

## Agitation

Frédéric Bußmann

Die Agitation steht in der politischen Rede und Ikonographie in unmittelbarer Nähe zur Propaganda. Sie ist eine Aufforderung zur politischen Einflußnahme, zumeist mit der Masse als Adressat. Der Unterschied zwischen der Propaganda und der Agitation liegt weniger in der Form als in ihrer jeweiligen Funktion:

Anders als bei der strategisch langfristig ausgerichteten Propaganda, die auf die Verbreitung bestimmter politischer Ideen und Ideale zielt, ist die Aufgabe der Agitation die unmittelbare Auslösung von Handlungen oder Reaktionen. Im Gegensatz zur «cogitatio» («Denken, Nachdenken, Überlegen») überzeugt die «agitatio» nicht durch das abgewägte und vernünftige, diskursive Argument, sondern sie will durch emotionale, provokative, aggressive oder auch satirische Mittel Stimmungen und Handlungsaufforderungen verbreiten.<sup>1</sup>

Vorformen der Agitation kann man bereits in der Antike etwa bei Volkstribunen wie den Gracchus-Brüdern finden.<sup>2</sup> Auch im Mittelalter und der Renaissance verbanden beispielsweise Bußprediger wie Girolamo Savonarola religiöse Inhalte mit politischen Aufforderungen – eine Strategie, die in der Reformationszeit bildnerisch in den Einblattgedrucken, zumeist diffama-



1 | Johann Peter Hasenclever: Arbeiter vor dem Magistrat, 1848–1850, Öl/Lw., 145,5 × 224 cm, Düsseldorf, Stiftung museum kunst palast

torisch gegen den Papst gerichtet, wieder aufgenommen wurde. Als politische, meist negativ konnotierte Bezeichnungen tauchen die Begriffe «Agitation» und «Agitator» erst im Europa der Neuzeit auf. Zuerst im englischen Sprachgebrauch des 17. Jahrhunderts in Zusammenhang mit Oliver Cromwell und dem englischen Bürgerkrieg allgemein im Sinne von «Aufwiegler» verwendet, wird der «Agitator» zum Ende des 18. Jahrhunderts etwa von Edmund Burke negativ mit den republikanischen Aktivisten während der Französischen Revolution in Verbindung gebracht.<sup>3</sup> Die im frühneuzeitlichen Französisch gebräuchliche Bezeichnung des Viehtreibers als «agitateur» wird nach der Revolution von 1789 mit der Gleichsetzung der Plebs mit einer willenlosen Herde auf den politischen Agitator als verführenden Lenker übertragen.

Sowohl der Begriff der Agitation wie auch der

der Propaganda ändern je nach gesellschaftlicher und politischer Auffassung ihre Ausrichtung und Bedeutung. Eine positiv konnotierte Agitation für die freiheitlich-republikanischen Werte ist in Eugène Delacroix' Gemälde *Die Freiheit führt das Volk* zu erkennen (♣ Freiheit).<sup>4</sup> Delacroix malte es in Erinnerung an die Aufstände des 28. Juli 1830, die zum Sturz der bourbonischen Monarchie und zur Einsetzung des Bürgerkönigs Louis-Philippe führten. In einer zur Allegorie gesteigerten Darstellung des Freiheitskampfes überhöhte er die revolutionären Ausbrüche in Paris, denen er als Anhänger Napoleons I. persönlich jedoch mit einem gewissen Abstand gegenüberstand. Die vorwärts drängende Gruppe und die Bewegung der die Fahne schwenkenden Freiheitsfigur appellieren an den Betrachter und reißen ihn mit. Das Bedürfnis der Anteilnahme wird durch die Dynamik, Emotionalität und Dramatik der Szene erzeugt; das Publikum fühlt sich als Teil der revolutionären Massen, die zum Sieg geführt werden. Die revolutionären Werte der Einigkeit, Freiheit und Brüderlichkeit, auf die durch die phrygische Mütze der Freiheitsfigur und die Trikolore verwiesen wird, sind hier nicht diskursiv vermittelt – der Betrachter wird vielmehr aufgefordert, die Freiheit zu erkämpfen. Heinrich Heine verdeutlicht in seiner «Salon»-Besprechung von 1831 dieses mitreißende Potential des Bildes: «Heilige Julitage von Paris! Ihr werdet Zeugnis geben von dem Uradel der Menschen, der nie ganz zerstört werden kann. Wer euch erlebt hat, der jammert nicht mehr auf den alten Gräbern, sondern freudig glaubt er von jetzt an die Auferstehung der Völker. Heilige Julitage! Wie schön war die Sonne, und wie groß war das Volk von Paris! Die Götter im Himmel, die dem großen Kampfe zusahen, jauchzten vor Bewunderung, und sie wären gerne zur Erde herabgestiegen, um Bürger zu werden von Paris!»<sup>5</sup> Die Freiheit führt das

Volk kann aufgrund seines appellativen Charakters zu den großen Agitationsbildern gezählt werden.<sup>6</sup> Das 1831 im «Salon» ausgestellte Bild wurde in der Folge wie kein zweites als Ikone des französischen Freiheitskampfes verehrt. Es vermittelt nicht allein, wie noch Davids *Ballhauschwur* (♣ Volksmenge), die Idee der repräsentativen Demokratie, sondern fordert beim Betrachter das aktive republikanische Engagement gegen jede Form der Unterdrückung ein.

