

Das Märtyrerposter der Hisbollah ist damit als unmissverständliche Antwort auf das Poster der Amal zu verstehen, deren machtpolitischer Kampf nun auch mit visuellen Mitteln ausgetragen wurde. Obwohl die Hisbollah für das erste Selbstmordattentat im Libanon verantwortlich war, gelang es der Amal zuerst, ihren Selbstmordattentäter auch als wiedererkennbaren Märtyrerheld zu profilieren. Gerae angesichts des aus militärischer Sicht ›gescheiterten‹ Attentats von Bilal Fahs wird deutlich, dass der ›Erfolg‹ einer Märtyreroperation nicht nur an ihren militärischen Resultaten, sondern auch an der Popularität ihrer Akteure gemessen wurde. Im Vergleich zu den Attentaten von Ahmad Qasir und Bilal Fahs forderten die Anschläge der Hisbollah auf die US-amerikanischen und französischen Stützpunkte im April und Oktober 1983 wesentlich mehr Todesopfer und auch in der westlichen Berichterstattung erreichten diese Anschläge eine weitaus größere mediale Aufmerksamkeit. In ihrer physischen wie psychologischen Schlagkraft gegenüber dem Feind können diese Attentate für die Hisbollah daher als weitaus effektiver gelten als der Anschlag von Ahmad Qasir. Die Attentäter von 1983 sind jedoch bis heute anonym und damit unsichtbar geblieben, was Martin Kramer zu folge eine größere Distanz zwischen der südlibanesischen Bevölkerung und diesen Taten etablierte.<sup>104</sup> Die Gesichter von Ahmad Qasir und Bilal Fahs hingegen sind in den schiitisch geprägten Gegenden im Süden Libanons als Nationalhelden und Märtyrerikonen bekannt und auch heute noch in Form von Postern oder Gedenktafeln omnipräsent.<sup>105</sup> Zumindest im Konkurrieren um langfristige Aufmerksamkeit und Unterstützung innerhalb der lokalen schiitischen Bevölkerung scheinen diese Bildoperationen – hier: die Verwandlung der Attentäter in populäre Märtyrerikonen – ›erfolgreicher‹ gewesen zu sein als die eigentlichen Selbstmordoperationen.

## **2.5 BILDOPERATIONEN IM RAUM. MÄRTYRERPOSTER IN SERIENPRODUKTION**

Nach den ersten Autobombenanschlägen der Hisbollah und Amal nutzten bald auch andere libanesische Parteien das Selbstopfer als Waffe gegen die israelische Besatzung. Neben den schiitischen Organisationen im Süden des Landes konkurrierten insbesondere die säkularen Parteien der Libanesischen Nationalen

---

104 Kramer: »Sacrifice and ›Self-Martyrdom‹ in Shi'ite Lebanon«, S. o.S.

105 Siehe etwa die zahlreichen Gedenktafeln mit Portraitbildern von Ahmad Qasir in: David Batty und Kevin Toolis (Regie): *The Cult of the Suicide Bomber*, Dokumentarfilm, 96 min, Vereinigtes Königreich 2005.

Widerstandsfront (LNRF), darunter die Libanesische Kommunistische Partei (LCP) und die Syrische Soziale Nationalistische Partei (SSNP), um sogenannte Märtyrertod-Operationen und überboten sich in ihrer Bereitschaft zum Selbststifter.<sup>106</sup> Wie schon unter den palästinensischen Widerstandsparteien der 1970er Jahre, wurde die Anzahl der Märtyrer\*innen zur entscheidenden Währung im Konkurrenzkampf der rivalisierenden Parteien: »The number of fallen heroes becomes an indicator of a party's share of participation on a front and a proof of its commitment and sacrifice in the defence of an existential cause«, so beschreibt Zeina Maasri die Dynamik zwischen den libanesischen Parteien: »Martyrs are hence attributed a great deal of importance within parties and factions.«<sup>107</sup>

