

Kapitel 4

Psychedelische Welten, Feminisierung und Keimzellen queerer Kultur

LUTZ HIEBER

Die psychedelische Kultur der Hippies war ein wesentliches Moment der US-amerikanischen *Counter Culture*. In ihrer spezifischen Verbindung von sowohl kultureller wie auch politischer Bewegung steht sie in der Nachfolge der historischen Avantgardebewegungen. Sie entwickelte sich zu einer tragenden Säule der Opposition gegen den Vietnamkrieg, ihre Impulse bereicherten die Schwulen- und Lesbenbewegung sowie die Frauenbewegung, in ihrem Zusammenhang bildeten sich erste Ansätze der Ökologiebewegung, und sie stand im Austausch mit den Bürgerrechtsbewegungen von Minderheiten. Alle diese Stränge waren in einem emanzipatorischen Amalgam verschmolzen. Wenn also im Folgenden der spezifisch psychedelische Entwicklungsstrang dargestellt wird, ist er als ein wesentliches Moment der US-amerikanischen politischen Kultur zu sehen, neben dem andere herlaufen und mit dem andere im Austausch stehen. In diesem Sinne werden Bezüge zum Kapitel »Von ›sex perverts‹ zu ›Liberation NOW!‹«, das Parallelentwicklungen beschreibt, immer wieder deutlich. Das betrifft unter anderem die Alternativtheater-Bewegung, die sowohl für die psychedelische wie für die feministische Kultur wesentlich waren. Außerdem scheint mir die Tendenz der allgemeinen Feminisierung in der Hippie-Kultur (die oft von der feministischen Historiografie übersehen wird) – neben parallel laufenden Entwicklungen in der Frauenbewegung – eine wesentliche Baustelle für die spätere *Queer Culture* zu sein.

Drogen

Der Stamm des Wortes *psychedelisch* ist griechisch. »*Psyche*« ist zu übersetzen mit »Seele«, »*delein*« mit »offenbar machen«. Der Begriff psychedelisch wurde vom Psychiater Humphrey Osmond 1957 geprägt, um die psychischen und visuellen Effekte von LSD zu fassen.

LSD ist das synthetisch darstellbare (+)-Lysergsäure-diethylamid. Lysergsäure ist ein Baustein der Mutterkorn-Alkaloide. LSD »besitzt die bemerkenswerte Eigenschaft, beim gesunden Menschen nach Verabfolgung einer sehr kleinen Menge (30 µg) Farbvisionen und Halluzinationen hervorzurufen« (Beyer et al. 1984: 782). LSD war zunächst keine illegale Droge. Erst zum 6. Oktober 1966 trat in Kalifornien ein Gesetz in Kraft, das den Besitz von LSD als Vergehen und den Handel damit als Verbrechen einstufte (Perry 1984: 95).

Die Hippie-Kultur wird oft mit Drogenkonsum, vor allem mit LSD, in Verbindung gebracht. Jedoch spielte LSD eine weitaus geringere Rolle als Marihuana. »Der Handel mit der psychedelischen Droge unterschied sich grundlegend vom Marihuana-Handel. Der Markt war kleiner, und diejenigen, die LSD konsumierten, nahmen es nicht so oft wie die Kiffer Marihuana rauchten. Und oft fanden es die Leute schwierig, für so etwas Außerordentliches wie LSD einen Preis festzusetzen« (Perry 1984: 80).

Die Hippie-Kultur unterschied zwischen Drogen, die süchtig machen, und solchen, die nicht süchtig machen. Ein Dokument das zu diesem Thema Auskunft gibt, ist das Wahlprogramm von Jerry Rubin, der 1968 für das Bürgermeisteramt der in unmittelbarer Nachbarschaft von San Francisco liegenden Universitätsstadt Berkeley kandidierte. Rubin war eloquenter Vertreter der *Yippies*, der *politicos* unter den Hippies.¹ Wie es sich für ein Wahlprogramm gehört, nahm er zu einem Spektrum von gesellschaftlichen Problemfeldern Stellung. Dazu zählte auch der Konsum von Drogen, sowohl von *legalen*, d.h. gesellschaftlich akzeptierten Drogen (z.B. Alkohol und Tabak), wie auch von *illegalen*, d.h. gesellschaftlich nicht akzeptierten Drogen (z.B. Heroin und Marihuana). Was Heroin betrifft, forderten die Yippies eine Vorgehensweise, die »Drogenabhängige als Personen mit psychologischen Problemen behandelt, die Hilfe und nicht Gefängnis brauchen«. Dagegen sollte der Gebrauch von Marihuana nicht weiterhin unter Strafe gestellt bleiben. Wissenschaftliche Studien hätten ergeben, dass »Marihuana weniger schädlich sei als Alkohol und Tabak«. Daher wurde gefordert, »Marihuana sofort zu legalisieren« (Rubin 1968: 18f.).

Alkohol, Tabak und Heroin wurden, als süchtig machende Rauschmittel, als gefährlich eingestuft.² Marihuana dagegen galt in der Hippie-Kultur, weil eben nicht süchtig machend, als recht unproblematisch.

Hippies

Die psychedelische Kultur erwuchs in der zweiten Hälfte der 60er Jahre aus der Counter Culture der Hippies. Die Hippies begründeten nicht selbst die Aktivitäten und Philosophien, die sich mit ihrem Ruf verbinden. Am Anfang stand eine Gruppierung der 50er Jahre, die als *Beats* oder auch als *Hipsters* bezeichnet wurde. Unter denen erlangten Allen Ginsberg, Jack Kerouac, Gary Snyder, Lenore Kandel, Lawrence Ferlinghetti große Berühmtheit. Als schließlich ein Jahrzehnt später Jüngere in ihre Fußstapfen traten, fühlten sich diese Bohemiens imitiert und nannten ihre Nachfolger spöttisch »*junior grade hipsters*« oder kurz »Hippies« (Perry 1984: 5). Damit war die Bezeichnung Hippie geboren.

Tatsächlich leiten sich viele Elemente des Hippie-Ethos aus der Beat-Kultur her. Die Beats waren die ersten, die offen über halluzinogene und bewusstseinsverändernde Drogen sprachen und damit experimentierten. Ihre Literatur dokumentiert einen freizügigen Umgang mit Sexualität, der die Befreiung von Sex aus moralpolitischen Reglementierungen vorwegnahm, wie sie sich seit den 60er Jahren allgemein verbreitete. Allen Ginsberg, Gary Snyder und Jack Kerouac regten die Hippies an, sich mit Zen-Buddhismus und fernöstlichem Denken zu befassen. Gleichwohl unterschieden sich die Hippies von ihren Vorgängern auch grundlegend. Vor allem bildeten die Hippies eine zahlenmäßig sehr viel umfangreichere Gruppe als ihre Vorgänger; das ermöglichte ihnen, sich in einer Weise gemeinschaftlich zu organisieren, von der die Beats nicht zu träumen gewagt hätten. Die Beats liebten experimentelle Musik, den Jazz. Die Hippies liebten ebenfalls experimentelle Musik, aber für sie war es der *Acid Rock*, der Elemente des Rock-and-Roll der britischen Musik-Invasion (*Beatles*) und der *Folk Music* (Bob Dylan schockierte die Folk-Puristen mit der elektrischen Gitarre) vereinigte. Während die Kleidung der Beats das Schwarz bevorzugte, um sich von der bürgerlichen Mittelklasse abzugrenzen, wählten die Hippies leuchtend bunte Farben und lebhaftere Muster.

Musik hören ist mehr als Zeitvertreib. Kleidung ist mehr als die äußere Hülle des Körpers. Beides wird, wie alle ästhetischen Präferenzen, von Wertorientierungen bestimmt. Insofern drückt der Kleidungsstil oder der Musikgeschmack eine seelische Grundgestimmtheit aus. Die Hippies pflegten eine optimistische Fröhlichkeit, kontrastierend zum eher introvertiert-grübelnden Habitus der Beats.

Der Ort der aufkommenden Hippie-Kultur war San Francisco, und dort spielte sich das meiste in Haight-Ashbury ab, dem Studenten-Viertel des San Francisco State College. Überhaupt blühten die Hippie-Szenen, sobald sie sich auf andere Regionen ausbreiteten, meist im Umfeld von Colleges und Universitäten, also in Kreisen der intellektuellen Jugend.

»Die Hippies waren in ihrer Mehrzahl weiße, gebildete Jugendliche aus der Mittelklasse im Alter zwischen 17 und 25 Jahren (obwohl auch einige 50-Jährige darunter sind). Bis zum Überfluss ausgestattet mit all den Fähigkeiten, die ihre Generation so sympathisch, verwirrend und aufrührerisch machen, sind sie Aussteiger aus jener Lebensplanung, die allein auf Arbeit, Status und Macht zentriert ist« (Anonym *Time* 1967b: 19).

Zu den sinnlichen Erfahrungen, die diese Counter Culture elektrisierte, zählten die *Dance Concerts*. Sie gehen auf eine zweifache Initialzündung im Jahre 1965 zurück. Die eine hatte ihr Zentrum in den von Ken Kesey und seiner Kommune, den *Merry Pranksters*, organisierten »Acid Tests«.³ Bei diesen partyartigen Veranstaltungen wurden die Getränke mit LSD versetzt, als Bands traten die *Warlocks* (woraus später *Grateful Dead* hervorging) und die *Psychedelic Symphonette* (Kesey's eigene Gruppe) auf, als Lightshow wurde eine Diaserie von Indianern vorgeführt (Henke et al. 1997: 42). Die andere Initiative bildeten *The Charlatans*, eine Band aus San Francisco, die während des Sommers 1965 in Virginia City, Nevada, auftrat. Dort richteten sie den *Red Dog Saloon* im Wildwest-Stil der Jahrhundertwende ein. Die Eröffnung war für den 1. Juni 1965 geplant, da aber die Arbeiten nicht rechtzeitig abgeschlossen wurden, fand sie schließlich am 21. Juni statt. Das Ankündigungsplakat wird als »The Seed« bezeichnet (Abb. 1), weil es bereits alle Merkmale des psychedelischen Posters aufwies. Das Quintett bestand aus



Abbildung 1: Michael Ferguson : *The Seed* (1st version). Plakat. 1965

George Hunter, Mike Wilhelm, Richard Olsen, Dan Hicks und Michael Ferguson. Das Plakat zeigt die Musiker kostümiert im King-Edward-Stil, mit hohen steifen Kragen (die damals den Spitznamen »Vatermörder« getragen hatten), mit Krawatten und Jacketts, dazu *Beatles*-Frisuren. Noch bevor die Proben zur Bühnenreife der Band führten, wurden Hunderte von Publicity-Fotos verteilt. Die *Charlatans* stellten die Show, das visuelle Erlebnis und das Happening in den Mittelpunkt. »George Hunter, Künstler und frühreifes Talent als Architekt, hatte die *Charlatans* als eine Art Pop Art Statement geplant« (Perry 1984: 9). Die Bandmitglieder spielten den alten Wilden Westen, liebten die theatrale Geste und belebten das Dandytum der Jahrhundertwende neu.

Zentren der Hippie-Kultur bildeten neu gegründete Rock-Clubs. Auf den Dance Concerts sollten die Leute Spaß haben und zur Musik tanzen können. Einer der Clubs, der von Marty Balin, dem damaligen Sänger von *Jefferson Airplane*, im Herbst 1965 eröffnet wurde, hieß *Matrix*. Ein anderer Veran-

stalter bestand aus einer Gruppe, von denen einige bereits im *Red Dog Saloon* gewirkt hatten, sie nannte sich *The Family Dog*. Daneben begann Bill Graham, der Manager der Alternativtheater-Gruppe *San Francisco Mime Troupe*, durch Benefiz-Konzerte für sein Ensemble dringend benötigtes Geld hereinzubekommen. Nach unterschiedlichen Versuchen taten sich Chet Helms (von *The Family Dog*) und Bill Graham zusammen, um sich zunächst das *Fillmore Auditorium* für ihre Veranstaltungen zu teilen. Das ging allerdings nicht gut, weil die Charaktere der beiden zu verschieden waren. Chet Helms war durch und durch ein Hippie, der die Besucher ungern für Musik zahlen ließ. Er tanzte lieber selbst, statt Eintrittskarten zu verkaufen. Bill Graham »war sein genaues Gegenteil«, er hatte »kapitalistischen Instinkt«, und ihm »gelang es, mit dem *Fillmore Auditorium* eines der bedeutendsten Veranstaltungsorte der Rock'n'Roll-Geschichte aufzubauen« – wie es im Nachruf auf den im Sommer 2005 verstorbenen Helms hieß (Vaziri et al. 2005).

Chet Helms betrieb dann seit April 1966 den *Avalon Ballroom*, eine frühere Tanzschule, die 1911 gebaut worden war. Das Gebäude hatte noch den ursprünglichen Holzfußboden, eine Innenausstattung mit Balkonen, Vergoldungen und Velourstapete. Dadurch entsprach es der in den Jugendstil verliebten Hippie-Ästhetik. Das Fillmore, das Bill Graham behalten hatte, war dagegen eine eher praktische Einrichtung, die im Schwarzen-Ghetto von San Francisco lag. Chet Helms konnte das *Avalon* nur bis November 1968 halten. Bill Graham führte sein Unternehmen erfolgreich bis 1991, als er bei einem Helikopter-Unfall starb.

Das Jahr zwischen Juni 1966 und Juli 1967, in dem die Hippie-Kultur aufblühte, war spannungreich. Die US-amerikanische Gesellschaft war im Umbruch. Der Schock des Attentats auf John F. Kennedy im November 1963 wirkte nach. Die Bürgerrechtsbewegung der Schwarzen näherte sich dem Siedepunkt. Präsident Johnson weitete den Vietnam-Krieg aus, indem er ab Februar 1965 Angriffe auf Nordvietnam fliegen ließ und ab April reguläre Truppen im Bodenkampf gegen die vietnamesischen Guerillakämpfer einsetzte. Die Universitäten wurden zu Arenen des Protests: unter der allgemeinen Militärdienstpflicht wuchs die Bitterkeit über einen Krieg, dessen Sinn viele nicht einsahen, und für den sie sich nicht verheizen lassen wollten. Die autoritären Universitätsregeln und die Rekrutierungsprogramme der Armee und der Rüstungsindustrie auf dem Campus taten ein Übriges. »Der erste wilde Ausbruch ereignete sich Ende 1964 an der University of California (Berkeley); von da ab rissen die Sit-ins, Teach-ins, Vorlesungsstreiks und Protestmärsche bis gegen Ende des Jahrzehnts im ganzen Land nicht mehr ab« (Sautter 1986: 477).

Die Hippie-Kultur, die in diesem politischen Klima gedieh, erlebte erstaunlich schnell eine außergewöhnliche Publizität. Ein zentrales Ereignis wurde das »*Human Be-In*« am 14. Januar 1967, das den *Summer of Love* einläutete. Der *San Francisco Oracle*, Hippie-Zeitschrift, umriss das Ziel des großen Treffens der Jugend aus der San Francisco Bay: »Eine Gemeinschaft

der Liebe und des Aktivismus wird fröhlich entstehen und alles umfassen, was früher durch kategoriale Dogmen und Schubladen-Denken getrennt war, wenn die politischen Aktivisten aus Berkeley und die Hip Community und die spirituelle Generation aus San Francisco und Gruppen der revolutionären Generation von überall aus Kalifornien« sich zu einem Human Be-In im Golden Gate Park zusammenfinden.⁴

»Nun kann die heranwachsende Generation freudig die Humanisierung der amerikanischen Männer und Frauen ohne Angst, Dogma, Argwohn oder dialektische Selbstgerechtigkeit zu ihrer Sache machen. Ein neues Konzert der menschlichen Beziehungen, das sich im Jugend-Untergrund entfaltet, muss an den Tag treten, es muss umfassend sein und bewusst gemacht werden, sodass eine revolutionäre Form mit einer Renaissance des Mitgefühls, des Bewusstseins und der Liebe in Offenbarung der Einheit der Menschheit gefüllt werden kann« (Cohen 1967: 2).



