

INTERKULTURELLE
PRAXIS UND
DIVERSITY
MANAGEMENT

Sabine Handschuck, Albert Kapfhammer

Bunte Vielfalt

Farben in der
interkulturellen Kommunikation



INTERKULTURELLE PRAXIS UND DIVERSITY MANAGEMENT

Sabine Handschuck, Albert Kapfhammer

Bunte Vielfalt

Farben in der interkulturellen Kommunikation

Die Buchreihe wird herausgegeben von
Sabine Handschuck, Reyhan Kulac, Hubertus Schröer und Gotthart Schwarz.

Dieser Titel ist auch als eBook erhältlich
ISBN 978-3-96557-090-0

Sie finden uns im Internet unter
www.ziel-verlag.de

Wichtiger Hinweis des Verlags: Der Verlag hat sich bemüht, die Copyright-Inhaber aller verwendeten Zitate, Texte, Bilder, Abbildungen und Illustrationen zu ermitteln. Leider gelang dies nicht in allen Fällen. Sollten wir jemanden übergangen haben, so bitten wir die Copyright-Inhaber, sich mit uns in Verbindung zu setzen.

Inhalt und Form des vorliegenden Bandes liegen in der Verantwortung der Autoren.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Printed in Germany

ISBN 978-3-96557-089-4 (Print)

Verlag: ZIEL – Zentrum für interdisziplinäres erfahrungsorientiertes Lernen GmbH
Zeuggasse 7–9, 86150 Augsburg, www.ziel-verlag.de
1. Auflage 2021

Gesamtherstellung: FRIENDS Menschen Marken Medien
www.friends.ag

© Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Buches darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlags reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

I. Teil

Aspekte interkultureller Verständigung durch Farben 11

Farbwahrnehmung 12

Farben und Sprache 16

Farben in sprichwörtlichen Redewendungen 22

Die Farben des Regenbogens 25

Die Regenbogenfahne 28

Farbordnungssysteme 31

Bunte Vielfalt 35

II. Teil

Farben 39

Rot 40

Redewendungen zur Farbe Rot 44

Rote Flaggen 47

Die rote Fahne 49

Rote Sünde, rote Liebe, rote Lippen 51

Rote Haare 56

Fundstücke zu Rot 60

Orange	65
Sauber und sicher!	70
Das Orange der Oranier	72
Orange in der Politik	75
Orange: Safran und Henna	77
Fundstücke zu Orange	80
Gelb	84
Redewendungen zur Farbe Gelb	87
Gelb als Farbe der Ächtung	90
Gelb als Farbe der Kommunikation	92
Gelb als Signalfarbe	95
Das Gelb der Herrscher und Heiligen	98
Fundstücke zu Gelb	101
Grün	105
Redewendungen zur Farbe Grün	108
Das gefährliche Grün	110
Das gefällige Grün	113
Grün als Farbe in der Politik	115
Grün als Farbe in der Religion	117
Fundstücke zu Grün	120
Blau	124
Redewendungen zur Farbe Blau	128
Blau als Wirtschaftsfaktor	132
Blaue Augen	135
Blau als Farbe des Friedens	139
Die blaue Kornblume	142
Fundstücke zu Blau	144

Violett	149
Redewendungen zu Violett	153
Violette Uneindeutigkeit	155
Violett als Farbe der Kirche	158
Violett als Parteifarbe	162
Violett als Farbe politischer Bewegungen	165
Fundstücke zu Violett	168
Rosa und Pink	172
Redewendungen zur Farbe Rosa	177
Das Geschäft mit der Farbe Rosa	179
Mädchenfarbe Pink	182
Rosa Winkel und Rosa Liste	184
Beruhigendes Rosa	186
Fundstücke zu Rosa und Pink	188
Schwarz, Weiß, Grau und Beige	192
Schwarz und Weiß	195
Schwarz	199
Redewendungen zur Farbe Schwarz	205
Weiß	209
Redewendungen zur Farbe Weiß	213
Grau	216
Redewendungen zur Farbe Grau	220
Beige	222
Fundstücke zu Schwarz, Weiß, Grau und Beige	227