Im Gegensatz zu den bisherigen Beispielen, in denen einzelne wenige Märtyrer\*innen ikonischen Status erhielten, war es nun vor allem die schiere Masse an Individuen, die zum bestimmenden Gestaltungsmerkmal der Poster wurde. Jede getötete Person, die eine Partei zu beklagen hatte, egal ob diese unbeabsichtigt während der Gefechte ums Leben kam oder als Selbstmordattentäter\*in den eigenen Tod gezielt als Waffe einsetzte, wurde durch Märtyrerposter erinnert. Das mediale Bezeugen der Martyrien wurde zu einer Maschinerie, die in der Serienproduktion von Postern ihren Ausdruck fand. Diese entstanden meist unter erschwerten Kriegsbedingungen und angesichts der hohen Anzahl der Todesopfer unter enormem Zeitdruck, was zu einer Standardisierung der Produktionsprozesse führte.<sup>108</sup> Im Gegensatz zu anderen Genres politischer Poster, die etwa einzelnen Parteiführern oder bedeutsamen Gedenktagen gewidmet waren, wurden die Märtyrerposter nicht mehr von professionellen Künstler\*innen gestaltet, sondern von den Medienbüros der Parteien selbst produziert und häufig direkt in den Druckereien hergestellt. Zeichneten sich die frühen palästinensischen Poster, ebenso wie die von Bilal Fahs und Ahmad Qasir, noch durch eine individuelle Gestaltung mit teils künstlerischem Anspruch aus, standardisierte sich das Layout der Märtyrerposter während des Bürgerkriegs zunehmend. Es wurden grafische Vorlagen mit dem jeweiligen Logo der Partei erstellt, in die das Portraitbild, häufig ein gewöhnliches Passbild, des jeweiligen Märtyrers bzw. der jeweiligen Märtyrerin nur noch hineinkopiert werden musste. Jede Partei entwickelte so ihre eigene visuelle Märtyreridentität, die in den Straßen Beiruts schon von weitem wiedererkennbar war.

Die Poster setzten sich meist aus nur wenigen grafischen Elementen zusammen: Einem Logo der Partei, den Märtyrerportraits, deren Namen sowie spärliche

---

106 Vgl. Maasri: Off the Wall, S. 93.

107 Ebd., S. 87.

108 Zu den Produktionsbedingungen der libanesischen Poster während des Bürgerkrieges siehe Zeina Maasri, auf deren Ausführungen ich mich hier beziehe. Ebd., S. 37.

Informationen zum Zeitpunkt und Ort des Todes. Eine typische Schablone der Hisbollah bestand beispielsweise aus dem typografischen Emblem der Partei von dem eine geballte Faust mit Kalaschnikow emporragt, sowie einem kreisrunden Platzhalter für das schwarz-weiße Märtyrerporträt (Abb. 2.18-2.19). Die SSNP entwickelte eine Postervorlage, die ausschließlich in den Parteifarben Schwarz, Weiß und Rot gehalten war und die rötlich eingefärbten Porträtografien vor einem schwarzen Hintergrund mit weißer Schrift zeigte.<sup>109</sup> Wiedererkennbar war nicht mehr die einzelne Märtyrerin oder der einzelne Märtyrer, sondern die *corporate identity* der Partei, in die alle Fotografien fortan eingepasst wurden.

Abbildung 2.18 (links) und 2.19 (rechts): Märtyrerposter der Hisbollah, 40 x 55 cm, 1986.



Obwohl die Märtyrer\*innen durch ihre Portraits, die Nennung des Namens, sowie Datum und Ort des Selbstopfers persönlich in den Postern erinnert wurden, trat deren Individualität zunehmend hinter der Uniformität der Poster zurück, was in der Konstruktion einer kollektiven Identität des Martyriums resultierte. »For the most part«, so hat auch Elias Chad angesichts der libanesischen Märtyrerposter festgestellt, »the individual identity of the martyr was subsumed into the logic of

109 Allein die Postersammlung von Abboudi Bou Jawdeh zählt mehrere Dutzende dieser Märtyrerposter mit identischem Design.

collective sacrifice and popular resistance«<sup>110</sup>. Anstelle der individuellen Märtyrerikone trat nun ein überpersönliches Bild des Martyriums, das mit immer neuen Gesichtern und Namen gefüllt und aktualisiert wurde. Diese Austauschbarkeit suggerierte, dass jede und jeder potenziell zur Märtyrerin oder zum Märtyrer werden konnte: »It is hard for a youth impassioned by the same cause to pass by these posters without being affected and probably, if only for a brief moment, imagining him/herself in the photograph with his/her name praised as the martyr hero,«<sup>111</sup> so beschreibt Zeina Maasri die affektive Kraft der libanesischen Märtyrerposter, die damit immer auch den Zweck erfüllten, potenzielle Kandidat\*innen für Märtyrer-tod-Operationen zu rekrutieren. Der appellative Charakter dieser Poster bestand nicht mehr nur darin, aus der Masse herausgehobene, und dadurch nachahmens-werte Pop-Ikonen zu erschaffen, sondern – im Gegenteil – ein Template bereit zu stellen, das den Märtyertod als erreichbares Ziel für alle erscheinen ließ.

