Karikaturen in Deutschland und Großbritannien

In seiner Autobiographie bemerkte der in Neuseeland geborene britische Karikaturist David Low zum britischen Publikum und zur Situation der britischen Bildsatire in den 1920er Jahren:

The English, by all evidence, had much more appreciation of humor than of wit. Wit was rather the diversion of intellectuals, narrowed to more or less obscure or esoteric references and associations. In 1920 there was no radio and Hollywood was young; and the British masses still had not only music, songs, plays, pictures but especially their own local jokes, farce and broad comedy, none of it yet overlaid by streamlined American imports. [...] By the time the world had arrived at 1920, the original ribald rowdy fun of the old masters in this department, Gillray and Rowlandson, had considerably watered down. Leech, Doyle, Tenniel, Sambourne and Partridge had rubbed the rough places off the genuine article, and substituted dignity and grace for strength and power in political caricature. [...] The translation of the art of Caricature from periodical to the daily newspaper had begun in many ways an even more restricting and emasculating change. [...] A world war had just passed, taking, by the feel of things, the old social order with it. It did not require a New Zealander standing on London Bridge to see that much of pre-war inspiration of graphic wit and humor was outdated, overtaken and run down by events.[52]

In diesem Zitat treten vor allem drei Aspekte zu Tage: Erstens wird die Karikatur-Tradition der Briten beschrieben, ihre Vorliebe für die sowohl niveauvolle als auch derbe Bildsatire in der Tradition des frühen 19. Jahrhunderts mit James Gillray und Thomas Rowlandson, und nicht so sehr für die zurückhaltende und stilisierte Bildkunst vieler Karikaturisten der viktorianischen Ära.[53] Ein zweiter Aspekt ist die veränderte mediale Situation der Bildsatire mit ihrer Verlagerung von Satiremagazinen wie dem *Punch* hin zur Publikation in Tageszeitungen.[54] Der Verlust des Publikationsmonopols für Karikaturen von Satiremagazinen ging auch mit strukturellen Veränderungen der Bildsatire einher: In den Tageszeitungen wurden weder ganzseitige Karikaturen abgedruckt, noch hatte der Zeichner eine ganze Woche Zeit für die Produktion der nächsten Karikatur, denn das Medium der Tagespresse zwang den Karikaturisten zur höher frequentierten Produktion.[55] Mit dem Einzug der Bildsatire in die Tagespresse wurde die Karikatur auch zum ersten Mal einem breiteren Publikum zugänglich. Ein

52 David Low, *Low's Autobiography* (London: Joseph, 1956), S. 89f.

53 Die Karikatur der viktorianischen Zeit war charakterisiert durch politische Zurückhaltung, Takt und ›good taste‹. Vgl. John Geipel, *The Cartoon. A Short History of Graphic Comedy and Satire* (London: David&Charles, 1972), S. 74.

54 Ende des 19. Jahrhunderts lag die Auflagenzahl des *Punch* bei zirka 90.000 Exemplaren.

55 Diese Situation wurde von den Karikaturisten häufig als Stress empfunden, so dass die Arbeitsbedingungen anderer Länder wie etwa Deutschland, wo der Karikaturist noch überwiegend für Satiremagazine und nicht für die Tagespresse arbeitete, als privilegiert galten. Vgl. Bevis Hillier, *Cartoons and Caricatures* (London: Studio Vista, 1970), S. 113.

dritter Aspekt ist die veränderte externe Lage: Das Ende des Ersten Weltkrieg bewirkte offenbar eine starke Politisierung der Karikatur, die durch ein generelles Bewusstsein für die krisenhaften sozialen Verhältnisse forciert wurde. Damit nahm die Produktion politischer Karikaturen im Verhältnis zu Gesellschaftskarikaturen zu, in denen es vorwiegend um Alltagswitze und Gesellschaftskritik, wie beispielsweise übertriebene Extravaganzen der Mode, ging. Insofern transformierte sich verstärkt nach dem Ersten Weltkrieg in der britischen Tagespresse allmählich das Berufsprofil des Karikaturisten vom Künstler zum ereignisorientierten politischen Zeichner. Mit Karikaturisten wie Vicky, David Low oder Leslie Illingworth trat eine neue Generation britischer Karikaturisten auf, deren Modell der politischen Tageskarikatur oder ›editorial cartoon‹ bis heute ein etabliertes und maßgebendes Genre geblieben ist.

