

Zeitschrift für Diskursforschung  
3. Beiheft 2018

**Zeitschrift für  
Diskursforschung**  
Journal for  
Discourse Studies

**(Kon-)Texte des  
Politischen**

3. Beiheft

Łukasz Kumiega | Christian Karner (Hrsg.)

**BELTZ** JUVENTA

# Inhalt

<i>Lukasz Kumięga, Christian Karner</i> Zum Politischen in Texten und in deren Kontext: theoretische Verortungen	3
<i>Christian Nestler, Jan Rohgalf</i> Mitte contra Mainstream Kämpfe um Deutungsmacht und Wählermarkt	16
<i>Christian Karner</i> (Kon-)texte kontrastierender Europapolitik in Österreich	54
<i>Alicja Raciniewska</i> Politisierte Kleidung und politischer Charakter von Mode	80
<i>Julia Maria Zimmermann</i> Von Andersens Märchen und Goldenen Röcken: Zum Geltungsanspruch europäischer Gleichstellungspolitik und nationalstaatlicher Abwehr im Europäischen Parlament Eine narrative Aussagenanalyse	111
<i>Jacob Nuhn</i> AktivistInnen, Alternative, KrawallmacherInnen Framings der Bewegung „Freiheit und Frieden“ in der „Gazeta Wyborcza“ im Revolutionsjahr 1989	142
<i>Janett Haid</i> Das politische Wir – Eine semantisch-pragmatische Analyse zur Verwendung der ersten Person Plural in öffentlichen Reden von nord- und lateinamerikanischen Politikern	178
<i>Silvia Bonacchi</i> Schlagbilder, Schreckbilder, Wohlfühlbilder Eine diskurslinguistische Analyse von visuellen Konstruktionen mit handlungsleitendem Charakter am Beispiel der Islam-Debatte	211

*Peter Schiffauer, Izabela Jędrzejowska-Schiffauer*  
Sprachliche Formen bei der Bewältigung der europäischen  
Wirtschafts- und Finanzkrise: Wege zur Integration oder  
Desintegration?

235

Silvia Bonacchi

## Schlagbilder, Schreckbilder, Wohlfühlbilder

Eine diskurslinguistische Analyse von visuellen Konstruktionen mit handlungsleitendem Charakter am Beispiel der Islam-Debatte

**Zusammenfassung:** In der diskursanalytischen Forschung herrscht noch keine Einstimmigkeit darüber, wie man Kommunikate untersuchen soll, in denen der Bildteil eine wichtige Komponente darstellt und die in der Gestaltung von Diskursen eine wichtige Rolle spielen. Eine konsistente begriffliche Bestimmung von Termini, die unterschiedliche Aspekte der visuellen Semiotik erfassen, wie „Bildtext“, „Schlagbild“, „Schlüsselbild“, „Visiotyp“, ist noch als Desiderat anzusehen. In jüngster Zeit wird immer wieder dem multimodalen Charakter von Bildkonstruktionen Aufmerksamkeit geschenkt. Dabei stellt sich die Frage, ob das bildlinguistische Instrumentarium adäquate Mittel zur Analyse von handlungsleitenden Bildkonstruktionen liefert wie im Falle der so genannten „Schreckbilder“ (Bonacchi 2016) und „Wohlfühlbilder“. Im Rahmen einer Fallstudie über Bilder in der Islamdebatte soll gezeigt werden, dass eine multimodale Analyse nicht nur die semiotischen Aspekte, die der Interpretation des Visuellen und des Verbalen zugrunde liegen, sondern auch die mehrdimensionalen kognitiven Verarbeitungsprozesse, die vor allem Kinetik und Haptik betreffen (und die wesentlich zum „Schreck“-Effekt bzw. „Wohlfühl“-Effekt beitragen), erfassen kann.

**Schlagwörter:** Diskursanalyse, Multimodalität, Schreckbilder, Wohlfühlbilder, Islam-Debatte, Mediendiskurs

**Summary:** Discourse analytical scholarship has yet to agree on a shared approach to data containing, and significantly shaped by, images. The discipline continues to face challenging terminological and definitional tasks concerning important aspects of visual semiotics such as „image texts“, „key

images“, „visual types“ etc. Attention has recently been shifted towards the multi-modal character of visual constructs. This poses the question if visual-linguistics can provide adequate analytical means for action-inducing visual constructs, including so-called „images provoking scare“ (Bonacchi 2015) and „images with calming effect“ („reassuring images“). Through a case study of images in the ongoing debate about Islam, this article demonstrates that a multi-modal analysis needs to cover not only semiotic aspects of the visual and the verbal but also multi-dimensional, cognitive aspects of interpretation pertaining to movement and tactile perception, and which contribute significantly to „fear effects“ or to „calming effects“.

**Keywords:** discourse analysis, multimodality, images provoking scare, images with calming effect / reassuring images, debate about Islam, media discourse

## 1. Visuelle Konstruktion mit handlungsleitendem Charakter

In der diskursanalytischen Forschung herrscht noch keine Einstimmigkeit darüber, wie man multimodale diskursrelevante Kommunikate untersuchen soll, in denen der Bildteil eine wichtige Komponente darstellt. Die in jüngster Zeit immer wieder als Novum beschworene Behauptung, dass unsere kommunikativen Praktiken zunehmend auf Visualität basieren und dass nicht nur sprachliche Zeichen, sondern auch Bilder kommunikative Funktionen haben, ist allerdings weder besonders neu noch besonders aktuell, denn schon die klassische Semiosis basierte auf der Bimodalität Auge/Ohr. In der Antike galten aber die Bilder als statisch: In seiner *Ars poetica* führte Horaz den Satz: „ut pictura poesis“ ein – der Dichter solle in seiner Dichtung, wie es im Gemälde der Fall ist, die Wirklichkeit „malen“. Damit war gemeint, der Dichter solle die Wirklichkeit als Instantaufnahme, als Sofortbild in ihrer Gleichzeitigkeit und Simultaneität zeigen. Ganz anders stellt sich jedoch der Charakter der Bilder dar, die uns heute umgeben. Neben Bildern, die „abbilden“, gibt es zunehmend Bilder, die eigentlich „Ereignisse“, also „events“ (Zwaan/Radvansky 1998) sind. Die heutigen Bilder sind visuelle Konstruktionen, die „erzählen“, weil sie in ein Gewebe von dichten symbolischen Bezügen, die das kollektive Gedächtnis ansprechen, eingespant sind. Ihre Bedeutung ist kontextuell variabel und entsteht