Rick Griffin, der kurz zuvor aus Los Angeles eingetroffene Cartoonist, schuf eines der beiden Plakate für die Veranstaltung (Abb. 2). Angekündigt waren unter anderen Timothy Leary, ehemaliger Harvard-Professor und Mit-Herausgeber der *Psychedelic Review* (einer der Drogenforschung gewidmeten Zeitschrift), die Beat-Poeten Allen Ginsberg, Gary Snyder und Lenore Kandel, der Berkeley-Aktivist Jerry Rubin und Bay Area Rock-Bands. Unter den Bands, die auftraten, waren Grateful Dead, Big Brother and the Holding Company (mit Janis Joplin) und Quicksilver Messenger Service (Cohen a.a.O.). Geschätzte 25.000 Besucher kamen.

Abbildung 2: Rick Griffin:
Human Be-In. Plakat. 1967

Das Be-In löste einen Strom an Medienberichten aus, der den ganzen Sommer über andauerte (Tomlinson 2001: 18f.). Am schnellsten war das Magazin *Newsweek*. Schon drei Wochen nach dem Human Be-In schilderte ein umfangreicher Artikel die schockierend ungewohnte Kultur. »Die Hipsies beider Geschlechter«, so der Bericht vom Human Be-In, »trugen weite Pelze, frische Blumen, klimpernde Perlenketten, breitrempige Hüte, sogar Indianer-Kriegsbemalung. Sie schwangen Räucherstäbchen, wirbelten abstrakt gestaltete Flaggen, bliesen auf Querflöten« (Anonym *Newsweek* 1967: 92). Die Kleidung der jungen Männer glich – wie die begleitende Fotostrecke unterstrich – insofern denen der jungen Frauen, als beide Geschlechter bunte Farben und weiche Stoffe bevorzugten. Zudem trugen beide Langhaarfrisuren. Eine »regleiche Blonde« wird mit den Worten zitiert:

»Zum ersten Mal werden Männer und Frauen wieder zu Freunden. Einfach zu Freunden. Und es ist ein sehr schönes Gefühl, mit jemandem zu reden, nicht mit einem Mann oder einer Frau, sondern mit einer Person, bei der nahe liegt, dass sie ein Mann oder eine Frau ist. Gewisse äußerliche Dinge, wie kurze Haare, langes Haar oder die Art und Weise der Kleidung charakterisieren nicht länger den Unterschied« (Anonym *Newsweek* ebd.).

Dazu kommt, so stellt *Newsweek* fest, dass

»Sex für die Hippies keine Angelegenheit großer Debatten ist, denn was sie betrifft, ist die sexuelle Revolution vollendet. Es gibt keinen Hippie, für den Keuschheit ein Wert ist, oder der jemanden wegen ehelicher Untreue entsetzt ansieht oder der selbst das Heiraten als eine Tugend betrachtet. Physische Liebe gilt als eine Freude – so oft und frei zu genießen wie eine Handvoll Sesamkörner« (Anonym *Newsweek* ebd.).

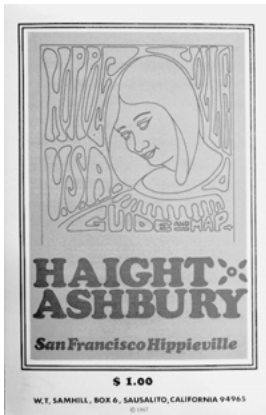


Abbildung 3: W. T. Samhill:
»Hippieville Guide and
Map«. 1967

Die sensationslüsternen Berichte waren selektiv, malten »freie Liebe« und Drogenkonsum aus. Sie müssen vor allem die christliche weiße Mittelklasse, der die traditionellen bürgerlichen Werte unhinterfragte Richtschnur waren, schockiert haben. Für eine erhebliche Zahl der heranwachsenden Mittelklasse-Kinder stellten sie jedoch einen Lockruf dar. Die Medienberichterstattung schaufelte massenhaft Jugendliche nach Haight-Ashbury. Für die Touristen wurde sogar ein Plan für die paar Straßenzüge des kleinen Viertels herausgebracht (Abb. 3), der auch Erläuterungen zur Hippie-Kultur, zu den Plakaten und zur Hippie-Sprache anbot. Der Ruf der Freiheit drang auch bald nach Europa, zuerst selbstverständlich nach England. Und so besuchten im August 1967 George Harrison, seine Freundin Patti Boyd und der *Beatles*-Promoter Derek Taylor das Haight-Ashbury (Miles 2004: 26).

Für unsere deutsche Gegenwart erscheint der Reiz der sexuellen Revolution nicht mehr leicht verständlich. Denn seit den 80er Jahren führte der Konservatismus einen Feldzug gegen die früheren emanzipatorischen Bewegungen. Bundeskanzler Kohl war 1982 angetreten, eine »geistig-moralische Wende« in Gang zu bringen. Seit 1983 gewann der Deutsche Frauenrat Einfluss auf den Deutschen Werberat, um die Bandbreite von Frauendarstellungen in der Werbung zu reglementieren (Schmerl 1992: 214). Einige Jahre später folgte die Kampagne gegen Pornografie (Schwarzer 1988). Beide

Vorstöße blieben in der Bundesrepublik, im Unterschied zu den USA, ohne nennenswerte Widersprüche aus dem Feminismus.

Am Beispiel des Deutschen Werberats möchte ich illustrieren, wohin der moralisierende Eifer von Saubermännern und -frauen führen kann. Die Aufgabe der selbstdisziplinären Einrichtung der Wirtschaft besteht darin, anstößige oder unzutragliche Darstellungen abzustellen. Diese einflussreiche Institution entfaltet ihre Effizienz, indem sie Verhaltensregulative etabliert. Das gelingt, obwohl sie keine rechtlichen Mittel zur Durchsetzung hat. Das Verfahren beruht auf öffentlichem Druck. Wenn ein Plakat, eine Anzeige, ein Fernsehspot oder ein Prospekt irgendjemand zu einer Beschwerde beim Werberat veranlasst, wird diese geprüft. Hält das Gremium die Kritik für gerechtfertigt, kann es der betroffenen Firma mit einer »öffentlichen Rüge« drohen. Wegen der Angst vor Image-Verlust und damit Umsatz-Einbußen ist dieses Instrument eine wirksame Keule. »Nach Intervention des Deutschen Werberats« wird »die beanstandete Werbemaßnahme in der Regel zurückgenommen« (Nickel 2000: 12).

Zur Verteidigung der Würde der Frau wird schweres Geschütz aufgeföhren. So wird im Falle eines Plakats der Firma Sisley aus dem Jahre 1999, das eine Fotografie von Terry Richardson wiedergibt, die Rüge des Werberats durch folgende Bildbeschreibung gerechtfertigt: Gezeit wird

»eine junge Frau mit einem weißen Lamm in den Armen. Ihre breitbeinige Sitzposition gibt den Blick frei auf ihren offensichtlich menstruationsbedingt blutbefleckten Slip. Das Maul des Lammes war gleichfalls blutig. Nach Ansicht der Beschwerdeföhrer verletze die Abbildung die Würde von Frauen und habe einen Bezug zur Sodomie« (Nickel 2000: 25).

Um die Rüge des Werberats zu überprüfen, bat ich die Firma Sisley um das beanstandete Plakat. Tatsächlich stellte ich fest, dass Blut auf dem Bild gar keine Rolle spielt (Hieber 2000). Das Plakat gibt ein Model wieder, das eine Bluse der Sisley-Kollektion trägt und unterhalb der Bluse mit einer reinweißen Strumpfhose bekleidet ist. Durch die Strumpfhose scheint – weil die Beine nicht eng geschlossen sind – ein weinroter, bis über den Venushügel erkennbarer Slip schwach durch. Dieses Rot bringt – ebenso wie der leuchtend rotgeschminkte Mund und der rote Lidschatten – eine pikante Note ins Bild. Bereits geringe anatomische Kenntnisse sagen, dass menstruationsbedingte Blutflecke nicht die Tendenz haben, an der Vorderseite eines Slips hochzusteigen, und das auch noch in gleichmäßiger Färbung. Das Weinrot ist nichts anderes als die Farbe des Slips. Beim Tier, das die Frau in den Armen hält, handelt es sich um ein – nicht ganz reinrassiges – Merinoschaf (diese Bestimmung hat Martin Ganter, Tierärztliche Hochschule Hannover, vorgenommen). Merino-Schafe haben von Natur aus rot gefärbte Schnauzen. Auch hier kann von Blut keine Rede sein. Der Verdacht auf Sodomie erübrigt sich damit ebenfalls.

Auch andere Fälle lassen erkennen, welch interpretatorische Phantasietätigkeit zum Schutze der Würde der Frau entfaltet werden kann. Bei einem weiteren Plakat, das Terry Richardson für die Marke Sisley fotografiert hatte, fasste der Werberat seine Bildbeschreibung in die Worte, das Plakat »zeigte aus voyeuristischer Perspektive das zum Teil entblößte Gesäß einer Frau; man sieht die Beine, aber ohne Füße – obwohl das Plakat für Schuhe warb«; die Begründung der Rüge betonte, »dass der gewählte Bildausschnitt keinerlei Bezug zum umworbenen Produkt habe und vor allem die Frau zu einem sexuell verfügbaren Objekt degradiere, also das Plakat als diskriminierend einzustufen sei« (Nickel 2001: 21). Doch auch in diesem Fall lässt ein Blick auf das Original-Plakat erkennen, dass diese Beschreibung aus der Luft gegriffen ist (Hieber 2001). Die Beschwerdeführerin, die es in einem Schuhgeschäft in München-Schwabing gesehen hatte, legte ihrem Schreiben, das sie an den Werberat richtete, ein Foto als Beleg bei. Bei ihrer Aufnahme konzentrierte sie sich auf das für sie Wesentliche. »Ein Locken ist in allem Obszönen: ob man es böse nennt, oder ob man aufgeregt jede Reizung der Sinnlichkeit leugnet« (Marcuse 1964: 26). Dies Locken lenkte sie offenbar von den Schuhen ab, die auf dem Plakat selbstverständlich ins Bild gesetzt sind. Ihr Foto beschränkte sich auf das Kokette, auf den Ausschnitt zwischen dem oberen Bildrand und den Waden. Der Werberat nahm das Foto für bare Münze und prangerte die Sisley-Werbung deshalb fälschlich als Schuhwerbung ohne Schuhe an.

Den Bataillonen, die unter dem Banner der »Würde der Frau« die früher erstrittenen Freiheiten rückgängig machten, standen konservative Politiker und Kirchenfunktionäre auf ihre Weise zur Seite. Sie benutzten die Aids-Drohung, um Promiskuität als gesundheitlich riskant zu verteufeln. Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, eine Fachbehörde im Geschäftsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit, schaltete Fernseh- und Anzeigenkampagnen, die Treue als wirksamen Schutzwall gegen HIV-Infektion propagierten (Hieber 1997: 65f.). Auch nach dem Ende der Regierung Kohl hielten sich mehrere dieser konservativen Stränge ungebrochen durch. So weitete die Rot-Grüne Bundesregierung schließlich sogar die Institution der Ehe auf Homosexuelle aus (Gesetz über die Eingetragene Lebenspartnerschaft von 2001), versuchte also auch sie in die familienrechtlichen Normen des Bürgerlichen Gesetzbuches einzugliedern.

Nur wenn man die Anstrengung auf sich nimmt, die Grundfesten dieses ideologischen Bollwerks einer kritischen Überprüfung zu unterziehen, kann es gelingen, sich in die Aufbruchstimmung der damaligen Jugend einzufühlen. Erst dann nämlich kann der Weg zu den eigenen Lüsten, die unter den Zentnerlasten der hegemonialen Moral verschüttet sind, wieder frei geräumt werden. Helfen können dabei schlichte Einsichten. Eine dieser Einsichten formuliert Judith Butler in ihrer Kritik an Catherine MacKinnon, einer US-amerikanischen Wortführerin der Anti-Porno-Kampagne, die auch Leitfigur für die bundesrepublikanischen Sauberfrauen war. MacKinnon

fordert Zensurmaßnahmen. Butler hält ihr vor, sie lasse »die Unterscheidung zwischen Sprechen und Verhalten fallen, um die Macht staatlicher Eingriffe gegenüber eindeutig sexuellen Repräsentationen zu stärken«. In diesem Zusammenhang weist sie darauf hin, dass in vielerlei Hinsicht »gerade diese Ausdehnung der staatlichen Macht eine der größten Bedrohungen für das diskursive Vorgehen der lesbischen und schwulen Politik« darstellt.

»Denn für diese Politik sind eine Reihe von Sprechakten, die man als anstößiges und sogar verletzendes Verhalten bewerten konnte und bewertet hat, von zentraler Bedeutung: die überdeutliche Selbstdarstellung (z.B. in der Photographie von Mapplethorpe); die offene Selbstdefinition (z.B. in der Praxis des Coming out); und die ausdrückliche Sexualerziehung (z.B. in der Aids-Aufklärung)« (Butler 1998: 38).

Eine weitere Einsicht zur hegemonialen Moral betrifft die Ängste, mit denen die Sexualität von den konservativen Moralisten in der Aids-Krise aufgeladen wurde. Diese Moralisten stellten Selbstdisziplin in den Vordergrund. Ehe und Treue sollen gegen Ansteckung schützen. Doch tatsächlich sind die traditionellen bürgerlichen Werte nur ein stumpfes Schwert im Kampf gegen die Krankheit. Die Nachrichten aus europäischen Ländern und aus Ländern anderer Kontinente zeigen, dass sich die HIV-Infektion stetig weiter ausbreitet, weil Menschen eben nicht auf Sex verzichten können und erotische Lockungen kaum durch Willensentscheidungen in Schach gehalten werden können. Dem Schutz vor Ansteckung dient, so lange noch kein medizinischer Sieg errungen ist, nur *safer sex*, also sicherere Sexpraktiken. Letztlich kann allein medizinische Forschung zu einem Sieg über das Virus beitragen. Erst wenn Aids zugunsten aller überwunden ist, ist es auch für jeden einzelnen überwunden.

Anders jedenfalls als die Mitteleuropäer unserer Tage, ließen sich in den späten 60er Jahren viele Jugendliche aus der US-amerikanischen weißen Mittelklasse nicht durch die bürgerlichen Moralapostel einschüchtern. Die Medienberichte über das Human Be-In lösten über Ostern 1967 einen gewaltigen Ansturm auf San Francisco aus. Erstaunlich war, dass die Flut nach den Osterferien nicht abbrach. Voraussagen, die aufgrund des Medienrummels von 100.000 Besuchern ausgegangen waren, bestätigten sich (Perry 1984: 171f.). Weil die Stadtverwaltung San Franciscos gegenüber diesem Ansturm versagte, griffen die Hippies zur Selbsthilfe. Um die Gegend sauber zu halten, veranstalteten sie mehrere *Clean-Ins*. Die von zu Hause weggelaufenen Jugendlichen wurden versorgt. Dabei kam den *Diggers* eine zentrale Funktion zu.

