando: *Die Entstehung der Meiji-Verfassung. Zur Rolle des deutschen Konstitutionalismus im modernen japanischen Staatswesen.*
2000 ISBN 978-3-89129-508-3 273 S., geb.
- Bd. 28: Irmela Hijiya-Kirschnereit (Hg.): *Eine gewisse Farbe der Fremdheit. Aspekte des Übersetzens Japanisch-Deutsch-Japanisch.*
2001 ISBN 978-3-89129-509-0 316 S., geb.
- Bd. 29: Peter J. Hartmann: *Konsumgenossenschaften in Japan: Alternative oder Spiegelbild der Gesellschaft?*
2003 ISBN 978-3-89129-507-6 628 S., geb.
- Bd. 30: Silke Vogt: *Neue Wege der Stadtplanung in Japan. Partizipationsansätze auf der Mikroebene, dargestellt anhand ausgewählter machizukuri-Projekte in Tōkyō.*
2001 ISBN 978-3-89129-841-1 312 S., geb.
- Bd. 31: Birgit Poniatowski: *Infrastrukturpolitik in Japan. Politische Entscheidungsfindung zwischen regionalen, sektoralen und gesamtstaatlichen Interessen.*
2001 ISBN 978-3-89129-842-8 417 S., geb.
- Bd. 32: Gerhard Krebs (Hg.): *Japan und Preußen.*
2002 ISBN 978-3-89129-843-5 356 S., geb.
- Bd. 33: René Haak, Hanns Günther Hilpert (Eds.): *Focus China – The New Challenge for Japanese Management.*
2003 ISBN 978-3-89129-844-2 223 S., geb.
- Bd. 34: Iwo Amelung, Matthias Koch, Joachim Kurtz, Eun-Jung Lee, Sven Saaler (Hg.): *Selbstbehauptungsdiskurse in Asien: China – Japan – Korea.*
2003 ISBN 978-3-89129-845-9 438 S., geb.
- Bd. 35: Andrea Germer: *Historische Frauenforschung in Japan. Die Rekonstruktion der Vergangenheit in Takamure Itsues „Geschichte der Frau“ (Josei no rekishi).*
2003 ISBN 978-3-89129-504-5 425 S., geb.

- Bd. 36: Isa Ducke, Sven Saaler (Hg.): *Japan und Korea auf dem Weg in eine gemeinsame Zukunft: Aufgaben und Perspektiven*.
2003 ISBN 978-3-89129-846-6 232 S., geb.
- Bd. 38: René Haak, Dennis S. Tachiki (Eds.): *Regional Strategies in a Global Economy. Multinational Corporations in East Asia*.
2004 ISBN 978-3-89129-848-0 294 S., geb.
- Bd. 39: Sven Saaler: *Politics, Memory and Public Opinion. The History Textbook Controversy and Japanese Society*.
2005, ²2006 ISBN 978-3-89129-850-3 202 S., kt.
- Bd. 40: Matthias Koch, Sebastian Conrad (Hg.): *Johannes Justus Rein. Briefe eines deutschen Geographen aus Japan 1873–1875*.
2006 ISBN 978-3-89129-851-0 423 S., geb.
- Bd. 41: Anja Osiander: *Der Fall Minamata – Bürgerrechte und Obrigkeit in Japan nach 1945*.
2007 ISBN 978-3-89129-852-7 388 S., geb.
- Bd. 42: Ralph Lützeler: *Ungleichheit in der global city Tōkyō. Aktuelle sozialräumliche Entwicklungen im Spannungsfeld von Globalisierung und lokalen Sonderbedingungen*.
2008 ISBN 978-3-89129-853-4 467 S., geb.
- Bd. 43: Patrick Heinrich, Yuko Sugita (Eds.): *Japanese as Foreign Language in the Age of Globalization*.
2008 ISBN 978-3-89129-854-1 266 S., geb.
- Bd. 44: Hiromi Tanaka-Naji: *Japanische Frauennetzwerke und Geschlechterpolitik im Zeitalter der Globalisierung*.
2008 ISBN 978-3-89129-855-8 580 S., geb.
- Bd. 45: Carola Hommerich: *„Freeter“ und „Generation Praktikum“ – Arbeitswerte im Wandel? Ein deutsch-japanischer Vergleich*.
2009 ISBN 978-3-89129-856-3 289 S., geb.
- Bd. 46: Gerhard Krebs: *Japan im Pazifischen Krieg. Herrschaftssystem, politische Willensbildung und Friedenssuche*.
2010 ISBN 978-3-89129-010-1 932 S., geb.
- Bd. 47: Susanne Brucksch: *Ungleiche Partner, gleiche Interessen? Kooperationen zwischen Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Umweltorganisationen in Japan*.
2011 ISBN 978-3-86205-035-2 332 S., geb.
- Bd. 48: Barbara Geilhorn: *Weibliche Spielräume. Frauen im japanischen Nō- und Kyōgen-Theater*.
2011 ISBN 978-3-86205-036-9 258 S., geb.
- Bd. 49: Holger Rockmann: *Demografischer Wandel in Japan und Deutschland. Bevölkerungspolitische Paradigmenwechsel in der Familienpolitik*.
2011 ISBN 978-3-86205-037-6 350 S., geb.
- Bd. 50: Dan Tidten: *Inter Pares. Gleichheitsorientierte Politiken in Japan*.
2012 ISBN 978-3-86205-038-3 194 S., geb.