progressiv aus der Wechselwirkung der semiotischen Dimensionen, die sich in ihnen entfalten. Die klassische Bimodalität Auge/Ohr weicht also zunehmend einer Multimodalität der produktiven und rezeptiven kommunikativen Kanäle/Codes, die verschiedene Sinnesmodalitäten ansprechen (Bonacchi/Karpiński 2014). Nicht nur durch Auge und Ohr, sondern auch durch Nähe und Distanz, Bewegung sowie faktische und virtuelle Haptizität kommt es zu einer dynamischen Entfaltung von Bedeutungspotenzialen. Den heutigen Bildkommunikaten wohnt ein kinetischer Charakter inne, der den Beobachter nicht so sehr „anspricht“ (*persuadere*), sondern vielmehr zur Handlung „bewegt“ (*movere*). Besonders ausgeprägt ist diese handlungsleitende Dimension bei den so genannten „Schreckbildern“ (Bonacchi 2016) und „Wohlfühlbildern“. Darunter werden „visuelle Konstruktionen“ verstanden, die dem Beobachter Angst machen (sollen), ihn somit zur Abwehr/oder zu anderen defensiven Reaktionen verleiten (Schreckbilder) oder die ihm ein entwaffnendes wohliges Gefühl vermitteln und ihn somit zur vorreflexiven Akzeptanz einer gegebenen Position verführen (Wohlfühlbilder). In diesem Sinne sind vor allem Schreckbilder nicht so sehr als „Kommunikationsangebote“ (Schmidt 2000, S. 94 ff.; Żebrowska 2013, S. 182 ff.; Żebrowska 2014), sondern als kommunikative „Diktate“ zu sehen: Sie „zwingen“ den Adressaten zur Abwehr. Schreckbilder sind handlungsleitend, ihnen wohnt eine deontische Komponente inne  $\equiv$  du darfst / musst / kannst / willst (nicht).

Im Rahmen einer Fallstudie über diskursrelevante Bilder in der Islamdebatte soll im Folgenden gezeigt werden, dass eine multimodale Analyse nicht nur die semiotischen Aspekte, die der Interpretation des Visuellen und des Verbalen zugrunde liegen, sondern auch die mehrdimensionalen kognitiven Verarbeitungsprozesse, die vor allem Kinetik und Haptik betreffen (und die wesentlich zum Schreck- und Beruhigungs-Effekt beitragen), erfassen kann. Dabei soll auf die Frage eingegangen werden, wie Schreckbilder als eine Art visuelles *argumentum ad baculum* (Drohung) oder *argumentum ad metum* (Angstargument) diskursiv eingesetzt werden. Des Weiteren soll geprüft werden, ob diese Bilder in bestimmten prädikativen Strukturen (Satztypen mit drohender Illokution) umgesetzt werden können.

## 2. Schlagbilder und Schlüsselbilder

Das in den letzten 10 Jahren wachsende Interesse für die visuelle Kommunikation hat auch eine verstärkte Aufmerksamkeit für die Begriffsbildung mit sich gebracht. Phänomene, die bis vor kurzem exklusive Domäne der Kunstgeschichte und der Ästhetik waren, sind jetzt zum Forschungsgegenstand einer Reihe von Disziplinen geworden, die sich mit „Visualität“ in ihrer kommunikativen Valenz beschäftigen und die für sich den Status von autonomen wissenschaftlichen Disziplinen beanspruchen: Bild-Studien, Bildlinguistik, Bildwissenschaften, multimodale Kommunikation. Im Rahmen dieses neuen Interesses wurde eine Reihe von Begriffen eingeführt („Bildtexte“, „multimodale Metapher“, „Visiotypen“, etc.), die der Mehr-Ebenen-Struktur der entsprechenden kognitiven Verarbeitungsprozesse Rechnung tragen.

In der Fachliteratur werden Schreckbilder oft unter „Schlagbilder“ subsumiert. In Anlehnung an den in der Diskurslinguistik heuristisch sehr fruchtbaren Begriff des Schlagwortes wird das „Schlagbild“ definiert als ein „in Diskursen häufig vorkommendes und bekanntes Bildmotiv, das einen zentralen Schlüssel zu Deutungsräumen bietet und so das Textverstehen maßgeblich beeinflusst“ (Diekmannshenke 2011, S. 159). Nach Hamann können Schlagbilder eine „Schlüsselfunktion“ haben, weil sie dem Bildbetrachter „Deutungsräume“ eröffnen. Schlagbilder sind ebenso wie Schlagworte diskursbestimmend, weil sie Instrumente der Sinnvermittlung und der Identitätsstiftung sind, zugleich weisen sie aber prinzipiell eine Bedeutungsvielfalt auf und sind insofern kontextuell und konnotativ zu präzisieren Schlagbilder und Schlüsselbilder „erklären“, manchmal jedoch ohne auf prädikative Strukturen zurückzugreifen. Sie können insofern Mittel einer „verkürzten Argumentation“ (Stöckl 2011, S. 159) werden.

## 3. Schreckbilder und Wohlfühlbilder

Je nach ihrer positiven vs. negativen Valenz ist es möglich, „visuelle Konstruktionen“ zu untergliedern. Zu den „positiven“ Bildern gehören Fahnenbilder, die die Ideale einer Gruppe ausdrücken, und „Wohlfühlbilder“ bzw. „Glücksbilder“, die *Glücksvisionen* vermitteln; zu den negativen Bildern gehören Stigmabilder (Hermanns 1994, S. 19), die den Gegner stigmatisieren und somit das Eigene in Abgrenzung vom Fremden definieren (Warnke/Spitzmüller 2008, S. 29), und Schreckbilder, wovon in dieser Pilotstudie die Rede sein wird.

Beispiele dafür seien die Bilder 1 und 2:



Abb. 1:  
[http://www.hochzeitsportal24.de/  
blog/liebessprueche/](http://www.hochzeitsportal24.de/blog/liebessprueche/)  
(Abruf 14.6.2015)

