

Russische Theaterplakate: Innovationen durch die Peripherie

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie herzlich zur Eröffnung unserer kleinen Ausstellung russischer Theaterplakate aus dem 20. Jahrhundert, einer Ausstellung, mit der die Universitätsbibliothek Bochum und das Seminar für Slavistik / Lotman-Institut für russische und sowjetische Kultur auch einen Einblick in ein umfangreiches deutsch-russisches Forschungsprojekt zur Geschichte des russischen Plakats gibt, das im letzten Jahrzehnt an unserer Universität beheimatet war.

Mit Plakaten aus der ehemaligen UdSSR verbindet man Bilder politischer Agitation und Propaganda, geschönte Herrscherdarstellungen Lenins und Stalins oder die utopischen Visionen einer blühenden Sowjetlandschaft, die den sowjetischen Wirklichkeiten nicht entsprachen. Diese Einschätzungen sind sicher nicht von der Hand zu weisen, wenngleich diese Bilder nicht die *einzigsten* Werbebotschaften darstellen, die Plakate in Sowjetrußland vermitteln wollten.

Ein zweites Stereotyp gründet in dem extensiven Interesse des Westens an der revolutionären Avantgardekunst der 1920er Jahre, mit dem die Genre-Entwicklungen in einem *Jahrhundert* auf ein gutes *Jahrzehnt* eingeeengt werden. Obwohl die Avantgarde der 1920er Jahre keine direkte Weiterentwicklung in der Sowjetunion erfahren hat, so hinterließ sie gerade im Plakat wertvolle Spuren und ästhetische Erfahrungen, die auch in dem heute ausgestellten Theaterplakat zu beobachten sind.

Mit dieser Ausstellung thematisiert die UB und unser Seminar für Slavistik sozusagen ein Nischenprodukt: ein graphisches Genre, das nur wenig mit dem Reich der Oktoberrevolution, der Stalinschen Großbauten, des Gulag und des Sputnik zu tun hat. Das russische Theaterplakat scheint von einem anderen politischen Planeten zu stammen. Die ästhetische und funktionale Andersartigkeit dieses Plakat hat dabei gute Gründe und folgt ihrer eigenen Logik, die ich im folgenden kurz skizzieren möchte.

Für das Verständnis dieser Eigenständigkeit ist es wichtig zu wissen, daß sein großer medialer Bruder, der *politische* Agitprop, wie kaum ein anderes Bildmedium einer strengen ideologischen Kontrolle unterlag, die durch die Partei und die sowjetische Zensur ausgeübt wurde. Erscheinen konnte nur das, was den langen Instanzenweg vom Künstler über den Verlag, die Ministerien, Propagandaabteilungen bis hin zum Zensor absolviert hatte. Daß auf diesem steinigen Weg die künstlerische Qualität Schaden nehmen mußte - meist verursacht durch die Hand kunstferner Parteikader -, verwundert nicht. Für den Preis seiner Massenaufgabe – manche politischen Plakate

erschieden in Auflagen bis 200.000 Exemplaren – mußte das *politische* Plakat in der Regel eine Anpassung an von oben verordnete Kunstdoktrinen und Abbildungsstandards (wie z.B., den Sozialistischen Realismus) in Kauf nehmen. Die Aufnahme in den offiziellen visuellen Diskurs der UdSSR, mit denen die Herrschaft *sich selbst* und ihr Verständnis sozialer und wirtschaftlicher Befindlichkeiten des Landes kommunizierte, verlangte ihren Tribut. Hinzu kommt, daß das politische Plakat, abgesehen von den Insignien des Staates, ausgesprochen *symbolfeindlich* war. Metaphern, literarische wie graphische, galten wegen ihrer Ambiguität weithin als verdächtig, schwer zu kontrollieren, nicht zielführend. Das sowjetische Theaterleben, man denke nur an das Taganka-Theater Jurij Ljubimovs, oder der Film waren jahrzehntelang geprägt durch Auseinandersetzungen mit der sowjetischen Zensur, ging es doch darum, die Mehr- und Vieldeutigkeit künstlerischer Aussagen in Werken und Inszenierungen zu erhalten und gegen die Zensoren zu verteidigen.