Auch in Deutschland wurde im 19. Jahrhundert die Thematik des sozialen Protestes zum Gegenstand der Malerei. Der Düsseldorfer Maler Johann-Peter Hasenclever hielt auf seinem 1848–1850 entstandenen Bild *Die Arbeiter und der Magistrat* den Moment der Übergabe einer Arbeiterpetition an den Düsseldorfer Stadtrat fest |Abb. 1|. Die auf der linken Seite gezeigten Arbeiter verlangen die Verbesserung ihrer Arbeitsbedingungen und übergeben selbstbewußt und zugleich leicht drohend ihre Forderung nach Rücknahme der zuvor ausgesprochenen Kündigungen an die etwas überfordert und erschrocken blickenden bürgerlichen Stadträte auf der rechten Seite. Die Komposition integriert den Betrachter durch dessen Standpunkt zwischen den Arbeitern links und den Bürgern rechts und vermittelt mit dem Blick durch das offene Fenster auf den Düsseldorfer Rathausplatz den größeren Kontext der Begebenheit: Eine aufgebrauchte Menschenmasse, die von Rednern – Agitatoren – aufgepeitscht wird, dient der Delegation als Druckmittel, wie der Fingerzeig von einem der Arbeiter auf die Masse verdeutlicht. Vor dem Hintergrund der 1848er-Revolutionen gibt Hasenclever hier nur eine Szene unter zahlreichen ähnlichen aus einem sozial und politisch mit Spannung aufgeladenen Deutschland wieder.

Die in der deutschen Kunst neue Darstellung der Arbeiter als gesellschaftliche Kraft, als Akteure des politischen Lebens wurde in sozialistischen

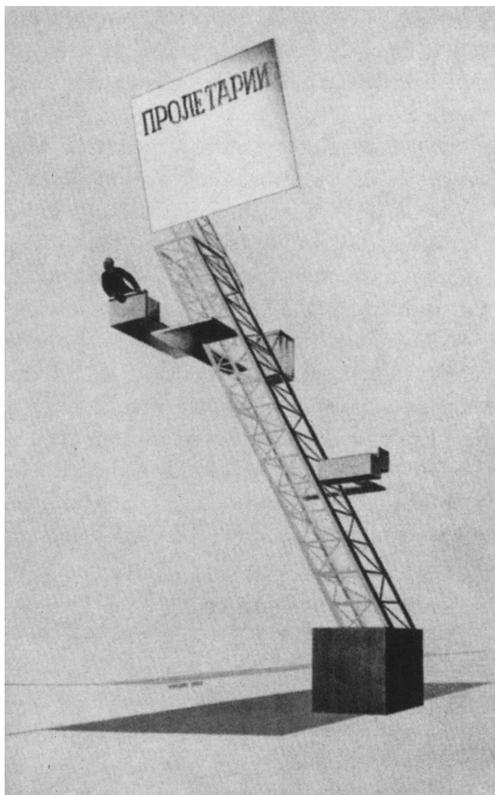
und sozialdemokratischen Kreisen positiv aufgenommen (↳ Sozialismus). Karl Marx, der zu der Zeit im Kölner Arbeiterverein agitierte, schrieb in einem Artikel für den *New York Daily Tribune* vom 12. August 1853 anlässlich der Ausstellung des Bildes in New York: «Diejenigen Leser, die meinen Artikel über die Revolution und Konterrevolution in Deutschland gelesen haben, welchen ich vor etwa zwei Jahren für die *Tribune* schrieb, und die von ihr ein anschauliches Bild gewinnen möchten, werden gut daran tun, sich das Gemälde von Herrn Hasenclever anzusehen, das jetzt im New Yorker Kristallpalast ausgestellt ist. [...] Der hervorragende Maler hat das in seiner ganzen dramatischen Vitalität wiedergegeben, was der Schriftsteller nur analysieren konnte.»<sup>8</sup> Karl Marx trifft hier den Kern dessen, was Agitation in der Malerei meint: Anders als eine diskursiv-schriftliche Analyse der gesellschaftlichen Verhältnisse kann die bildende Kunst Inhalte auf den ersten Blick vermitteln, Emotionen erzeugen und in der Folge spontane Handlungen auslösen.

