GENDER OPEN REPOSITORIUM

Das andere Geschlecht der Armut

Mathes, Bettina

2005

https://doi.org/10.25595/4548

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mathes, Bettina: *Das andere Geschlecht der Armut*, in: Bulletin Texte / Zentrum für Transdisziplinäre Geschlechterstudien / Humboldt-Universität zu Berlin (2005) Nr: Doppelausgabe 29+30, 172-183. DOI: https://doi.org/10.25595/4548.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY 4.0 Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Terms of use:

This document is made available under a CC BY 4.0 License (Attribution). For more information see:

https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Bulletin Texte 29+30

Armut und Geschlecht



Zentrum für transdisziplinäre Geschlechterstudien
www.gender.hu-berlin.de

Bettina Mathes

Das andere Geschlecht der Armut

In der Geschlechterforschung besteht Einigkeit darüber, dass Armut weiblich ist. Mehr Männer als Frauen leben in Armut oder sind von Armut bedroht. Der aktuelle Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung schlüsselt die Weiblichkeit der Armut folgendermaßen auf: 56% der Sozialhilfeempfänger sind Frauen; Frauen haben ein im Vergleich zu Männern 2% höheres Armutsrisiko (14,5%), Frauen beziehen im Vergleich zu Männern ca. 20% geringere Löhne und arbeiten in sozial weniger abgesicherten Teilzeitarbeitsverhältnissen. Allerdings, unter den Sozialhilfeempfängern sind 44% männlichen Geschlechts und das Armutsrisiko des Mannes beträgt immerhin noch 12,5%.[1] Je weiter unser Blick sich jedoch von der westlichen Welt entfernt, desto ‚eindeutiger' erscheint Armut als weiblich. Laut dem Bericht des „Aktionsprogramms 2015. Armut bekämpfen. Gemeinsam handeln" sind weltweit über eine Milliarde Menschen – beinahe die Hälfte von ihnen in Südostasien und dem südlichen Afrika – von „extremer Armut" betroffen und müssen von weniger als einem Dollar pro Tag leben. Siebzig Prozent aller Menschen, die weltweit in Armut leben, sind Frauen.[2] Demzufolge wird die Gleichberechtigung der Geschlechter von Regierungen und NGOs als „ein Schlüsselfaktor zur Verminderung der weltweiten Armut" angesehen.[3]

Freilich ist der abstrakte Begriff ‚Armut' nicht identisch mit den Menschen, die arm sind, weshalb die Frage angebracht ist, ob Armut einen neutralen Sachverhalt beschreibt oder ob der Begriff selbst ein Geschlecht ‚hat', d.h. geschlechtliche Vorannahmen enthält, die die Wahrnehmung der Armen prägt. Die Frage scheint auch deshalb wichtig, weil die Begriffe, mit denen wir die Welt beschreiben, immer auch etwas über die unbewussten, verdrängten Phantasien und Fiktionen der Kultur aussagen, die sie hervorbringt und benutzt. So gesehen scheint es tatsächlich lohnend, dem symbolischen Geschlecht der Armut nachzugehen. Welche Geschlechterbilder transportiert der Begriff Armut? Welche geschlechtlichen Positionen besetzen diejenigen, die auf Armut blicken, die über Armut sprechen? Nach dem Geschlecht der Armut zu fragen, heißt auch, die in dem Begriff eingeschriebenen Wissens- und Subjektstrukturen zu untersuchen. Diese Fragen implizieren, das ‚Geschlecht der Armut' nicht von der geschlechtlichen Identität der Armen abzuleiten, sondern im Hinblick darauf zu diskutieren, was die Vorstellung von Armut über die unausgesprochenen Phantasmen der westlichen Kultur erzählt.

---

1 Der aktuelle Armuts- und Reichtumsbericht kann auf der website der Bundesregierung heruntergeladen werden: http://www.bmgs.bund.de/deu/gra/themen/sicherheit/armutsbericht/index.cfm

2 Die Studie des „Aktionsprogramms 2015" ist auf der website erhältlich: http://www.aktionsprogramm2015.de/www/armutweltweit_2_2_0_f.htm

3 Aktionsprogramm 2015, S. 12.

Der Armut ein Schnippchen schlagen?



