

Erstpublikation

Wenn man ein Bild brauchte, so musste es ein richtiges Bild sein. Was aber war richtig? Richtig war das, wofür Konsens bestand. Dissens zerstörte die Autorität der Bilder. Bilder setzen immer Glauben voraus, um ihre Wirkung ausüben zu können.¹
Hans Belting

¹ Belting, Hans: Macht und Ohnmacht der Bilder. In: Ruprecht-Karl-Universität (Hg.): Bildersturm. Heidelberg: Winter 2006, p. 103.

² Vasold, Georg: Zentralproblem Bild – Zur Geschichte der Comics in Österreich. In: Horak, Roman/Maderthaler, Wolfgang/Mattl, Siegfried/Musner, Lutz (Hg.): Randzone. Zur Theorie und Archäologie von Massenkultur in Wien 1950-1970. Wien: Turia & Kant 2004 (Kulturwissenschaften 10), pp. 81-102, hier p. 96f.

³ Zwei aktuelle Belege aus unterschiedlichen Lebensbereichen verweisen auf die selben negative Konnotation; so sprach der Vorstand des Verpackungskonzerns *Mondi* unlängst von »einer Micky Maus-Sicht der Wirtschaft« (Oswald, Peter J.: Altmodische Tugenden und neue Wege. In: Leadership. Das Magazin für Österreichs Führungskräfte 12 [2006,] pp. 4-5, hier p. 5), der Medienwissenschaftler Stefan Weber ortet in seinem neuen Buch (Das Google-Copy-Paste-Syndrom. Wie Netzplagiate Ausbildung und Wissen gefährden. Hannover: Heise 2007, p. 148) bei den akademischen Kollegen der »Cultural Studies« vielfach »Mickymausforschung« – u.a. laut seiner Definition des Begriffs »wissenschaftlicher Diskurs reduziert auf Sprechblasentexte etc.« (ibid., Fußnote 256).

⁴ Alary/Bajram, Denis/Biancarelli, Franck et al.: Paroles de Poilus – lettres et carnets du front 1914-1918. Toulon: Soleil 2006.

⁵ Clarke: Mister Président en voyage 2. Brüssel: Le Lombard 2006.

⁶ Wilinski/Ripp, Mathias: Der Krieg ums Himbeereis. Ein Comic für junge Leute über ein friedliches Europa ohne Grenzen. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften 1998.

⁷ Innenministerium Nordrhein-Westfalen: Andi-Comic findet Zuspruch auch im Ausland. In: http://www.im.nrw.de/pe/pm2005/news_1473.htm (Zugriffsdatum: 02.01.2007).

Die Charakteristik von Ländern anhand ihrer Comichelden lässt aussagekräftige Schlüsse auf nationale Mythen, Selbstbild und erwünschte Fremdwahrnehmung zu – v.a. zeigt sie aber auch den ausgeschlossenen Teil, das Verfemte aus nationaler Sicht. Im Mittelpunkt der folgenden Betrachtung stehen aber nicht verborgene Bezüge kommerzieller Verlagsproduktionen, keine – naturgemäß möglichen – symbolischen Lesarten wie z.B. die Deutung *Asterix* als EU-Gegners, sondern die Selbstdarstellung von Regionen, Ländern und der Europäischen Union im Comic. Grundlagen sind einerseits die weitgehend semiotischen Konzepten folgende Analyse des Bild-Text-Systems Comic aus seiner Genre-Geschichte heraus sowie die in den Repräsentationen gesetzten Abweichungen von diesem inhaltlichen und visuellen Kanon.