Die positive Verwendung des Begriffs der Agitation in Deutschland im 19. Jahrhundert – Ferdinand Lasalle etwa verstand sich *expressis verbis* als Arbeiteragitator – beeinflusste die russischen Sozialisten, besonders Lenin, der bereits 1894 in seiner Schrift *Was sind die «Volksfreunde» und wie kämpfen sie gegen die Sozialdemokraten?* die Bedeutung der Propaganda- und Agitationsarbeit für den revolutionären Prozeß herausarbeitete.<sup>9</sup> Im Vorfeld der Russischen Revolution wurde der Agit-Prop zu einem festen Bestandteil der politischen Theorie und Arbeit entwickelt. Auf der Grundlage der Definition ((■Vorname?)) Plechanows entwarf Lenin das Dreistufenmodell der ideologischen Auseinandersetzung: Diese bestand demnach aus theoretischer Arbeit, Propaganda und Agitation.<sup>10</sup> Die in der theoretischen Arbeit entwickelten politischen und öko-

nomischen Erkenntnisse und Argumente sollten durch die Propaganda langfristig im Bewußtsein der Bevölkerung verfestigt werden, während die Agitation kurzfristig und spontan die politischen Ziele und Vorstellungen in Aktionen umsetzen sollte.

Bis zum Ende der 1920er Jahre wurden in der UdSSR Agitationszüge (wie der *Rote Stern* oder *Lenin* Nr. 1) und -schiffe ((■Verb fehlt)), auf denen Musik-, Kino- und Theateraufführungen veranstaltet und ein umfangreiches Propagandamaterial wie Wandzeitschriften oder Plakate als Instrumente des Agit-Props bereitgehalten wurden, um die sowjetische Revolution voranzutreiben. Zu den gezeigten Filmen gehörte etwa der bekannte Agitationsfilm *Panzerkreuzer Potemkin* von Sergei Eisenstein (1925). Futuristische und konstruktivistische Künstler engagierten sich in den ersten Jahren auf Seiten der Revolution für die bildliche Umsetzung der Agitation. Einige russische Künstler – etwa Wladimir Tatlin, Alexander Rodtschenko und El Lissitzky – sahen sich gar als Vorhut einer im künstlerischen Bereich bereits vollzogenen Revolution, die sie nun auch in der Gesellschaft umsetzen wollten.<sup>11</sup> «Was 1917 in sozialer Hinsicht geschah», so Wladimir Tatlin auf dem achten Sowjetkongreß 1921, «ist in unserer bildenden Kunst 1914 passiert.»<sup>12</sup>

Politische Plakate, etwa die von der russischen Telegrafagentur herausgebrachten, Rostafenster genannten Drucke, waren ein wichtiges Agitationsmittel in der Sowjetunion, da sie durch ihre technische Vielfältigkeit und ihre einfache Anbringung in der Stadt schlagwortartig und schnell die Nachricht an die zu aktivierenden Massen bringen konnten.<sup>13</sup> Ein bekanntes Beispiel der künstlerischen Straßenagitation ist El Lissitzkys Plakatentwurf *Schlagt die Weißen mit dem Roten Keil* von 1919 (↳ Sozialismus).<sup>14</sup> Die Ablehnung der traditionellen Bildsprache und die Aufnahme suprematistischer Elemente war



2 | El Lissitzky: Lenintribüne, 1924, Bleistift, schwarze Tusche, Feder, Pinsel, Gouache und Collage, 63,5 x 48 cm, Moskau, Staatliche Tretjakow-Galerie

in sich bereits ein Akt der Revolte; allerdings entwickelte El Lissitzky hier Kasimir Malewitschs Entmaterialisierung der Zeichensprache weiter zu einer agitatorischen Formel mit einer politischen Bedeutungsebene. Suchten die angesprochenen Arbeiter – das Plakat El Lissitzkys wurde in mehreren Versionen in den Straßen Moskaus aufgehängt – nach einer naheliegenden Bedeutung, assoziierten sie schnell die Gleichsetzung des roten Dreiecks mit der revolutionären Kraft, die den weißen Kreis als Zeichen der versteinerten Monarchie und der besitzenden Klasse sprengt.

El Lissitzky arbeitete nicht nur plakativ und typographisch für die sozialistische Revolution, son-

dern auch im Bereich der Plastik und Architektur. Mit seiner Lenin-Tribüne etwa entwickelte er speziell für die Anforderungen der politischen Agitatoren eine schnell aufbaubare Rednertribüne |Abb. 2|. Ein schräg von einem Sockel aufragendes Stahlgerüst sollte die Rednertribüne tragen. In seinem Entwurf von 1924 montierte El Lissitzky prototypisch Lenin in dynamischer Pose dort hinein. Als Abschluß sollte auf dem Gerüst eine Fläche zur Projektion von begleitenden Bildern und Schlagworten angebracht werden. Der schnelle Auf- und Abbau waren in diesem unrealisierten Projekt ebenso wichtig wie die dynamische Form und die moderne Stahlstruktur, die aus der Tribüne selbst bereits ein agitatorisches Denkmal machten.