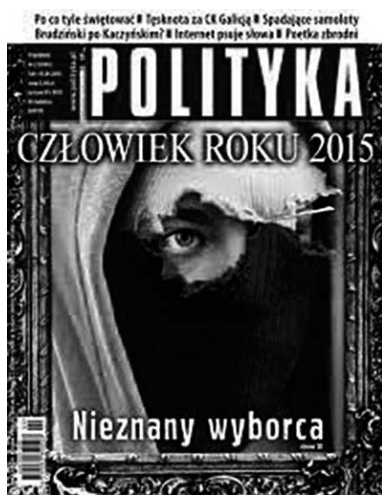


Abb. 2:  
Cover vom polnischen  
Nachrichtenmagazin „Polityka“  
2/2015

Das Bild 1 ist einem „Hochzeitsportal“ entnommen. Es besteht aus einem Textteil und einem Bildteil. Den Bildhintergrund liefert ein schöner Sonnenaufgang (oder, eher unwahrscheinlicher wegen der Symbolik: ein Sonnenuntergang) auf dem offenen Meer. Im Vordergrund ist eine ikonische Geste zu sehen, die durch die Verbindung der gekrümmten Finger zweier Hände und den Daumen realisiert wird. In der abendländischen Kultur gilt diese Geste als ein Herz bzw. im metaphorischen Sinne als Liebe, das Gefühl im Herzen schlechthin. Mitten im Herzen strahlt die Sonne goldwarmes Licht aus. Der Textteil besteht aus einem Auszug frei zitiert aus dem ersten Korinther Brief: „Die Liebe erträgt alles, glaubt alles, hält allem Stand. Die Liebe hört niemals auf.“ Text und Bild bilden hier eine Einheit und ergänzen sich. Der Adressat dieser Bildkonstruktion sieht sich mit einem kommunikativen Angebot konfrontiert, das er als Verheißung der Schönheit (Sonne) und der Geborgenheit (Wärme der Sonne und Licht eingeschlossen im Herzen) sowie als Sinnbild der Dauer und des Wachstums des Gefühls (Endlosigkeit des Meers, aufgehende Sonne) deuten kann.

Das Bild 2 ist dem polnischen Wochenmagazin „Polityka“ entnommen und lässt sich dagegen als Schreckbild betrachten. Es ist ein Cover, das kurz vor den polnischen Parlamentwahlen 2015 erschien. Das Cover ist vor dem



Hintergrund des Wahlkampfes zwischen der europaorientierten liberalen Partei „Bürger-Plattform“ und der eher nationalistischen konservativen Partei „Recht und Gerechtigkeit“ zu kontextualisieren. In der Folge dieser Wahlen erfolgte dann ein Regierungswechsel: Die bis dahin herrschende Partei „Bürger-Plattform“ wurde von der Partei „Recht und Gerechtigkeit“ abgelöst. Das Cover ist eine visuelle Konstruktion, die aus einem Bildteil und einem Textteil zusammengesetzt ist. Die Schlagzeile in weißer Blockschrift lautet: „Der Mensch des Jahres 2015“ (polnisch: „Człowiek roku 2015“), kleiner unten wird spezifiziert, wer der Mensch des Jahres ist: „der unbekannte Wähler“ (polnisch: „Nieznany wyborca“). Im Bildteil haben wir im Vordergrund das maskierte Gesicht eines jungen Menschen. Die Maske ist eine abgerissene polnische Fahne, die in der Mitte zusammengenäht ist. Das maskierte Gesicht bettet sich ein in einem Bildrahmen, in dem noch der hellblaue Umhang einer Madonna zu erkennen ist. Für den polnischen Adressaten bietet dieses Cover ein dichtes Netz an Deutungsbezügen: junge Wähler als mögliche Attentäter des demokratischen Systems, der Patriotismus (die polnische rot-weiße Fahne), der Katholizismus und der Marienkult (der Umhang der Madonna, der Bilderahmen der polnischen Schwarzen Madonnas) als Maske. Das so maskierte Gesicht entspringt dem Rahmen, bildgestalterisch verstärkt durch einen trompe-l'oeil-Effekt, und scheint den Bildbeobachter jederzeit angreifen zu können. Es ist also ein Bild, dessen Warnfunktion sich folgendermaßen in prädikativen Strukturen umsetzen lassen könnte: „Warne Euch vor dem unbekanntem Wähler, der sich hinter patriotischen und religiösen Parolen verbirgt! Er ist gefährlich!“, d. h. aus der Sicht der illokutionären Struktur: Direktiver Satz (Imperativsatz als Warnung) + Verdiktiver Satz (Assertion), allerdings verdichtet bzw. vergegenwärtigt das Bild diese prädikative Strukturen in einer visuellen Konstruktion.

Bei der folgenden Bildanalyse wurden folgende Aspekte der Bildkonstruktionen berücksichtigt (Stöckl et al. 2011, S. 43 f.):

- 1) *Themenstruktur und Konnektivität*: Welche Themen werden visualisiert? Also: In welchen Bildgefügen werden die Themen und die damit verbundene Botschaft visualisiert? Welchen Grad von Konnektivität weist die visuelle Konstruktion auf? Wie sind die verschiedenen Themen miteinander verknüpft? Wie stehen der Bildteil und der Textteil zueinander? Welche inhaltlichen und bildlichen Bezüge (logisch oder assoziativ) können hergestellt werden? Welche Sinnesmodalitäten werden angesprochen?

- 2) *Handlungsstruktur*: Lässt sich die jeweilige visuelle Konstruktion in prä-dikative bzw. appellative Strukturen umsetzen? Zu welchen Handlungen bewegt sie? Nach welchen Prioritäten gliedern sich die „Handlungsanweisungen“? Sind emotionale Appelle zu erkennen?

### 3. Islam-bezogene visuelle Konstruktionen

Im Folgenden wird eine exemplarische Analyse von ausgewählten visuellen Konstruktionen mit Schreckwirkung präsentiert, die im Rahmen der so genannten „Islam-Debatte“ auf Internetportalen und als Cover von Zeitschriften in Deutschland und in Polen zu finden sind. Die Wahl der Islam-Debatte ist für die Untersuchung des Themas nicht nur wegen ihrer Brisanz geeignet, sondern vor allem deswegen, weil in dieser Debatte überdurchschnittlich viele Schreckbilder eingesetzt werden, und dies sowohl von Islam-Befürwortern als auch von Islam-Gegnern.

Die so genannte „Islam-Debatte“ lässt sich als eine breite Rahmendebatte auffassen, die sich nach den Ereignissen im September 2001 (Terroranschlag auf die Twin-Tower in New York) in den unterschiedlichsten Medien (Massenmedien, Internet, Fernsehen, Podcasts) entfaltet und immer weitere Kreise berührt hat (Politiker, Experte, Journalisten, Betroffene, „einfache Menschen“). In Abhängigkeit von politischen Ereignissen, mehr noch im Zusammenhang mit blutigen Attentaten, flammt die Islam-Debatte immer wieder auf. In diesen breiten Rahmen betten sich mehrere Diskurse ein, die themenorientiert sind und jeweils eine starke Polarisierung der Akteure aufweisen (Befürworter vs. Gegner).

