

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 76 (1996)
Heft: 7-8

Artikel: Titelbild : Lesen : ein kulturelles Menschenrecht
Autor: Bürer, Catherine
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-165594>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

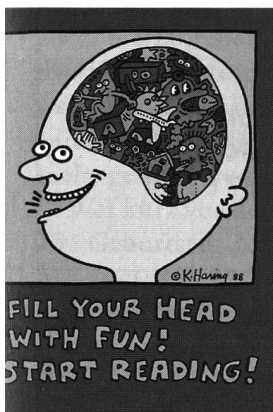
Download PDF: 29.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

gen als die eigenen, hausgemachten Fehlhaltungen und Schwächen.

Wie eingangs betont, teile ich die Auffassung nicht, dass wir heute in einer Krise stecken. Eine Krise könnte indes dann auftreten, wenn wir uns tatsächlich nach aussen abschotten, wenn wir Handels- und Ideenströme unterbinden, anstatt unser Land zu öffnen. Über Jahrzehnte hinweg haben wir in diesem unseren Land in einer geschlossenen Gesellschaft gelebt – wir wissen also, wovon wir sprechen. Wir wissen, was es heisst, wenn Unterschiede

und Hass wichtiger werden als die Suche nach Gemeinsamkeiten und Freundschaft. Entstand nicht die transatlantische Idee im Zweiten Weltkrieg auf der Grundlage einer Gesinnungsnähe, die älter war als der Krieg? Wir sollten nicht die alten Fehler wiederholen. Das Wegfallen des gemeinsamen Gegners darf uns nicht demotivieren. Der abschüssige Weg in eine neue Knechtschaft ist immer noch offen, und wir wissen, dass ausgerechnet jener Weg mitunter die beste Aussicht auf die Annehmlichkeiten dieser Welt vorgaukelt. ♦



Entwurf: Keith Haring (1958–1990), «Fill your Head with Fun! Start Reading!» 1988, Offset mehrfarbig, 61x81,5 cm, Museum für Gestaltung Zürich, Plakatsammlung.

TITELBILD

LESEN – EIN KULTURELLES MENSCHENRECHT

Wir leben in einer Zeit der Bilder. So abgegriffen diese Wahrheit auch sein mag – nichts führt an ihr vorbei. Zwar ist die Schrift nach wie vor überall gegenwärtig. Sie prägt die Datenräume der Informatik ebenso wie die neuen Vermittlungsinstanzen der globalen Netze. Aber gerade dort triumphiert die Dynamik des Bildes über die Linearität der Texte, wo es darum geht, den potentiellen Leser überhaupt erst zum Lesen zu bringen. Die Entwicklung etwa des World Wide Web hat gezeigt, welche Bedeutung einer wirklich visuellen Kommunikation zukommt: Erst die Bilder machen aus dem Internet ein populäres Massenmedium.

Deshalb ist es auch keineswegs paradox, dass uns – wie in den Anfängen der Plakatgeschichte – ein Bild das Lesen predigt. Dieser Umstand spiegelt lediglich eine Selbstverständlichkeit unserer Medienpraxis und unseres Medienkonsums. Also setzt *Keith Haring*, ein amerikanischer Künstler, der seine Zeichen der hybriden Strassenkultur entlehnt und damit die Pop Art in die Welt der Graffiti verlängert hat, genau hier an. Er redet vom Lesen und

stopft dabei seinen Egghead mit Lust und Bildern voll.

Harings kalkuliert simple Bildsprache sorgt für schnelle Verständlichkeit. Leuchtende Farben, schwarze Konturen, eine klare Botschaft und ein fast naiver, zugleich aber gebrochener, vom Comic entlehnter Humor verbinden sich zum perfekt funktionierenden Plakat. Information, Appell und Unterhaltung sind darin nicht mehr zu trennen.

Vor welchem Hintergrund indessen steht hier das Künstlerplakat für ein kulturelles Menschenrecht ein? Keith Haring verstand sich als Botschafter zwischen Kunst und Alltag; er schuf zahlreiche Plakate für Ausstellungen und Konzerte oder nahm engagiert zu Zeitthemen wie Aids oder Rassismus Stellung. Zugleich machten ihn seine ästhetische Geschmeidigkeit, die anonymisierte Charakteristik seiner Figuren sowie seine Präsenz als Medienstar zu einem Markenzeichen der achtziger Jahre – jener Zeit, die es fertigbrachte, Konsum als Sinnstiftung und Lebenshaltung zu rechtfertigen. ♦

CATHERINE BÜRER