Bereits im April 1918 war in der sozialistischen Republik Rußland ein Dekret über die Demontage von Denkmälern zu Ehren der Zaren und ihrer Diener veröffentlicht worden, das in einem zweiten Schritt die «monumentale Propaganda» der sozialistischen Politik durch Denkmäler einforderte. Im Rahmen dieser «Neuausstattung» der öffentlichen Räume wurden die Künstler eingeladen, neben der Aufstellung neuer Denkmäler, der Organisation der Massenbeeinflussung durch Anbringung von politischen Zitaten oder Plakaten auch Agitationseinrichtungen wie etwa Rednertribünen für die neue sozialistische Stadt zu entwerfen. Die von Lenin geforderte Zerstörung der monarchistischen Denkmäler ließ innerhalb Rußlands kontrovers diskutierte Fragen nach der Funktion und der Form des Denkmals aufkommen. Wladimir Tatlin versuchte, die durch die bürgerlichen und allegorischen Monumente geprägte Tradition durch eine Plastik zu ersetzen, die schon in der ungegenständlichen Form und durch das Material die künstlerische und politische Intention erkennen ließ. In seinen Denkmalentwürfen setzte er die ((■seine?)) Überlegungen zur monumentalen Form wie



3 | Tatlin: Modell für das Monument der III. Internationale, 1920, Höhe 497 cm (Originalmodell heute verloren)

auch zur geforderten Agitation der Massen gleichermaßen um. Die Planungen für das nicht realisierte Monument für die III. Internationale sahen eine dreimal in sich gedrehte, diagonal stehende doppelte Spirale aus Stahl vor, die über 400 Meter hoch in den Raum ragen sollte |Abb. 3|. Die Verjüngung des Turms nach oben unterstreicht diese Aufwärtsbewegung, die von den Betrachtern im Sinne der sozialistischen Befreiungsidee («Brüder, zur Sonne, zur Freiheit!») geistig fortgesetzt werden konnte (Utopie). Die Spiralform setzt das Werden gegen das Sein. An der Spitze sollte in einem zylinderartigen Bau die Nachrichtenzentrale als Zentrum der politischen Agitation ihren Platz finden, die von der in der Kugel platzierten Nachrichtenagentur Rosta aus gesteuert werden sollte. Verschiedene Sitzungs- und Ausstellungsräume hätten in dem Projekt der direkten Agitation gedient, das Kommunikationsnetzwerk der Tele-

grafien- und Presseagentur sowie Radiostationen und Projektierungsapparate hätten die weitergehende politische Agitation besorgt. Der Turm hätte darüber hinaus als Zentrum eines beweglichen Agitationsapparats gedient, von dem aus Motorräder und Autos zu Agitationstouren aufgebroschen wären. «Als Grundprinzip ist zu betonen», so erklärt Nicolaj Punin die Funktion des Monuments 1919, «daß [...] im Denkmal alle modernen technischen Anlagen einzusetzen sind, die der Agitation und Propaganda dienen.» Form und Funktion, Material und politische Anschauung verdichteten sich in Tatlins Monument für die III. Internationale zu dem Agitationsdenkmal schlechthin und eröffneten neue Wege für die politische Plastik des 20. Jahrhunderts.

Auch in Italien sahen sich die Künstler als Vorreiter und bisweilen Vordenker einer neuen Gesellschaft. Futuristische Künstler vereinten in ihrem Drang nach Aktion, Dynamik und Durchdringung von Kunst und Leben ihre künstlerischen und politischen Anschauungen. Die Tat, die Handlung stand im Zentrum dieser künstlerischen Bewegung. Die Begeisterung für die Geschwindigkeit der Großstadt verband sie mit einer aufgebrachten Unruhe, die radikale Veränderungen und einen Umsturz provozieren sollte. Carlo Carràs *Begräbnis des Anarchisten Galli* von 1911 ist ein Bild voller Bewegungen, die in ihrem zeitlichen Ablauf asynchron dargestellt werden |Abb. 4|. Das Grundthema des Bildes ist der Aufruhr, der auch auf anderen futuristischen Bildern wie etwa Umberto Boccionis *Aufstand bei der Galerie* von 1910 (Mailand, Pinacoteca di Brera) dargestellt ist. Mehrheitlich in roten Farbtönen gehalten, ist auf dem Bild Carràs eine sich bekämpfende Menschenmasse dargestellt, deren physische und psychische Energien sich durchdringen. Die Komposition ist nicht ausgeglichen, Diagonalen und Straffuren erzeugen die



4 | Carlo Carrà: Das Begräbnis des Anarchisten Galli, 1911, Öl/Lw., 198,7 x 259,1 cm, New York, Metropolitan Museum of Art