Die Bewegung hin zu einer Kollektivierung des Märtyerbildes lässt sich je-doch nicht nur auf der Gestaltungsebene der Poster erkennen. Die hohe Frequenz, mit der neue Märtyrerposter, kaum plakatiert, schon wieder durch andere ersetzt wurden, verweist auf die ephemer Dimension des einzelnen Posters, das keine Beständigkeit mehr hatte, sondern in einer Serie von ähnlichen Märtyerbildern aufging. Der libanesische Dichter Machmud Darwisch verglich die Produktion der Märtyrerposter während des libanesischen Bürgerkriegs mit der Schnelllebigkeit der Tagespresse:

»Möglichlicherweise war Beirut die erste Stadt der Welt, in der Plakate den Stellenwert von Tageszeitungen bekamen. [...] Gesichter an den Wänden, Märtyrer, die gerade erst die Lebenden und die Druckerei verlassen hatten. Reproduktionen des Todes. Ein Märtyrer vertrieb den anderen von der Wand, nahm dessen Stelle ein, solange bis er dem nächsten Märtyrer oder dem Regen zum Opfer fiel.«<sup>112</sup>

Das kollektive Bild »des Märtyrers« konstituierte sich während des Bürgerkriegs folglich nicht nur durch die uniforme Gestaltung der einzelnen Poster, sondern auch durch die zeitliche Sequenz ihrer Abfolge im Raum.

110 Elias Chad: »Review: Signs of Conflict: Political Posters of Lebanon's Civil War (1975-1990)«, *Journal of Visual Culture* 8/1 (2009), S. 116–120, hier S. 119.

111 Maasri: *Off the Wall*, S. 88.

112 Machmud Darwisch: *Ein Gedächtnis für das Vergessen*. Beirut, August 1982, übers. von Kristina Stock, Basel: Lenos Verlag 2001, S. 60f.

Abbildung 2.20: Märtyrerposter der Hisbollah, Beirut, 2006, Fotografie aus Rabih Mroué: *The Inhabitants of Images* (2009).



Eine ähnliche Situation hat der libanische Künstler Rabih Mroué auch mit Blick auf aktuellere Poster von Märtyrern der Hisbollah beschrieben, die während des Israel-Kriegs im Jahr 2006 getötet wurden. In einer Sektion der Lecture-Performance *The Inhabitants of Images* (2009), auf die ich später noch einmal ausführlich eingehen werde, zeigt der Künstler mehrere Fotografien der Märtyrerposter, die direkt nach dem Krieg im Juli 2006 auftauchten und entlang etlicher Straßen in den südlichen, schiitisch geprägten Vierteln Beiruts hingen (Abb. 2.20). In regelmäßiger Abfolge sind die uniformen, fast identischen Bilder der Märtyrer in Metallrahmen an Straßenlaternen auf genau drei Metern Höhe angebracht. Beim Vorbeifahren, so beschreibt Mroué seine subjektive Erfahrung mit diesen Postern, werden die Märtyrer nicht singulär, sondern als Teil einer visuellen Sequenz des Martyriums wahrgenommen: »Since the frames are all similar, except for the head and the name, we end up seeing only one, still image; the image of the martyr Mujahid, in the body of a warrior, without a name or a face. The speed of motion will erase both the names and the faces.<sup>113</sup> Die individuellen Poster der Märtyrer werden durch die grafische Uniformität und die schnelle Abfolge in das Bild eines kollektiven Märtyrers kondensiert: »the image of ›The Martyr with a capital

113 Rabih Mroué: »The Inhabitants of Images«, in: CA2M Centro de Arte Dos de Mayo (Hg.): Rabih Mroué. Image(s), mon amour. Fabrications, Ausst.-Kat., Madrid: CA2M Centro de Arte Dos de Mayo 2013, S. 338–356, hier S. 354.

M«<sup>114</sup>. Durch die gestalterische Standardisierung ebenso wie die serielle Produktion und Anbringung der Poster wird nicht mehr nur das Martyrium eines Einzelnen bezeugt, sondern dessen Auftreten als breite Bewegung, die auf eine scheinbar endlose Reihe an Märtyrern verweist.