Ich möchte diese Fragestellung beispielhaft an einem Werbespot diskutieren, den die Kampagne „Deine Stimme gegen Armut“ produziert hat und der im Sommer 2005 im Rahmen der „Aktion 2015“ und des „Global Call to Action Against Poverty“ im Kino, Fernsehen und Internet zu sehen war.[4] Gallionsfigur, Initiator und treibende Kraft des „Global Call“ ist Bono, im Hauptberuf Sänger der Popband U2, der inzwischen als „statesman“ agiert und wahrgenommen wird.[5] Hintergrund der Aktion ist die im Jahre 2000 von der Gruppe der G8 und der UNO beschlossene Agenda, die Armut auf der ganzen Welt bis zum Jahr 2015 zu halbieren. In einem offenen Brief an Bundeskanzler Gerhard Schröder formulieren die Initiatoren der deutschen Kampagne ihre Motivation: „Eine ungerechte Welt ist gefährlich und wird zur Brutstätte von Terror und Angst.“ Es gehe aber auch darum, „der Welt zu zeigen, dass sich Deutschland der Zukunft der ganzen Menschheit verpflichtet fühlt“.[6] In einer Presseerklärung wird Herbert Grönemeyer, einer der Initiatoren der deutschen Initiative, mit folgenden Worten zitiert: „Es ist eine tragische und grausame Ungerechtigkeit in der Menschheit, dass in Zeiten, in denen die Welt über die nötigen Mittel verfügt, immer noch Millionen Menschen an den Folgen extremer Armut sterben müssen.“

Der einminütige Werbespot, der auch in einer englischen Version ausgestrahlt wurde, enthält weitere, eher versteckte Motivationen, die sichtbar werden, wenn man die Symbolik des Spots analysiert. Der kurze Spot zeigt nacheinander 12 international bekannte Künstler und Künstlerinnen – in Deutschland gerne ‚Kulturschaffende’ genannt – sowie eine Journalistin, die in schlichtem, blütenreinem Weiß gekleidet, sich vor einer Kamera postieren und einmal mit den Fingern schnippen, wodurch entweder der nächste Künstler im Bild erscheint oder eine Schrifttafel herbeigeschnippt wird, die zusammengenommen folgende Botschaft enthält:

> „Alle drei Sekunden stirbt ein Kind / an den Folgen extremer Armut. Du kannst etwas tun! / Wir wollen kein Geld. / Wir brauchen Deine Stimme. / Schreib deinem Regierungschef. Er muss handeln. / Jetzt! / Deine Stimme gegen Armut.“

---

4 http://www.weltweite-aktion-gegen-armut.de/medien_spot.html

5 Das New York Times Magazine vom 18. 9. 2005 widmete dem „statesman“ Bono ein mehrseitiges Feature. Die Bezeichnung scheint unangebracht, denn während die Politiker, die er von seiner Mission zu überzeugen versucht, in einem demokratischen Verfahren gewählt wurden und über ihr Tun Rechenschaft ablegen müssen, ist der Popstar Bono niemandem – außer vielleicht seiner Bank – Rechenschaft schuldig.

6 Alle Zitate hier und im Folgenden http://www.weltweite-aktion-gegen-armut.de (letzter Besuch 4.10.05).

Zum ‚Rhythmus' der sterbenden Kinder sehen wir alle drei Sekunden ein prominentes Gesicht: Brad Pitt, Claudia Schiffer, Herbert Grönemeyer, Kylie Mynogue, Justin Timberlake, Anne Will, P. Diddy, Jamie Foxx, Bono, Hugh Grant, George Clooney, Xavier Naidoo und Cameron Diaz. Das letzte Bild jedoch zeigt einen in ein schmutzig weißes, ärmliches T-Shirt gekleideten, ebenso namen- wie gesichtslosen Jungen schwarzer Hautfarbe, der zwar ebenfalls mit den Fingern schnippt, dessen Schnippen jedoch kein neues Bild – keine neue ‚Lichtgestalt' – herbeizitiert und der seinen Protest auch nicht in Worte fassen kann. Auf das Schnippen des Jungen folgt ‚Nichts' – eine Schwarzblende, ein black-out, der Spot ist zu Ende.