- Bd. 51: Barbara Geilhorn, Eike Grossmann, Miura Hiroko, Peter Eckersall (Eds.): *Enacting Culture – Japanese Theater in Historical and Modern Contexts* 文化の演出 - 日本演劇の歴史的と現今的状况 . 2012 ISBN 978-3-86205-039-0 313 S., geb.
- Bd. 52: Christian W. Spang: *Karl Haushofer und Japan. Die Rezeption seiner geopolitischen Theorien in der deutschen und japanischen Politik*. 2013 ISBN 978-3-86205-040-6 1008 S., geb.
- Bd. 53: Marie-Luise Legeland: *Onsen. Thermalquellen als Reiseziel. Badekuren und Badetourismus in Japan*. 2013 ISBN 978-3-86205-041-3 504 S., geb.
- Bd. 54: Phoebe Stella Holdgrün: *Gender equality. Implementierungsstrategien in japanischen Präfekturen*. 2013 ISBN 978-3-86205-042-0 390 S., geb.
- Bd. 55: Hans-Joachim Bieber: *SS und Samurai. Deutsch-japanische Kulturbeziehungen 1933–1945*. 2014 ISBN 978-3-86205-043-7 1311 S., geb.
- Bd. 56: Ken'ichi Mishima, Wolfgang Schwentker (Hg.) in Zusammenarbeit mit Manfred Hubricht, Tadashi Suzuki, Kuniyuki Terada und Robin Weichert: *Geschichtsdenken in Japan. Eine moderne Quellensammlung*. 2015 ISBN 978-3-86205-044-4 ca. 480 S., geb.
- Bd. 57: Christian Heideck: *Zwischen Ost-West-Handel und Opposition. Die Japanpolitik der DDR 1952–1973*. 2014 ISBN 978-3-86205-045-1 335 S., geb.
- Bd. 58: Mateusc Cwik: *Gestalt und Gehalt. Der Formalismusstreit in der japanischen Literaturtheorie der 1920er-Jahre*. 2015 ISBN 978-3-86205-046-8 165 S., geb.
- Bd. 59: Uwe Holtschneider: *Adoption of Corporate Social Responsibility by Japanese Companies*. 2015 ISBN 978-3-86205-047-5 289 S., geb.
- Bd. 60: Steffen Heinrich, Gabriele Vogt (Hg.): *Japan in der Ära Abe. Eine politikwissenschaftliche Analyse*. 2017 ISBN 978-3-86205-048-2 291 S., geb.
- Bd. 61: Anna Wiemann: *Networks and Mobilization Processes: The Case of the Japanese Anti-Nuclear Movement after Fukushima*. 2018 ISBN 978-3-86205-049-9 297 S., geb.
- Bd. 62: Barbara Holthus, Hans Bertram (eds.): *Parental well-being. Satisfaction with work, family life, and family policy in Germany and Japan*. 2018 ISBN 978-3-86205-050-5 377 S., geb.
- Bd. 63: Franziska Utomo: *Tokyos Aufstieg zur Gourmet-Weltstadt. Eine kulturhistorische Analyse*. 2019 ISBN 978-3-86205-051-2 273 S., geb.

- Bd. 64: Hans Joachim Bieber (Hg.): *Dietrich Seckel: Berichte aus Japan. Briefe an seine Mutter. Hiroshima 1936 bis Tokyo/Urawa 1941.*
2020 ISBN 978-3-86205-052-9 618 S., geb.
- Bd. 65: Laura Blecken: *„Selbstverantwortung“ in der japanischen Gesellschaft. Eine begriffsgeschichtliche und diskursanalytische Untersuchung mit Methoden der Digital Humanities.*
2021 ISBN 978-3-86205-053-6 266 S., geb.
- Bd. 66: Lukas Frank: *Spiegel-Bilder. Die Darstellung von Kindern und Jugendlichen in Illustrierter Beobachter und Shashin shūhō, 1938 und 1943.*
2021 ISBN 978-3-86205-055-0 377 S., geb.