Zwei Tendenzen lassen sich in der Diskursgestaltung erkennen, die sowohl bei den Islam-Gegnern als auch bei den Islam-Befürwortern vertreten sind: Eine Tendenz, die dazu neigt, zu zeigen, dass der Islam nicht gefährlich ist und versucht, etwa durch Aufklärungsarbeit, die potentiellen Adressaten zu beruhigen und eine Tendenz, die darauf abzielt, mit effektstarken Kommunikaten eine islamfeindliche Haltung zu provozieren, insofern Unsicherheit zu schnüren und Angst zu verbreiten. Da in Deutschland ca. 4 Millionen Muslime leben, ist man besonders bemüht, eine differenzierte Islam-Debatte zu führen. Ein Beispiel für die Bemühung um politische Korrektheit mag das folgende Internet-Portal (Bild 3) liefern:



Abb. 3: <http://www.islamdebatte.de> (Abruf 14.6.2015)

Das Projekt wird von non-profit und non-government-Organisationen getragen. Gezeigt wird ein sehr dezentes Interface mit dem Adressaten: Das Pünktchen auf dem I von Islam ist die arabische zunehmende Mondsichel, vom Buchstaben I entfaltet sich ein Pfeil, der auf die Deutschlandkarte zeigt und die Tragweite der Islam-Debatte versinnbildlicht. Auf der rechten Seite steht nüchtern: „Fakten. Forschung. Dokumentation“. Die Themen sind sehr ordentlich im oberen Kasten aufgelistet: „Konfliktfelder, Debatten, Akteure, Schlüsseltexte, Literatur, Studien“, sogar ein „Glossar“ für die Nicht-Eingeweihten. Als Konfliktfelder werden benannt: Apostasie und Religionsfreiheit, Islamophobie, Kopftuch, Menschenrechte. Das sind brennende Themen (wie etwa: *Sarrazin-Debatte (2010)*, *Wulff: „Der Islam gehört zu Deutschland“ (2010)*, *Schweizer Minarett-Bauverbot (2009)*, *Mohammed-Karikaturen-Krise (2005/2006)*), die aber durch die Diskursivierung verobjektiviert und dadurch verharmlost werden. Dadurch wird eine Atmosphäre von Sachlichkeit und politischer Korrektheit erzeugt.

In rechtsorientierten Internet-Portalen lassen sich ebenfalls beruhigende Bilder wie das folgende (Bild 4) finden:



Abb. 4: <http://www.pi-news.net> (Abruf 14.6.2015)



Abb. 5: Minarett-Turm (eigenes Bild)

Das Bild mit dem Textteil „Islam ist Frieden“ ist dem Portal „Political (In)Correct“ (Bild 6) mit dem programmatischen Inhalt: „Gegen die Islamisierung Europas“ entnommen:

POLITICALLY INCORRECT

NEWS GEGEN DEN MAINSTREAM - PROAMERIKANISCH - PROISRAELISCH - GEGEN DIE ISLAMISIERUNG EUROPAS - FÜR GRUNDGESETZ UND MENSCHENRECHTE

Home Archiv Kontakt Leitlinien PI wants You! PI-Gruppen PI-TV Presse Spende für PI Werben auf PI PI English

**19. Abendspaziergang**  
11. Mai 2015  
18:30 Uhr  
Treffpunkt: Hauptbahnhof am  
Hauptbahnhof in Berlin ab 18:00 Uhr

**BÄRLIN**  
Wir kommen wieder!  
PEGIDA - Berlin  
GEMEINSAM SIND WIR STARK!

**Die Satire des Jahres!**

*Raumschiff Senderpreis*

» Wahrheit ist jetzt Hassrede in Camerons GB — Münchner Zeltstadt geräumt — Nachspiel! »

**Was bedeutet das Wort Islam?**

Bedeutet Islam nun "Frieden", so wie es uns die Muslime weismachen wollen? Für mich als Araber, wenn ich einen Muslimen sagen höre, dass "Islam" Frieden heißt, dann muss ich erstmal laut lachen, aber andererseits ist das schon sehr traurig für mich, da es immer noch so viele glauben. Die Wahrheit ist, dass der Islam überhaupt nichts mit dem Wort Frieden zu tun hat. Also was bedeutet denn nun das Wort Islam?

*(Von Christian Prince, Investigate Islam / Übersetzung: Sandro H.)*

In semitischen Sprachen sind viele Wörter durch das Einsetzen von

FÜR TUCH / MIT TUCH - DURCH TUCH!

**19. ABENDSPAZIERGANG**  
11.05.15 18:30 UHR  
STIG WAIERPLATZ  
WAIERPLATZ BÜRENSTRASSE

**PEGIDA**  
MÜNCHEN

Montags 18 Uhr  
facebook.com/pegida2014

Suche...

Starten

Registrieren  
Anmelden

Beiträge (RSS)

Abb. 6: <http://www.pi-news.net/> (Abruf 14.6.2015)

Diese visuelle Konstruktion basiert auf dem Zusammenhang von Bildteil und Textteil: Der Wortlaut des Textes: „Islam ist Frieden“ weist eine lautliche Dominanz des Vokals I auf, versinnbildlicht durch den Minarett-Turm (Bild 6), metonymisch für die Moschee (ähnlich wie das Kreuz für die christlichen Kirchen). Der Slogan („Islam ist Frieden“) ist eingeschlossen in einem Kreis, der linke Rand des Kreises ist die muslimische Mondsichel. Hier herrscht absolute Symmetrie. Es ist eine Bildkonstruktion, die in sich ruht, eigentlich ein „Bildtext“. Beim ersten Blick empfindet der Betrachter kein Gefühl der Bedrohung, das Bild bewegt sich nicht, bleibt in dem ihm zugewiesenen Raum, es drängt sich nicht unangenehm auf. Nach der Lektüre des dazu gehörigen Artikels „Was bedeutet Islam“ wird aber die Botschaft deutlich: Hier versucht man, u. a. mit philologischen Argumenten, die vermeintliche Harmlosigkeit des Islams und seine Einbindung in die westliche Kultur als Lüge zu entlarven.

Ein weiteres „Glücksbild“ bzw. eine beruhigende visuelle Konstruktion ist das folgende an eine bekannte Reklame der Burger-Kette „McDonald’s“ angelehnte Bild (Bild 7):



Abb. 7: <http://telpo.deviantart.com/art/Muslim-McDonald-123108606> (Abruf 14.6.2015)

In diesem Falle ist ein Text unterlegt, der gewisse prosodische und lautmalerische Merkmale hat: „I'm lovin' islam“ ist ein dreifüßiger Vers, der aus Trochäen besteht, mit Auslaut jedes Verses in einem Nasallaut (bilabial, alveolar, bilabial: m, n, m), der hohe Sonorität aufweist. Der goldene Buchstabe M ist ein Verweis auf die goldenen Bögen, Symbol des Unternehmens McDonald's und eine Ikone der westlichen Welt. Die Buchstaben heben sich vor einem schattierten purpurroten Hintergrund ab, der Buchstabe M für McDonald's ragt in der Mitte in Goldfarbe auf. Auf dem M befindet sich die islamische Mondsichel. Das Bild löst unterschiedliche beruhigende Assoziationen aus: Man ist etwa an eine stille Berglandschaft in der Nacht erinnert. Auch hier handelt es sich um ein Bild, das in sich ruht und sich absolut nicht aufdrängt.