Armut – so lautet die Botschaft dieses Werbefilms – ist ein schwarzes Loch; Armut, das ist der sprichwörtliche ‚schwarze Kontinent', der die Befehlsgewalt des weißen Subjekts herausfordert und seine Definitionsmacht bestätigt. Die mit kolonialen Stereotypen angereicherte Geschlechtersymbolik dieses Werbespots ist nicht zu übersehen – allein, die Schamlosigkeit, mit der hier weiße, westliche und männliche Überlegenheitsphantasien als Grundlage für die Verringerung von Armut dargeboten werden, überrascht und ist zugleich besonders aufschlussreich für die Funktion, die Armut im Imaginären der westlichen Gesellschaften spielt. Der kurze Film baut auf mehreren Oppositionen auf: weiß versus schwarz, Stimme versus Verstummen, Individualität versus Anonymität, Definitionsmacht versus Ohnmacht, Sichtbarkeit versus Unsichtbarkeit, Aktivität versus Passivität, Kultur versus Natur. Alle diese Gegensatzpaare sind geschlechtlich kodiert und bezeichnen jeweils entweder den überlegenen männlichen oder den unterlegenen weiblichen Pol. Das unschuldige, eine reine Weste – oder sollte man sagen, einen reinen Westen – symbolisierende Weiß, in dem die Protagonisten dieser Rettungsaktion sich in Szene setzen, kann über das hierarchische Gefälle, das sie zwischen ihrer eigenen Welt und der ‚Armut' errichten, nicht hinwegtäuschen. Denn dieses Weiß steht für den Definitionsanspruch des weißen Subjekts, der sich in jeder seiner Bewegungen, in jeder Kameraeinstellung und in jedem Wort ausdrückt: Ist das Schnippen mit den Fingern doch eine bis heute geübte Herrschafts- und Allmachtsgeste. Wer nur mit den Fingern zu schnippen braucht, um eine Aktion in Gang zu setzen, ist entweder mit göttlicher Macht versehen oder befindet sich in einer Position, die der eines Herrn, der seinen Knecht (oder seinen Sklaven) herbeizitiert, gleicht. Tatsächlich folgt im Werbespot auf jedes zweite oder dritte Fingerschnippen eine definitive Aussage über die Ohnmacht des in Armut lebenden ‚Anderen' – „Alle drei Sekunden stirbt ein Kind an den Folgen extremer Armut" – oder ein Befehl, der sich zwar an die Mitglieder der eigenen Gemeinschaft richtet, der jedoch die Hörigkeit des ‚armen' Anderen impliziert: „Schreib Deinem Regierungschef. Er muss handeln. Jetzt!". Dieser Logik folgend muss das Schnippen des ‚armen' schwarzen Kindes scheitern. Und was könnte diese Ohnmacht

besser symbolisieren als das schwarze Nichts, mit dem das ‚arme Kind' den Spot beendet.

„Can the subaltern speak" hatte Gayatry Spivak[7] in einem berühmten Aufsatz einst gefragt. Ihre Antwort lautete „Nein", denn die Position des Subalternen bestehe eben darin, im dominanten Diskurs nicht als sprechendes Subjekt wahrgenommen zu werden. Diese Verwandlung des ‚Anderen' in ein stummes, ‚unzugängliches', ‚geheimnisvolles' Gegenüber ist die Voraussetzung für die Verwirklichung jener Penetrations- und Kolonisationsphantasien, in denen sich der zuweilen als Nächstenliebe getarnte Herrschaftsanspruch des westlichen Subjekts ausdrückt. Dieser besagt nicht nur die Erzeugung und Tradierung bestimmter negativer oder positiver Stereotype *über* den ‚schwarzen Kontinent', sondern greift viel tiefer. Weißsein ist ein Diskurs des westlichen Subjekts, welches sich im ‚dunklen' Rest der Welt ein Gegenüber schafft, das die eigene Autonomie und Definitionsmacht bestätigt, das dem westlichen (männlichen) Menschen erlaubt, zum Subjekt zu werden, indem er den Anspruch erhebt, die Wahrheit über den anderen auszusagen. Aus diesem Anspruch speist sich die Identität des Subjekts, welches über den ‚Anderen' spricht. Eine dieser ‚Wahrheiten' lautet Armut. Und wie uns der Werbespot vor Augen führt, ist Armut lediglich ein anderes Wort für den kolonialistischen Blick des Abendlandes auf das Fremde. In dem scheinbar stummen, weil wortlosen, Werbespot alterniert das Schnippen der Finger mit dem ‚Wort des Herrn', und führt auf diese Weise die Entmündigung der ‚Armen' vor Augen. Es ist deshalb sicherlich kein Zufall, dass man den für seine religiösen Texte bekannten und verehrten Popsänger Xavier Naidoo, der seinen Vornamen wie das englische Wort Saviour (Erlöser) ausspricht, als einen der Finger schnippenden Repräsentanten der Aktion ausgewählt hat. Der Sänger, der als „Jesus der Hitparaden" verehrt wird und dessen CD-Alben mit den Titeln „Nicht von dieser Welt" und „Alles für den Herrn" explizit christliche Kontexte aufrufen, steht für jenen abendländisch-christlichen Missionsgestus, mit dem die Einwohner Nord- und Südamerikas im 16. und Afrikas im 19. Jahrhundert gewaltsam zu ‚guten Christen' erzogen wurden.