Die *Diggers* waren ein Ableger der *Mime Troupe*. Diese Alternativtheater-Gruppe hatte schon immer einen kritischen Anspruch. Ihr Gründer, R. G. Davis, hatte stets zu politischen Diskussionen ermutigt, etwa über Mao Zedongs Zitatenammlung (Mao 1967). Daher waren politisch motivierte

Auseinandersetzungen innerhalb des Ensembles an der Tagesordnung. Nun aber, unter dem Druck der drängenden sozialen Probleme, kam es zum tiefen Bruch.

»Eine Gruppe, die sich als *Diggers* bezeichnete, trat konkret dafür ein, die gesamte Energie der Mime Troupe auf die Haight-Ashbury-Gemeinschaft als dem Ort des größten revolutionären Potenzials zu konzentrieren. Ihren Namen übernahmen sie von der englischen Sekte religiöser Kommunisten des 17. Jahrhunderts« (Perry 1984: 82).

Die *Diggers* eröffneten eine Art Laden, in dem sich die Leute kostenlos mit Kleidung und Haushaltsgeräten versorgen konnten. Einige der neu angekommenen Jugendlichen rüsteten sich auf diese Weise vollständig aus. Außerdem organisierten die *Diggers* freie Mahlzeiten und Schlafgelegenheiten. Die Poetin Lenore Kandel, die bei den *Diggers* mitarbeitete, schildert in einem Brief an einen Bekannten in New York am 26. September 1967 begeistert die als revolutionär empfundenen Veränderungen:

»Wir machen hier alle möglichen Dinge, arbeiten viel mit den *Diggers* zusammen. Hast du von diesem Experiment gehört? Die Richtung heißt Frei. Es gibt freie Läden, freies Essen, freie Gesundheitsversorgung, die erste Ausgabe einer freien Zeitung kommt in ein paar Tagen heraus.«³

Die Hippie-Kultur war keine Eintagsfliege. Der Lebensweg von Mark Behrens, der in Chicago lebte, kann als exemplarischer Fall für ihren elektrisierenden Effekt und ihre transformierende Kraft gelten. Die Presse und die Behörden seiner Heimatstadt hatten sich mit allen Kräften bemüht, das gegenkulturelle Pflänzchen unnachsichtig auszujäten. Mark Behrens hatte erlebt, wie die Ordnungsbehörden etwa während des Wahlparteitages der Demokraten im August 1968 unverhältnismäßig hart gegen den Protest durchgriffen (Mailer 1969), der vor allem auf die Kriegsführung in Vietnam abzielte, die der demokratische Präsident L. B. Johnson zu verantworten hatte. Im Mai 1969 reiste Behrens nun, als 22-Jähriger, für nur zwei Wochen in die Stadt, von der er so viel gehört hatte. Wie er berichtet, hatte zu dieser Zeit

»der Avalon Ballroom bereits geschlossen, aber Bill Graham betrieb Fillmore West und Winterland in vollem Elan. Hier gab es, obwohl die Szene ihren Höhepunkt bereits etwas überschritten hatte, noch eine kontinuierliche Posterproduktion. Die Bands spielten überall zu jeder Zeit, und die Plakate waren überall. Bizarre Veranstaltungen fanden statt, und die Straßen waren theatralisch«. (Grushkin 1987: 247)

Dieser kurze Aufenthalt in San Francisco reichte, sein Leben umzukrempeln:

»Meine Visite hatte eine enorme Wirkung auf das, was danach kam. Innerhalb von zwei Tagen, nachdem ich wieder in Chicago zurück war, machte ich mit meiner Freundin Schluss, packte meine Sachen, kaufte von meinen Ersparnissen ein Auto und traf Vorbereitungen für die grundlegende Neuorientierung meines Lebens« (ebd.).

Mark Behrens zog in die San Francisco Bay und wurde durch seine Plakate für *Pepperland* (San Rafael) und für *Matrix* (San Francisco) berühmt.

Psychedelic Posters

In San Francisco warben, wie überall in den Großstädten, Rock-Veranstalter mit Plakaten für ihre Konzerte. Sie gestatteten den Künstlern der Hippie-Kultur, die sie beauftragten, mehr Freiheiten als anderswo üblich. Dadurch war das Fundament gelegt, das Plakat als Kunstgattung zu etablieren. Tatsächlich wurden mit der Zeit »die Plakate als anspruchsvolle Kunstform geschätzt« (Tomlinson 2001: 14), und deshalb wurden sie nicht nur für Ankündigungszwecke benutzt, sondern auch gesammelt. Chet Helms berichtet, wie er »aus der Fassung gebracht war, wenn er eine Straße plakatiert hatte und dann einige Minuten später zurückkam, um festzustellen, dass neunzig Prozent der Plakate abgenommen waren«. Aber ihm wurde bald klar, dass auch »ein gestohlenes Plakat, das nach Hause gebracht und an den Kühlschrank geklebt war, das Publikum erreichte, das er erreichen wollte« (Grushkin 1986: 71).

Sammler sichern der psychedelischen Ära, als einem Element der frühen Postmoderne, ein Nachleben. Weil diese Plakate so begehrt waren, erlebten sie oft mehrere Neuauflagen und werden noch heute nachgedruckt. Leider liegt darin auch ein Problem, weil die Nachdrucke im Allgemeinen nicht identisch mit den Erstdrucken sind. Um die Originale von späteren Drucken unterscheiden zu können, ist der »*Catalogue raisonné*« von Eric King (2004) hilfreich – auch wenn er nicht gänzlich fehlerfrei ist (Hieber 2003: 18f.).

Die psychedelischen Plakate reflektierten nicht nur die kulturellen Umbrüche und politischen Probleme, sie formulierten zugleich die politische Kultur der Hippie-Bewegung.

Wes Wilson war der erste Plakatkünstler, der regulär für das *Fillmore Auditorium* und den *Avalon Ballroom* arbeitete. Er hatte im Hauptfach Philosophie am San Francisco State College studiert, bevor er Assistent eines Druckers wurde, der Aufträge aus der örtlichen Jazz, Literatur- und Kunstszene ausführte. Sein erstes Plakat (Abb. 4), das noch ganz traditionell gestaltet ist, setzte die weißen *Stars* der US-Fahne nicht – wie gewohnt – auf ein blaues Rechteck, sondern auf ein blaues Hakenkreuz, das über die roten *Stripes* gelegt ist. Die Frage »Are We Next?« (»sind wir die Nächsten?«) bezieht sich wohl auf die Einsätze der Staatsmacht bei den Rassenunruhen,

denn als Aufforderung ist angefügt »be aware« (»sei aufmerksam«).

Wes Wilson wurde erst später psychedelisch. Selbstverständlich wurde dieser Wandel durch die historische Avantgarde angestoßen. In der Ausstellung »Jugendstil & Expressionism in German Posters«, die 16.11.– 09.12.1965 in der University Art Gallery Berkeley lief, hatte er ein Plakat des Wiener Jugendstilkünstlers Alfred Roller (Chipp et al. 1965: cat. no. 82) gesehen.⁶ Dadurch ließ er sich zu typografischen Experimenten ermutigen. Dieser Lernprozess hatte zwei Voraussetzungen, die in der avantgardisierten Kultur der USA gegeben waren: *Erstens* betrieb die Universität in Berkeley eine eigene Galerie, legte also nicht nur Wert auf wissenschaftliche Forschung und Lehre, sondern auch auf kulturelle Bildung. *Zweitens* zeigte diese Kunstinstitution eine Plakat-Ausstellung, hatte also – dem MoMA New York folgend – die Erweiterung des Kunstbegriffs nach dem Bauhaus-Vorbild nachvollzogen. Beide Bedingungen waren und sind in Deutschland nicht gegeben, und vielleicht ist unsere Kultur deshalb so unlebendig und stagnierend.

Wes Wilson kannte durch seinen Job in der Druckerei sowohl Chet Helms wie auch Bill Graham. Deshalb gestaltete er zunächst die Plakate für den *Avalon Ballroom* und das *Fillmore Auditorium*. Doch bald wurde die Arbeitsbelastung wohl zu groß, und er beschränkte sich auf das *Fillmore Auditorium* (Medeiros 1999: 54).

Ein verbreitetes Schema des konventionellen kalifornischen Veranstaltungsplakats folgte dem »boxing style«, einem Design-Typus, der ursprünglich für Boxkampf-Ankündigungen benutzt wurde. Sein Kennzeichen war, dass die Protagonisten im kleinen Bildchen vorgeführt und die Informationen zu Ort und Zeit des Ereignisses in fett gedruckten Blockbuchstaben gut lesbar hinzugefügt wurden (Abb. 5).

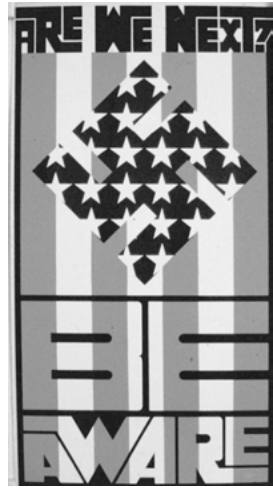


Abbildung 4: Wes Wilson: *Are we next?*. Plakat. 1965



Abbildung 5: Anonym – U.S.A.: *Rock-Out*, *Novato* (California). Plakat. 1965

Überhaupt wurde allgemein das klassische Werbeplakat, wie es zu Beginn des 20. Jahrhunderts seine endgültige Form erhielt, als *visuelles Telegramm* aufgefasst. Seine Mitteilung, die Bild-Text-Kombination sollte auf einen Blick

erfasst werden können. Es strebte strikte Funktionalität an, indem es sich reibungslos in die kapitalistisch-rationale Zeitökonomie einpasste. Das war am Anfang des 20. Jahrhunderts sinnvoll, und diese Strategie wirkte. Doch wenn die Straßen voll von solchen visuellen Telegrammen sind, macht sich die Kehrseite dieses Prinzips bemerkbar. Die Aufmerksamkeit für das einzelne Plakat schwindet. Die Werbung geht im Wald des Immergleichen unter und zieht das Augenmerk nicht mehr auf sich.

Deshalb verkehrte Wes Wilson das Prinzip des klassischen Plakats in sein Gegenteil. Begeistert von Alfred Roller, setzte er seine Typografie in Bewegung. Im September schwebte der Titel »The Sound« (Abb. 6) über einem selbstvergessen tanzenden weiblichen Akt, dem zu beiden Seiten die Ankündigungen der auftretenden Bands sowie Veranstaltungsort und -datum beigegeben sind. Wie Wes Wilson später berichtete, ging die Titelzeile »The Sound« auf Bill Graham zurück, der diese Bezeichnung »auf das einheimische Blues-Folk-Rock-Gebräu bezog, das von den ortsansässigen Bands verbreitet wurde«. Zur Aufnahme des Entwurfs durch den Auftraggeber erinnert sich Wilson:



Abbildung 6: Wes Wilson: *The Sound* (Schwarzweiß-Version). Plakat. 1966

»Ich rief Bill eines Nachts an, nachdem ich das Layout des Posters wirklich gut hingekriegt hatte. Und er kam mit Bonnie herüber. Ich war unsicher, wie die beiden reagieren würden, aber ich wusste, Bill würde eine Bemerkung machen, weil er das immer tat. Er betrachtete das Plakat, betrachtete mich, und sagte, »nun, es ist schön, aber ich kann's nicht lesen«. Und ich sagte, »ja, und deswegen werden die Leute stehen bleiben und es betrachten« (Wilson in Lemke et al. 1997: 30f.).

Das Magazin *Time* titelte im April 1967 einen Artikel ihres Kunst-Teils mit »Nouveau Frisco«. Die Variationen des Jugendstils hätten »in letzter Zeit zunehmend bizarre Formen« angenommen; »der Jugendstil, wie ein Schmetterling mutiert, der mit Gammastrahlen bombardiert wurde, ging eine Mischehe mit den augenbeißenden Farbfeldern der Op Art und dem knal-

ligen Kommerzialisismus der Pop Art ein« (Anonym *Time* 1967a: 66f.) Für die Leserschaft, die mit psychedelischer Typografie nicht vertraut war, wurden die Wörter auf der begleitenden Bildseite entziffert und über der Abbildung wiedergegeben (Abb. 7).

Wenige Monate später berichtete die Illustrierte *Life* über die große Poster-

Welle. Die Kunst des Plakats habe »ihre eigene Avantgarde«, so wird berichtet, »deren Plakate hauptsächlich Rock'n'Roll-Veranstaltungen ankündigten«. Wie Toulouse-Lautrec, der mit seinen großartigen Plakaten der 1890er Jahre für das *Moulin Rouge* in Paris Kunden anlockte, seien auch sie »in Kunst-Museen aufgenommen« worden. Die Typografie von Wes Wilson wird als »36-point illegible« charakterisiert, als 36-Punkt unleserlich (Borzinner 1967). Die psychedelische Typografie weckte Neugier, weil sie erst mühsam entziffert werden musste. Das Prinzip der funktionalen Gestaltung, das sich ehemals das Bauhaus auf die Fahnen geschrieben hatte, lebte nun auf unerwartet neuer Stufe wieder auf. Das Ziel des *postmodernistischen Typs der Funktionalität* war nicht mehr das visuelle Telegramm mit seiner flinken und unproblematischen Lesbarkeit, sie bestand vielmehr darin, in neuer Weise die Aufmerksamkeit zu fesseln.

Bill Graham ließ seinen Künstlern zwar beträchtliche Freiheiten, gleichwohl hatte er ernsthafte Bedenken. Sein Problem bestand darin, Wes Wilson – und allen die ihm nachfolgten – klar zu machen, dass niemand »bei diesen Plakaten die vollständige künstlerische Freiheit haben kann. Denn der Hauptzweck des Plakats besteht darin, Information zu übermitteln, Information über Konzerte bekannt zu machen« (Grushkin 1987: 73). Seine Bedenken bestanden also darin, dass das Publikum die Plakat-Texte nicht lesen könnte und deshalb den Veranstaltungen fernbleiben würde. Er sah die Leute vor den Plakaten stehen und versuchen, die Plakate zu lesen, er sah wie dabei »ihre Körper tatsächlich den Wörter-Krümmungen zu folgen versuchten« (ebd.).

Wie weit die Künstler gingen, zeigt Wes Wilsons Plakat (Abb. 8) für das *Fillmore Auditorium* im Juli 1966. Im Komplementärkontrast von roter Schrift auf grünem Grund werden die auftretenden Bands angekündigt. Die wellige Zeile »Along Comes Mary«, die unter *The Association* eingefügt ist, hebt den aktuellen Hit dieser Band hervor. Die psychedelische Schrift ist gezeichnet, kann also nicht dem Setzkasten des Buchdruckers entnommen werden.