Kurz besprochen werden im Folgenden weitere McDonald's-Bilder, die in Zusammenhang mit dem so genannten „Halal-Skandal“ (2010) stehen: McDonald's musste von seinem Menu die Halal-Chickenburger streichen, weil sie nicht nach den islamischen Vorschriften (arabisch: *Halal* bedeutet „erlaubt“, „zulässig“) zubereitet wurden. Daraus entstand die „non-halal-fatwa“, d. h. eine islamische Rechtsauskunft, die den Verzehr von McDonald's Fleisch untersagte. Das folgende Bild (8) vom Frageportal von McDonald's zeigt die Ratlosigkeit des amerikanischen Unternehmens:

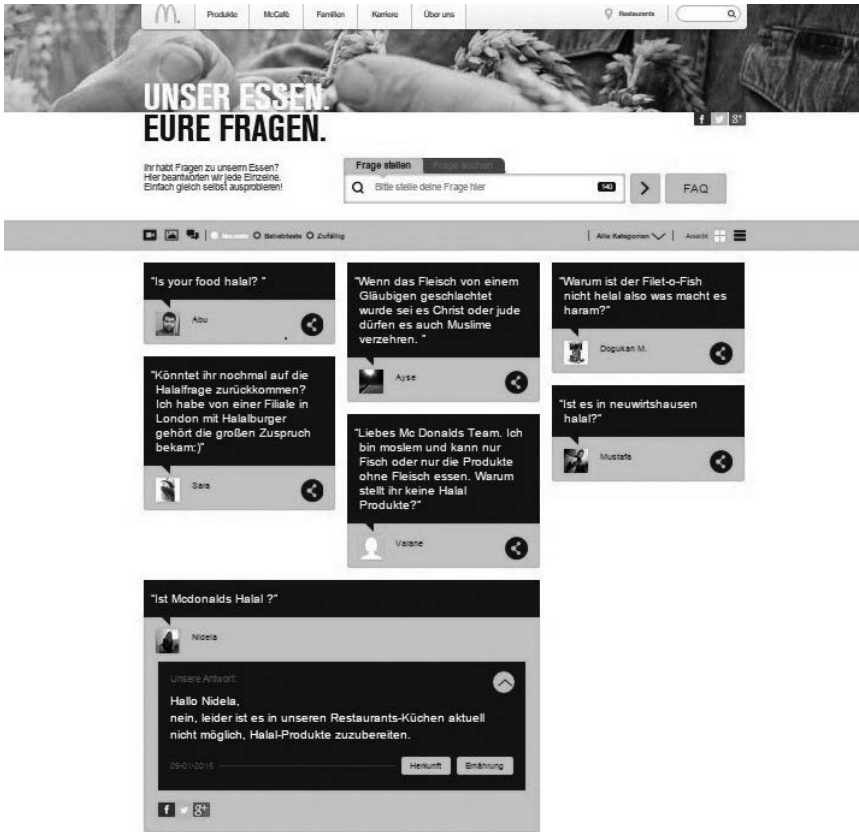


Abb. 8: <http://munchies.vice.com/de/articles/die-halal-debatte-ist-komplizierter-als-du-denkst-824> (Abruf 14.6.2015)

Das Konzern McDonald's reagierte mit der Verbreitung einer großen Varietät an beruhigenden Bildern (9–11):



Abb. 9: <http://www.blisstree.com/2013/01/23/food/halal-food/> (Abruf 14.6.2015)



Abb. 10:  
<http://www.blisstree.com/2013/01/23/food/halal-food/>  
(Abruf 14.6.2015)



Abb. 11:  
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2266397/McDonalds-Islamic-diet-lawsuit-Michigan-restaurants-pay-700k-Muslims-false-Halal-food-claim.html>  
(Abruf 14.6.2015)

Zugleich sind in der Folge der „nonhalal-chicken-fatwa“ im Internet Bilder aufgetaucht, die in geschlossenen Portalen veröffentlicht worden sind und eine erschreckende Wirkung erzielen sollen. Ein Beispiel dafür ist Bild 12:





Abb. 12: <https://www.ar15.com/archive/topic.html?b=1&f=5&t=1500384> (Abruf 14.6.2015)

In diesem Bild wird eine wütende Masse gezeigt, die eine Ronald McDonald-Puppe, Symbol der amerikanischen fast-food-Kette, verbrennt. Das Foto ist eigentlich eine Fotomontage, die den Eindruck einer Volksrevolte gegen die McChicken-Sandwiches von McDonald's erwecken sollte. Im Bild sind Männer zu sehen, die mit Stöcken bewaffnet sind und sich auf die Puppe stürzen; die Masse bewegt sich bedrohlich, der Betrachter kann ahnen, dass hinter dem im Foto gezeigten Raum sich weitere wütende Menschen befinden. Im Vordergrund im rechten Teil des Fotos ist ein junger Mann mit südländischen bzw. arabischen Gesichtszügen zu sehen, der dem Beobachter direkt in die Augen schaut. Dabei schreit er bzw. verkündet etwas laut, man kann den Eindruck bekommen, seine Stimme fast zu hören. Gleich hinter dem Mann liegt die Ronald McDonald-Puppe in Flammen. Das Bild hat eine deutliche chromatische Komposition: Nur die Puppe im Feuer hat grelle Farben, der Rest des Bildes ist in Grautönen gehalten.

Diese Foto(montage) kann als Schlüsselbild gedeutet werden: Sie ist ein Schlüssel, mit dem der Bildbetrachter gewaltsam in einen bestimmten Deutungsraum (hier: die islamische Welt) gezogen wird. Diese Bildkonstruktion (denn es ist kein „Abbild“ der Wirklichkeit, sondern eine Interpretation von ihr) lässt sich für den potentiellen Adressaten als ein „Schreckbild“ bezeichnen, wurde von den Autoren aber vermutlich als Fahnenbild konzipiert. Der Beobachter soll erschrecken, die daraus resultierende Handlungsanweisung lautet: „Wir müssen uns gegen diese Gefahr wehren, wir wollen nicht diskutieren über pro und contra, wir müssen uns verteidigen!“ (Schreckbild) bzw. „Wir sollen den Dschihad gegen die Symbole des westlichen Imperialismus weiterführen!“ (Fahnenbild). Ein sol-

chermaßen konstruiertes Foto spricht im westlichen Kulturkreis das ältere und jüngere kollektive Gedächtnis an und aktiviert eine Reihe von (realen und mentalen) Bildern, angefangen bei Kriegsszenarien in arabischen Ländern (Unruhen und Kriege im Irak, Syrien, Ägypten) bis hin zu barbarischen Strafen wie Verbrennung, Steinigung, Erschlagen. Aktiviert werden also Bilder, die im westlichen kollektiven Bewusstsein mit einer Zeit der Barbarei verbunden sind, eine Zeit, die das westliche kollektive Bewusstsein ablehnt und als längst vergangen begreifen will.