III. Teil:	
Experimente, Übungen, Spiele und Aktivitäten	233
1. Farben nennen	234
2. Vorstellungsrunde mit Fotokarten	235
3. Trikolore	236
4. Gruppen bilden	238
5. Paare finden sich	240
6. Storytelling I.	241
Storytelling II.	243
7. Kommunikation durch Flaggen	244
8. Bunte Sprachbilder	246
9. Brainstorming zur Farbe Schwarz	248
10. Farben erinnern	250
11. Farben beschreiben	252
12. Lieblingsfarbe	254
13. Redewendungen	256
14. Alt oder jung – männlich oder weiblich?	258
15. Gruppenbild Purpur	260
16. Farbachiv I	262
17. Farbachiv II	264
18. Farben in der Politik	266
19. Weiße Privilegien	268
20. Akzeptabel – inakzeptabel	270
Informationen und Anmerkungen zu den 32 Bildkarten	273
Literatur	288
Sonstige Quellen	293
Dank	299
Die Autoren	300

Einleitung

Wir teilen uns viel durch Farben mit. Politische Parteien haben ihre Kennfarben. Die Farbe der Kleidung kann modische Einstellungen oder die Zugehörigkeit zu einer subkulturellen Gruppe signalisieren. Die Farben in Trachten transportieren Statusmeldungen. Stop-and-go im Verkehr wird durch Farbsignale geregelt. Staaten präsentieren sich durch Nationalfarben. Fußballmannschaften werden durch ihre Trikotfarben auseinandergehalten. Spielzeugabteilungen kennzeichnen die für Mädchen gedachten Angebote farblich. Mit der Farbe von Blumen verbinden sich bestimmte Botschaften. Flaggen und Seezeichen in bestimmten Farben dienen der Kommunikation in der Schifffahrt. Die Welt, in der wir leben, ist bunt.

Ein Team von Psychologen der Universität Lausanne stellte nach Versuchen in dreißig Ländern auf allen Kontinenten fest, dass weltweit ähnliche Gefühle mit den gleichen Farben verbunden werden und es so etwas wie globale Assoziationsmuster gibt. Rot wird in den meisten Ländern mit Zorn und Liebe verknüpft, Blau mit kühleren Emotionen und Braun ist die Farbe, die global die schwächsten Gefühle hervorruft. Es gibt aber auch länderspezifische Eigenheiten. Zum Beispiel ist Gelb in Ägypten mit keinerlei positiven Gefühlen verbunden und Lila wird in Griechenland überwiegend mit Traurigkeit in Verbindung gebracht, so Sebastian Hermann (SZ 14.11.2020).

Botschaften und Emotionen sind eng mit Farben verknüpft. In Sprichwörtern, Redensarten und Phrasen werden kollektive Erfahrungen, Gefühle und Empfindungen bestimmten Farben zugeordnet. Das ist in vielen Sprachen der Fall. Auch hier zeigen sich Übereinstimmungen, aber auch deutliche Unterschiede. Um einander zu verstehen, muss der symbolische Gehalt einer Redensart bekannt sein. Vertraute Metaphern werden durch den ständigen Gebrauch verinnerlicht. Ihre Bedeutung ist für Menschen nicht verständlich, die eine Sprache erst neu erlernen müssen. Die Kunst der Verständigung besteht darin, Phrasen und Redewendungen nicht wörtlich zu übertragen, sondern ihren Sinn wiederzugeben.

Von daher sind Farben und ihre Deutung und Symbolik für die interkulturelle Kommunikation von Interesse und Bedeutung. Ebenso sind es Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die zu Missverständnissen führen können. Das fängt schon bei Farbzuordnungen und Farbbegriffen an. So gibt es im Ungarischen zwei Ausdrücke für die Grundfarbe Rot und im Polnischen zwei für die Farbe Blau. Es gibt aber auch Sprachen, die ohne die Farbbezeichnung Blau auskommen. All diese Themen werden im vorliegenden Buch aufgegriffen, wobei nur ein kleiner Ausschnitt „bunter Vielfalt“ Platz finden konnte.

Der erste Teil des Buches hat das Thema „Interkulturelle Verständigung durch Farben“ zum Inhalt und legt die Grundlagen für weitere Überlegungen. Historische und kulturelle Unterschiede werden anhand von Beispielen vorgestellt. Es geht um sprachliche Bezeichnung von Farben, wieder werden kulturelle Verschiedenheiten und Veränderungen deutlich, aber auch, dass Farbbegriffe von einer Sprache in die andere wandern. Vorgestellt werden sprichwörtliche Redensarten und deren Symbolik, die sich Erstsprachler*innen anders erschließen als Eingewanderte und die wiederum in verschiedenen Sprachen unterschiedlich interpretiert oder von anderer Bedeutung sein können. Ein eigenes Kapitel ist den Farben des Regenbogens gewidmet, die Menschen zu allen Zeiten fasziniert haben. Sie haben Bedeutung in diversen Schöpfungsgeschichten und stehen aktuell für politische Aussagen, symbolisiert durch die Regenbogenfahne. Vorgestellt werden an zwei Beispielen Farbordnungssysteme, die die unüberschaubare Zahl von Farben durch Normung und Nummerierung auch international kommunizierbar machen.