Die Künstler verstanden sich nicht nur als



Abbildung 7: *Time*, April 7, 1967 – Ausschnitt aus P. 67. (Time bildete die blauviolette Version des Plakats ab)

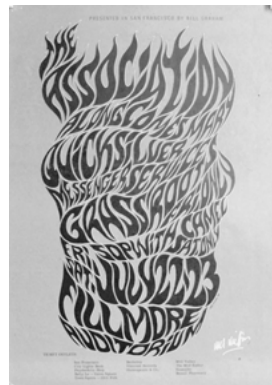


Abbildung 8: Wes Wilson: *Association*, *Quicksilver* *Messenger Service* (BG-18). Plakat. 1966

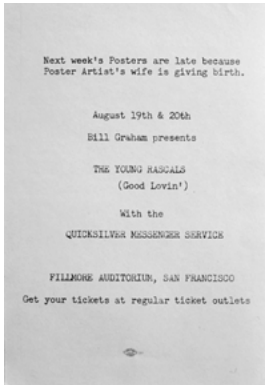


Abbildung 9: Anonym: *Interim handbill* »Next week's posters are late because Poster Artist's wife is giving birth./ August 19th & 20th/Bill Graham presents/The Young Rascals/(Good Lovin')/With the/Quicksilver Messenger Service/Fillmore Auditorium, San Francisco/Get your tickets at regular ticket outlets«. 1966



Abbildung 10: Wes Wilson: *Young Rascals, Quicksilver Messenger Service (BG-24)*. Plakat. 1966

kreative Werbefachleute, die vorgegebene Aufträge zu erfüllen hatten. Ein Entwurf konnte sich aus persönlichen Gründen schon einmal verzögern. Das Poster für die Veranstaltung am 19. und 20. August 1966 ließ auf sich warten, weil Wes Wilson gerade andere Sorgen hatte. Deshalb ließ Bill Graham einen Handzettel (Abb. 9) verteilen, der mitteilte, »die Plakate der nächsten Woche verspäten sich, weil die Frau des Plakatkünstlers ein Kind bekommt«; angekündigt werden die *Young Rascals* und die *Quicksilver Messenger Service*. Das Plakat, das dann schließlich doch noch vor der Veranstaltung herauskam, zeigte die Köpfe einer der Bands, umfasst von diesmal mäßig bewegter Typografie (Abb. 10). Das grundsätzlich Neuartige der psychedelischen Innovation, der postmodernistische Bruch springt selbst noch bei diesem zahmen Design ins Auge, wenn man es mit der Ankündigung eines Auftrittes derselben *Young Rascals* vergleicht, die nur zehn Tage vorher im *City Auditorium* von Colorado Springs (Abb. 11) aufgetreten waren. Dort, etwa tausend Meilen östlich von San Francisco, lebte das konventionelle Schema ungebrochen fort. Hier zeigte das Plakat ein Bild der Band, das ganz traditionell von klassischer Buchdruck-Typografie gerahmt wird.

Sexual Revolution

Im psychedelischen Poster ist mit dem Thema der *sexual revolution* ein breites Spektrum an Sujets verbunden. Die sexuelle Befreiung rüttelte an vielen konventionellen Mustern der Beziehungen zwischen den Geschlechtern. Dazu zählten Dinge wie die Kleidungsgepflogenheiten der weißen Mittelklasse. Daneben wurden die Grenzen des in der Öffentlichkeit Darstellbaren immer wieder getestet. Aus dieser Bandbreite möchte ich einige Aspekte ansprechen.

(a) Ageism

Die Ankündigung »Love Dancers« zu Wochenend-Auftritten von *The Love*, *The Sons of Adam* und *The Charlatans* im *Avalon Ballroom* gibt einen Druck des 19. Jahrhunderts wieder (Abb. 12), der wohl von Chet Helms ausgewählt wurde.⁷ Ein wild dreinblickender älterer Mann tanzt leidenschaftlich mit einem Mädchen, beide sind nur mit Hemden bekleidet. Wie die Szene auf Betrachter des Jahres 1966 wirken konnte, deutet Eric King an, der als Doktorand durch die landesweite Popularität des *free speech movements* an die Universität Berkeley gelockt und bald in die Hippie-Kultur des nur wenige Meilen entfernten San Francisco gesogen worden war. Das Bild, sagt er, »schreit dem Betrachter entgegen: seltsame Dinge werden bei dem auf dem Plakat angekündigten Ereignis vor sich gehen. Und genau das war es, was Chet Helms beabsichtigte, und das war eines der zentralen Elemente des psychedelischen Posters, der Reiz des Seltsamen« (King 2004: 22).

Das Bild eines älteren Mannes, der frenetisch mit einem jungen Mädchen tanzt, greift die Wertorientierung der bürgerlichen Mittelklasse an. Die bürgerliche Ideologie zwingt die Individuen in Rollenklischees. Die bürgerlichen *Geschlechtsrollenstereotype* schreiben dem Mann jene Wesensmerkmale zu, die genau den im Beruf verlangten Fähigkeiten entsprachen, nämlich Rationalität und Aktivität. Dem Wesen der Frau hingegen wurde in dieser Auffassung Emotionalität zugeschrieben, die für ihre Tätigkeit als Erzieherin der Kinder wünschenswert ist, und Passivität, als Gegenbild zur männlichen Aktivität. Einen ebenso fest gefügten Bestandteil wie die Geschlechtsrollenklischees bilden die in der bürgerlichen Wertorientierung fest verorteten *Altersrollenstereotype*. So zeichnet Friedrich Schiller im »*Lied von der Glocke*« (aus dem Jahre 1800) die Lebenswege von Mann und Frau: der Knabe »stürmt in's Leben wild hinaus«, die Jungfrau sieht er »mit züchtigen, verschämten Wangen« vor sich stehn; später wird die Heirat



Abbildung 11: Anonym: *Summer Swing-Ding presents The Young Rascals good lovin'*, Mono Atlantic 8123 City Auditorium [Colorado Springs, CO] Wed August 10. Plakat. 1966



Abbildung 12: Wes Wilson, Chet Helms: *Love Dancers* (FD-4). Plakat. 1966

zum Ereignis, »wo das Strenge mit dem Zarten, wo Starkes sich und Mildes paarten«; danach gilt, »der Mann muss hinaus in's feindliche Leben, muss wirken und streben«, während drinnen »die züchtige Hausfrau« waltet, »die Mutter der Kinder«, sie »herrscht weise im häuslichen Kreise« (Schiller 1983). Bürgerlich sozialisierte Knaben und Mädchen sollen sich in den Fähigkeiten üben, die ihnen als Erwachsenen zugeordnet sind. Die Männer haben Stärke und Aktivität, die Frauen Zartheit und Züchtigkeit zu verkörpern. Der Altersunterschied bei Liebespaaren soll nicht wesentlich sein.

Emanzipatorische Bewegungen arbeiten daran, solche Ketten zu zerbrechen. Sie bezeichnen die Grundeinstellung, die eine Person aufgrund ihres biologischen Geschlechts in ein Geschlechtsrollenklichs zwängt und dadurch ihre Entfaltungsmöglichkeiten beschneidet, als *Sexismus*. Entsprechend hat sich im US-amerikanischen Diskurs für die Benachteiligung einer Person aufgrund von Altersrollenklichs das Wort *Ageism* eingebürgert, das noch kein deutsches Pendant hat. Und genau diesem *Ageism* bietet das Plakat von Helms und Wilson die Stirn. Offensiv kritisiert das Bild des älteren Mannes, der mit einem lachenden Mädchen tanzt, die traditionelle Wertorientierung, gemäß der sich gleichaltrige, sexuell unberührte Jünglinge und Jungfrauen gegenseitig – gewissermaßen aus lauterer Naivität und Unerfahrenheit heraus – zu erotischer Erfüllung führen sollen.

(b) Akte

Zu den vielen Schauplätzen, die das Schlachtfeld der sexuellen Revolution umfasst, zählt selbstverständlich auch das Gebiet der Aktdarstellung. Die Grenzen des Darstellbaren waren seit jeher durch die Maßregelungen der puritanischen Moral bestimmt gewesen. Weil die Counter Culture, trotz ihrer Rhetorik, männlich dominiert war, überwogen weibliche Aktdarstellungen. Auch Bonnie MacLean, die Bill Graham im Mai 1967 als Nachfolgerin von Wes Wilson wählte, zeichnete zwar eine interessante Bandbreite von Männerbildern, ließ sie jedoch stets bekleidet.



Abbildung 13: Alton Kelley, Stanley Mouse: *Snake Lady* (FD-17). Plakat. 1966

Kelley und Mouse knüpften in ihrer »Snake Lady« (Abb. 13) vom Juli 1966 am Typus der *Femme fatale* an, wie sie der Jugendstil liebte. Sie benutzten Franz von Stucks Gemälde »Die Sünde«, einen weiblichen Halbakt mit samtig weichem Inkarnat, den eine Schlange umfängt, wobei beide, die Verführerin wie die Schlange Blickkontakt zum Betrachter halten. »Die Sünde« war in den frühen 1890er Jahren ein Schlager gewesen, Stuck hatte sie siebenmal wiederholt, und dann zwanzig Jahre später nochmals drei-

mal gemalt (Voss 1973: 253); ein Exemplar dieser Serie aus dem Jahre 1893 befindet sich heute in der Neuen Pinakothek in München.

Victor Moscoso, der gleichfalls Akkorde im Konzert der sexuellen Revolution setzte, hatte bei Josef Albers an der Yale University studiert (Peterson 2002: 315). Josef Albers hatte von 1925 bis 1933 am Bauhaus gelehrt, war dann in die USA emigriert und hatte dort zunächst am Black Mountain College (North Carolina) und später an der Yale University (Connecticut) gelehrt. Er war davon ausgegangen, dass »die Kunstgeschichte als eine im Sumpf der europäischen akademischen Tradition feststeckende Disziplin« zu verwerfen sei; seiner »vom Bauhaus geprägten Kritik der »Hochkultur« entsprach es, sich nicht nur dem Leinwandgemälde sondern auch dem Design zu widmen (Bernstein 1997: 257ff.).

Moscoso spielte für das Plakat mit dem Spitznamen »Mist Dance« (Abb. 14) direkt auf die sexuelle Revolution an, indem er die Silhouette eines nackten tanzenden Paares darstellte. Die *Youngbloods* sind am oberen Rand angekündigt, die weiteren Bands *The Other Half* und *Mad River* sind ebenso wie Veranstaltungsdaten und -ort in die Körper einbeschrieben.



Abbildung 14: Victor Moscoso: *Mist Dance* (FD-81). Plakat. 1967

(c) Männer mit Schmuck und Schminke

Einen anderen Aspekt der Emanzipation aus den Konventionen des bürgerlichen Mainstreams beleuchten die Indianer-Motive, die für Veranstaltungsankündigungen verwandt wurden. Wes Wilson benutzte die Fotografie eines Pfeife rauchenden Indianers für das medaillonartige Logo des *Avalon Ballrooms*, mit dessen Gestaltung er von Chet Helms beauftragt worden war. Wilson schuf ein elliptisches Warenzeichen; der Indianer wird von den Worten »The Family Dog Presents« gerahmt, auf dem kleinen Textfeld steht »May the Baby Jesus Shut Your Mouth and Open Your Mind«. Den Spruch hatte Chet Helms von einem Toiletten-Graffiti übernommen. Die Vorlage für den Indianer bildete eine Fotografie aus einem Bildband über die Ureinwohner Amerikas (Josephy 1961: 279), die einen indianischen Pelzhändler vom Thompson River darstellte. Victor Moscoso stellte den Pelzhändler in einem späteren Plakat für den *Avalon Ballroom*, dem »Top Hat« (Abb. 15), ins Zentrum. Dafür wählte er mit den kräftigen Farben Blau, Rot und Weiß einen Verweis auf die US-amerikanische Flagge. Statt der Pfeife steckte er ihm allerdings einen Joint in den Mund. Die wirbelnden Farbkreise über den Augen wiederholte er im Hintergrund, um den Betrachter durch das



Abbildung 15: Victor Moscoso:
Top Hat (FD-38). Plakat.
1966

Strudelmuster zu verwirren. »Wie die Künstler der Op Art, die zur selben Zeit arbeiteten, strebte Moscoso nach optischen Effekten und Illusionen, die seine Bildformen vibrieren, pulsieren und flimmern ließen« (Peterson 2002: 315f.).

Ein anderes Beispiel ist das »Indian«-Poster (Abb. 16) von Stanley Mouse und Alton Kelley. Beide arbeiteten als Kollektiv. Sie verwendeten die Fotografie eines Schwarzfußindianer-Medizinmannes, bei dem vor allem die kunstvolle Frisur ins Auge sticht. Sie ist demselben Bildband (Josephy 1961: 332) entnommen wie der indianische Pelzhändler des Family Dog Logos.



Abbildung 16: Alton Kelley,
Stanley Mouse: Indian (FD-
25). Plakat. 1966

Die *Vorliebe für Indianer*, die für die Phantasie vieler Kinder eine eminente Rolle gespielt hatte, kehrte nun in die Kultur der jungen Erwachsenen zurück. Doch es ging nicht um eine sachliche Darstellung historischer und ethnologischer Tatsachen. Die Geschichte der Ureinwohner Amerikas ging auf die Weise in die psychedelische Bilderwelt ein, wie sie durch die trivialkulturellen Mythen vermittelt war, die den Federn von Romanautoren wie James Fenimore Cooper entstammen. Für den Literaturwissenschaftler Leslie A. Fiedler von der New York State University in Buffalo, der 1968 an der süddeutschen Universität Freiburg ein Plädoyer für postmoderne Literatur hielt, »wachen die Indianer darüber, dass der Abstand, den die hochmütigen Ideen von der Kunst zwischen die erfüllten Träume des Zwölfjährigen und die Befriedigungen eines Vierzigjährigen geschoben haben, nicht zu groß wird« (Fiedler 1968: 14).

Die Künstler stellen sich erkennbar *auf die Seite der Indianer*. Insofern verurteilen sie selbstverständlich den *Völkermord*, der am Anfang der USA stand. Im Vietnam-Krieg, in dem die Supermacht mit Napalm und Bombern ein kleines Land verwüstete, sahen sie wohl dessen Abbild. Außerdem schien die indianische *Stammeskultur* auch ein Alternativmodell zum beengenden Lebensstil der bürgerlichen Kleinfamilie zu bieten, deren Kinder die Hippies waren. Zugleich sahen sie in der indianischen Kultur *Männer, die sich schmückten*. Die Männer der weißen Mittelklasse kleideten sich in den Nachkriegsjahrzehnten üblicherweise in graue Anzüge und trugen Frisuren mit Kurz-

haarschnitt. Die Indianer dagegen trugen bunte und verzierte Kleidung, Langhaarfrisuren und Schmuck.

(d) Transzendenzerfahrungen

Lenore Kandel war 1960 nach San Francisco gekommen. Nach sporadischen früheren Publikationen erschien 1966 das nur sechs Seiten starke Gedichtbändchen »*The Love Book*« (Kandel 1966). Die Berühmtheit der Dichterin wuchs, weil dieses Werk – in dem bis heute letzten Prozess wegen des Vorwurfs der Obszönität gegen einen Gedichtband – vor dem höchsten kalifornischen Gericht verhandelt wurde. Das subversive »Hohelied auf die Erotik musste denen ein Dorn im Auge sein, die auf der puritanischen Moral beharrten« (Hartge 2005: 170). Erst 1973 erfolgte die Aufhebung der Zensur. 1968 erschien dann ihr Gedichtband »*Word Alchemy*« bei der Groove Press (Kandel 1968).⁸ Lenore Kandel ist seither neben Allen Ginsberg, dessen Popularität ebenfalls durch einen Zensur-Prozess gefördert worden war, in die Gruppe der Wortführer der Counter Culture eingereicht.