Nicht selten werden Schreckbilder als Cover benutzt, um den Lesern bestimmte Botschaften zu vermitteln. Betrachtet man die folgenden Cover (etwa aus der Zeit zwischen 2003 und 2007), dann lässt sich feststellen, dass eher mit statischen Bildern bzw. Bildtexten gearbeitet wird (Bild 13 und 14):

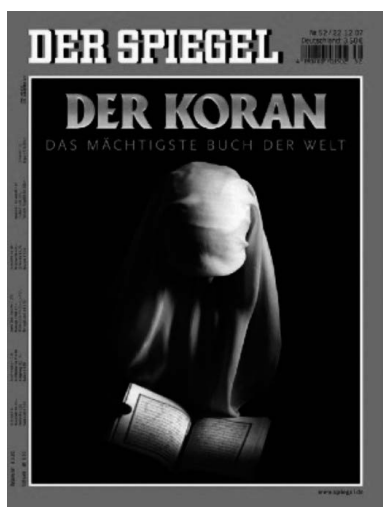


Abb. 13: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 52/2007



Abb. 14: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 13/2007

Im Bild 13 ragt der Textteil in weißen Großbuchstaben: „Der Koran: das mächtigste Buch der Welt“ auf dem Bildteil hervor, der eine verschleierte Frau mit gesenktem Blick darstellt. Im Bild 14 erleuchtete die islamische Mondsichel das Brandenburger Tor in der Nacht. Es finden sich keine plakativen Stellungnahmen oder aggressiv wirkenden Mittel. Der Betrachter wird zu einer Argumentation eingeladen, es kann offener diskutiert werden.

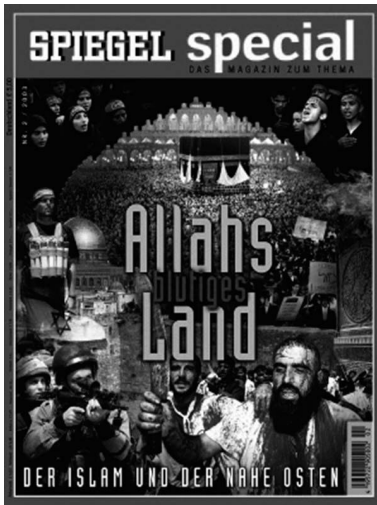


Abb. 15: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel Spezial“ 2/2003



Abb. 16: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Focus“ 39/2001



Abb. 17: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Focus“ 4/2015

Die Bilder 15 und 16 stammen von der Zeit unmittelbar nach dem Twin-Tower Anschlag 2001 und können deutlich als Schreckbilder betrachtet werden. Bild 15 ist eine Collage. Der Textteil „Allahs blutiges Land“ ist zentriert, das Adjektiv „blutiges“ ist in einer deutlich kleineren Schriftgröße kaum zu sehen. Der Textteil steht in der Mitte einer Reihe von Bildern, die

mit blutigen Kampfszenen verbunden werden können und ineinander übergehen. Wir haben auch hier keine klare Botschaft, sondern eine dunkle Bedrohung. Abgebildet werden keine Individuen, sondern eine drohende Masse. Das Cover des deutschen Nachrichtenmagazins „Focus“ (Bild 16) enthält im Text-Teil in Großbuchstaben „Terror-Alarm“, im Hintergrund ist eine Kriegslandschaft und ein Foto von Bin Laden zu sehen.

Im Bild 17 bildet der Textteil eine Sequenzstruktur. Der Initialschritt der Sequenz ist eine Aussage („Das hat nichts mit dem Islam zu tun“, in schwarzen Buchstaben), der respondierende Schritt gleicht einer Dementierung („Doch!“, in größeren roten Buchstaben) dieser Aussage. In der Mitte steht ein Maschinengewehr. Diese sequentielle Struktur entwickelt sich auf der Zeitachse, es ist eigentlich ein Gespräch, an dem zwei Menschen beteiligt sind, die verschiedene Meinungen haben. Damit wird durch eine These- Antithese-Darstellung gegen die Rhetorik der Verharmlosung des Islams plädiert.

Bild 18 ist das Cover vom Magazin „Spiegel“ nach dem Attentat in Paris 2015, in dem die Fotos (eigentlich Passbilder) der Attentäter den Hintergrund der Schlagzeile: „Der Terror der Verlierer“ liefern. Es sind junge Männer mit deutlich erkennbaren Migrationshintergrund, ihr Blick wirkt etwas verloren, die über die Gesichter gelegten Farben der französischen Trikolore versinnbildlichen den gescheiterten Integrationsversuch des französischen Staates. Die Attentäter werden humanisiert, das Bild ist ein Schlüsselbild, das sich folgendermaßen paraphrasieren lässt: „Sie sind Attentäter, weil sie Verlierer sind“.



Abb. 18: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 4/2015

Festzustellen ist an dieser Stelle die Tatsache, dass vor allem Männer in Schreckbildern erscheinen. Frauen tauchen in der Islam-Debatte eher in Zusammenhang mit dem Kopftuch-Thema (Bilder 19-20-21) oder als Opfer (Bild 22) auf. Dabei handelt es sich um visuelle Konstruktionen, die eine klare Aussage vermitteln sollen, insofern lassen sie sich als Thesen-Bilder betrachten, die für Illustrierte, Wochenzeitschriften, Nachrichten-Magazins und Nachrichten-Webseiten typisch sind:



Abb. 19: Cover vom deutschen Magazin „Stern“ 28/2010



Abb. 20: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel Spezial“ 1/1998

In den Bildern 19–21 ist eine sehr attraktive Frau zu sehen, die an die arabischen Prinzessinnen in *Tausendundeine Nacht* erinnern soll, die das männliche Imaginarium bewegen und Sinnlichkeit, Geheimnis und Verführung versprechen. Nur im Bild 20 ist diese vereinfachende westliche Sichtweise etwas subtiler: Die verschleierte Frau hat einen arabischen Säbel als Augenbraue. In diesem Falle sind es offensichtlich keine Schreckbilder, sondern Schlüsselbilder, die die Botschaft vermitteln: „Schade, dass so schöne Frauen verschleiert sind“.



Abb. 21: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Stern“ 12/10/2006



Abb. 22: Cover vom polnischen Nachrichtenmagazin „Wsieci“ 15-21.2.2016

Bild 22 ist das Cover des polnischen Magazins „wSieci“ vom 15.–21. Februar 2016 und steht direkt mit den Vorkommnissen der Kölner Silvester-nacht 2015 in Verbindung, in der deutsche Frauen von ausländischen Aggressoren sexuell belästigt wurden. Das Bild zeigt eine hellhaarige und hellhäutige Frau, die sich gegen die Übergriffe von Männern wehrt.