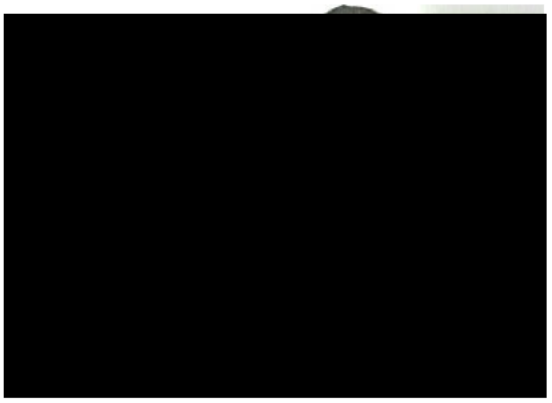


Und noch ein weiteres Schnippchen schlagen die Fingerschnippenden der sprachlosen ‚Armut'. Sie alle sind, obwohl – oder gerade weil – in einheitliches Weiß gekleidet, als unverwechselbare Individuen zu erkennen, die sich ein individuell verschiedenes Schnippen zugelegt haben: nachdenklich, energisch, distanziert, engagiert, exzentrisch.... Hier könnte man einwenden, dass in dem Werbefilm nicht nur Weiße, sondern auch Künstler mit afro-amerikanischem und indischem Hintergrund auftreten, deren

---

[7] Cary Nelson and Lawrence Grossberg, Hg., Marxism and the Interpretation of Culture, Chicago 1988, S. 271-313.

Präsenz gegen eine rassistische Botschaft des Spots spricht. Ich meine jedoch, das Gegenteil ist der Fall. Indem P. Diddy, Jamie Foxx und Xavier Naidoo sich an dieser Aktion beteiligen, zeigen sie, dass die Position des sprechenden, mit Definitionsmacht ausgestatteten Subjekts eine im symbolischen Sinne weiße Position ist, die sich über die Abgrenzung zu einem schwarzen, ohnmächtigen, armen und als Kollektiv gedachten ‚Anderen' herstellt. Das Gleiche gilt für die vier Frauen, die ihr Gesicht der Aktion zur Verfügung stellen. Ihnen gelingt es, den ‚dunklen Kontinent', den sie im westlichen Imaginären bis vor kurzem noch selbst verkörperten – „das Rätsel sind sie selbst, meine Damen", hatte Sigmund Freud seinen weiblichen Zuhörerinnen vorgehalten[8] –, durch den kolonialistischen Blick auf einen anderen schwarzen Kontinent hinter sich zu lassen. Diejenigen, die aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Hautfarbe oder Herkunft nicht ‚von Natur aus' an der Definitionsmacht des westlichen Subjekts teilhaben, werden zu KomplizInnen jenes männlich-abendländischen Kolonialisierungsdiskurses. Indem die als ‚Abweichung' konstruierten Individuen in der schwarzen Armut das kulturell ‚Andere' erblicken und sich diesem ‚Anderen' im Gestus der abendländischen Überlegenheit zuwenden, wird es auch ihnen möglich, die Position des universellen Subjekts zu besetzen, die ihnen innerhalb der symbolischen Ordnung der Kultur, in der sie leben, nicht zugestanden wird. Sie streifen sich sozusagen eine symbolische weiße Haut über. Gleichzeitig rücken sie durch ihre Präsenz die als kolonialistisch kritisierte ‚Nächstenliebe' des weißen Subjekts ins rechte Licht.



Um „ein Zeichen zu setzen" – so die Rhetorik der Kampagne – , wurden Gebäude mit nationaler Bedeutung wie das Brandenburger Tor und das Reichstagsgebäude symbolisch mit dem weißen Band umhüllt. Diese falsch verstandene Imitation der Verhüllungskunst von Christo und Jeanne-Claude entfaltet vor allem in Deutschland tatsächlich eine ganz eigene Symbolik, die jedoch wenig mit dem (angeblichen) politischen Ziel der Kampagne zu tun hat. Brandenburger Tor und Reichstagsgebäude symbolisieren die Idee eines ethnischen ‚reinen' (weißen) und homogenen Deutschlands, in dem Menschen die dieses Reinheitsgebot nicht erfüllen – auch wenn sie hier geboren wurden – als Fremde ausgegrenzt werden. Das weiße Band der Solidarität ist sichtbarer Ausdruck dieser Präferenz. „Wir sind weiß", lautet die Botschaft, die die Bilder dieser ‚Solidaritätsgeste' um den Globus senden.

---

[8] Sigmund Freud, Die Weiblichkeit, in: Neue Folge der Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse. Frankfurt am Main 1986. S. 91-110.

Weil der kolonialistische Blick sich nicht nur inhaltlich, sondern auch strukturell äußert, entfaltet das Begehren des Westens gegenüber dem ‚armen' Rest der Welt auch dort seine Wirkungsmacht, wo es scheinbar um die Zurückweisung eigener, egoistischer Interessen geht – „Wir wollen kein Geld!" – oder wo die Einlösung westlicher Gleichheits- und Gerechtigkeitsideale gegenüber dem ‚Anderen' im Vordergrund steht: „Es ist eine tragische und grausame Ungerechtigkeit in der Menschheit, dass in Zeiten, in denen die Welt über die nötigen Mittel verfügt, immer noch Millionen Menschen an den Folgen extremer Armut sterben müssen". Aber ist es nicht eine ebenso grausame Ungerechtigkeit, dass nach Jahrzehnten postkolonialer Kritik die westlichen Gesellschaften den armen Süden und Südosten immer noch zur Aufrechterhaltung ihres Überlegenheitsphantasmas gebrauchen?