Nachdem Frankreich und Großbritannien im 18. und 19. Jahrhundert durch renommierte Künstler die Szene der Bildsatire bestimmt hatten, galt Deutschland im 20. Jahrhundert als das Land mit den besten Zeichnern und der vielfältigsten satirischen Magazinlandschaft. Während in Großbritannien das konservative Satiremagazin *Punch* eine gewisse Monopolstellung einnahm, konkurrierten in Deutschland vor allem drei große politische Satiremagazine miteinander. Der 1848 gegründete *Kladderadatsch* stand dabei eher auf der nationalkonservativen Seite und entwickelte sich in den 1920er Jahren immer radikaler zu einem die nationalsozialistische Propaganda affirmativ unterstützenden Blatt mit unverhohlen antisemitischen Tendenzen.[56] Die Auflage dieses Blattes lag vor dem Ersten Weltkrieg bei 40.000 und baute bis Anfang der 1930er Jahre auf zirka 17.500 Exemplare ab.[57] Der Münchener *Simplicissimus* entwickelte sich vom bürgerlich-demokratischen Kampfblatt, dessen beliebtestes Opfer in der wilhelminischen Ära der Kaiser gewesen war, in den 1920er Jahren ebenfalls zu einem nationalistischen Organ und ab 1933 schließlich zum »Aushängeschild der neuen Machthaber«.[58] Die Auflage des *Simplicissimus* lag Ende der 1920er Jahre bei 40.000 und sank seitdem kontinuierlich ab.[59] Als drittes großes Sati-

56 Vgl. Gisold Lammel, *Deutsche Karikaturen. Vom Mittelalter bis heute* (Stuttgart & Weimar: Metzler, 1995), S. 230.

57 Vergleichende Auflagenzahlen der verschiedenen Satiremagazine liefert der ausgezeichnete und differenziert zusammengestellte Anhang in: Ann Robertson, *Karikatur im Kontext. Zur Entwicklung der sozialdemokratischen illustrierten satirischen Zeitschrift* Der wahre Jacob *zwischen Kaiserreich und Republik* (Frankfurt am Main: Lang, 1992), Anhang 20, S. 327.

58 Carla Schulz-Hoffmann, »›N‹ guter Logenplatz und die Revolution auf der Bühne, da sag‹ ick bloß: vive la republique.‹ Der Simplicissimus und die politische Karikatur in Deutschland«, in: *Karikatur und Satire. Fünf Jahrhunderte Zeitkritik*, hrsg. von Walter Koschatzky (München: Hirmer, 1992), S. 33–39, insbes. S. 37.

59 Vgl. Robertson, *Karikatur im Kontext*, a. a. O. (Anm. 57), Anhang 20, S. 327. Eine andere Auflagenangabe von 30.000 für die Mitte der 1920er Jahre bei Richard Christ (Hrsg.), *Simplicissimus 1896–1914* (Berlin: Rütten&Loening, 1972), S. 13.

remagazin publizierte der *Wahre Jacob* politische Karikaturen, konzentrierte sich als Organ der Sozialdemokratie auf sozialpolitische Probleme insbesondere der Arbeiterschaft und stand dem aufsteigenden Nationalsozialismus kritisch gegenüber. Die Auflagenzahl des *Wahren Jacob* lag in den 1920er Jahren bei 80.000, wobei der faktische Leserkreis mit zirka sechs Personen pro Exemplar um ein Vielfaches höher gewesen sein dürfte.[60] Aufgrund der Inflation musste das Magazin sein Erscheinen im Oktober 1923 kurzfristig einstellen, wurde dann aber 1924 unter dem Namen *Lachen links* wieder aufgenommen und trug ab 1929 wieder den traditionellen Titel *Wahrer Jacob*.[61] Obwohl das Themenspektrum der politischen Satiremagazine der Weimarer Republik weit gespannt war, blieb doch die innenpolitische Perspektive dominierend und der außenpolitische Blick vor allem auf die nationalen und internationalen Folgen des Ersten Weltkrieges gerichtet.[62] Im Gegensatz zu Großbritannien war die deutsche Karikatur der Satiremagazine vor allem in der Zwischenkriegszeit ein Kampfbild, während die britische Pressekarikatur eher einen politischen Kommentar darstellte.[63]

Der Verlagerungsprozess der politischen Karikatur von den Satiremagazinen hin zur Tagespresse, der in Großbritannien verstärkt seit dem Ende des Ersten Weltkrieges eingesetzt hatte, machte sich in Deutschland vor allem nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges bemerkbar. Da sich viele Zeitungen zunächst noch keinen ›Hauskarikaturisten‹ leisten konnten, schlossen sie Verträge mit anderen Zeitungen und erwarben Publikationsrechte für die Karikaturen eines Zeichners, so dass diese in verschiedenen Zeitungen parallel erschienen.[64] Inzwischen gelten politische Karikaturen als ›Visitenkarte‹ eines Blattes und haben sich als Grundausstattung der meisten Tageszeitungen etabliert.[65] Insgesamt weisen beide Länder also starke Traditionen der politischen Bildsatire auf, wobei die Hochzeit der klassischen britischen Satire eher im frühen 19. und die der deutschen eher im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert zu verorten ist.