Die Aggressoren werden nicht direkt gezeigt, sondern nur metonymisch rekonstruiert durch die dunklen haarigen Arme, die die Frau brutal anfas-sen. Die Männer haben kein Gesicht, jeder Leser kann sich sein persönli-ches Schreckbild figurieren. Die Frau ist im Moment des Schreiens (vor Angst und vor Schmerzen) in einer dynamischen Bewegung eines verzwei-felten Abwehrversuchs abgebildet. Das Bild liefert den Hintergrund für die Schlagzeile: „Islamski gwałt na Europie“ (deutsch: „die islamische Verge-waltigung Europas“). Es lässt sich als Assertion verstehen, die einem dekla-rativen Sprechakt entspricht und diffuse Ängste veranschaulicht. Zugleich soll es eine Mahnung sein, in der der Islam und Europa personifiziert wer-den: „Der Islam wird Europa vergewaltigen, wenn wir nicht etwas dagegen machen“. Aus ikonographischer Sicht erinnert die Bildkonstruktion an klassische Bilder der vergewaltigten Frau, wie etwa in den verschiedenen Abbildungen und Statuen des legendären Raubs der Sabinerinnen vom Heer des römischen Königs Romulus (vgl. Abb. 23). Auch in diesem Fall spricht das Bild das westliche kollektive Gedächtnis an und steuert die In-terpretation.

Einen ähnlichen Mahncharakter hatte das epochale Cover des amerikanischen Nachrichtenmagazins „Time“ vom 9. August 2010. Im Bildteil war das Foto eines jungen grausam verstümmelten Mädchens abgebildet, im Textteil war zu lesen: „What Happens if We Leave Afghanistan“. Es war ein Schlüsselbild, das den Beobachter in Deutungsräume führte: „Wenn wir – Amerikaner – Afghanistan verlassen, dann wird DAS passieren“. Das verstümmelte Mädchen schaute dem Beobachter direkt in die Augen und forderte ihn zur Handlung auf: Somit wurde deutlich die amerikanische Interventionspolitik in Afghanistan unterstützt.



Abb. 23: Der Raub der Sabinerinnen, Statue von Giambologna, Florenz, Loggia dei Lanzi, (eigenes Bild)

## 4. Schlussfolgerungen

Aus der Analyse der präsentierten Bilder lassen sich zusammenfassend einige Schlussfolgerungen ziehen. Während Schlagbilder und Schlüsselbilder einen statischen Charakter haben können, sind Schreckbilder visuelle Konstruktionen, die durch ihren kinästhetischen Charakter der einen Angsteffekt erzeugen. Sie sind daher als multimodale Kommunikate zu betrachten, die manchmal komplexe Inferenzprozesse erfordern, manchmal aber unmittelbar, ohne komplexe nachträgliche kognitive Verarbeitung, wirken. Angst ist ein unmittelbares Grundgefühl, dem ein ganzheitlicher psychologischer und physiologischer Zustand entspricht, der nur aus einer Pluralität von Auslösern erwächst. Wie die Etymologie des Wortes zeigt (<lat. *angustus*: beengend, bedrückend), lässt sich Angst auf ein Gefühl der Bedrängung zurückführen, das von dynamischen Erregern ausgelöst wird. Schreckbilder werden oft manipulativ eingesetzt, weil sie eine sachliche Auseinandersetzung mit dem Thema bzw. dem Problem ausschalten und direkt auf vorprädikative Strukturen bzw. auf Emotionen zurückgreifen. Nichtsdestotrotz lassen sich Schreckbilder aus der Sicht der ihnen entsprechenden rhetorischen Mittel als ein visuelles *argumentum ad baculum* oder *argumentum ad metum* betrachten, die oft die Struktur eines Konditionalsatzes haben (wenn *p*, dann *x*), eines Aussagesatzes (Prädikationen und Assertionen: Agens ist *x*) und eines affirmativen oder limitativen Imperativsatzes hat (*p!* *p* nicht!).

Der Zusammenhang Text-Bild ist in Schreckbildern grundlegend. Es handelt sich meistens um eine offene oder eine verdeckte Drohung, manchmal um eine Warnung. Der Angsteffekt kommt allerdings meistens vom Bildteil, nicht vom Textteil. Im Text-Layout wird oft eine typographische Markierung (Großbuchstaben, Zentrierung) für die Drohung/Warnung benutzt, oft mit einem (schein)diskursiven Unterteil. Schreckbilder mit Bezug zur Islam-Debatte haben charakteristische Bildmotive: Feuer, Gewalt, Verstümmelung, Waffen. Einige davon bieten breite Bezüge zu abendländischen Motiven an, die im historischen und kulturellen Gedächtnis tief verankert sind. Sie werden dann für die angestrebte Wirkung der Schreckbilder rekontextualisiert.



## Literatur

- Boehm, G. (1995): Was ist ein Bild? In: Boehm, G. (Hrsg.): Was ist ein Bild? München: Fink, S. 1–38.
- Bonacchi, S. (2016): Das Prädikationspotential von Schreckbildern – Am Beispiel von Bildern in der Islam-Debatte. In: Warnke, I. H./Reisigl, M./Han, W. (Hrsg.): Diskursbedeutung und Grammatik – Transtextuelle und gesprächsübergreifende Aspekte grammatischer Inventare. Publikationen der Internationalen Vereinigung für Germanistik. Frankfurt am Main und Bern: Peter Lang, S. 285–290.
- Bonacchi, S./Karpinski, M. (2014): Some remarks about the term ‘multimodality’. In: Journal of Multimodal Communication Studies I/1, 2014, S. 1–7.
- Bredenkamp, H. (2003): A Neglected Tradition? Art History as Bildwissenschaft. In: Critical Inquiry 29/3, S. 418–428.
- Bucher, H. J. (2011): Multimodales Verstehen oder Rezeption als Interaktion. In: Diekmannshenke, H./Klemm, M./Stöckl, H. (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: E. Schmidt Verlag, S. 123–158.
- Diekmannshenke, H./Klemm, M./Stöckl, H. (Hrsg.) (2011): Bildlinguistik. Theorien, Methoden, Fallbeispiele. Berlin: E. Schmidt Verlag.
- Diekmannshenke, H. (2011): „Schlagbilder“. Diskursanalyse politischer Schlüsselbilder. In: Diekmannshenke, H./Klemm, M./Stöckl, H. (Hrsg.): Bildlinguistik. Theorien – Methoden – Fallbeispiele. Berlin: E. Schmidt Verlag, S. 161–185.
- Forceville, Ch./Urios-Aparisi, E. (Hrsg.) (2009): Multimodal Metaphor. Berlin: de Gruyter.
- Halm, D. (2008): Der Islam als Diskursfeld. Berlin: Springer.
- Hamann, Ch. (2006): Fluchtpunkt Birkenau. Stanislaw Muchas Foto vom Torhaus Auschwitz-Birkenau (1945). In: Paul, G. (Hrsg.): Visual History. Ein Studienbuch. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, S. 283–302
- Hermanns, F. (1994): Schlüssel, Schlag- und Fahnenwörter. Zur Begrifflichkeit und Theorie der lexikalischen politischen Semantik. Heidelberg und Mannheim: Universitätsverlag.
- Kalwam, N. (2013): Das Konzept „Islam“: Eine diskurslinguistische Untersuchung. Berlin: De Gruyter.
- Klug, N. M. (2013): Bilder als Texte: Methoden einer semiotischer Erweiterung angewandter Diskursanalyse. In: Roth K. S./Spiegel C. (Hrsg.): Angewandte Diskurslinguistik. Felder, Probleme, Perspektiven. Berlin: Akademie-Verlag, S. 163–188.
- Kress, G./Van Leeuwen, T. (1996): Reading images. The grammar of visual design. London: Routledge.
- Kress, G./Van Leeuwen, T. (2001): Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication. London: Arnold.
- Maasen, S./Mayerhauser, T./Renggli, C. (2006): Bilder als Diskurse – Bilddiskurse. Weierwirst: Velbrück.
- Meier, S. (2011): Multimodalität im Diskurs: Konzept und Methode einer multimodalen Diskursanalyse. In: Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1: Theorie und Methoden. 3. Auflage. Wiesbaden: VS, S. 499–532.
- Makowska, M. (2014): Beschriebene Bilder – bebilderte Sprache. Zur Materialität und Medialität von Sprach-Bild-Texten am Beispiel von deutschen Demotivatoren. In:

- I. Bartoszewicz/Haľub M./Malyszek T. (Hrsg.): *Germanica Wratislaviensia* 139: Kategorien und Konzepte. Wrocław: Universitätsverlag, S. 229–245
- Mitchell, W. J. T. (1994): *Picture Theory. Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Sachs-Hombach, K. (2003): *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*. Köln: von Halem.
- Sachs-Hombach, K. (Hrsg.) (2005): *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Stöckl, H. (2004): *Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte. Theorien. Analysemethoden*. Berlin: De Gruyter.
- Stöckl, H. (2011): *Sprache-Bild-Texte lesen. Bausteine zur Methodik einer Grundkompetenz*. In: Diekmannshenke, H./Klemm, M./Stöckl, H. (Hrsg.): *Bildlinguistik. Theorien, Methoden, Fallbeispiele*. Berlin: E. Schmidt Verlag, S. 45–70.
- Warnke, I. H./Spitzmüller, J. (2008): *Methoden und Methodologie der Diskurslinguistik, Grundlagen und Verfahren einer Sprachwissenschaft jenseits textueller Grenzen*. In: Warnke, I./Spitzmüller, J. (Hrsg.): *Methoden der Diskurslinguistik. Sprachliche Zugänge zur transtextuellen Ebene*. Berlin: De Gruyter, S. 3–54.
- Wildgen, W. (2013): *Visuelle Semiotik. Die Entfaltung des Sichtbaren. Vom Höhlenbild bis zur modernen Stadt*. Berlin: E. Schmidt Verlag.
- Ziem, A. (2009): *Diskurse, konzeptionelle Metaphern, Visiotypen: Formen der Sprachkritik am Beispiel der Kapitalismusdebatte*. In: *Aptum* 1, S. 18–37.
- Zwaan, R./Radvansky, G. (1998): *Situation models in language comprehension and memory*. In: *Psychological bulletin* 123(2), S. 162–185.
- Żebrowska, E. (2013): *Text – Bild – Hypertext*. Frankfurt am Main und Bern: Peter Lang.
- Żebrowska, E. (2014): *Multimodal Messages*. In: *Journal of Multimodal Communication Studies* 1/2014, S. 8–15

## Internetquellen

- <https://diasporaislam.wordpress.com/2013/11/22/die-bosen-muslime-darstellung-von-muslimen-in-medien/> (Abruf 6.9.2017)
- Kolportierung von Angstszenerien, <http://www.nrhz.de/flyer/beitrag.php?id=12381> (Abruf 6.9.2017)

## Bildquellen

- Bild 1: <http://www.hochzeitsportal24.de/blog/liebessprueche/> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 2: Cover vom polnischen Nachrichtenmagazin „Polityka“, 2/2015 (©Polityka S.K.A. 2015–2017)
- Bild 3: <http://www.islamdebatte.de> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 4: <http://www.pi-news.net> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 5: Minarett-Turm (eigenes Bild)
- Bild 6: <http://www.pi-news.net/> (Abruf 14.6.2015)

- Bild 7: <http://telpo.deviantart.com/art/Muslim-McDonald-123108606> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 8: <http://munchies.vice.com/de/articles/die-halal-debatte-ist-komplizierter-als-du-denkst-824> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 9: <http://www.blisstree.com/2013/01/23/food/halal-food/> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 10: <http://www.blisstree.com/2013/01/23/food/halal-food/> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 11: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2266397/McDonalds-Islamic-diet-lawsuit-Michigan-restaurants-pay-700k-Muslims-false-Halal-food-claim.html> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 12: <https://www.ar15.com/archive/topic.html?b=1&f=5&t=1500384> (Abruf 14.6.2015)
- Bild 13: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 52/2007  
(©DER SPIEGEL 52/2007)
- Bild 14: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 13/2007  
(©DER SPIEGEL 13/2007)
- Bild 15: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel Spezial“ 2/2003  
(©DER SPIEGEL special 2/2003)
- Bild 16: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Focus“ 39/2001  
(©FOCUS 39/2001)
- Bild 17: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Focus“ 4/2015  
(©FOCUS 4/2015)
- Bild 18: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel“ 4/2015  
(©DER SPIEGEL 4/2015)
- Bild 19: Cover vom deutschen Magazin „Stern“ 28/2010  
(©STERN 28/2010)
- Bild 20: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Spiegel Spezial“ 1/1998  
(©DER SPIEGEL special 1/1998)
- Bild 21: Cover vom deutschen Nachrichtenmagazin „Stern“ 12/10/2006, [http://www.nrhz.de/flyer/media/12381/147\\_stern.jpg](http://www.nrhz.de/flyer/media/12381/147_stern.jpg) (Abruf 14.6.2015)  
(©STERN 28/2010)
- Bild 22: Cover vom polnischen Nachrichtenmagazin „Wsieci“ 15-21.2.2016  
(©WSieci, 15.-21.2./2016)
- Bild 23: Der Raub der Sabinerinnen, Statue von Giambologna, Florenz, Loggia dei Lanzi,  
(eigenes Bild)