Zu Beginn sollte vielleicht gleich das Thema selbst als gewisse Abweichung dargestellt werden. Denn die gezeichneten Ideal-Vorstellungen eines Landes als medienpädagogisches Mittel weisen eine regionale Beliebtheit auf, die mit der Wertschätzung des Mediums Comic in diesen Breiten negativ korreliert. Österreich hat ebenso wie Deutschland kein sehr positives Comic-Bild, das hat sich seit den rund einer Million Unterschriften für ein strenges »Gesetz über den Schutz der Jugend gegen Schmutz und Schund« von 1952² hin zur heutigen Einschätzung nur tendenziell geändert – vom Verderber zum Verdummer.³ Warum also greifen gerade staatliche oder staatsnahe Organisationen im deutschsprachigen Raum gerne zur Bildgeschichte, wenn es um die Darstellung abstrakter Inhalte geht? Zumal in Europas bedeutendster Comic-Nation Frankreich aktuell zwar die Umsetzung von Briefen aus dem Schützengraben des Ersten Weltkriegs⁴ und der Reisen des US-Präsidenten⁵ in den Buchhandlungen erhältlich ist, beide aber nur *eine* Art der medialen Wiedergabe dieser Themen ausmachen und keineswegs pädagogisches Primat besitzen.

Medienimmanente Prämisse: Der Comic als Architekt

Optimismus hinsichtlich des Medienträgers anlässlich der bildgeschichtlichen nationalen Repräsentation spricht aber aus den Worten der Auftraggeber in den hier behandelten Beispielen. Sei es im Falle des Untertitels (*Ein Comic für junge Leute über ein friedliches Europa ohne Grenzen*)⁶ oder der nachträglichen Erfolgsbewertung beim nordrhein-westfälischen Innenministerium: »Wir fühlen uns darin bestätigt, dass der Comic ideal ist, komplexe Sachverhalte jugendgerecht auf den Punkt zu bringen.«⁷ Auf die Visualisierung und Popularisierung von Anliegen im Comic setzen heute NGOs⁸ (Zürcher *Stiftung für das Leben*)⁹ gleichermaßen wie regionale¹⁰ und überregionale Regierungsstellen. Die erwartete propagandistische Wirkung der Selbstdarstellung steht wohl auch hinter dem umfangreichen Projekt des *Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten*, das die Startauflage von 350.000 Exemplaren *In the land that invented the future*¹¹ in 13 Sprachen fertigen ließ.¹²

Im Sinne der funktionellen Textanalyse Gérard Genettes fungiert die Wahl des Mediums Comic in den untersuchten Beispielen offenbar v.a. als *Architekt*,¹³ der eine gewisse Erwartungshaltung seitens des Zeichenrepertoires und auch der Grenze des Sagbaren innerhalb dieses Systems, des damit implizit ausgeschlossenen Aussagevermögens, mitbringt. Allerdings denkt diese Sichtweise den Empfänger aus der Sicht des Medienproduzenten, für den das gewählte Medium selbst bereits symbolischen Aussagecharakter besitzt. Für Comic-Leser entscheidet aber die Zuordenbarkeit zu vorhandenen Lesemustern mit über die Attraktivität – ein erstes Problem für das Subgenre mit dem Titel »pädagogischer Comic mit nationalrepräsentativem Charakter«. Für Comic-Verweigerer wiederum macht die gewählte Präsentationsform die Inhalte nicht interessanter, der gewählte Kanal ist als solcher uninteressant. Flankierend werden dazu weitere intertextuelle Verweise hinzugruppiert, die im Folgenden noch erläutert werden. Sie machen deutlich, dass diese Repräsentation der Wirkung der Bilder als tragendes Zeichensystem nicht völlig vertraut.

8 Dies ist nicht auf Europa beschränkt, eine *Batman*-Ausgabe widmete sich dem Kampf gegen Landminen (O'Neil, Dennis/Staton, Joe/Sienkiewicz, Bill: *Death of innocents. The horror of landmines.* New York: DC Comics 1996).

9 Dérrib: Jo. Zürich: Stiftung für das Leben 1991. Zur Aufklärung über Aids wurde der Comic an Schulen in der Schweiz, Belgien und Frankreich kostenlos verteilt. Der Erlös aus dem Verkauf im Buchhandel wurde für den Druck weiterer Exemplare verwendet.

10 Behe, Joseph/Schwebel, Frederique/Platzgummer, Robert: *Sauschwobe ond Gelbfiaßler. 50 Jahre Baden-Württemberg.* Stuttgart: Ehapa 2002.