All diese Rahmendingungen der Plakatkommunikation galten für das Theaterplakat nicht oder fast nicht und aus seiner administrativen wie ideologischen *Ferne* zu Politik und Zensur resultierte letztendlich auch seine ästhetische Frische, seine ironische Distanz, sein künstlerischer Wert. Bereits unmittelbar nach der Revolution - einige Werke aus dieser Zeit sind hier vertreten - wurde das Theaterplakat zur maßgeblichen Bühne der russischen Avantgardekunst, erklärbar durch die Nähe der Avantgarde zur Bühnenkunst. Bereits seit den 1920er Jahren war allein das Theater (in der Regel der leitende Regisseur der Aufführung) für die Gestaltung ‚seines‘ Plakats verantwortlich. Weitgehend unbeeinflusst, wenngleich nicht unbeobachtet, durch Partei und Staat konnte der Regisseur seiner individuellen Sichtweise des Stücks *graphischen* Ausdruck verleihen. Er durfte dabei auch frei entscheiden, *welchen* Künstler er für das Plakat engagierte und wie der Entwurf umgesetzt werden sollte. In diesen Freiräumen liegt *einer* der Gründe für die ästhetische Differenzqualität des Theaterplakats gegenüber der propagandistischen Massenproduktion, denn gerade massenhaft war das Theaterplakat nicht: Auflagen von wenigen Dutzend Plakaten, gerade ausreichend für die Hängung in einer Stadt, manchmal auch nur im Theater selbst, blieben die Regel. Zur Tradition gehörte auch, daß Bühnenbild und Plakat oftmals auch aus einer Hand stammten, so daß sich damit der visuelle Gesamteindruck des Stücks geschlossen und im Sinne eines corporate designs aufeinander abgestimmt präsentierte.

Die Politikferne, das praktizierbare Recht auf künstlerische Selbstverwirklichung und Individualität, der geschützte, intellektuelle Raum der Kultur gegenüber dem harten Wind der politischen Straße, all dies erklärt die Umstände, nicht die künstlerische Leistung an sich.

Ein *zweiter* Grund für die Qualität des Theaterplakats liegt in seinem Zwang zur Effizienz, einem Kriterium, das an das politische Plakat sicherheitshalber nicht angelegt wurde. Hier folgte man

bewährten Wegen und graphischen Vorbildern, vor allem seit den späten 1930er Jahren, nach deren tatsächlicher Wirksamkeit man meist nicht fragte. Anders das Theaterplakat: es hatte zu werben, zu interessieren, neugierig zu machen, Besucher anzuziehen, Säle zu füllen. Das Theaterplakat war in gewisser Weise dazu verurteilt, gut zu sein, d.h. es hatte sich, wie in der modernen Werbebranche üblich, dem Wettbewerb auszusetzen und Verhaltensentscheidungen herbeizuführen. Vielleicht bestand in dieser Herausforderung auch ein besonderer Reiz für die Künstler, für das Theater zu arbeiten, ein Reiz, der durch meist außergewöhnlich hohe Honorare für Plakatarbeiten noch gesteigert wurde. Kurioserweise arbeiteten manche der arrivierten Plakatkünstler wie z.B. Oleg Savostjuk, deren Domäne eigentlich das politische Plakat darstellte, *auch* für das Theater. Ihre Werke unterschieden sich dabei wie Tag und Nacht. So konnten im Theaterplakat wohl auch ästhetische Ansprüche und Phantasien ausgelebt werden, denen eine Umsetzung im Politplakat versagt blieb.

Welche konzeptionellen Stadien kann man nun für das Theaterplakat in seiner Entwicklung seit den 1920er Jahren skizzieren? Galt für die Avantgarde noch grundsätzlich das Prinzip der visuellen *Konstruktion*, ausgehend von graphischen Grundelementen wie dem Kreis, dem Strahl, dem Dreieck in dynamischen Zuordnungen, serifenlosen Texten als Informationsbausteinen oder Instrumenten des Appells, veränderte sich die Stilistik in den 1930er Jahren nachhaltig. Ausgelöst durch den sich verändernden Mainstream des Sozialistischen Realismus kennzeichnet die 1930er bis 50er Jahre eine Dominanz des Schauspielergesichts und die wiedererkennbare Szenerie der Aufführung selbst. Die Verdammung der Metaphorik durch die ideologischen Vorgaben hat also auch hier ihre Spuren hinterlassen, wenngleich sie weniger durch Zensur, als vielmehr durch das *Design der Zeit* bewirkt wurde. Mit den 1950er Jahren befreite sich das Theaterplakat schnell und scheinbar unauffällig aus dem Korsett der realistischen Staatskunst und kehrte zu seinem Selbstverständnis zurück: der Verpflichtung zur ästhetischen Innovation.