Foto: VENRO, Bildschön/Berlin

Armut ohne Arme?

Auf den ersten Blick scheint es, als habe Konstruktion der Armut als ‚schwarzer Kontinent' wenig mit der Wahrnehmung der Armut zu Hause zu tun. Schaut man jedoch genauer hin, dann erkennt man durchaus Parallelen. Im Jahre 1906 hat der Soziologe Georg Simmel die symbolische Gewalt, die der abstrakte Begriff ‚Armut' beinhaltet, herausgearbeitet. In einem Aufsatz mit dem Titel „Zur Soziologie der Armut"[9] beschreibt er den Prozess, in dessen Verlauf der einzelne Arme nicht mehr als Indivi-

[9] Georg Simmel, Zur Soziologie der Armut, in: Simmel, Georg (1906): Zur Soziologie der Armut, in: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, hrsg. von Edgar Jaffé, Werner Sombart und Max Weber, 22. Jg. (N.F. 4), 1. Heft (Januar), S. 1-3.

duum mit vielfältigen Facetten und Identitäten wahrgenommen wird, sondern als anonymer Teil einer Masse von Armen und als passiver, stummer Empfänger staatlicher Fürsorgeleistung. Im Gegensatz zu älteren Formen der Armenfürsorge, die ethischen Imperativen wie Mitleid, Großherzigkeit und Liebe oder der Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft entspringen und die sich dem einzelnen, hilfsbedürftigen Individuum zuwenden, entsteht mit der staatlichen Armenfürsorge im 19. Jahrhundert ein Typus von Wohlfahrt, dem es nicht um eine Hilfeleistung für den einzelnen Menschen geht, sondern um die Bekämpfung des Abstraktums ‚Armut'.

> „Man kann von der Armut als von einer sachlich bestimmten Erscheinung ausgehen und sie als solche zu beseitigen suchen: an wem, aus welchen individuellen Ursachen, mit welchen individuellen Folgen auch immer sie hervortritt, sie fordert Abhilfe, Ausgleichung dieses sozialen Mankos. Auf der anderen Seite richtet sich das Interesse auf das arme Individuum – zwar weil es arm ist, aber man will mit der Hilfsaktion nicht die Armut überhaupt, pro rata, beseitigen, sondern diesem bestimmten Armen aufhelfen. Seine Armut wirkt hier nur als eine einzelne und singuläre Bestimmung seiner, ist sozusagen nur die aktuelle Veranlassung, sich mit ihm zu beschäftigen, er soll als Ganzer in eine Situation gebracht werden, in der die Armut von selbst verschwindet."[10]

Die Orientierung an der Bekämpfung ‚der' Armut führe nun dazu, so Simmel, dass die Persönlichkeit des einzelnen Armen auf sein Armsein reduziert werde. Alles, was er oder sie sonst noch ist oder sein könnte – Eltern, Großeltern, Tante, Onkel, gebildet, sportlich, belesen, musikalisch, etc. – all dies wird von der Kollektividentität ‚arm' zum Verschwinden gebracht. „Das ist das Furchtbare an dieser Armut – im Unterschied gegen das bloße Armsein, das jeder mit sich selbst abzumachen hat und das nur eine Färbung seiner sonstigen, individuell qualifizierten Lage ist – dass es Menschen gibt, die ihrer sozialen Stellung nach nur arm sind und weiter nichts." Die Armen werden damit zu einer Klasse zusammengefasst, „die ihre Einheit auf ein rein passivistisches Moment gründet: nämlich darauf, dass die Gesellschaft sich in einer bestimmten Weise zu ihr verhält, mit ihr verfährt."[11] Aus dieser Perspektive erscheine der Arme im Blick des Staates „als ein rechtloses Objekt und zu formende?r? Stoff"[12]. Eine Position, die seit Aristoteles, die der Weiblichkeit ist.[13]

Georg Simmel schrieb seinen Aufsatz vor einhundert Jahren und bis heute hat sich an der Entmündigung der Armen wenig geändert. Nicht nur der bereits besprochene Werbespot „Deine Stimme gegen Armut" bedient diese Wahrnehmung. Auch die Bilder der Armut zu Hause, die wir – insbesondere während der Proteste gegen Hartz IV – tagtäglich in den Zeitungen und im Fernsehen zu sehen bekommen, zeigen Arme als eindimensionale Menschen, die nur ein Anliegen zu besitzen scheinen, nämlich ihren Anspruch gegenüber dem Staat geltend zu machen. Das Wort ‚Anspruch' ist in diesem Zusammenhang aufschlussreich, beschreibt es doch genau jene Haltung der Passivität

---

[10] Ebd. S. 2.