11 Gänsslen, Rolf/Zumstein, Franz: *In the land that invented the future.* Bern: Präsenz Schweiz PRS 2001.

12 Nicht zufällig gibt es dazu auch ein eigenes Begleitheft für LehrerInnen, wie der Comic sinnvoll im Unterricht einzusetzen wäre.

13 Genette, Gerard: *Palimpsestes. La littérature au second degré.* Paris: Seuil 1982, p. 13ff.

14 Barthes, Roland: *Rhetorik des Bildes* (1964). In: Ders.: *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III.* Frankfurt/M.: Suhrkamp 1990, pp. 28-46, hier p. 37.

15 Auf die parallele Verwendung von objektiv gehaltener Textinformation und eindeutig polemischer Bildlichkeit in den Karikaturen österreichischer Printmedien hat zuletzt Winkler in ihrer Analyse der Berichterstattung über die EU-Beitrittsverhandlungen der Türkei hingewiesen. Cf. Winkler, Sabine C.: *Angst in den Medien – Politik, Macht, Manipulation.* St. Pölten: Dip. [masch.] 2005.

16 Gänsslen / Zumstein 2001.

17 *Verfassungsschutz Nordrhein-Westfalen* (Hg.): *Andi.* Düsseldorf: Innenministerium des Landes Nordrhein-Westfalen 2005.

18 Barthes 1964, p. 36f.

19 Cf. Hrachovec, Herbert: *Batman. Philosophische Überlegungen zur Fernseh- und Filmzeit.* In: *medien&zeit. Fachinformation für die Kommunikationsgeschichte* 1990, pp. 13-20.

Damit wird aber ein Grundprinzip des Comics ausgehebelt, das Roland Barthes treffend beschrieben hat. Das schnell zu konsumierende Medium verlässt sich auf seine Bilder (und wenige Sprechblasen), »um dem pressierten Leser die Langeweile verbaler ›Beschreibungen‹ zu ersparen, die hier dem Bild, das heißt einem weniger ›mühsamen‹ System, anvertraut werden«.14 Von den beiden von ihm unterschiedenen Möglichkeiten im Verhältnis zwischen sprachlicher und bildlicher Botschaft erfüllt der Comic semiotisch die Relaisfunktion. Diese sieht die sprachliche Information als einen Kode neben dem Bild, beide sind nur Teilstücke, die vom Betrachter erst auf einer »höheren« Ebene zu einem Sinn zusammengesetzt werden.15 Im Gegensatz etwa zur Werbung gibt der Text also nicht dem Bild den Sinn, sondern sie tragen gemeinsam zur Wahrnehmung eines Sinns bei. Beim Relais kann es zu Ungleichgewichten zwischen Bild und Text, aber zu keiner Dominanz des Textes über das bildliche System kommen.

Die wirkliche Hauptinformation liefert in den untersuchten Fällen allerdings immer eine Art Leseanleitung. Diese kann als eine Art ikonisches Glossar am Ende ausgeführt sein, das Bilder aus dem Comic aufnimmt und »erläutert«, wie im Falle der Schweizer Selbstdarstellung.16 Auch wenn der Charakter von schulischen Aufgabenblättern nicht so deutlich wird wie hier, konterkariert man die Medienwirkung, auf die man mit der Repräsentation in Comic-Form gesetzt hatte, zugleich auch wieder. Im Falle von *Andi*,17 dem in 100.000 Exemplaren aufgelegten Anti-Neonazi-Comic, gezeichnet von Peter Schaaf, findet sich die Wahrnehmungsanleitung buchstäblich zwischen den einzelnen Erzählungsbildern. Dabei wurden Lexikon-Artikel zu Themen wie »Grundgesetz«, »Rechtsstaat« oder »Migration im Ruhrgebiet« direkt in die Geschichte einmontiert. Diese Lesevorgabe bildet bei Barthes das zweite und autoritärere Verhältnissystem zwischen Bild und Text, die Verankerung, die Bedeutungen aneinander koppelt und festschreibt:

Die Verankerung ist eine Kontrolle, sie steht angesichts des Projektionsvermögens des Abgebildeten für die Verwendung der Botschaft ein; der Text hat einen repressiven Wert hinsichtlich der Freiheit der Signifikate des Bildes, und es ist verständlich, daß vor allem die Moral und die Ideologie einer Gesellschaft auf dieser Ebene ansetzen.18

Durch die formale Qualität der Repräsentation, die ein Nebenher der beiden Zeichenrepertoires bei gleichzeitigem Vorrang der Textebene vorsieht, tritt der ideologische Charakter ein erstes Mal hervor. Beispielhaft sei dafür die Figur eines mit allen Mode-Klischees eines Neonazis ausgestatteten Schülers in *Andi* genannt. Obwohl die Bilderhandlung klar determiniert ist und eine negative Rollenzuteilung aufweist, wird der textliche Hinweis auf den Namen des Rechtsradikalen, Eisenheinrich, gesetzt. Ein Verweis, der den ansonsten nachvollziehbaren Charakter der Handlung als sekundäre Leseanleitung pädagogisiert, womit die Absicht des Comic überdeutlich wird.

Aber auch die inhaltliche Ebene lässt hier das Erkennen paralleler Strukturen ungeachtet des einzelnen Erzählgeschehens zu. Dann nämlich, wenn zur räumlichen Hierarchie der Anordnung von Bild und Text auch die zeitliche Abfolge als zweiter Parameter herangezogen wird. Das Verhältnis zwischen Erzählzeit und erzählter Zeit weist einen ebenfalls abweichenden Zug von dem auf, was für das Comicgenre insgesamt, versteht man es als zu Papier gebrachten Film (dessen Tonspur gelesen statt gehört wird), charakteristisch in seiner architextuellen Gestalt ist. Gerade Chronologien bzw. deren bewusste Durchbrechung prägen in einem Großteil der Genres – von den »Funnies« bis zu den Superhelden-Geschichten und Mangas – die Dynamik des Mediums.

Politische Präferenz: Chronologie als Ideologie

Die US-Superhelden agierten etwa nach ihrer Geburt aus dem (Geiste des) Zweiten Weltkrieg(s) lange in einer diffusen Zeitlosigkeit und alterten kaum.19 Erst die Durchbrechung dieses Prinzips führte in den letzten Jahren zu ganz neuen Chronologien und Revisionen innerhalb der einzelnen Storylines, die auf rein formaler Ebene Spannungselemente einbringen können. Inhaltlich ermöglicht sich daraus eine nahezu grenzenlose Figurenkonstellation ähnlich der Serien/Episoden-Dramaturgie der TV-Vorabendserien. Ohne dies erschöpfend auszuführen, sei der Hinweis angefügt, dass sich mit wenigen Ausnahmen die allegorischen Repräsentanten nationaler Comics – so sie nicht parodistisch mit dem US-Konzept des Superhelden verfahren wie der französische *Superdupont* (wobei für Frankreich auch *Asterix* als Superheld in histori-

20 Venturi, Walter: *Capitan Italia*.
Rom: Down Comics 2000.

21 Wozu sich der Autor von *Capitan Italia* auch explizit bekennt, cf. Losso, Matteo: Walter Venturi (2001), <http://www.amazingcomics.it/intervista2.htm> (Zugriffsdatum: 02.01.2007).

22 Auch der Titel der im Oktober 2000 erschienenen Ausgabe *Das Zwielficht der Prodis (Il crepuscolo dei Prodi)* beschäftigt sich mit dem Verhältnis Italien-Europa.

23 Löhmus, Maarja: An Effect of Meaning-breaker: Analysis of the Cartoon *Just shit*. In: *Semiotica* 150-1/4 (2004), pp. 257-282, hier p. 268.

24 Ein Phänomen der Scheinrepräsentation einer idealisierten Mediendarstellung, die bei Barthes unter anderem Vorzeichen (er analysierte die Repräsentation der Kolonialvölker in Magazinbildern) mit dem Titel *Babelisierung* (Barthes) bezeichnet wurde.