Vorstellung von Tumult und Bewegung, die den Betrachter in das Geschehen hineinziehen. Die Konfrontation der verschiedenen Bildelemente vermittelt eine Ahnung der Zerstörung. Die roten Farben haben nicht nur eine politische Konnotation, sondern wirken aggressiv und transportieren das Gefühl von Gefahr. Die den Betrachter mitreißende Darstellung – «Wir setzen den Betrachter mitten ins Bild», war im *Technischen Manifest* von 1910 zu lesen<sup>19</sup> – in Verbindung mit dem Gefühl der Bedrohung ist ein wichtiges agitatorisches Element dieses Gemäldes, das Carrà noch vor seiner Hinwendung zum Faschismus malte. Das politische und künstlerische Manifest, das als Drucksache eine größere Verbreitung als die Malerei fand, diente ebenfalls der futuristischen Einflußnahme. Unter dem Eindruck der österreichischen Besetzung Nordostitaliens entwickelte Filippo Tommasi Marinetti bereits in seinem ersten Manifest von 1909 eine Strategie der nationalrevolutionären Agitation.<sup>20</sup> Nicht politische Reflexionen, sondern Ressentiments gegen Fremd-

herrschaft und die Propagierung von Panitalianismus und Virilität werden von Marinetti angestrebt. Die Futuristen fanden schließlich zu Beginn des Ersten Weltkrieges den passenden Moment, ihren Wunsch nach aktiver Teilhabe am politischen Leben umzusetzen. Ab 1914 agitierten einige Künstler direkt für den Kriegseintritt Italiens. Die Reiter-, Waffen- und Kriegsmaschinenbilder von Boccioni und Severini oder Carràs Collage der *Interventionistischen Demonstration* waren Teil der *Guerapittura*, einer Kriegskunst, die zur Verherrlichung des Krieges und zum Kriegseintritt Italiens aufrief.<sup>21</sup>

Die Tendenz sowohl von kommunistischen als auch von faschistischen Strömungen, in der Agi-



5 | George Grosz: Der Agitator, 1928, Öl/Lw., 108 x 81 cm, Amsterdam, Stedelijk Museum



6 | Hilmar Hoffmann: Adolf Hitler, 1925, Schwarz-Weiß-Fotografien auf Postkarten

tation die ihren extremistischen Anschauungen angemessenste Ausdrucksform zu suchen, läßt sich auch im Deutschland der Weimarer Republik erkennen, wo die linke wie auch die rechte politische Agitation eine Hochphase erlebten. George Grosz, der zu Beginn der 1920er Jahre für Zeitschriften wie die linksgerichtete *Die Aktion* gearbeitet und die offene Auseinandersetzung mit den politischen Gegnern gesucht hatte, wandte sich in *Der Agitator* von 1928 den politischen Demagogen zu [Abb. 5]. Scharfzüngig karikierte er darin seine Zeitgenossen. Die körperlich verletzt und geistig verstört aus dem Ersten Weltkrieg zurückgekehrten Deutschen stellte er in ihren korrupten, verführbaren und verbrecherischen Seiten dar. Ende der 1920er Jahre, als er den *Agitator* malte, distanzierte sich der ehemalige Spartakist Grosz vom Kommunismus und kritisierte alle Arten von dogmatischer Verblendung. Der politische Agitator ist in dem

Gemälde prototypisch dargestellt. In dessen Mittelpunkt steht ein Männchen, das beide Arme in die Höhe streckt und sein finster dreinblickendes Gesicht schreiend verzerrt. In der linken Hand hält es eine krachmachende Kinderrassel, in der Rechten die für massentaugliche Schreihälse typische Sprechtüte. Verschiedene Beigaben und Attribute charakterisieren den Redner: Das Hakenkreuz an der Krawatte, das schwarz-weiß-rote Narrenhüt-

chen auf dem Kopf, umkränzt von «deutschen» Eichenblättern, die Kriegsorden und das ebenfalls in den kaiserlichen Reichsfarben gehaltene Herzchen am Revers kennzeichnen ihn als einen deutschnationalen Militaristen mit nationalsozialistischen Anschauungen. Seine Agitationsmittel umgeben ihn, neben der Sprechtüte der rasselnde Säbel und der drohende Gummiknüppel, die blecherne Trommel und der Farbeimer zu seinen Füßen. Das Grammophon soll seine Botschaft in die Welt tragen. Es ist die Kombination aus Gewalt und Lautstärke, die das Publikum beeindrucken soll. Die Versprechungen des Agitators sind in den oberen, gleichsam unerreichbaren Bereich entrückt: Zucht und Ordnung durch Kasernierungen und Trutzburg, Kommißstiefel samt Lorbeerauszeichnungen, paradiesische Speisen, Wein und ein fleischliche Genüsse versprechendes weibliches Hinterteil. Gierend und lechzend, aber auch verschreckt