Für Kandel war der Liebesakt eine Form des religiösen Handelns, »das Sexuelle« im weiteren Sinne repräsentiert für sie »einerseits den Ausdruck von Ekstase, andererseits eine Form der Verehrung und Anbetung des Anderen« (Rausser 2003: 164). In den Versen von »*The Love Book*«:

»es gibt keine Arten der Liebe außer/schönen/
ich liebe dich auf jede von ihnen
ich liebe dich/dein Schwanz in meiner Hand
rührt sich wie ein Vogel
zwischen meinen Fingern [...]
ich liebe dich
ich bete dich an
meine Fingerspitzen ... meine Handflächen ...
dein Schwanz richtet sich auf und pocht in meinen Händen
eine Offenbarung/wie Aphrodite sie kannte [...]«
(Kandel 2005: 9).

Im – bereits früher publizierten – »*Poem for Perverts*«, das in den Band »*Word Alchemy*« aufgenommen wurde, behandelt die Dichterin die vielfältigen Formen körperlichen Schmerzes als Moment des Eros:

»ich kaufe dir Handfesseln und Lederriemen
und binde dich zitternd an die Stühle«,

oder auch:

»Liebe, flüsterte er, ist meine Peitsche,
 und ätzte sein Feuer auf ihren schmalen Rücken
 Das Blut lief herab wie Rosen!
 bis sie, die vor Freude weinte, auch vor Schmerz weinte«
 (Kandel 2005: 153ff.).

Die Beats beharren auf einer Wiederentdeckung der eigenen Körperlichkeit und der Rekonstruktion darin inbegriffener Visionen, die keinesfalls durch die Konventionen bürgerlicher Normalität eingeschränkt werden dürfen. Die Tragweite ihres Vorhabens lässt sich beleuchten, indem es zur sozio- und psychogenetischen Untersuchung Norbert Elias' zum Zivilisationsprozess in Beziehung gesetzt wird. Diese Theorie nämlich widmet sich den Modellierungen des menschlichen Triebapparats, die durch gesellschaftliche Ordnung und Institutionen erzwungen werden.

»Das Affektgefüge des Menschen ist ein Ganzes. Wir mögen die einzelnen Triebäußerungen nach ihren verschiedenen Richtungen und ihren verschiedenen Funktionen mit verschiedenen Namen benennen, wir mögen von Hunger und dem Bedürfnis zu spucken, von Geschlechtstrieb und von Angriffstrieben sprechen, im Leben sind diese verschiedenen Triebäußerungen so wenig voneinander trennbar, wie das Herz vom Magen oder das Blut im Gehirn vom Blut im Genitalapparat. Sie ergänzen und ersetzen sich z.T., sie transformieren sich in bestimmten Grenzen und gleichen sich aus; die Störung hier macht sich dort bemerkbar« (Elias 1997: I 356).

Der Prozess der Zivilisation, dessen gegenwärtiger Entwicklungsstand in der bürgerlichen Staatsgesellschaft ausgeprägt ist, hat zu weit reichender Befriedung geführt. Selbstdisziplin, der durch Sozialisation installierte Zwang zum Selbstzwang, schränkt jedoch nicht nur die Gewaltausübung ein: »das Leben wird in gewissem Sinne gefahrloser, aber auch affekt- oder lustloser« (Elias 1997: II 341). Man muss indes nicht einmal auf die gewalttätige Steigerung der staatlichen – vor allem militärischen – Gewaltpotenziale blicken, der Kehrseite der Ausblendung der Gewalt aus der lebensweltlichen Erfahrung (Hieber 1990), um den wachsenden gesellschaftlichen Zwang zum Selbstzwang nicht bedenkenlos zu akzeptieren. Bereits die unmittelbar sinnliche Erfahrung, dass die Dekonstruktion puritanischer Moralvorschriften für die Erfahrung von Transzendenz in der Ekstase unvermeidlich ist, fordert zum Aufbegehren gegen die heteronome Prägung des Affektgefüges heraus. Lenore Kandel hat den Weg der Erkundung der eigenen Affekte beschritten. Als Ziel scheint die Utopie auf, restriktive Sexual- und Körperpolitik abzubauen, um dadurch zu neuen sozialen Kompetenzen zu gelangen.

(e) Geschlechtsspezifische Feminisierungen

Einen wesentlichen Aspekt der Auseinandersetzung mit der hegemonialen Kultur bildeten schon immer die Normen der Kleidung. »Das Hauptwesen des äußeren Anstandes« in der bürgerlichen Gesellschaft »besteht in der möglichst restlosen Ausschaltung alles Geschlechtlichen im öffentlichen Gebaren« (Fuchs 1912: 116). Dadurch macht sich unvermeidlich ein gewisses Diktat von Uniformität bemerkbar. »Man trägt« allerdings »eine Uniform nur dann freiwillig, wenn man auch geistig von den Ideengängen überwunden ist, die in ihr verkörpert sind [...] Deshalb opponiert man gerade durch die Kleidung sehr oft« (Fuchs 1912: 170).

Die Kleidungsstile der Hippies, die sich als *Dude* (Dandy) und *Lady* verstanden, bildeten ein essentielles Moment ihrer Kultur der Opposition. Selbstverständlich wurden diese ästhetischen Präferenzen von den psychedelischen Postern aufgegriffen. So tragen die Dudes, die Bonnie MacLean schilderte, gemusterte, reich bestickte Jacken und Schmuck (Abb. 17), gefallen in individuell ausdrucksvollem und theatralischem Outfit.



Abbildung 17: Bonnie MacLean: *Prince* (BG-65).
Plakat. 1967

Alton Kelley und Stanley Mouse, die sich beide als beispielhafte Dudes gaben, schufen das Poster zum Edwardian Ball am Sonntag, dem 6. November 1966. Das Dance Concert wurde von der Association des San Francisco State College veranstaltet, für das Ereignis geworben wird mit dem Bild eines vorbildhaften Dandys (Abb. 18). Bill Graham gestattete die Nutzung des *Fillmore Auditoriums* hin und wieder unabhängigen Veranstaltern. Der *Edwardian Style* leitet sich von Edward her, dem ältesten Sohn von König Victoria und ihrem Prinzgemahl Albert. Edward hatte sich einen Namen als frankophiler Elegant gemacht; er bestieg als Edward VII. im Jahre 1901 den Thron, 1910 starb er. Der Dandy des Plakats stützt sich gezierter Haltung auf seinen Stock, trägt den typischen Zylinder, unter dem langen Mantel eine Weste mit Kette und Spitzenjabot, über den Schuhen sind Gamaschen sichtbar. Die Konventionen der bürgerlichen Geschlechtsrollenklichs schreiben Emotionalität den Frauen und Rationalität den Männern zu. Demnach dürfen sich Frauen von Gefühlen ergreifen lassen, und dies kokett mit geneigtem Kopf und S-förmiger Figur ausdrücken (Meyer-Büser 1994: 140). Männer dagegen sollen sich beherrschen, deshalb hat ihre Körperhaltung gerade zu sein. Der Dude jedoch verwarf diese Diszipliniertheit, er orientierte sich lieber am sensiblen und charmanten Dandy. In diesem Sinne

favorisierte die Counter Culture der Hippies eine »allgemeine Feminisierung« (Kelley et al. 1999: 103).



Abbildung 18: Alton Kelley, Stanley Mouse: *Edwardian Ball*. Plakat. 1966



Abbildung 19: *Maidenform Bra*. *Life*, November 2, 1960

die jener der Dudes angemessen zur Seite steht.⁹

Moscocos Poster für den Auftritt von *Big Brother and the Holding Company* zeigt die Bandmitglieder (Abb. 21). Janis Joplin, die Sängerin, trägt ein Spitzen-Oberteil zum *Minirock*. Mary Quant, Londoner Modeschöpferin, hatte »schon 1959 – der Zeit voraus – Minikleider entworfen« (Lo-

Wer in den 50er Jahren seine Mutter umarmte, fühlte ein gepanzertes Wesen. Der herrschende Puritanismus sorgte dafür, dass weiche weibliche Formen in die geometrischen Formen von Korsagen (Abb. 19). gepresst wurde, um Verführungen durch haptische Phantasien keinen Nährboden zu bieten. Die Ladies dagegen verschmähten Korsagen. Wie Pamela des Barres, ein berühmt gewordenes Groupie, sich erinnert, ging ihnen es darum aufzufallen, »und ganz besonders ging es darum, seine Titten zu zeigen, weil wir das bis dahin nicht durften«. Sie erzählt wie begeistert sie in Second-Hand-Läden Kleidung aus den Dreißigern suchten, und begannen, sich »so anzuziehen, weil die Sachen so schön und bunt und hauchdünn waren [...] Das alles stellte für mich Freiheit dar. Und auch, diese Ideale der fünfziger Jahre in Fetzen zu reißen«. Diese Ladies waren nicht damit zufrieden, sich auf die Rolle der »züchtigen Hausfrau« vorzubereiten. Von der Ablehnung der BHs durch die nachfolgende Frauenbewegung grenzt sie sich kategorisch ab: »diese BH-Verbrennungen waren die bürgerliche Version dessen, was wir machten« (Kelley et al. 1999: 106f.). Das Poster

»Josephine Earp« (Abb. 20) von Kelley und Mouse feiert diese radikale Selbstbefreiung der Ladies,



Abbildung 20: Alton Kelley: *Josephine Earp (FD-85)*. Plakat. 1967

schek 1988: 92). Sie war »ihrer Zeit voraus«, weil erst die *sexual revolution* kommen musste, um aus ihrer Idee ein populäres Kleidungsstück zu machen. Diese Mode, »bei der der Rock höchstens die Oberschenkel bedeckte oder noch kürzer war«, hatte ihren »Höhepunkt 1967–69« (Loschek 1988: 357). Die Saumhöhe war ein ständiger Streitpunkt in den Familien. Töchter, die gegen konservative Werte der Älteren aufbegehrten, hatten sich mit Vorstellungen darüber auseinanderzusetzen, wie eine junge Frau sein sollte. Der Leuchtturm, auf den sich die Sozialisation von Mädchen und jungen Frauen hin orientierte, war eine Heirat. Die bürgerliche Ehe setzt eine Gattin mit konkreten Eigenschaften voraus. Sie soll einen Haushalt führen können, und sie soll selbstredend ihrem Gatten treu sein. Gewissermaßen zum Einüben der Treue, auf der die idealtypische monogame Ehe beruht, wurde von früh an Wert auf Sittsamkeit und Züchtigkeit der Mädchen gelegt. Das Gegenteil davon sahen viele Eltern im Minirock verkörpert, der die Aufmerksamkeit auf Schenkel und Unterleib lenkte. Sie befürchteten, eine Tochter, die in dieser Weise unverhohlen auf erotische Attraktivität anspielt, könnte als zu »flittchenhaft« gelten – und damit für Ehe und bürgerliches Leben verloren sein. Ein anderer Streitpunkt in den damaligen Familien waren die *Langhaarfrisuren der Jungs*, wie sie die männlichen Bandmitglieder des Moscoso-Plakats tragen. Auch sie lösten bei vielen Eltern enorme Ängste aus. Sie befürchteten, dass aus den Jungs, die in dieser Weise feminisiert auftraten, keine »richtigen« Männer würden. Insofern reichten die großen gesellschaftlichen Konfliktlinien für all die weiblichen und männlichen Jugendlichen, die sich an den Lebensstilentwürfen der Counter Culture – und der damit legierten Ästhetik – orientierten, bis hinein in den Raum der familiären Alltagswelt.



Abbildung 21: Victor Moscoso: *Big Brother and the Holding Company (NR-3)*. Plakat.

1967

Gegenkultureller Aktionsradius

Das Zurückweisen der überkommenen Geschlechterstereotype war in ein breites gegenkulturelles Spektrum des Protests und der Selbstorganisation eingebunden. Selbstverständlich wurden Plakate für die verschiedensten Ziele der Counter Culture, ebenso wie Aufrufe für Demonstrationen, psychedelisch gestaltet. Das Plakat zur »Week of the Angry Arts West«, der *spring mobilization to end the war in Vietnam* (Abb. 22), kündigt als Auftaktveranstaltung einer Aktionswoche gegen den Vietnam-Krieg, die 1967 in San Francisco stattfand, ein Fundraisingkonzert an. Es führt die Bands auf,

die am Sonntag, dem 9. April – selbstverständlich wie auch sonst bei derartigen Anlässen ohne Gage – auftraten; *Grateful Dead* ist als Aufkleber oben rechts hinzugefügt. Der Höhepunkt der Mobilisierung war bewusst auf den 15. April gelegt, auf jenen Tag, der in den USA besondere Aufmerksamkeit genießt, weil mit ihm die Frist für die Bezahlung der Einkommensteuer endet – in diesem Jahr wurde eine spezielle Zusatzsteuer für die Vietnam-Ausgaben erhoben (Perry 1984: 178). An diesem Tag also fand die abschließende Demonstration statt. Bei dieser Gelegenheit taten sich Gräben zwischen den Anhängern traditioneller Politikformen und der neuen Counter Culture auf. Jerry Rubin beschreibt die Konfliktlinien:



Abbildung 22: J. Ryes: *Week of the Angry Arts West*. Plakat.

1967

»Am 15. April brach in San Francisco der Generationenkonflikt innerhalb der Friedensbewegung aus. Auf der Rednertribüne standen leblose Professoren, Geistliche, Reformdemokraten, Gewerkschaftsführer und hielten eine langweilige Rede nach der anderen. Unten auf der Straße standen Freeks, Langhaarige, Beatniks, Studenten, Kinder, die Ungewaschenen. Warum standen wir da und hörten denen zu? Country Joe and the Fish mussten mitten im zweiten Song abbrechen, damit Zeit für noch mehr Reden gewonnen wurde. Wir hatten die Nase voll« (Rubin 1971: 66).

Gegen die alte Linke, die politisches Engagement ausschließlich auf die politische Sphäre begrenzt sehen wollte, hatte die Counter Culture begonnen, die Künste in die politische Auseinandersetzung einzubeziehen. Insofern scheint sie fortzuführen, was Walter Benjamin, der Theoretiker des Avantgardismus, als »Politisierung der Kunst« gefordert hatte (Benjamin 1980: 508).



Abbildung 23: Alton Kelley, Stanley Mouse: *Port Chicago Vigil Benefit*. Plakat. 1967

Überhaupt spielte die Kritik an der Vietnam-Politik der US-Regierung eine große Rolle. Viele Benefiz-Veranstaltungen wurden durchgeführt, um den Protest gegen diesen unsinnigen Krieg zu fördern. Eine davon half der Mahnwache am Port Chicago (Abb. 23), einem Hafen in der östlichen San Francisco Bay, der als Lager und zum Verschiffen von Kriegsgüter diente.¹⁰

Zum Spektrum des gegenkulturellen Aktivismus zählte auch der Klassenkonflikt. Die Gewerk-

schaftsvertreter waren zunächst der psychedelischen Gestaltung abgeneigt. Und deshalb musste sich Wes Wilson im Juli 1966 beim Plakat für eine Benefiz-Veranstaltung, für die Bill Graham wieder einmal das *Fillmore Auditorium* zur Verfügung stellte, noch ganz im Rahmen des klassischen Design halten (Abb. 24). Der Erlös kam dem Streik der kalifornischen Weintraubenleser in Delano zugute, dem Zentrum der kalifornischen Weinunternehmen. Das Logo ihrer Gewerkschaft *NFWA*, der *National Farm Workers of America*, prangt groß zwischen den Show-Ankündigungen des *El Teatro Campesino* (einer Theater-Gruppe von Mexikanischen Landarbeitern in Californien) und der Rock'n'Roll-Bands.¹¹



Abbildung 24: Wes Wilson: *NFWA*. Plakat. 1966

Drei Jahre später jedoch hatten sich die Arbeiter-Funktionäre schließlich ans Psychedelische gewöhnt und akzeptierten das Plakat von Lee Conklin (Abb. 25). Conklin löste den Adler des *NFWA*-Logos in eine Vielzahl kleiner Köpfe auf und benutzte die geschleuderte Typografie, die er für Bill Grahams Rock-Plakate entwickelt hatte.