25 Cf. Graf, Roland: Bildgeschichten ohne Leit-Bild. Zur Repräsentation der EU im Comic. In: *Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik* 55 (2006), pp. 32-36.

schem Gewand genannt werden könnte) – in klaren historischen Situationen verorten lassen. Der maskierte britische Geheimagent *Union Jack* ebenso wie der Widerstandskämpfer *Kapten Sverige* (Schweden) oder der von Walter Venturi gezeichnete *Capitan Italia*,²⁰ der kurz als ein Vertreter dieser kommerziellen, nicht-pädagogischen Nationalrepräsentation vorgestellt werden soll, für deren erschöpfende Behandlung hier nicht genügend Platz bleibt.

Besonders diese italienische Sicht der europäischen Einheit bündelt nämlich die strukturellen Topoi eines Helden amerikanischer Prägung²¹ in einem aktuellen Szenario: Angesichts des Vorhabens, ganz Venedig an die Japaner zu verkaufen, um ein Verteidigungsprogramm zu finanzieren, muss der chauvinistische »Superheld der Vorstadt« (*Supereroe di periferia*) zum Kampf gegen »Euroman – das Ende von allem« (*Arriva Euroman e sarà la fine di tutto*, so der Titel der Ausgabe) antreten. Die Sympathien sind dabei klar verteilt: *Euroman* – mit blauem (Polizei-)Helm – kämpft vor einer Europakarte, die die Form einer Pizza hat, auf der der Kontinent von zerfließendem Mozzarella dargestellt wird.²²

Doch zurück zur Frage der Chronologie in den nationalen Bildgeschichten, die vom Regelfall des sich historisch entwickelnden Helden schon deshalb abweichen muss, da es sich um keine Serie, sondern stets um Einzeltitel handelt. Bei den untersuchten Publikationen bleibt die historische Dimension nahezu vollständig ausgeblendet, ein »nunc stans« der Völkerverständigung stellt den Normalzustand der Erzählung dar. An *Zeitdimensionen* neben der Gegenwart des Lesers existieren zwei große Zeitsprünge, die aber keiner Chronologie des Textverständnisses geschuldet sind: Zurück ins Mittelalter, als es noch Rivalitäten unter den Völkern gab (*Kampf um das Himbeereis*), oder in die nur indirekt geschilderte Zukunft eines Gastes aus dem All (*Im Land das die Zukunft erfand*). Diese statischen Szenarien, zwischen denen gewechselt wird, ersetzen hier die kontinuierliche Entwicklung der Dinge, die mitunter im »Begleittext« nachgereicht wird. Damit verliert der Comic aber eine für repräsentative Erzählungen essenzielle Möglichkeit, nämlich die Aktualisierung von Grundelementen, den Fortschrittsoptimismus und damit eine sich fortschreibende Nationaldarstellung auf Seiten des Publikums.

Eine solche in sich geschlossene Kommunikationschronologie, die sich in der Visualisierung gegen das Außen des Nicht-Nationalen ebenso zu schützen versucht wie in ihrem Textcharakter gegen ein Außen des medialen Textes, hat Maarja Löhmus analysiert. Anhand der in Estland zu Sowjetzeiten erschienenen Zeitungscartoons hat sie drei aufeinander bezogene Darstellungssysteme beschrieben, die im Idealfall handlungsauslösend und damit die textlichen Grundlagen dieses Handels weiterschreibend gedacht werden: »mythology of existence«, »mythology of achievement«, »ritualized everyday practice«.²³

Die Gründungsgeschichten sind dabei als Fundament der Erzählung unhinterfragbar und stets durch Erzählungen zu erneuern, während sich bei den Errungenschaften auch Rückschläge einstellen können, die aber ebenfalls meist extern attribuiert werden. Der alltägliche Diskurs wiederum dient nur als medial verwendeter Kode zur Bestätigung und Festschreibung der ersten beiden Inhalte, ungeachtet der realen Gesprächsinhalte und -situationen. Mit anderen Worten: Die gelebte Praxis kommt nur dann in den Bilder-Erzählungen vor, wenn sie mit den anderen Mythen in Einklang zu bringen ist.²⁴