[11] Ebd. S. 1.

[12] Ebd. S. 2.

[13] Aristoteles, Über die Zeugung der Geschöpfe, übersetzt von Paul Gohlke, Paderborn 1959.

– sogar in der Aktivität –, in der der Arme seine Stimme nur deshalb erhebt, um verstummen zu können. Diese Haltung ist den Männern und Frauen, die arm sind, nicht vorzuwerfen! Sie zeigt vielmehr, wie effektiv die ‚Armut' den Armen im Griff hat. Und sie zeigt auch, dass Menschen, die arm sind, als Fremde in ihrer eigenen Gesellschaft wahrgenommen werden.



Wie aber soll man sich zur Armut verhalten, ohne die hier von mir kurz skizzierten Überlegenheitsstrukturen zu wiederholen? Ist es möglich, Menschen, die arm sind, zu repräsentieren, ohne sie sogleich auf die Position des ‚Anderen' festzulegen? Ist es möglich, die Armut zu sehen, ohne damit zugleich voyeuristische Bedürfnisse zu befriedigen? Die Frage stellt sich nicht zuletzt deshalb, weil Armut spätestens seit der Erfindung der Photographie ein beliebtes Objekt des Voyeurismus darstellt. In ihrem noch immer aktuellen Essay *On Photography*[14] hat Susan Sontag beschrieben, dass der Darstellung von Armut in der Geschichte der Photographie von Anfang an eine zentrale Funktion zukommt. Zunächst entdeckten Photographen die ‚Schönheit' der Armut, die die Leser der illustrierten Magazine konsumieren konnten. In der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, als sich die ‚Schönheit' eines von Armut ausgezehrten Gesichts oder einer ärmlichen Hütte abgenutzt hatte, zielten die Bilder der Armut darauf ab, den Betrachter zu schockieren, ihn aufzurütteln, zu Handlungen gegen die Armut zu bewegen. Aber auch diese Bilder, so Sontag, verloren ihre Schockwirkung bald wieder und so mussten immer brutalere, immer ‚ehrlichere' und immer schamlosere Bilder produziert werden, um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu erreichen, um seine Lust, das Leiden der Anderen zu betrachten, zu befriedigen. Eine dritte Variante bieten die Werbekampagnen der italienischen Modefirma Benetton, die mit Bildern von Armut, Krankheit und Elend für die Schönheit ihrer Textilien geworben hat. Ist es in diesem Kontext ein Zufall, dass das Schnippen der Finger an den Verschluss einer Photokamera erinnert? Jedes Schnippen erinnert an die Definitionsmacht des Photographen gegenüber der Armut. Susan Sontag führt die Neigung der Photographie, das, was das Objektiv erblickt, zu ästhetisieren, darauf zurück, dass die Photokamera, die wie kein anderes Medium für die Echtheit des Repräsentierten steht, in Wirklichkeit nicht in der Lage sei, Wahrheit abzubilden. Photographieren heißt immer, auszuwählen, zu inszenieren und zu konstruieren. Da der Wahrheitsanspruch sich nicht einlösen lässt, verschiebt sich die Aufmerksamkeit auf die ‚Schönheit' des photographierten Objekts. Das heißt auch, dass die Photographie einen nicht gering zu veranschlagenden Anteil an der Entmündigung der Armen hat. Sie steht im Dienste der Bekämpfung der Armut, nicht jedoch im Dienste der Armen.

---

[14] Susan Sontag, On Photography, Harmondsworth 1978.



F

Man kann angesichts der großen Zahl von Bildern der Armut sicherlich nicht sagen, Armut sei unsichtbar. Ist es aber möglich, etwas über die Persönlichkeit, die Interessen, Fähigkeiten und Aktivitäten der Menschen zu erfahren, die in Armut leben, ohne sie immer schon als Projektionsfläche der eigenen Lüste zu gebrauchen? Diese Frage richtet sich nicht nur an diejenigen, die über Armut berichten, sie erfordert auch eine Reflexion über das Medium, mit dem man versucht, sich der Armut zu nähern. Angesichts der Neigung des Mediums Photographie, das Gesehene in ein blindes Objekt zu verwandeln und damit zugleich die Definitionsmacht des Blickenden zu bestätigen sowie dieses Objekt dem Betrachter zum ästhetischen Genuss anzubieten, scheint es fragwürdig – wenn auch nicht ausgeschlossen – ob die Photographie in der Lage ist, das hierarchische Gefälle zwischen Subjekt und Objekt aufzuheben.[15] Das Medium Film, das sowohl die Identifizierung mit der Kamera als auch mit dem Objekt erlaubt, scheint besser geeignet, die Hierarchie zu überwinden und den eigenen Standpunkt – die eigenen Interessen und die eigene Geschichte – offen zu legen und in die Darstellung der Armut einzubeziehen. Als ein Beispiel für einen gelungenen Versuch möchte ich einen Film der französischen Filmemacherin Agnès Varda vorstellen. Der im Jahr 2000 entstandene Film trägt den Titel *Les glaneurs et la glaneuse*[16], was der deutsche Verleih mit *Die Sammler und die Sammlerin* übersetzt hat. Im Französischen heißt