und verängstigt, starrt das männliche Publikum auf das versprochene «Paradies auf Erden». Der Bezug zur nationalsozialistischen Einschüchterungs- und Verheißungsstrategie und besonders zu Adolf Hitlers Selbstdarstellung etwa in den Fotografien von Hilmar Hoffmann ist offenkundig |Abb. 6|. Doch zielt Grosz hier allgemein auf die krawallmachenden, deutschnationalen Spießler, die dann tausendfach den Weg zur Machtergreifung vorbereitet haben. Durch die überspitzte und reißerische Darstellung des Agitators engagierte sich Grosz gegen jede Art der politischen Manipulation. Doch blieb seine Arbeit, wie er nur wenig später selbst resigniert erkennen mußte, gesellschaftlich wirkungslos. Die Nationalsozialisten konnten ab 1930 Schritt für Schritt unter anderem durch Gewalt und eine ausgefeilte Propaganda- und Agitationstechnik die Massen für sich gewinnen. Adolf Hitler und sein Minister für Propaganda und Volksaufklärung Joseph Goebbels vollendeten die demagogische Agitation – den Begriff selber mieden sie aufgrund seiner sowjetischen Verwendung –, indem sie durch die Verbreitung von antisemitischen, rassistischen und antikommunistischen Vorurteilen im Radio, im Film, in Zeitschriften, auf Plakaten und in Hetzschriften die eigene Bevölkerung zum gegenseitigen Terror aufwiegelten.

Die Erfahrungen aus dem Zweiten Weltkrieg und der Mißbrauch durch die Sowjets und die Nationalsozialisten diskreditierten die Agitation in der Nachkriegszeit. Doch wurde sie in den 1960er Jahren im Umkreis der Studentenrevolten unter dem Stichwort des *Agit-Prop* neu konnotiert und wiederbelebt. In Frankreich wurden besonders die vom Atelier populaire im Umkreis der Ecole des Beaux-Arts in Paris gedruckten Plakate während der Mai-Unruhen von 1968 bekannt. Unter dem Einfluß der Situationisten wurde auf den Plakaten eine fundamentale Ge-



7 | Atelier Populaire: Sois jeune et tais toi, 1968, Offsetdruck

sellschaftskritik geübt, libertär-anarchistische Elemente verbanden sich mit der Ablehnung herrschender parteipolitischer Anschauungen und der bürgerlichen Kultur. Als agitatorische bildnerische Mittel wurden hier vor allem Witz, Ironie und Provokation eingesetzt. Plakate wie *Sois jeune et tais toi* führten einen neuen Typus der Agitation ein, bei dem die Ziele des politischen Angriffs plakativ noch überhöht wurden und dadurch eine Gegenreaktion provoziert wurde |Abb. 7|. Auf dem Plakat zeigt die karikaturistische Darstellung des Hauptgegners der Pariser 68er-Unruhen, des Generals de Gaulle, welcher paternalistisch als übergroßer Schatten dem jungen Studenten, der jungen Studentin den Mund zuhält, eines der Hauptprobleme dieser Generation gegenüber ihren Eltern: die Einnengung der individuellen Freiheiten und ihr Aufbegehren gegen als konservativ und repressiv empfundene Verhaltensnormen. Im Schattenriß



8 | Joseph Beuys: Wahlplakat für Die Grünen, 1979

wird der General mit der für ihn typischen Soldatenschirmmütze, dem *Képi* gezeigt. Durch die Verbindung des damals auch von den Polizisten getragenen *Képi* mit dem für die Ordnungsmacht ebenfalls typischen Umhang verkörpert de Gaulle die als autoritär und unterdrückend empfundene Struktur des französischen Staates.<sup>22</sup>

Der *Agit-Prop* der Apo-Generation prägte bis in die 1980er Jahre den Stil und die Mittel des antibürgerlichen Protestes wie etwa die Graphiken von Klaus Staeck. Die aus den Studentenunruhen in den siebziger und achtziger Jahren entsprungenen Bürgerinitiativen und neuen sozialen Bewegungen, etwa die Umwelt- und Anti-Atomkraft- sowie die Friedensbewegung, nahmen Agitationsstrategien als Teil der politischen Arbeit auf. Durch Künstler wie Joseph Beuys, der selber kein «68er» war und vielmehr distanziert gegenüberstand, erhielt der agitatorische

Charakter der Kunst gemäß Beuys' «erweitertem Kunstbegriff» eine positive Besetzung als Aufforderung zur gesellschaftlichen und künstlerischen Partizipation.

Die Beteiligung von Beuys 1979 an der Gründung der Partei Die Grünen und der Entwurf eines Wahlplakats waren neben anderen Aktionen und Arbeiten Teil einer umfassenderen Reflexion über das Verhältnis von Mensch und Natur. Als Kandidat der Grünen bei der ersten direkten Wahl zum Europaparlament 1979 entwarf Beuys ein Plakat, auf dem ein kleiner Plastiksoldat, wie er als Kinderspielzeug produziert wird, auf einen größeren Hasen zielt |Abb. 8|. Der Aufruf des Wahlplakats lautet: «Bei dieser Wahl: die Grünen». Der Hase – *Der Unbesiegbare*, wie unten rechts als Titel angemerkt wird – ist als Symbol der Erneuerung des Lebens zu verstehen; er stellt sich der mechanisierten und dem Menschen entfremdeten (Kriegs-)Welt entgegen. Vor dem Hintergrund eines wachsenden Bewußtseins für die Belange des Naturschutzes sowie für die Bedrohung durch Atomwaffen erklärte Beuys sein Engagement mit einem ganzheitlichen Blick auf das Verhältnis von Mensch und Umwelt: «Ich kandidiere für sie, denn nur die Grünen in aller Welt wollen mit ihren schöpferischen Kräften eine wirkliche Neugestaltung unseres Lebens bewirken. Darum ist die Stimme, die Sie den Grünen geben, eine Stimme, die Sie sich selbst für eine bessere Welt geben.»<sup>23</sup> Das agitatorische Element auf dem Plakat ist der demokratische Handlungsauffruf, bei der nächsten Wahl für die Grünen zu stimmen – ein Wahlaufruf, wie er in Deutschland spätestens seit den ersten demokratischen Wahlen der Weimarer Republik zur Standardaufgabe des agitatorischen Plakates gehört.