Im Abschlusskapitel des ersten Teils wird das Zusammenleben in „bunter Vielfalt“ aufgegriffen, ein Bild, mit dem die divers gewordenen Gesellschaften der globalisierten Moderne beschrieben werden. Vielfalt war nicht immer positiv besetzt. Farbliche Markierungen haben auch dazu gedient, Zugehörigkeiten und damit auch Abgrenzungen zu kennzeichnen.

Im zweiten Teil werden sieben Farben in jeweils einem eigenen Kapitel vorgestellt. Das achte Kapitel fasst die Farben Schwarz, Weiß, Grau und Beige zusammen. In jedem der Farbkapitel folgen auf eine allgemeine Einführung der jeweiligen Farbe mit Beispielen aus der bildenden Kunst, der Politik oder Geschichte, Redewendungen zu dieser Farbe in verschiedenen Sprachen. Da Redensarten, Metaphern und Sprichwörter in der alltäglichen Kommunikation einen großen Stellenwert haben, widmen wir diesen zahlreiche Gespräche für eine Sammlung. Ihre Auswahl ist zufällig

und durch unseren Bekanntenkreis und verschiedene interkulturelle Begegnungen bestimmt. Schon die kleine Sammlung zeigt, dass ein systematischer Vergleich von Redewendungen und Farbmotiven in verschiedenen Sprachen lohnend wäre.

In jeweils vier Unterkapiteln werden dann besondere historische, kulturelle, politische, religiöse oder gesellschaftliche Dimensionen der jeweiligen Farbe aufgegriffen und ausgeführt. Ein Potpourri von Fundstücken, die bemerkenswerte und skurrile Begebenheiten zur Sprache bringen, runden die Farbkapitel jeweils ab.

Der dritte Teil des Buches stellt zwanzig Aktivitäten vor, die geeignet sind, die Welt der Farben zu nutzen, um in Angeboten der interkulturellen Jugend- und Erwachsenenbildungsarbeit das Thema Verständigung in Beruf, Alltag oder Verwaltungshandeln zu bearbeiten. Sie sind für Pädagog*innen oder interkulturelle Weiterbildner*innen und Trainer*innen gedacht, die sich mit interkultureller Kommunikation befassen. Ergänzt werden sie durch einen Kartensatz mit 32 Fotografien, die sich als Visualisierung einiger wichtiger, im Textteil behandelter Themen und Aspekte oder als von diesen ausgelöste Assoziationen verstehen. Eine Auflistung mit kurzen Anmerkungen zu den jeweiligen Bildmotiven schließt den dritten Teil ab. Die Bildkarten können in Schulklassen und in der Kinder- und Jugendarbeit eingesetzt werden, aber auch bei Seminaren zur Einführung in die interkulturelle Kommunikation. Darüber hinaus können sie eine Anregung sein für eigene Ausstellungen oder für die Erstellung von Farbachiven in verschiedenen Kontexten.

Die Arbeit an diesem Buch war für uns erkenntnisreich und hat viel Freude gemacht und zu zahlreichen interessanten Begegnungen und Gesprächen geführt. Wir danken allen, die uns inspiriert, ermutigt und dabei unterstützt haben. Besonders bedanken wir uns bei den Menschen, die uns Redensarten und Sprichwörter aus ihrer Sprache zur Verfügung gestellt haben. Sie sind namentlich am Buchende aufgeführt.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und so manche Anregung mit den Texten und Bildern sowie viel Erfolg bei der pädagogischen Arbeit mit den verschiedenen Bausteinen des Buches und den vorgeschlagenen Aktivitäten.

Sabine Handschuck und Albert Kapfhammer

Bunte Vielfalt

Farben in der interkulturellen Kommunikation

Teil I: Aspekte interkultureller Verständigung durch Farben

Wenn wir Neapolitaner reden, kommen die Wörter wie ein dunkelrotes, leicht gewelltes Samtband aus unserem Mund. Bei euch Mailändern ist das Band unregelmäßig verdreht und aus gelben Stoff.
*Michael Römmling, Pandolfo (*1973), deutscher Autor*

1. FARBWahrnehmung

Farben sind durch das Auge wahrgenommene Sinneseindrücke, die auf Licht beruhen. Sie sind von unterschiedlicher Intensität und Qualität. Der Naturwissenschaftler Isaak Newton erforschte als einer der ersten die physikalische Beschaffenheit des Lichtes und entdeckte, dass farblos wirkendes Tageslicht, ein Prisma passierend, in sieben Farben sichtbar wird. Auch ein Regenbogen am Himmel zeigt die Farben Violett, Indigo, Blau, Grün, Gelb, Orange und Rot, da Wassertröpfchen in der Luft ein natürliches Prisma darstellen. Dazu mehr im Kapitel „Die Farben des Regenbogens“.