[15] Dank an Bettina Uppenkamp für den Hinweis.

[16] Agnès Varda, Les glaneurs et la glaneuse, Frankreich 2000, 82 min.

‚glaner' nicht nur sammeln, sondern auch auflesen, und zwar das, was nach einer Ernte oder nach einem Markttag übrig bleibt, was wir gewöhnlich als Abfall bezeichnen. Ein ‚glaneur' und eine ‚glaneuse' sind also Menschen, die das aufheben, die möglicherweise davon leben, was andere übrig lassen, sie widmen sich – so könnte man sagen – der Nachlese. Varda sucht mit ihrer Kamera verschiedene, über ganz Frankreich verteilte Schauplätze dieser Nachlese auf – ein Kartoffelfeld, eine Apfelplantage, ein Kohlfeld, einen Feigengarten, Austernbänke, einen Wochenmarkt in Paris, ein Künstleratelier, einen Nachbarschaftsladen u.v.m – und jedes Mal begegnet sie Menschen mit einem eigenen Gesicht und Namen, die aus Not, aber auch aus Interesse oder politischem Engagement die Reste aufsammeln und oftmals damit ihren Lebensunterhalt bestreiten. Darüber hinaus schweift sie immer wieder von ihrem Thema ab, stellt uns eine Cafébesitzerin und ihren Mann vor, die in ihrer Jugend ebenfalls Reste aufgesammelt hat, lässt uns an ihrer Begegnung mit einem Weingutsbesitzer aus dem Burgund teilhaben, der nebenbei Psychotherapeut ist und dessen Frau mit Jacques Lacan bekannt war. Die Leistung dieses Films besteht u.a. darin, die z.T. bitterarmen Männer und Frauen, mit denen sie Kontakt aufnimmt, als Individuen zu zeigen, deren Persönlichkeit sich nicht im Armsein erschöpft. Die Menschen, denen sie begegnet, haben eine Geschichte und einen Namen, sie träumen, sie sind kreativ, sie sind handelnde Subjekte, die nicht darauf warten, angesprochen zu werden – auch nicht von der Filmemacherin. Es ist jedoch das Verdienst der Filmemacherin, einen Weg gefunden zu haben, die SammlerInnen in ihrer Individualität wahrzunehmen und zu respektieren. Varda hat der Versuchung widerstanden, die Menschen, die sie traf, als passive Almosenempfänger und „formbare Masse" darzustellen und sie auf diese Weise zu entmündigen. Dies gelingt der Filmemacherin u.a. deshalb, weil sie in diesem Film auch ihren eigenen Standpunkt, ihre eigenen Lüste, Absichten, aber auch Ängste thematisiert und sich mit der Differenz von Bild und Wirklichkeit beschäftigt, womit sie zeigt, dass die Auseinandersetzung mit der Armut anderer Menschen nicht in der vollständigen Reduzierung der Perspektive münden muss. (Aus diesem Grund sind die ‚Abschweifungen' nicht überflüssig. Sie öffnen den Blick für die Vielfalt und Gleichzeitigkeit der Realität.) Dass ihre eigene Position nicht unsichtbar gemacht wird, deutet bereits der Titel an. Als Filmemacherin ist sie selbst ist eine ‚glaneuse', die das aufliest, was andere Menschen übrig lassen, die Bilder sammelt, um sie zu einem Film zu verwerten. Sie gibt aber auch etwas zurück: Sie zeigt sich selbst als sterbliches Individuum; als alternde Frau, deren Haare grau werden, deren Hände runzlig sind und für die die Filmkamera ein Instrument darstellt, um der Angst vor dem Alter und dem Tod Ausdruck zu verleihen.