Die Idee der Agitation als (künstlerische) Intervention in das gesellschaftliche Leben erfuhr mit zunehmender zeitlicher Entfernung von den

totalitären Regimen in Ost und West wieder eine Renaissance, die sich in den 1990er Jahren etwa bei den Interventionen im öffentlichen Raum (beispielsweise der «Innenstadt-Aktion») zeigte. Auf politischem Gebiet werden die Begriffe der Agitation und Propaganda heutzutage durch die der politischen Information und Wahlwerbung ersetzt (• Wahl). Doch auch wenn sie nicht mehr als Agitation bezeichnet wird, so bleibt die politische Handlungsaufforderung zentraler Bestandteil der politischen Kommunikation in der Gegenwart.

### Anmerkungen

- 1 Aufgrund der Entfernung zur diskursiven Abwägung und der stärkeren Emotionalisierung wurde die Agitation auch in die Nähe von Verführung, Demagogie und Manipulation gerückt; vgl. Johannes Hampe: Politik und Werbung, in: id. u. Walter Grulich (Hg.): Politische Plakate der Welt, München 1971, S. 36; zur Einführung vgl. Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland, hg. v. Otto Brunner, Werner Conze u. Reinhart Koselleck, Bd. V, Stuttgart 1984, S. 69–133, s. v. «Propaganda» (Wolfgang Schieder u. Christian Dipper), bes. S. 96 ff.; Historisches Wörterbuch der Rhetorik, hg. v. Gert Ueding, Tübingen 1992, Bd. I, S. ■, s. v. «Agitation»
- 2 Vgl. Christine Döbler: Politische Agitation und Öffentlichkeit in der späten Republik, Frankfurt a. M. 1999, S. 221 ff.
- 3 Edmund Burke: Reflections on the Revolution in France, London 1790, S. ■; vgl. László Kontler: Superstition, Enthusiasm, and Propagandism. Burke and Gentz on the Nature of the French Revolution, in: Bertrand Taithe (Hg.): Propaganda. Political Rhetoric and Identity. 1300–2000, Gloucestershire 1999, S. 97–114.
- 4 Vgl. Nicos Hadjinicolaou: Die Freiheit führt das Volk von Eugène Delacroix. Sinn und Gegensinn, Dresden 1991; Arlette Sérullaz u. Vincent Pomarède: La Liberté guidant le peuple, Paris 2004 (Collection Solo, Bd. 28).
- 5 Heinrich Heine: Salonbericht über Delacroix, in: Cottas Morgenblatt, Nr. 260, 31. Oktober 1831, zit. nach id.: Sämtliche Schriften, Bd. V, München 1976, S. 40.