Abbildung 25: Lee Conklin: *Grape Strike Benefit*. Plakat. 1969

Im Herbst hatten die Rassenunruhen, die über Jahre hin in vielen Zentren der USA aufflammten, auch San Francisco ergriffen. Der Fillmore District und Haight-Ashbury wurden mit Ausgangssperren belegt, was selbstredend von der Counter Culture nicht unwidersprochen hingenommen wurde (Perry 1984: 93).



Abbildung 26: Hank Lelo: *Benefit for the Council for Civic Unity*. Plakat. 1967

Im Februar unterstützten Bill Graham und Rock-Bands, zu denen auch *Grateful Dead* gehörten, mit den »notes from the underground« das »Council for the Civic Unity« (Abb. 26).

Wie nicht anders zu erwarten, griffen die psychedelischen Poster auch das Drogenthema auf. Dabei ging es vor allem um den Skandal, dass



Abbildung 27: Rick Griffin:
Pot (FD-58). Plakat. 1967

der Gebrauch des – allgemein als harmlos geltenden – Marihuana nach wie vor unter Strafe stand (und steht). Rick Griffins »Pot« (Abb. 27) bietet dazu eine Art visuelles Wortspiel. Der aus dem Family Dog Logo bekannte Indianer sitzt in einem mit Flügeln versehenen »pot«, dem englischen Wort für Topf oder Pott. »Pot« ist aber auch der US-amerikanische Slangausdruck für das, was der deutsche Slangausdruck als Gras, d.h. als Marihuana, bezeichnet. Der »Pot« hat Flügel, weil er high macht.

Die gegenkulturelle Rebellion zeigt einen breit gefächerten Komplex politischer Bestrebungen. Ihre vielfältigen politischen Aktivitäten betrafen sowohl Themen, die konventionell zur *politischen Sphäre*, als auch Themen, die zur *privaten Sphäre* (vor der der bürgerliche Politikbegriff halt macht) zählten. Die gegenkulturelle Bewegung war sich darüber klar, dass eine gesellschaftliche Erneuerung nicht zu erreichen wäre, wenn die Politiker nur ihre Ziele ändern und sonst alles beim Alten bliebe. »Ich habe nie den Radikalen verstanden, der sich mit Schlips und Kragen auf dem Bildschirm präsentiert. Man dreht den Ton ab, und er sieht aus wie der Bürgermeister!« (Rubin 1971: 108).

Die US-amerikanische Counter Culture ist allgemein *pragmatisch* gestimmt. Deshalb gelang es ihr auf der Grundlage der kulturellen Transfusion der 30er Jahre aus Europa, den Kunstbegriff ebenso wie den Politikbegriff ohne ideologische Scheuklappen zu erweitern. So floss die gesamte Bandbreite des Protests, das Drogenthema ebenso wie sexuelle Revolution und Vietnamkrieg und gewerkschaftlich organisierte Streiks, in das verschlungene Gewebe der postmodernistischen Kunst ein. Weil emanzipatorische politische Aktivitäten und postmodernistische Kunst im dialektischen Entwicklungsprozess der Counter Culture verflochten sind, artikulieren auch die Künste die Ziele der Bewegung mit.

Sofern die mitteleuropäische Kultur dagegen in den konventionellen Bahnen erstarrt bleibt, wird der Blick über den Gartenzaun getrübt sein und der Postmodernismus fremdartig bleiben. Sowohl die politischen Kulturen wie auch die künstlerischen Praktiken diesseits und jenseits des Atlantiks streben auseinander.

Vor allem in der Bundesrepublik haben die etablierten Schranken und Berührungsgängste dafür gesorgt, dass künstlerisches Handeln wesentlich in der Kunstwelt verortet bleibt. So hält der bundesrepublikanische Happening-Künstler Wolf Vostell in einem späteren Interview resigniert fest, 1968 seien »die Künstler enttäuscht« worden, weil sie von den auf die Veränderung der Gesellschaft drängenden Kräften »nicht in Anspruch genommen

wurden.«¹² Und Carl Laszlo, der als Schweizer die rebellierenden deutschen Studenten mit Sympathie beobachtete, wies den *Sozialistischen deutschen Studentenbund (SDS)* in seinem Manifest »*Wo bleibt der Ausdruck, Genossen?*« von 1968 auf die Enge und Beschränktheit der Protestkultur hin:

»Wenn man die Broschüren und Plakate des SDS betrachtet, fällt sofort die mangelnde Form dieser graphischen Produkte auf [...] Von der musikalischen Ausdrucksweise des SDS ist mir nichts bekannt, ihre Kleidung ist einfallsarm, langweilig, weder Erfindung noch Provokation« (Laszlo 1968).¹³

Die Grundgefahr für den *SDS* sah er deshalb in dessen kultureller Nähe zur Kleinbürgerlichkeit.

Wie sich hier zu Lande die politische Kultur von künstlerischen Energiequellen abschnürte, blieb auch entsprechend das politische Handeln der neuen sozialen Bewegungen strikt auf die Sphäre institutionalisierter Politik bezogen. Unsere politischen Bewegungen sind »wesentlich mehr als in den USA antistaatlich und antiinstitutionell orientiert« (Rucht 1994: 174). Diese Orientierung hält sich bis in die jüngste Vergangenheit durch. So wird anhand empirischer Daten beispielsweise für die deutsche Ökologiebewegung bestätigt, dass aus ihrer Sicht »vor allem der Staat für effektiven Umweltschutz zu sorgen hat« (Rucht et al. 2001: 191). Während sich der deutsche politische Aktivismus am Staat und an Institutionen abarbeitet, erscheint das Ziel der US-amerikanischen Gegenkultur schlicht und einfach darauf ausgerichtet, die konkret erforderlichen Grundlagen für eine Verbesserung der Lebenspraxis zu schaffen.

Queer Culture

Um das Bild der psychedelischen Kultur im Hinblick auf emanzipatorische Ansätze noch abzurunden, möchte ich nun auf das frühe Wachstum und Gedeihen der *Queer Culture* zu sprechen kommen. Der Begriff *queer* kommt aus dem Amerikanischen. Er wurde geprägt, um vom Wort »homosexuell« abzurücken (Crimp 2002: 236). Denn das »sex« in der Bezeichnung »homosexuell« stellt einseitig das Sexuelle in den Vordergrund. Dagegen legen Schwule und Lesben, in der Selbstbestimmung ihrer Identität, die Betonung stärker auf ihre allgegenwärtige Unterdrückung und ihre selbstbestimmten Gemeinschaften und Kulturen. Statt sich als »Homosexuelle« bezeichnen zu lassen, bevorzugten sie zunächst die Bezeichnung »Homophile«, dann »Schwule« (*gay*) und »Lesben« (*lesbian*), bis sich schließlich das Wort *Queer* durchgesetzt hat. Damit sollte die Reduktion im gesellschaftlichen Homosexuellen-Stereotyp vermieden werden, die Stigmatisierung als lediglich sexuelle Wesen.

Die sexuelle Revolution der 60er Jahre entfaltete sich als vielstimmiger

Chor. Die Leitmelodien wurden durch die Intention bestimmt, Fremdkontrolle abzubauen und individuelle Freiheiten zu stärken. Die sexuelle Revolution erweiterte nicht nur die Möglichkeiten des Umgangs mit dem eigenen Körper und des Kontakts mit dem anderen Geschlecht. Sie mündete auch in eine Stärkung der Selbstbestimmungsrechte der Frau, z.B. als Neufassung des Abtreibungsrechts. Und sie mündete ebenfalls in die *Gay Liberation*, in den Kampf von Schwulen und Lesben um die Sichtbarkeit ihrer Lebensstile, also gegen Diskriminierung in Beruf und Alltagswelt.

Als eine der Spielarten der sexuellen Revolution bildete sich »eine Mischung aus Drag- und Hippie-Kultur« (Kelley et al. 1999: 91). Hippies, die nach freier Liebe strebten und die bürgerlichen Kleidungs-Reglementierungen über Bord geworfen hatten, waren schnell bereit, Schwule und *Drag-Queens* zu akzeptieren. In der *Drag-Hippie-Kultur* wurden die *Cockettes* (Abb. 28) als eine der Gruppen berühmt, die in ihren Performances die Konfusion von maskulinen und femininen Rollen durchspielte (Weissman et al. 2004). Sebastian, ihr Manager in San Francisco, berichtete zwar, dass sie bei ihren Auftritten ab Mitte 1970 »riesige Scharen von Publikum« anzogen (Kelley et al. 1999: 89),

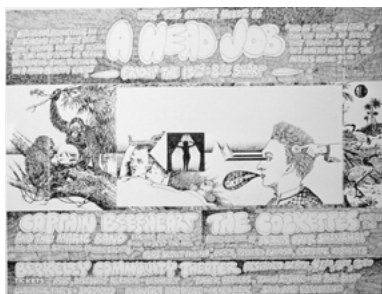


Abbildung 28: Anonym: *Captain Beefheart, Cockettes*. Plakat. 1970

möglicherweise jedoch übertreibt er ein wenig. Denn auf der Eintrittskarte (Abb. 29), sind sie in deutlich kleinerem Schriftgrad unter der Rock-Band *Captain Beefheart* vermerkt, während sie auf dem Plakat immerhin gleichberechtigt neben der Band stehen.¹⁴ Sebastian vergleicht die *Cockettes* mit den typischen Travestie-Shows im damaligen San Francisco, wo die Darsteller »am Ende nur die Perücken abnahmen«. Die *Cockettes*, unterschieden sich davon.



Abbildung 29: Anonym: *Captain Beefheart, Cockettes*. Eintrittskarte. 1970

»Viele von ihnen hatten Bärte, und es war wie ein Sketch. Ein Sketch erzählt nie die ganze Geschichte, aber er vermittelt einem die Idee. Und die Idee war an sich schon revolutionär. Aber außerdem waren sie nicht nur Männer, die sich als Frauen verkleideten, sondern es gehörten auch viele Frauen zur Gruppe. Manchmal spielten sie Männerrollen,

aber sehr oft auch nicht. Sie nannten sich selbst gerne das »Theatre of Sexual Role Confusion« (Kelley et al. 1999: 91).

Die Queers bildeten einen entscheidenden Bestandteil der Counter Culture,

die in den kulturellen Zentren der USA der späten 60er Jahren aufgeblüht war. Daran wirkten alle Momente des Postmodernismus mit. Deshalb möchte ich einen kurzen Abstecher in die Pop Art (Hieber 2006) machen, um den Blick auf diesen Aspekt des Postmodernismus auszuweiten.

Andy Warhol, der in New York lebte, bemühte sich, den dadaistischen Impetus aufgreifend, jeden Hinweis auf die Einzigartigkeit und Echtheit des Kunstwerks in Frage zu stellen. Mit der Reproduktion von Fotografien durch Siebdruck auf Leinwand fand er ein Verfahren der Bilderproduktion, bei dem der Pinselduktus, die unverwechselbar persönliche Handschrift des Künstlers unwesentlich wurde. Insofern negierte er die malerische Tradition. Außerdem war er »sich im Klaren über die Auswirkungen der symbiotischen Beziehungen zwischen der Ästhetik der Kunstproduktion und der Warenproduktion, die Dada unablässig betonte und reflektierte« (Buchloh 1989: 53). Aber nicht nur in dieser Hinsicht, dem Angriff auf die hegemonialen Institutionen der modernistischen Kunstwelt, befand sich sein Werk in enger Beziehung zur Counter Culture. Am Werk Andy Warhols ist abzulesen, wie sich die – für die Gay Liberation relevanten – Errungenschaften der sexuellen Revolution artikulieren.

»Wenn es beim Tratsch unter uns amerikanischen Schwulen darum geht klarzustellen, ob einer eine von uns ist, dann sagen wir gerne ›Sie geht in unsere Kirche. Käme zum Beispiel der Cousin unseres besten Freundes zum ersten Mal zu uns in die große Stadt, dann würde man neckisch fragen, ›Geht sie in unsere Kirche?‹ Bei Andy Warhol erübrigt sich diese Frage. Der Fall Andy ist längst geklärt: Andy ist nicht nur in unsere Kirche gegangen, sie war eines unserer prominentesten Gemeindeglieder« (Siegel 2005: 33).

Seine Leinwandbilder, Zeichnungen, Filme, Fotos, Bücher und Zeitschriften zeigen, »wie vielschichtig sein gewieftes Umspringen mit den wechselnden Codes war, die die Darstellung von Homosexualität und Homoerotik in den USA« bestimmen (ebd.).

Homosexuelle Lebensstile bedeuten eine Herausforderung für die heteronom bestimmte Normalität des erotischen Lebens. »Das Normale ist ein Produkt der Macht« (Fiske 2001: 237). Entsprechend gilt umgekehrt: »das Andersartige ist in unserer Kultur das Obszöne« (Crimp 2002: 163). Deshalb mühte sich damals die modernistische Kunstwelt der USA mit aller Energie, auch Warhols Sexualität mit dem Mantel des Schweigens zu verhüllen. Als Beispiel kann seine Auftragsarbeit für den New York State Pavillon der Weltausstellung 1964 »Thirteen Most Wanted Men« gelten, für die er Verbrecherfotos wählte. Das Projekt wurde zensiert. Die »Most Wanted Men« waren Männer, die vom *FBI* gesucht wurden. Zugleich jedoch stellt der Akt, Männer zu suchen, wenn der Suchende selbst ein Mann ist, eine Anstößigkeit dar. Für die hegemoniale Kultur erscheint das Abweichen von der Norm, die in Warhols Wandbild mit-schwingende verschlüsselte Homoerotik, intolerabel (Crimp 1999: 59).

Anders als die Serie der »Thirteen Most Wanted Men« wurden Warhols Bilder von Marilyn Monroe, Liz Taylor und Elvis Presley berühmt. Diese Bilder, die in den frühen 60er Jahren entstanden, sind jedoch – was der heterosexuell orientierten Blick anders lesen mag – ein dezenter, doch impliziter Abglanz des Interesses schwuler Männer an flamboyanten weiblichen oder sexy männlichen Stars.

Mit den 70er Jahren, nun im Kontext der sexuellen Revolution, eröffneten sich für Warhol deutlich freiere Perspektiven. Mit der *Stonewall-Rebellion* 1969 in Manhattan, die auf brutale Übergriffe der Polizei auf Gäste der Schwulenbar *Stonewall* in der Christopher Street antwortete, erwuchs ein neues Selbstbewusstsein. Nun wagt Warhol, Männerbilder radikal zu feminisieren, als *Drag-Queen*-Phantasien zu gestalten. So beispielsweise, wenn Mick Jagers kokett geneigter Kopf auf einem Blatt der Maquettes for the Portfolio »Mick Jagger« einen lippenstift-roten Mund erhält. Oder wenn eines der Bilder aus der Mao-Serie den Staatsmann mit kalkig-weißem Make-up und ebenfalls leuchtend roten Lippen, also geschminkt wie eine Geisha, darstellt.