Wie schon im oben wiedergegebenen Zitat von David Low deutlich wurde, veränderten nicht nur politische Umbrüche wie die beiden Weltkriege die Be-

60 Aufgrund knapper Ressourcen gerade in der Arbeiterschaft war es üblich, die Satiremagazine untereinander auszutauschen, da nicht jeder selbst ein Exemplar kaufen konnte. Vgl. Robertson, *Karikatur im Kontext*, a. a. O. (Anm. 57), Anhang 21, S. 328.

61 Vgl. Udo Achten (Hrsg.), *Lachen links. Das republikanische Witzblatt 1924 bis 1927* (Berlin & Bonn: Dietz, 1985), S. 8f.

62 Vgl. Lammel, *Deutsche Karikaturen*, a. a. O. (Anm. 56), S. 218.

63 Zu diesem Bedeutungsunterschied von Karikaturen in Deutschland und Großbritannien vgl. Rebentisch, *Die vielen Gesichter des Kaisers*, a. a. O. (Anm. 35), S. 137.

64 Ein Beispiel wären die Karikaturen des Karikaturisten Felix Mussil, dessen Karikaturen um 1950 in der Frankfurter Rundschau, der Hannoverschen Presse und dem Weser Kurier abgedruckt wurden.

65 Vgl. Thomas Knieper, »Die Zukunft der politischen Karikatur«, in: *Kommunikation visuell. Das Bild als Forschungsgegenstand – Grundlagen und Perspektiven*, hrsg. von Thomas Knieper & Marion G. Müller (Köln: Halem, 2001), S. 262–278, insbes. S. 275.

dingungen und Interessen der Bildsatire. Hinzu kam ein medienstruktureller Wandel, weswegen die Bedeutung der Pressekarikatur auch im Verhältnis wachsender Medienkonkurrenz gemessen werden muss. Als Stichprobe wurden dafür acht britische Zeitungen exemplarisch einmal im Juni 1950 und noch einmal im Dezember 1990 hinsichtlich von Text-Bild-Verhältnissen durchgesehen.[66] Die Auswertung ergab, dass die Gestaltung der Zeitungen 1950 noch einen überwiegenden Textanteil aufwies: Vor allem die Qualitätszeitungen druckten nur vereinzelt Fotos, noch wenig graphische Werbung und, wenn überhaupt, ein- bis zweimal wöchentlich eine politische Karikatur. Die Zeitungen des ›middle-market‹ widmeten dem graphischen und bildlichen Material zwar schon 1950 breiten Raum, allerdings nicht in dem omnipräsenten Maße wie im Vergleichsjahr 1990. Ob eine Karikatur die Aufmerksamkeit der Leser gewinnen kann, hängt zumindest auch davon ab, mit wie vielen anderen visuellen Eindrücken sie auf einer Seite konkurrieren muss. Während um 1950 eine politische Karikatur meist noch den einzigen graphischen Eindruck auf einer Seite bildete, musste sie sich 1990 häufig gegen graphische Werbung, Fotos und Infographiken durchsetzen, ganz zu schweigen von anderen Leitmedien wie Fernsehen und Internet. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass politische Karikaturen in den 1950er Jahren ein tendenziell stärkeres visuelles Wirkungspotential entfalteten als 1990. Andererseits kann die generell zunehmende Präsenz von visuellen Medien langfristig dazu geführt haben, dass damit einhergehend auch eine stärkere Medienkompetenz ausgebildet wurde, die insbesondere in der Fähigkeit besteht, Bilder hinsichtlich ihrer abbildenden und symbolischen Qualitäten unterscheiden zu können.[67]

Die Karikatur als Quelle: Methodischer Zugriff und die Frage nach der Wirkung von Karikaturen

Bevor die methodischen Zugriffe der Karikaturenanalyse erläutert werden, sei zunächst eine Definition politischer Karikaturen, wie sie hier aufgefasst werden, gegeben: Politische Karikaturen sind gezeichnete politische Statements zu einer

66 Durchgesehen wurden: News Chronicle, Daily Herald, Daily Mail, Manchester Guardian, Times, Daily Express, Daily Telegraph und der Independent.

67 Zum Begriff der visuellen Medienkompetenz vgl. Lothar Mikos, »Ästhetische Erfahrung und visuelle Kompetenz: Zur Erweiterung der diskursiven Medienkompetenz um präsentative Elemente«, in: *Medienpädagogik* (2000); www.medienpaed.com/00–1/mikos.1.pdf (konsultiert 29.9.2005), S. 9/16. Die Annahme einer parallel zur ansteigenden Visualisierung zunehmenden visuellen Medienkompetenz ist allerdings stark umstritten.