- 6 Das Bild wird in der Forschung kontrovers diskutiert, da sich Delacroix als Konservativer verstand. Es ist daher möglich, daß er sein Gemälde nicht mit einer auführerischen, revolutionären Intention gemalt hat.
- 7 Zu Hasenclever vgl. Johann Peter Hasenclever –1810 bis 1853. Ein Malerleben zwischen Biedermeier und Revolution, Ausstellungskatalog, Solingen, Bergisches Museum, 2003, ((■Ort Jahr)); zum historischen Kontext des Bildes vgl. Knut Soine: Johann Peter Hasenclever. Ein Maler im Vormärz, Neustadt 1990, S. 166 ff.
- 8 Karl Marx: Financial Failure of Government. – Cabs. – Ireland. – The Russian Question, in: New York Daily Tribune, Nr. 3844, 12. August 1853; auf Deutsch wiedergegeben in Marx Engels Werke, Bd. IX, Berlin 1975, S. 237; vgl. Soine 1990, S. 183.
- 9 Wladimir Iljitsch Lenin: Was sind die «Volksfreunde» und wie kämpfen sie gegen die Sozialdemokraten?, Berlin 1950; vgl. Martin Beck: «Rhetorische Kommunikation» oder «Agitation und Propaganda». Zur Funktion der Rhetorik in der DDR. Eine sprechwissenschaftliche Untersuchung, St. Ingbert 1991, S. 145 ff.
- 10 Vgl. Wladimir Iljitsch Lenin: Was tun?, in: id.: Agitation und Propaganda. Ein Sammelband, Wien 1929 (Marxistische Bibliothek, Bd. 8), S. 33.
- 11 Vgl. Anatolie Strigaljow: Agitprop – die Kunst extremer politischer Situationen, in: Berlin – Moskau. 1900–1950, hg. v. Irina Antonowa u. Jörn Merkert, Ausstellungskatalog, Berlin, Berlinische Galerie im Gropius-Bau, 1996, ((■Ort Jahr)), S. 111–117. Zur Verbindung von Kunst und Politik bei den linken Futuristen vgl. Verena Krieger: Kunst als Neuschöpfung der Wirklichkeit. Die Anti-Ästhetik der russischen Moderne, Wien 2006, S. 211–231; Klaus von Beyme: Das Zeitalter der Avantgarde. Kunst und Gesellschaft. 1905–1955, München 2005, S. 615–660.
- 12 Wladimir Tatlin: Nascha predstojaschtschaja rabota (Unsere bevorstehende Arbeit), in: 8. Sowjetkongreß. Tägliches Kongreßbulletin, Nr. 13, 1. Januar 1921, S. 11, zit. nach Strigaljow 1996, S. 112.
- 13 Vgl. Jule Reute: «Die Straßen sind jetzt unsere Pinsel, unsere Paletten die Plätze.» Agitation und Propaganda als künstlerisch-politische Tätigkeitsfelder der russischen Avantgarde, in: Mit voller Kraft. Russische Avantgarde 1910–1934, Ausstellungskatalog, Hamburg, Museum für Kunst und Gewerbe, 2001, ((■Ort Jahr)), S. 91–102, S. 95.
- 14 Von dem Plakat existieren verschiedene Versionen, vgl. El Lissitzky: 1890–1941. Retrospektive, Ausstellungskatalog, Hannover, Sprengel-Museum, 1988, Frankfurt a. M. u. Berlin 1988, Nr. 19, S. 84; zu dem Plakat vgl. Frank Kämpfer: «Der rote Keil»:

- Das politische Plakat. *Theorie und Geschichte*, Berlin 1985; Yves Alain Bois: El Lissitzky: *Radikale Reversibilität*, in: Hubertus Galsner, Karlheinz Kopanski u. Karin Stengel (Hg.): *Die Konstruktion der Utopie. Ästhetische Avantgarde und politische Utopie in den 20er Jahren*, Marburg 1992, S. 31–47.
- 15 Die erste Skizze stammt aus dem Jahr 1919, das Modell von 1920; es existieren heute verschiedene rekonstruierte Modelle, vgl. Larissa Alekseevna Zhadova: *Tatlin*, London 1988, S. 507 f. u. S. 512.
- 16 Vgl. John Milner: *Vladimir Tatlin and the Russian Avant-garde*, New Haven <sup>2</sup>1984, S. 156.
- 17 Nikolaj Punin: *Über Denkmäler*, in: *Iskusstvo kommuny (Die Kunst der Kommune)*, Nr. 14, 9. März 1919, S. 2 f., auch in Larissa Alexejewna Shadowa: *Wladimir Jewgrafowitsch Tatlin*, Weingarten 1987, S. 92 f.
- 18 Vgl. Uwe Schneede: *Umberto Boccioni*, Ostfildern-Ruit 1994, S. 56.
- 19 Umberto Boccioni et al.: *Die futuristische Malerei – Technisches Manifest*, 11. April 1910, abgedruckt in Hansgeorg Schmidt-Bergmann: *Futurismus. Geschichte, Ästhetik, Dokumente*, Reinbek 1993, S. 307–310, S. 308.
- 20 Filippo Tommasi Marinetti: *Futuristisches Manifest*, in: *Le Figaro*, 1909, hier zit. nach Schmidt-Bergmann 1993, S. 158.
- 21 Umberto Boccioni: *Angriff der Lanzenreiter*, 1915, Mailand, Civico Museo d'Arte Contemporanea; Gino Severini: *Gepanzerter Zug*, 1915, New York, Museum of Modern Art, Gift of Richard S. Zeisler; Carlo Carrà: *Interventionistische Demonstration*, 1914, Mailand, Sammlung Mattioli.
- 22 Zu den 68er-Plakaten vgl. Vasco Gasquet: *500 Affiches de Mai 68, l'intégrale*, Brüssel 2007; Klaus Herding: *1968: Kunst – Kunstgeschichte – Politik*, Frankfurt a. M. 2008.
- 23 Joseph Beuys: *Aufruf an die Bürger*, 1979, wiedergegeben in Götz Adriani, Winfried Konnertz u. Karin Thomas: *Joseph Beuys*, Köln 1994, S. 167. Die Vorlage für das Wahlplakat ist eine Arbeit im sogenannten Block Beuys im Hessischen Landesmuseum in Darmstadt.