Diese fehlende Dynamik wird auch an den Zeichen selbst deutlich, die die Staatlichkeit repräsentieren; in *Andi* reicht dazu das deutsche Grundgesetz, das in einer Schulstunde den Hintergrund zu einer Diskussion über Demokratie bildet. Im EU-Kontext wird auf Grund des hier eklatanten Defizits an einer eigenständigen Ikonografie²⁵ die Repräsentation gänzlich an eine zwischen den Bildern stattfindende Reflexion ausgelagert – Flaggen, Gebäude in Straßburg und Brüssel, sogar einzelne Politiker reichen nicht zur Identifikation.

Mangelnde Präsenz: Europa als Visualisierungsproblem

Bereits der erste Versuch²⁶ des Amtes für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, *Der Krieg um das Himbeereis*,²⁷ erfolgte auf Basis einer Negativ-Projektion. Das mittelalterliche Szenario der staatlichen Uneinigkeit wird von drei Kindern, die dagegen die Werte der Gemeinschaft vertreten, erlebt. Den einzigen bildlichen Europa-Bezug stellte dabei die EU-Flagge auf der Baseball-Mütze (!) des Anführers des Trios dar. Auch der eher als Cartoon-Sammlung, denn als Comic (zur begrifflichen Differenzierung²⁸) angelegte, in elf Sprachen erschienene Band *Ich, Rassist?*²⁹ kommt ohne explizite visuelle RepräsentantInnen

26 Als Kompletversion ist nach wie vor die polnische Fassung online abrufbar: http://www.europa.delpol.pl/download/broszury/lody_malinowe.pdf (Zugriffsdatum: 02.01.2007).

27 Wilinski / Ripp 1998.

28 Cf. Sabin, Roger: Comics, Comix and Graphic Novels. A History of Comic Art. London, New York: Phaidon 1996.

29 Concerto Brüssel/Salma, Sergio/Mauricet: Ich, Rassist? Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften 1998.

30 David, Dominique/Cuadra, Cristina/Miel Rudi: Trübe Wasser. Luxemburg: Generaldirektion für Information und Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Parlaments 2002.

31 *Trübe Wasser* erhielt 2003 beim Comic-Festival in Angoulême den *Prix Alph-Art* für die beste Kommunikationsleistung unter Verwendung eines Comics.

32 Inge, Thomas M.: Comics as Culture. Jackson: UP of Mississippi 1990, p. 141f.: »Comic book heroes have moved [...] to the urban society where the impact of industrialism has created the threats of crime, poverty, alie-nation, and totalitarianism«.

33 Gänsslen / Zumstein 2001, p. 20f.

34 Derrida, Jacques: Jacques Derrida et les fantomes du cinema. In: Cahiers du Cinema 556 (2001), pp. 74-85 (Dt.: Jacques Derrida – Gespräch über Kino. Übers. v. Peter Krapp [2003]. In: <http://www.hydra.umn.edu/derrida/cinema.html>, Zugriffsdatum: 29.12. 2006).

35 Luhmann, Niklas: Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In: Ders.: Soziologische Aufklärung 3: Soziales System, Gesellschaft, Organisation. Opladen: Westdeutscher Verlag 1981, pp. 309-320, hier p. 315.