Während in den USA mittlerweile der queere Aspekt des Warholschen Werkes aufgearbeitet ist, wird er von der deutschen Kunstwelt nach wie vor hartnäckig unter den Teppich gekehrt. So lautet der biografische Eintrag unter dem Todesjahr 1987 im Ausstellungskatalog zur Warhol-*Retrospektive* 1989/90 in Köln: »Am 22. Februar stirbt er nach einer Gallenblasenoperation« (Nathanson 1989: 417) – tatsächlich jedoch starb Warhol an Aids. Und auch in der Warhol-Retrospektive 2001 in der Neuen Nationalgalerie in Berlin finden »weder Warhols Homosexualität noch die wissenschaftlichen Untersuchungen zur Zentralität dieser Homosexualität für Warhols Werk Erwähnung« (Siegel 2005: 34). Deshalb wird dieser Künstler in der Bundesrepublik leider immer noch so hartnäckig missverstanden.

Selbstverständlich war Andy Warhol kein Einzelkämpfer, der einsam in seinem Atelier künstlerische Entscheidungen traf. Er war in das Kollektiv seiner *Factory* eingebunden, beteiligte sich an Happeningveranstaltungen, trat mit seiner *Plastic Inevitable Show* in Bill Grahams *Fillmore Auditorium* in San Francisco auf, pflegte also vielfältigen Kontakt mit den tragenden Säulen des postmodernistischen Gebäudes.

Nach diesem kleinen Ausflug in die Gefilde der Pop Art komme ich nun wieder zurück ins Zentrum der psychedelischen Welt. Wie die Hippie-Kultur im Allgemeinen, war auch die Sichtbarkeit der *Queer Culture* durch die Beats eingeleitet und vorbereitet worden, allen voran von Allen Ginsberg. Der Dichter stellt den erotischen und sexuell aktiven Leib in den Vordergrund, wenn er »Homosexualität zelebriert und durch die Offenlegung eigener sexueller Orientierung tradierte, auf Heterosexualität allein bestehende Vorstellungen von Gender und Identität über Bord wirft« (Raussert 2003:159). Sein Entwurf verortet Utopie im individuellen Leib. Der Körper soll vom Joch gesellschaftlicher Repression befreit werden, die Träume in Beschlag

nimmt. Ähnlich wie später bei Lenore Kandel, dient ihm die Wiederdentdeckung des Körperlichen zur Rekonstruktion von Visionen, so in »Footnote to Howl« aus dem Jahre 1956: »Die Welt ist heilig! Die Seele ist heilig! Die Haut ist heilig! Die Nase ist heilig! Zunge und Schwanz und Hand und Arschloch heilig!« (Ginsberg 1998: 28).

Zensur als kultureller Faktor

Die Psychedeliker griffen den Faden der Beats auf und spannen ihn weiter. Wes Wilson schuf 1967 ein Poster mit dem Gedicht »Who Be Kind To« von Allen Ginsberg, das von der *Cranium Press* in San Francisco herausgebracht wurde (Abb. 30). Später wurde das Gedicht, mit einer geringfügigen Veränderung, in den Band »Planet News« aufgenommen (Ginsberg 1968).¹⁵ Die Übertragung des Gedichtbandes ins Deutsche erschien bei Hanser in München (Ginsberg 1969).

Das Plakat »Who Be Kind To« führte mich zu einem Thema, das auf seine Weise zur Erklärung der mangelhaften kulturellen Kommunikation zwischen der US-amerikanischen und der deutschen Kultur beitragen kann. Es handelt sich um das Thema der Zensur. Denn auch die in der Bundesrepublik installierten Institutionen der Zensur haben ihren Anteil daran, dass der Postmodernismus hierzulande nur unzureichend wahrgenommen wird.

Als ich das Wilson-Plakat mit dem Gedicht Ginsbergs in Händen hielt, griff ich zunächst zum Hanser-Band der »Planet News«, um die deutsche Übersetzung des Gedichts nachlesen. Doch es war nicht zu finden. Ein Vergleich der deutschen Version des Gedichtbandes mit der bei Ferlinghetti City Lights Books in San Francisco erschienenen Erstausgabe zeigte, dass im Deutschen erstaunlicherweise nicht nur »Who Be Kind To«, sondern auch noch einige andere Gedichte fehlen. Wobei allerdings die Leser im Glauben gelassen werden, es handele sich um die vollständige Sammlung; denn im Impressum wird mit keiner Silbe erwähnt, dass lediglich eine Auswahl der Gedichte des ursprünglichen Bandes aufgenommen wurde.

In Deutschland wird die Tatsache, dass Zensur ausgeübt wird, wenig hinterfragt. Dagegen kämpft die US-amerikanische Counter Culture für Meinungs- und Informationsfreiheit, weil darin eine entscheidende Bedin-



Abbildung 30: Wes Wilson:
Ginsberg – Who Be Kind To.
Plakat. 1967

gung für emanzipatorische Fortschritte gesehen wird. Schließlich kann, was dem Schweigen anheim fällt, gesellschaftlich nicht wirksam bearbeitet werden.

Judith Butler stellt für »explizite Formen der Zensur fest, dass sie anfällig sind für eine gewisse Verletzbarkeit«; denn sie »bringen das zensierte Sprechen in den öffentlichen Diskurs und richten es damit als Ort der Auseinandersetzung ein, d.h. als das Szenario öffentlicher Äußerungen, dem zuvorgekommen werden sollte« (Butler 1998: 185). Solche Wirkungen traten beispielsweise im Zusammenhang der Verbots-Urteile deutscher Gerichte gegenüber Benetton-Werbemotiven der 90er Jahre zutage. In Presseartikeln, die die Urteile kommentierten, wurden die Plakate reproduziert (z.B. Anonym *Der Spiegel* 1995: 108). Damit jedoch zensiertes Sprechen in dieser Weise im öffentlichen Diskurs relevant werden kann, muss kritische Öffentlichkeit vorhanden sein. Doch was geschieht, wenn Zensurmaßnahmen keine öffentliche Resonanz haben? Oder wenn gar gewisse Sachverhalte, weil sie *möglicherweise* der Zensur anheim fallen *könnten*, gar nicht mehr publiziert werden?

Für die Bundesrepublik garantiert Artikel 5 des Grundgesetzes das Recht auf freie Meinungsäußerung. Doch die öffentliche Kommunikation ist von einem verzweigten System an Dunkelstellen durchsetzt. Denn in der politischen Praxis gibt es mehrere Einrichtungen, die zu Einschränkungen des Grundrechts der Meinungsfreiheit beitragen können. Dies vor allem, weil ihre Tätigkeit stillschweigend hingenommen wird und deshalb kaum kritische Publizität hat. Als eine dieser Institutionen wurde 1953 vom Deutschen Bundestages das »Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften« (GJS) beschlossen (2002 als »Jugendschutzgesetz« neu gefasst). Zur Durchführung des Jugendmedienschutzes wurde die »Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften« eingerichtet (die heute »Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien« heißt). Die Bundesprüfstelle nimmt gerichtähnliche Funktion wahr. Ihre Mitglieder, die Beisitzerinnen und Beisitzer einschließlich des/der Vorsitzenden, können Indizierungen von Schriften und anderen Medien vornehmen. Die Aufgabe dieses Gremiums besteht im Schutze der Jugend, ihre Wirkung reicht aber weit darüber hinaus.

Am Beispiel von Jerry Rubins »*Do it!*« kann die Tätigkeit der Bundesprüfstelle illustriert werden. Das Buch erschien in den USA im Jahre 1970 im Verlag Simon and Schuster (Rubin 1970), ohne gerichtlich beanstandet zu werden. Die deutsche Übersetzung kam dann 1971 im Rowohlt-Taschenbuchverlag heraus. 1973 wurde es von der Bundesprüfstelle indiziert; nachdem es vom Kleinverlag Trikont 1977 wieder aufgelegt worden war, erfolgte automatisch die erneute Indizierung (Stefen 1980: 75).

Nach Auffassung des Gremiums, die das Buch auf die Liste der jugendgefährdenden Schriften setzte, ist sein Inhalt »geeignet, Kinder und Jugendliche sozialetisch zu verwirren« und »sittlich zu gefährden« (BPJS

1973: 6). In einem Kapitel, das Rubin metaphorisch mit »*Brennt die Schulen nieder*« überschreibt, wird der Schul- und Universitätsalltag unter anderem in der folgenden Form kritisiert: »Das Klassenzimmer ist ein autoritäres Environment. Vorn der Lehrer und hinten eine Reihe Schüler nach der andern. Verliert nicht die Geduld. Vögelt, küsst, umarmt euch, lasst euren Gefühlen freien Lauf oder zieht euch aus. Der Klassenkampf beginnt in der Klasse« (Rubin 1971: 209). Oder: »Warum solltet ihr in der Schule bleiben? Um Abschlusszeugnis zu bekommen? Drückt sie euch selber! Kann man ein Diplom rauchen?« Oder: »Wir werden unseren Professoren faule Eier ins Gesicht werfen« (a.a.O. 214). Solche poetischen Bilder der gegenkulturellen Revolte werden von der Bundesprüfstelle unter Gesichtspunkten von Straftatbeständen gelesen. »*Brennt die Schulen nieder*« wird zu einer »Aufforderung zur Zerstörung von Bauwerken und zur schweren Brandstiftung gemäß §§ 305, 306 in Verbindung mit § 111 StGB«. Das Buch Rubins enthält keinen einzigen konkreten Hinweis, der als tatsächliche Aufforderung zur Brandstiftung lesbar wäre – was beispielsweise bei einer Anleitung für den Bau eines Brandsatzes gegeben wäre. Doch das schert das Gremium der Bundesprüfstelle nicht, das seine eigene verwunderliche Sichtweise großzügig dem Text überstülpt. Dem entsprechend wird auch die antiautoritäre Wendung, sich die Zeugnisse selbst zu drucken, zur Aufforderung zur Urkundenfälschung gemäß 267 in Verbindung mit § 111 StGB. Und im expressiven Ausdruck, Professoren faule Eier ins Gesicht zu werfen, sehen die Jugendschützer eine »Aufforderung zur Körperverletzung und Sachbeschädigung gemäß §§ 223, 303 in Verbindung mit § 111 StGB« (BPjS 1973: 11).

Eine Indizierung bedeutet nun keinesfalls, dass das entsprechende Buch nur für Jugendliche unzugänglich ist, aber für Erwachsene greifbar bleibt. Der Grund liegt darin, dass eine Schrift, die als jugendgefährdend indiziert ist, »nicht öffentlich oder durch verbreiten von Schriften angeboten, angekündigt oder angepriesen werden« darf (§ 5 Abs. 2 GjS). Das heißt im Klartext, wie mir der Justitiar eines großen Verlages auf Anfrage schriftlich mitteilte: »Wenn ein Buch indiziert ist, darf dafür nicht mehr geworben werden«, vor allem für Taschenbücher bewirkt deshalb »die Indizierung das Verschwinden vom Markt«. Denn wenn niemand erfahren darf, dass das betreffende Buch lieferbar ist, wird es nicht verkauft. Deshalb stampfen die Verlage die Auflage ein, die zur Zeit der Indizierung im Lager ist.

Durch die Tätigkeit der Bundesprüfstelle verschwanden ganze Buchreihen vom Markt. So beispielsweise die Soft-Erotik-Reihe »*Non Stop*« des Ullstein-Verlages, nachdem zwischen 1988 und 1995 rund 80 Titel indiziert wurden (BPjM 2005: 46–56). Durch Indizierungen entstehen den Verlagen erhebliche finanzielle Verluste, deshalb werden sie vorsichtiger. Das Risiko einer Indizierung wird vermieden, indem entweder Titel, die indiziert werden *könnten*, gar nicht mehr auf den Markt gebracht werden, oder indem sie von solchen Teilen gereinigt werden, die eine Indizierung bewirken könnten.

Oder wie es auf der Homepage der Bundesprüfstelle (BPjM August 2006) ausgedrückt wird, genügen mehrfache Indizierungen, »um größere Verlage zur Selbstkontrolle bzw. Umstellung ihrer Produktion [...] zu veranlassen«.

So fällt – um ein weiteres Beispiel zu nennen – auf, dass die vier Bände »*Linda aime l'art*« des Pariser Comic-Zeichners Philippe Bertrand (1985, 1987, 1989 und 1992), die bei Dargaud und Les Humanoïdes Associés erschienen, im deutschen Alpha-Comic-Verlag (1990–92) auf zwei Bände geschrumpft sind. Einige Szenen dieses Comics für Erwachsene, die, so scheint mir, möglicherweise den Unwillen der – auch im Bereich Comics aktiven Bundesprüfstelle – auf sich ziehen könnten, wurden von vornherein in die deutsche Übersetzung der Bände nicht aufgenommen.

Nach diesem Exkurs in die Dunkelzone bundesrepublikanischer Zensurmechanismen komme ich nun wieder zurück zu Ginsbergs »*Planet News*«. Während der Original-Band, der bei City Light Books in San Francisco erschien, einundvierzig Gedichte umfasst, enthält die deutsche Hanser-Ausgabe nur noch einundzwanzig Gedichte. Mit zwanzig anderen fiel »*Who Be Kind To*« heraus. Vielleicht wurde die Selbstzensur des Hanser-Verlags durch Zeilen des Gedichts veranlasst, die in meiner Übersetzung lauten:

»Ich will wissen, dass ich geliebt werde!
 Ich will die Orgie unseres Fleisches, Orgie
 aller glücklichen Augen, Orgie der Seele,
 die ihren sterblich gewordenen Körper küsst und segnet,
 Orgie der Zärtlichkeit unterhalb des Halses, Orgie der
 Freundlichkeit zu Schenkel und Scheide
 Lust gegeben mit Hand
 und Schwanz, Lust genommen mit
 Mund und Arsch, Lust zum
 letzten Seufzer zurückgegeben!«

Die sexuelle Revolution, und damit selbstverständlich auch die Gay Liberation, beginnen mit einer Befreiung der Kommunikation aus der engen Backfischartenweite des biederbürgerlichen Moralkorsetts. Offenbar sind diese Freiheiten für die kulturellen Zentren der USA erstritten. Und deshalb können dort auch die Entwicklungsprozesse von Kultur und sozialwissenschaftlicher Theorie ungezwungener gedeihen als hierzulande.

Anmerkungen

1 | In der Bezeichnung *YIP (Youth International Party)* steht das »Y« für *youth revolution*, das »I« für *international revolution*, das »P« für *meaning, fun, ecstasy*, kurz für das, was *Hippies Party* nennen (Rubin 1970: 81). Die *YIP*-Anhänger nannten sich *Yippies*.

2 | Geschätzt wird, dass in der Bundesrepublik über 42.000 Todesfälle jährlich zu Lasten des Alkoholkonsums gehen (Caspers-Merk 2005), dagegen waren im Jahr 2004 infolge des Konsums illegaler, »harter« Drogen 1.385 Todesfälle zu verzeichnen.

3 | Ken Kesey's Roman »*Einer flog über das Kuckucksnest*« war 1962 erschienen.

4 | Der Golden Gate Park grenzt an das Haight-Ashbury-Viertel.

5 | Der zitierte Abschnitt aus dem unveröffentlichten Brief lautet: »We're into all kind of things here, working with the Diggers a lot, have you heard of this shot? Toward free. There are free stores, free food, free doctors, just putting out a free newspaper first issue in a couple of days.«

6 | Schriftliche Mitteilung von Wes Wilson vom 24.06.1993.

7 | Viele der psychedelischen Plakate haben Spitznamen.