Im Gegensatz zu Videotestamenten, die ab 1985 erstmals im libanesischen Fernsehen ausgestrahlt wurden und heute vor allem im Internet kursieren (Kapitel 3 und Kapitel 4), zeichnen sich Märtyrerposter oft gerade durch ihre materielle Präsenz an einem bestimmten Ort aus. Mit der Allgegenwärtigkeit von Märtyrerpostern im libanesischen Bürgerkrieg waren folglich auch Operationen verbunden, die sich auf den konkreten Stadtraum bezogen. Oft wurden Poster gezielt in den Gegenden platziert, in denen die jeweilige Partei militärisch präsent war.<sup>115</sup> Eine geografische Bildpolitik, die von der Hisbollah auch im Jahr 2006 noch praktiziert wurde, wie Mroués Beispiel eindrücklich zeigt. Elias Chad zufolge schufen die Poster während des libanesischen Bürgerkriegs auf diese Weise »geographically defined communities of witnessing«<sup>116</sup>: lokale Gemeinschaften, die sich über das mediale Bezeugen von Märtyrer\*innen definierten und bestimmten Fraktionen angehörten. Märtyrerposter wurden damit für die Parteien auch zu einem Instrument, um Gebiete innerhalb des umkämpften Stadtraums zu definieren und geografische Machtansprüche zu behaupten. Mit der Konjunktur von Selbstmordanschlägen galt die Anzahl der eigenen Toten nicht mehr als Zeichen der Niederlage, sondern als Zeichen militärischer Überlegenheit. Die Anzahl der Märtyrerposter stellte dementsprechend ein visueller Beweis der militärischen Stärke einer Fraktion dar. Je mehr Märtyrerposter diese in einem bestimmten Gebiet platzieren konnte, desto größer schien dort auch deren militärischer und politischer Einfluss zu sein. In diesem Sinne sind die Märtyrerposter weitaus mehr als nur *symbolische* Orte eines Kampfes um politische Bedeutung (»symbolic sites of struggle over meaning and political discourse«<sup>117</sup>, wie Zeina Maasri die libanesischen Poster beschrieb). Indem sie konkret an den geografischen Grenzziehungen Beiruts teilhatten, waren Märtyrerposter auch ganz materiell in das Kriegsgeschehen involviert. Konnten die tatsächlichen militärischen Auseinandersetzungen und Selbstmord-Operationen meist nur von wenigen Augenzeug\*innen beobachtet werden,

---

114 Ebd., S. 349.

115 Vgl. Maasri: Off the Wall, S. 88.

116 Elias Chad: »Martyrdom and Mediation«, in: Ders. (Hg.): In Focus: On Three Posters 2004 by Rabih Mroué, London: Tate 2014, <https://www.tate.org.uk/research/publications/in-focus/on-three-posters-rabih-mroue/martyrdom-and-mediation> (zugegriffen am 6.6.2021), o.S.

117 Maasri: Off the Wall, S. 7.

wurden diese nun durch die Märtyrerposter im Stadtraum sichtbar – und visuell dupliziert. Dass Märtyrerposter während des Bürgerkriegs als Stellvertreter für die Präsenz militärischer Truppen angesehen wurden, belegen auch die ikonoklastischen Angriffe auf die Poster, mit denen die anonymen Bilderstürmer\*innen wiederum ihre eigenen Leben aufs Spiel setzten: »These members of the public sometimes risked their lives to tear the posters down, or to deface them, in an effort to reclaim their neighborhoods«<sup>118</sup>, so schreibt Elias Chad über die Poster-Kämpfe in Beirut, bei denen Märtyerbild und Körper nahezu gleichwertige Positionen einnahmen und mit ihrer jeweiligen Präsenz Macht über einen bestimmten Stadtteil beanspruchten. Die Operationen der posthum verbreiteten Poster sind folglich nicht nur im Sinne einer Märtyrerwerdung *im Bild* zu verstehen. Mitunter werden die Märtyrerposter auch zu physischen Akteuren im umkämpften Raum und damit ganz direkt in die militärischen Geschehnisse eingebunden.

## 2.6 RAHMENWECHSEL. DAS MÄRTYRERPOSTER IM KUNSTKONTEXT

Die Bildpraxis während des libanesischen Bürgerkriegs macht deutlich, dass der Präsentationsort von entscheidender Bedeutung für die Wirk- und Handlungsmacht der Märtyrerposter ist. Bilder von Selbstmordattentäter\*innen werden heute jedoch nicht nur in den umkämpften Gebieten Libanons und Palästinas wahrgenommen, sondern auch im Kunstkontext rezipiert, wie der Verweis auf Rabih Mroués Lecture-Performance bereits zeigte. Obwohl der Märtyerdiskurs im Nahen Osten politisch wie emotional stark aufgeladen ist und in öffentlichen Debatten häufig noch ein Tabuthema darstellt,<sup>119</sup> gibt es einige palästinensische und libanesische Künstler, die sich diese Bilder aneignen und in ihrer Arbeit reflektieren. Inwiefern solche künstlerischen Rahmenwechsel neue Zugänge zu diesen

---

118 Die wechselseitige Austauschbeziehung zwischen Bild und Körper wurde von Horst Bredekamp auch als »substitutiver Bildakt« beschrieben. Bredekamp: Theorie des Bildakts, S. 171–230.

119 Rabih Mroué schreibt über die libanesischen Märtyrerposter: »Normally, it's taboo to talk about them [...] because it's a taboo to discuss anything having to do with martyrs. They are heroes; they're half saints.« Rabih Mroué: »1000 Words«, Artforum 48/3 (2009), S. 194. Ähnliches bemerkt auch Elias Chad: »Yet despite their ubiquity within Lebanese public life, posters of martyrs are not a topic of open discussion. Their silence presence gives them a paradoxical status; they are both commonplace and taboo.« In Chad: »Martyrdom and Mediation«, S. 2.