Europas aus. Der jüngste – vom Europäischen Parlament in 1,25 Mio. Exemplaren herausgegebene – offizielle EU-Comic *Trübe Wasser*³⁰ präsentiert dagegen eine junge Abgeordnete zum Europaparlament, Irina Vega, die für härtere Strafen gegen Umweltvergehen kämpft.³¹ Damit ergibt sich ein Hinweis, weshalb große Repräsentationsprogramme in Comic-Form gestartet werden. Europa hat den Comic jenseits seiner Fortschreibung von Sagen (Fantasy), Abenteuer (Western) und Geschichte entdeckt, wie es in Amerika bereits seit längerem der Fall war.³²

Allerdings kommt diese urbane Sicht der Dinge – der Umweltcomic *Trübe Wasser* spielt beinahe ausschließlich in Sitzungssälen, Büros und Fabriken – ohne Abgrenzung zu anderen Länderrepräsentationen aus. Die für die Kodierung der eigenen Darstellung wesentliche Folie, also jenes im Text ausgeschlossene Prinzip des »Anderen«, wird lediglich im Falle des Schweizer Comics explizit und martialisch visualisiert. Hier zwingt die Luftwaffe sogar das Raumschiff der Besucherin zur Notlandung.³³ In den übrigen Fällen wird eine v.a. atmosphärisch wirkende Sozialsituation widergegeben, in der universelle Werte als bereits verwirklicht vorgegeben werden. Friedliches Zusammenleben ohne (Vor)Geschichte erweist sich so als Utopie der Gegenwart, die einen »Kredit, der den Bildern gegeben wird«,³⁴ bereits in gewissem Maße vorausgesetzt.

Neben den lange Zeit imperialistische Bilder der »Befreiung« transportierenden US-Superheldencomics (mit sprechenden Namen wie Supersoldiers, Captain America oder G.I. Joe) und den ebenfalls auf eine gezeichnete Abwehr eines äußeren Prinzips (das mitunter auch die EU sein kann) setzenden allegorischen Ländercomics im Stile *Capitan Italias* ergibt sich mit den von offiziellen Stellen herausgegebenen Bildgeschichten ein dritter Typus des repräsentativen Ländercomics. Dieser stellt sich als einem Mythos der Gemeinsamkeit verpflichtet dar. Dessen Überzeugungskraft erwächst seinen Absendern zufolge aus der inhaltlichen Kraft, vergisst – wie hoffentlich gezeigt werden konnte – über weite Strecken allerdings auf die zeichentheoretischen Grundlagen seines Medienträgers.

Dabei ist keine grundsätzliche Nicht-Eignung des Comics als Informationsträger zu konstatieren, sondern das Fehlen einer tragfähigen Chronologie, die die Erzählung zeitlich verortet, sowie einer Abgrenzung gegenüber anderen medialen Formen. Die Selbstrepräsentation in Form einer Art visuellen Vokabelheftes, um das es sich in der Zweiteilung Bild/Text der behandelten Beispiele handelte, liefert eine Wahrnehmungsanleitung, die in ihrer Bevorzugung des Schriftlichen letztlich auch ohne begleitende Bilder auskommen kann. Vertraut man sich diesem Zeichensystem an, wird die Ausbildung tragfähiger und sich damit selbst reproduzierender Visualisierungen nicht unterbleiben können. Dies gilt insbesondere für den europäischen Einigungsprozess, der seltsam unikonisch geblieben ist. Bei der Gefahr dieser Nicht-Repräsentativität für ein komplettes Zeichensystem, denn das Bilderdefizit ist nicht auf den Medienträger Comic beschränkt, handelt es sich also um kein rein ästhetisches Problem. Das Vertrauen auf schriftlich kodierte Diskursivität der nationalen Anliegen und der Selbstdarstellung eröffnet jene autopoietische Negativdynamik der Massenmedien, vor der Luhmann gewarnt hat: »Kommunikation ist ein Prozeß, der auf Selektionen selektiv reagiert, also Selektivität verstärkt.«³⁵ So gesehen erwiese sich der Verzicht auf bildliche Klischees als Grundstein eines neuen schriftbasierten Klischees: Überstaatliche Repräsentation lässt sich nicht zeichnen/zeigen.

Mag. Roland Graf, studierte Philosophie, Psychologie und Klassische Philologie. Langjährig als Journalist tätig (u.a. *Gewinn, Austria Today*) und seit fünf Jahren Lektor für Mediensemiotik und Medientheorie an der FH Sankt Pölten.
Kontakt: lbgraf@fh-stpoelten.ac.at