8 | In der deutschen Übersetzung wird das Erscheinungsjahr des Bandes mit 1967 angegeben (Hartge 2005: 171). Dagegen wird auf der Karte, die mit dem Buch an Rezensenten verschickt wurde, das Publikationsdatum »February 26, 1968« angegeben.

9 | Kelley und Mouse benutzten eine alte Fotografie für das Poster. Die Dargestellte war einst eine Berühmtheit gewesen. Josephine Sarah Marcus (1861–1944) wurde in Brooklyn, New York, als Tochter deutsch-jüdischer Einwanderer geboren. Mit siebzehn Jahren verließ sie ihr Elternhaus. Kurz danach verliebte sie sich in Wyatt Earp (1848–1929) und wurde dessen dritte Ehefrau. Wyatt Earp versuchte sich zunächst als Farmer, Saloonbesitzer, Pferdedieb, Ordnungshüter und Eisenbahnarbeiter. 1880 ging Wyatt Earp nach Tombstone, Arizona. Hier wurde er Saloon- und Spielhallenbesitzer. Schon bald kam es zur Rivalität mit der Clanton/McLaury-Gruppe, einer Bande von Viehdieben und Postkutschenräubern. Als am 31. März 1881 bei Tombstone die Postkutsche überfallen wurde, wobei \$ 80.000 erbeutet und zwei Menschen erschossen wurden, verdächtigten sich die Clantons und Earps gegenseitig der Täterschaft. Der Streit der beiden Gruppen kulminierte schließlich im berühmten *Gunfight* vom 26. Oktober 1881. Wyatt Earp überstand die Schießerei unverletzt. Josephine Earp verteidigte den Ruf ihres Ehemannes bis zu ihrem Tod und verfasste ihre eigene Biografie mit dem Titel »*I Married Wyatt Earp*«.

10 | Schriftliche Mitteilung von Paul Getchell, San Rafael, CA, vom Oktober 1997.

11 | Schriftliche Mitteilung von Wes Wilson vom Februar 1994.

12 | Die Transkription der etwas umständlich formulierten Sätze Vostells

im Interview: »Überhaupt ist die Entwicklung, die Sie ansprechen, seit Achtundsechzig diese gewesen, dass sich die Künstler, enttäuscht, weil sie nicht in Anspruch genommen wurden von den gesellschaftsveränderlichen Kräften, sich doch wieder in die Gegenrichtung bewegt haben. Das heißt, auch mein Angebot der offenen Hand, in neuen Kunstformen zusammen mit dem Publikum Dinge zu erarbeiten, sind nicht erwünscht gewesen« (Herbst et al. 1981).

13 | Carl Laszlo wurde 1945 als 21-Jähriger aus dem KZ Theresienstadt befreit, 1962 eröffnete er in Basel eine Kunstgalerie (Geipel et al. 1998). Seine Sympathie mit den rebellierenden bundesrepublikanischen Studenten war darin begründet, dass er von Ihnen »eine grundsätzliche Säuberung vom Nationalsozialismus« erhoffte (Laszlo 1968).

14 | Das Plakat ist anhand der Eintrittskarte auf 1970 datierbar.

15 | Das Gedicht auf dem Plakat trägt das Datum vom 10. Juni 1965. Es wurde gegenüber der Version des Gedichtbandes, die vom 8. Juni 1965 stammt, um drei Verse gekürzt.

Literatur

- Anonym *Der Spiegel* (1995): »Wie jedermann – Reklame-Schelte aus Karlsruhe: Die Textilfirma Benetton darf nicht mit dem ›Leid der Kreatur‹ werben.« In: *Der Spiegel* Nr. 28/1995.
- Anonym *Newsweek* (1967): »Dropouts with a Mission«. In: *Newsweek*, February 6, 1967, S. 92–95.
- Anonym *Time* (1967a): »Nouveau Frisco«. In: *Time*, April 7, 1967, S. 66–69.
- Anonym *Time* (1967b): »The Hippies« (Cover Story). In: *Time*, July 7, 1967, S. 18–22.
- Benjamin, Walter (1980): *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Gesammelte Schriften Bd. I*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 471–508.
- Bernstein, Sheri (1997): »Purismus und Pragmatismus«. In: Barron, Stephanie/Eckmann, Sabine (Hg.): *Exil – Flucht und Emigration europäischer Künstler 1933–1945*, München/New York: Prestel, S. 253–269.
- Bertrand, Philippe (1986): *Linda aime l'art*, Paris: Dargaud.
- Bertrand, Philippe (1987): *Linda aime l'art – Vol. 2*, Paris: Dargaud.
- Bertrand, Philippe (1989): *Linda aime l'art – La vie moderne*, Paris: Dargaud.
- Bertrand, Philippe (1992): *Linda aime l'art – Magazine*, Gèneve: Les Humanoïdes associés.
- Bertrand, Philippe (1990–92): *Linda liebt die Kunst. 2 Bde.*, Nürnberg: alpha-comic.
- Beyer, Hans/Walter, Wolfgang (1984): *Lehrbuch der Organischen Chemie*, Stuttgart: S. Hirzel.

- Borzinner, Jon (1967): »The Great Poster Wave«. In: *Life* September 1, 1967, S. 36–43.
- BPjM (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien) (Hg.) (2005): *BPjM-Aktuell* 1/2005.
- BPjM (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien) (August 2006): www.bundespruefstelle.de/bpjm/Die-Bundespruefstelle/geschichte,did=33894.html
- BPjS (Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften) (1973): *Entscheidung Nr. 2402 zum Taschenbuch »Do it« von Jerry Rubin vom 02. Februar 1973*.
- Buchloh, Benjamin H. D. (1989): *Andy Warhols eindimensionale Kunst 1956–1966*. Katalog zur Ausstellung »Andy Warhol Retrospektive« im Museum Ludwig, Köln, 20.11.1989–11.02.1990, S. 37–57.
- Butler, Judith (1998): *Hass spricht*, Berlin: Berlin Verlag.
- Caspers-Merk, Marion (2005): »Die Drogen- und Suchtpolitik der Bundesregierung«. In: Die Drogenbeauftragte der Bundesregierung (Caspers-Merk, Marion) (Hg.): *Drogen- und Suchtbericht*. Berlin: www.bmgs.bund.de, S. 7–15.
- Chipp, Herschel B./Richardson, Brenda (1965): Exhibition catalogue »Jugendstil & Expressionism in German Posters«. University Art Gallery, November 16 through December 9, 1965, University of California, Berkeley.
- Cohen, Allen (1967): *San Francisco Oracle*, Vol. 1, No. 5 (January issue).
- Crimp, Douglas (1999): »Getting the Warhol We Deserve«. In: *Texte zur Kunst*, September 1999, S. 45–65.
- Crimp, Douglas (2002): *Melancholia and Moralism*, Cambridge, MA/London: The MIT Press.
- Elias, Norbert (1997): *Über den Prozess der Zivilisation*, 2 Bände. *Gesammelte Schriften* 3.1 und 3.2, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Fiedler, Leslie A. (1968): »Das Zeitalter der neuen Literatur«. In: *Christ und Welt* 13.09.1968, S. 9–10, und 20.09.1968, S. 14–16.
- Fiske, John (2001): *Die Fabrikation des Populären – Der John Fiske Reader*, hg. von Rainer Winter und Lothar Mikos. Bielefeld: transcript.
- Fuchs, Eduard (1912): *Sittengeschichte, Dritter Band – Das bürgerliche Zeitalter*, München: Albert Langen.
- Geipel, Ines/Ulbrich, Maren (1998): *Der Sammler Carl Laszlo*, Potsdam: Vacat.
- Ginsberg, Allen (1968): *Planet News*, San Francisco: City Lights Books.
- Ginsberg, Allen (1969): *Planet News*, Übertragen ins Deutsche von Heiner Bastian. München: Carl Hanser.
- Ginsberg, Allen (1998): *Howl/Das Geheul* (ins Deutsche Übertragen von Carl Weissner). Hamburg: Michael Kellner.
- Grushkin, Paul D. (1987): *The Art of Rock*, New York/London/Paris: Abbeville Press.

- Hartge, Caroline (2005): Nachwort. In: Lenore Kandel: *Das Liebesbuch Wortalchemie*, übersetzt von Caroline Hartge, Berlin: Stadtlichter Presse, S. 162–174.
- Henke, James et al. (1997): *I Want to Take You Higher*, San Francisco: Chronicle Books.
- Herbst, Helmut/Heubach, Friedrich (1981): *1968 Happening – Kunst und Protest* (TV-Dokumentarfilm), 7. Folge der Serie anlässlich der internationalen Ausstellung »Westkunst – Zeitgenössische Kunst seit 1939« in Köln 30.05.-16.08.1981, Westdeutsches Fernsehen WDR, Köln.
- Hieber, Lutz (1990): »Der zivilisierte Mensch als Problem für Naturwissenschaft und Technik«. In: *Außerschulische Bildung* 3/90.
- Hieber, Lutz (1997): »Politisierung der Kunst – Aids-Aktivismus in den USA«. In: *Prokla*, 27. Jahrgang, S. 649–680.
- Hieber, Lutz (2000): »Wie es sich für ein ordentliches Frauenzimmer gehört – Ein öffentliches Ärgernis: Der Deutsche Werberat«. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 3. Mai 2000.
- Hieber, Lutz (2001): »He, Sie da, warum haben Sie keine Schuhe an? – Die Sittenpolizisten des Deutschen Werberats sehen überall Nackte«. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 20. Juni 2001.
- Hieber, Lutz (2003): *Das psychedelische Plakat*. Katalog zur Ausstellung »Psychedelic« im Mannheimer Kunstverein 23.02.-23.03.2003, S. 7–20.
- Hieber, Lutz (2006): »Appropriation und politischer Aktivismus in den USA«. In: Lamla, Jörn/Neckel, Sighard (Hg.): *Politisierter Konsum – konsumierte Politik*, Wiesbaden: VS.
- Joseph, Alvin M. (1961): *The American Heritage Book of Indians*, New York: Simon and Schuster.
- Kandel, Lenore (1966): *The Love Book*, San Francisco: Stolen Paper Review.
- Kandel, Lenore (1968): *Word Alchemy*, New York: Grove Press.
- Kandel, Lenore (2005): *Das Liebesbuch Wortalchemie*, übersetzt von Caroline Hartge, Berlin: Stadtlichter Presse, S. 162–174.
- Kelley, Mike et al. (1999): »Geheimgeschichten – Interviews mit Mary Woronov, Sebastian, Pamela Des Barres, AA Bronson«. In: *Texte zur Kunst*, September 1999, S. 89–129.
- King, Eric, (2004): *The Collector's Guide to Psychedelic Rock Concert Poster, Postcards and Handbills 1965–1973*, Berkeley.
- Laszlo, Carl (1968): *Wo bleibt der Ausdruck, Genossen? (Manifest)*, Basel 1968.
- Lemke, Gayle/Kastor, Jacaeber (1997): *The Art of the Fillmore 1966–1971*, Pataluma, CA.: Acid Test Productions.
- Loschek, Ingrid (1988): *Reclams Mode- und Kostümllexikon*, Stuttgart: Reclam Verlag.
- Mailer, Norman (1969): »Die Belagerung von Chicago«. In: Ders.: *Nixon*

- in *Miami und Die Belagerung von Chicago*, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 89–246.
- Mao, Zedong (1967): *Worte des Vorsitzenden Mao Tse-tung*, Peking: Verlag für Fremdsprachige Literatur.
- Marcuse, Ludwig (1964): »Was ist obszön?« In: *Littera* Bd. 3., S. 15–28.
- Medeiros, Walter (1999): »Wes Wilson«. In: Owen, Ted/Dickson, Denise: *High Art – A History of the Psychedelic Poster*, London: Sanctuary Publishing, S. 52–58.
- Meyer-Büser, Susanne (1994): *Das schönste deutsche Frauenporträt – Tendenzen der Bildnismalerei in der Weimarer Republik*, Berlin: Dietrich Reimer.
- Miles, Barry (2004): *Hippies*, München: Collection Rolf Heyne.
- Nathanson, Marjorie Frankel (1989): *Biografie*. Katalog zur Ausstellung »Andy Warhol Retrospektive« im Museum Ludwig, Köln, 20.11.1989–11.02.1990, S. 399–417.
- Nickel, Volker (Red.) (2000): *Jahrbuch deutscher Werberat 2000*, Bonn: edition ZAW.
- Nickel, Volker (Red.) (2001): *Jahrbuch deutscher Werberat 2001*, Bonn: edition ZAW.
- Perry, Charles (1984): *The Haight-Ashbury*, New York: Random House & Rolling Stone Press.
- Peterson, Christian A. (2002): »Photographic Imagery in Psychedelic Music posters of San Francisco«. In: *History of Photography*, 26, Number 4, Winter 2002, S. 311–323.
- Raussert, Wilfried (2003): *Avantgarden in den USA*, Frankfurt/M.: Campus.
- Rubin, Jerry, o.J. (1968): *Jerry Rubin for Mayor of Berkeley*, Berkeley.
- Rubin, Jerry (1970): *Do it!*, New York: Simon and Schuster.
- Rubin, Jerry (1971): *Do it!*, Reinbek: Rowohlt.
- Rucht, Dieter (1994): *Modernisierung und neue soziale Bewegungen*, Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Rucht, Dieter/Roose, Jochen (2001): »Von der Platzbesetzung zum Verhandlungstisch? Zum Wandel von Aktionen und Struktur der Ökologiebewegung«. In: Rucht, Dieter (Hg.): *Protest in der Bundesrepublik – Strukturen und Entwicklungen*, Frankfurt a.M./New York: Campus, S. 173–201.
- Sautter, Udo (1986): *Geschichte der Vereinigten Staaten von Amerika*, Stuttgart: Kröner.
- Schiller, Friedrich (1983): *Das Lied von der Glocke. Schillers Werke (Nationalausgabe), Zweiter Band Teil 1*, Weimar: Hermann Böhlau Nachf., S. 227–239.
- Schmerl, Christiane (1992): »Thema Frau: Das Diskussionsniveau der deutschen Werber«. In: Dies. (Hg.): *Frauenzoo der Werbung*, München: Frauenoffensive, S. 190–244.

- Schwarzer, Alice (Hg.) (1988): »PorNo«. *Emma Sonderband 5*. Köln: Emma-Verlag.
- Siegel, Marc (2005): »Doing it for Andy«. In: Hieber, Lutz/Moebius, Stephan/Rehberg, Karl-Siegbert (Hg.): *Kunst im Kulturkampf*, Bielefeld: transcript, S. 33–47.
- Stefen, Rudolf (Hg.) (1980): *Gesamtverzeichnis der in der Liste der jugendgefährdenden Schriften befindlichen Bücher, Hefte, Periodika und sonstige Prüfobjekte*, Bonn: Jackwerth & Welcker.
- Tomlinson, Sally (2001): *Psychedelic Rock Posters – History, Ideas, and Art*. Katalog zur Ausstellung »High Societies – Psychedelic Rock Posters of Haight-Ashbury«, May 26-August 12, 2001, San Diego Museum of Art, S. 14–37.
- Vaziri, Aidin/Zamora, Jim Herron (2005): »Chet Helms – legendary S.F. rock music producer«. In: *San Francisco Chronicle*, June 26.
- Voss, Heinrich (1973): *Franz von Stuck 1863–1928*, München: Prestel.
- Weissman, David/Weber, Bill (2004): »The Cockettes«. *Dokumentarfilm, Tartan Video*. London.