Sichtbares Licht besteht aus elektromagnetischen Schwingungen mit Wellenlängen zwischen etwa 397 und 660 Nanometern. Die Schwingungen pro Sekunde liegen zwischen 380 bis 750 Hertz (Fischer 1995: 61). Die Farbe Rot hat die längste Wellenlänge (660 Nanometer) und die geringste Schwingungssequenz (ca. 380 bis 450 Herz). Rot benötigt am meisten Raum und erreicht unser Auge am schnellsten. Aus diesem Grund werden Sonnenuntergänge vor allem als Abendrot wahrgenommen. Durch ihre hohe Wellenlänge können die sichtbaren roten Lichtstrahlen am schnellsten die große Distanz von der Sonne bis zur Erde überwinden. Betrachten wir einen Regenbogen, so bleibt die Farbe Violett am längsten sichtbar, da sie die kürzeste Wellenlänge und die höchste Schwingungssequenz hat (vgl. Strebel 2001: 15). Mit unseren Augen können wir nur ca. 40 Prozent der im Tageslicht enthaltenen Farben sehen.

Das trifft aber nicht auf alle sehenden Menschen zu, denn manche haben eine Farbsehschwäche oder sind farbenblind. Sie können nicht alle Farben erkennen und unterscheiden. Die wissenschaftlichen Begriffe, die sich auf die Farbsehschwäche der Farben Rot, Grün und Blau beziehen, lauten Protanomalie, Deutanomalie und Tritanomalie. Können diese Farben gar nicht wahrgenommen werden, ist von Protanopie, Deutanopie und Tritanopia die Rede. Der Fachbegriff für eine völlige Farbenblindheit lautet Monochromasie. In Deutschland sind etwa sieben Prozent der männlichen Bevölkerung und ein Prozent der weiblichen Bevölkerung von Farbenblindheit betroffen (Fischer 1995: 64). Als Sehanomalie wird Farbenblindheit in der westlichen Kultur nicht sehr wichtig genommen. In anderen Kulturen, so in Japan, wird ihr eine hohe Bedeutung eingeräumt (ebd., S. 61), dort gilt sie als Behinderung. Die davon betroffenen Personen haben Benachteiligungen bei der Berufswahl in Kauf zu nehmen, ihnen sind individuelle Entfaltungsmöglichkeiten verbaut und sie gelten als in ihrer Wahrnehmung eingeschränkt. Ein japanischer Student erzählte, dass Farbblindheit häufig mit Scham behaftet ist und im sozialen Umfeld verschwiegen wird. Doch auch in westlichen Ländern gibt es Einschränkungen bei der Berufswahl für farbenblinde Menschen oder auch für Farbenfehlsichtige. So müssen beispielsweise Pilot*innen Farbsignale sicher erkennen können, Polizeibeamt*innen müssen in der Lage sein, Farben genau zu beschreiben. Auch in anderen Berufen, wie der Elektrotechnik oder dem Grafikbereich, gehört Farbsicherheit zu den Grundvoraussetzungen, um die Profession ausüben zu können. Die korrekte Wahrnehmung von Farben gilt als unverzichtbare Kompetenz.

Wie schon erwähnt, ist der Anteil der farbenblinden Bevölkerung in Deutschland relativ gering. Anzunehmen ist, dass dies auch auf andere Länder zutrifft und nicht erst seit der Neuzeit. Dennoch kam William Ewart Gladstone (1809–1898) auf die Idee, dass die alten Griechen farbenblind gewesen seien. Anlass für die Theorie des viermaligen britischen Premierministers waren die Dichtungen von Homer, mit denen sich der Politiker auseinandersetzte. Über seine Studien verfasste er ein monumentales Werk in drei Bänden. Im letzten Band findet sich darin ein Kapitel, das „Die Wahrnehmung und der Gebrauch der Farbe bei Homer“ lautet. Darin stellt er fest, dass mit den Farbbeschreibungen Homers etwas nicht stimmen kann. Das Meer beschreibt Homer mal als „oinos“ was „wie Wein aussehend“ bedeutet, oder er vergleicht es mit der Farbe von Veilchen (Deutscher 2010: 41). Den Farbbegriff „chloros“, der „grün“ bedeutet – wir alle kennen den grünen Pflanzenfarbstoff Chlorophyll – verwendet Homer nicht nur, um Gesichter von vor Angst erblassten Menschen zu beschreiben, auch Honig war nach seinem Empfinden grün. Mag es sich