Der Kontrast zu dem Werbespot der Aktion „Deine Stimme gegen Armut" – dessen Budget das von Vardas Film sicherlich um ein Vielfaches übersteigt – könnte nicht größer sein. „Alle drei Sekunden stirbt ein Kind an extremer Armut", schnippen uns die ebenso makellosen wie alterslosen Beteiligten vor. Während der Kinospot die Sterblichkeit an den Anderen delegiert, zeigt Varda, dass in dem Wissen um die eigene Sterblichkeit eine Möglichkeit liegt, dem anderen – dem Armen – respektvoll zu begegnen. Agnès Vardas Film setzt mit der Anerkennung des Voyeurismus und der Ästhetisierung, die die Repräsentation der Armut umgeben, ein. Aber zugleich macht

Varda deutlich, dass das Bild der Armut nicht mit der Wirklichkeit der Armen übereinstimmt. Besonders interessant ist hier die Geschlechtersymbolik. Während die Konventionen der Kunst uns lehren, Armut beinahe schon selbstverständlich als weiblich und Kollektivsingular wahrzunehmen, sieht Varda Individuen, die keineswegs immer weiblich sind. Und während die stereotypen Bilder der Armut uns diese als isoliertes bzw. die Persönlichkeit eines Menschen total bestimmendes Phänomen darbieten, zeigt Vardas Film, das Armut weder etwas Statisches ist noch den Einzelnen auf passive Empfangsbereitschaft festlegen muss. Und auch das in den Bildern der Armut so häufig bemühte Bild des Kindes als bemitleidenswertem Geschöpf, dessen Mutter nicht in der Lage ist, es zu umsorgen, die sich aber dennoch für das Kind aufopfert, wird in den ersten Minuten des Films dekonstruiert. Wir sehen Kinder, die fröhlich sind, die beim Aufsammeln von Kartoffeln auf einem Acker singen und die dabei keineswegs ihre Not romantisieren, sondern sich ironisch zu ihr ins Verhältnis setzen. Was dieser Film uns lehrt, ist, uns selbst zu betrachten. Nur dadurch versetzen wir uns in die Lage, die ‚Anderen' – und seien sie noch so arm – zu unterstützen, statt sie in ihrer Individualität und Geschichte auszulöschen. Mit dem Finger zu schnippen, ist nicht nur zu einfach, es ist einfach schamlos.

Armut macht Spaß, Armut ist schön

Ihren vorläufigen Höhepunkt fand die Aktion ‚Deine Stimme gegen Armut' in den gigantischen Live 8 Konzerten, die am 2. und 3. Juli 2005 in Berlin, Tokio, Philadelphia, London, Rom, Paris, Johannesburg und Moskau stattfanden. Berühmte Rock- und Popstars wie Madonna, Elton John und Stevie Wonder spielten vor Hunderttausenden, die zu den Konzerten angereist waren bzw. sie am Fernsehen verfolgten. Niemals hat Armut mehr Spaß gemacht! Zur Parole „Alle drei Minuten stirbt ein Kind" schnippten die Konzertbesucher sich in Ekstase und die Stars steigerten ihren Beliebtheitsgrad durch soziales Engagement. Die Veranstalter bestreiten allerdings, dass es sich bei diesem Spektakel um eine gigantische Ausbeutung der Armut für ihre eigene Selbstdarstellung handelte. In recht unbeholfenen Worten formulieren sie den ‚guten' Zweck der Aktion:

> „Dies ist zweifellos ein Einschnitt in die Geschichte, bei dem gewöhnliche Leute die Initiative ergreifen können, um etwas wirklich Enormes zu erreichen. Wir können von den 8 Regierungschefs beim G8-Gipfeltreffen ein Ende der Armut verlangen. Es liegt in den Händen dieser 8 Regierungschefs die Geschichte zu verändern. Sie werden es jedoch nur tun wollen, wenn Tausende von Menschen ihnen zeigen, dass es so nicht weitergehen kann. Wenn sie die Entwicklungshilfe verdoppeln, die Schulden streichen und Afrika einen fairen Handel sichern, dann könnten die G8-Regierungschefs die Zukunft von Millionen von Männern, Frauen und Kindern ändern."[17]

Die Größenphantasien, die in dieser Erklärung zum Ausdruck kommen – „Es liegt in den Händen dieser 8 Regierungschefs die Geschichte zu verändern." – steht im umgekehrten Verhältnis zur Dürftigkeit des Inhalts. Sollen wir wirklich glauben, Popkon-

[17] http://www.live8live.com/whatsitabout/de/index.shtml

zerte machten die sorgfältige Begründung politischer Argumente überflüssig? Ersetzt das Schnippen mit dem Finger das Nachdenken und Streiten über die Gestaltung einer zunehmend globalisierten Welt? Die Veranstalter legen großen Wert auf den Symbolgehalt ihrer Aktion, sie wollen ihn ausdrücklich als ein Zeichen des Protestes verstehen, über die Bedeutung ihres wichtigsten Symbols schweigen sie jedoch.

Kein Zweifel: Armut macht Spaß – da kommt es gerade recht, dass die Armen sich diesen Spaß nicht leisten können.