Innovationen ließen sich allerdings nicht durch eine *graphische Paraphrase* des Bühnenstücks, sondern nur durch eine *eigenständige Interpretation*, d.h. durch eine intellektuelle Weiterentwicklung der in der Regel neuen szenischen Aussage erzielen. Theaterplakate facettierten damit die Bandbreite des im oder über das Stück Sagbaren und beanspruchten - im Idealfall mit großem künstlerischen Erfolg - einen festen Platz im semiotischen Ensemble der gesamten Inszenierung. Daß dabei der Realismus nur störte und dem Mut zu Metapher, Hyperbel, Ironie, rhetorischen Figuren der Verfremdung und Irritation Platz machen mußte, zeitigte nicht nur ausgesprochen positive Konsequenzen für die Plakat- und Theaterkunst, sondern sollte auch schrittweise auf andere, stärker kanonisierte Bereiche der Bildkommunikation abfärben. Neue Zeiten brachen in Moskau, Leningrad, Kiev und anderen Städten an, hinlänglich „Tauwetter“ genannt, und davon konnte sich der Theaterbesucher *auch* (!) vor den Eingängen in die großen

Schauspielhäuser überzeugen. So unterschiedlich *deren* Auffassungen von moderner Schauspielkunst waren, so individuell waren die Stilstiken ihrer Werbeträger, wobei man nicht immer von einer *konsistenten* graphischen Handschrift des einen oder anderen Theaters sprechen kann. Dennoch: die hier ausgestellten Werke dokumentieren eine höchst elektrisierende, ja unerhörte Neuheit, legt man nicht unsere *heutigen* Wahrnehmungsmuster, sondern die Optik eines metaphorhungrigen und realismusmüden sowjetischen Publikums der 50er Jahre an.

Erfolg durch Kreativität, und dies hatten diese Plakate, provoziert Kreativität, löst eine höchst eigenständige und nicht kontrollierbare Dynamik im Wettlauf um den Besucher, aber auch um den spannendsten Entwurf, das schockierendste Motiv, die treffendste Ironie aus. Auf diese Weise beförderte sich das Theaterplakat selbst, auf diese Weise strahlte es aber auch in die politisch-offizielle Werbung ab. Bereits seit den 1970er Jahre veränderte sich das *politische* Plakat, weil sich dem reformatorischen Druck seines kleinen Konkurrenten nicht mehr entziehen konnte. Auch ist das experimentelle Plakat der Perestrojka nicht denkbar ohne den Dambruch, den 30 Jahre zuvor das Theaterplakat ausgelöst hatte.

Als Nischenprodukt befand sich das Theaterplakat an der massenmedialen Peripherie, wirksam und sichtbar für Wenige, durch die Zensoren weitgehend ignoriert, von der Politik links liegen gelassen. Aus dieser und gerade wegen dieser Position kann es subversive, die staatsverordnete Einheitlichkeit gefährdende Potentiale generieren, die das Großsystem der sowjetischen Bilderwelt nachhaltig verändern werden. Da insbesondere diese Phase von besonderer Relevanz ist, haben wir bei der Auswahl der gezeigten Werke hier einen zeitlichen Schwerpunkt gelegt. Der Vielfalt der Zeichensprachen scheint dabei keine Grenze gesetzt zu sein. Jedes hier ausgestellte Werk ist ein kleiner graphischer Kosmos, dem Stück selbst und seinem imaginierten Besucher verpflichtet. Damit korrigiert sich auch das eingangs erwähnte Gesamtbild eines politisch abgestandenen Sowjetplakats: zwischen Routinen existieren auch deren sichtbare Abweichung: ernsthafte Versuche, auf Fragen der Kultur und Literatur eine Antwort zu geben und sei diese nur durch eine neue Frage möglich. Allein wichtig ist, diese individuellen Fragen und Antworten nachzuempfinden, zu verstehen, sich von ihnen ein wenig gefangen nehmen zu lassen. Ich wünsche Ihnen bei dem Besuch unserer kleinen Ausstellung viel Vergnügen. Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.