Die reinen Farben haben nicht einmal besondere
allgemein gebrauchte Namen, so wenig wichtig sind sie uns.
Ludwig Wittgenstein (1889 – 1951), Philosoph

2. FARBEN UND SPRACHE

In allen Sprachen gibt es Farbbegriffe, in manchen sind es mehr, in anderen weniger. Der österreichische Philosoph Ludwig Josef Johann Wittgenstein (1889–1951) war der Ansicht, dass für die meisten Zwecke sechs Farbbezeichnungen reichen würden. Vermutlich hatte er dabei an den Farbkreis von Goethe gedacht mit den Farben Rot, Violett, Blau, Grün, Gelb und Orange. Das Deutsche, so David Crystal (1995: 106), besitzt elf grundlegende Farblexeme, also Bedeutungseinheiten, denen alle anderen Farbbezeichnungen zugeordnet werden: Schwarz, Weiß, Rot, Blau, Grün, Gelb, Violett, Rosa, Orange, Braun und Grau. In deutscher Sprache können diese Hauptfarben durch hunderte zusätzliche Farbbenennungen spezifiziert werden. Allein für die Farbe Gelb führt Eva Heller (2009: 127) 85 Beispiele auf. Viele der Farbspezifizierungen beruhen auf Vergleiche wie „Honiggelb“, „Senfgelb“ oder „Zitronengelb“, die unterschiedliche Farbnuancen vor dem inneren Auge entstehen lassen.

Interessant ist, dass Farbvokabulare in verschiedenen Sprachen nicht nur unterschiedlich viele Lexeme haben, sie können auch ansonsten unterschiedlich groß sein und sich mit der Zeit verändern. Neue Farbbegriffe kommen hinzu, andere geraten in Vergessenheit oder werden nur noch verengt verwendet. Die Bedeutung von Farbbegriffen kann sich wandeln und Farbbezeichnungen können von einer Sprache in eine andere wandern.

Farbbegriffe und Farbwahrnehmung gehören sehr eng zusammen. Die Farben, denen im Alltag eine hohe Bedeutung beigemessen wird, haben in der Regel auch einen Namen, so dass man sich über sie unterhalten kann. Das trifft wohl auf die meisten Sprachen zu und war auch schon immer der Fall. So sind die Farbnamen Gelb und Grün sicher dann gefragt, wenn man sich darüber austauschen will, ob Obst bereits reif ist oder noch nicht. Ein Thema, so alt wie die Menschheit, ist die Beschreibung von genießbarer Nahrung. Farbbegriffe sind dazu sehr hilfreich. Dennoch gibt es Sprachen, die auch bei der Beschreibung von Nahrung ohne Farbbezeichnungen auskommen. Beispiele sind Sprachen im Hochland von Neuguinea, die nur Ausdrücke für Schwarz und Weiß besitzen, was mit „dunkel“ oder „hell“ zu übersetzen ist. Farben werden dann durch Vergleiche beschrieben.

Es gibt Sprachen, die mit zunächst nur wenigen Farbbegriffen auskamen, wie beispielsweise die lateinische Sprache mit der mageren Anzahl von fünf Farbbenenennungen zu Zeiten von Homer. Ihre Farbterminologie erweiterte sich dann aber mit der Zeit um ein Vielfaches. Anlass waren oft kulturelle Veränderungen wie der Aufschwung der bildenden Kunst im ersten Jahrhundert. Durch ihn wandelte sich das Farbempfinden einer breiten Öffentlichkeit, was zur Kreation von neuen Begriffen führte. Nicht nur Maler*innen wollten sich über das Gestaltungsmoment Farbe austauschen, auch das Publikum hatte dieses Bedürfnis. Aus den fünf lateinischen Farbnamen entwickelte sich in der zweiten Hälfte des 1. Jahrhunderts ein Farbvokabular von mehr als 70 lateinischen Bezeichnungen (Gage 2009: 16). Es ist davon auszugehen, dass diese nur wenige der lateinisch sprechenden Menschen kannten und noch weniger diese Begriffe auch nutzten.

Auch bestimmte Berufsgruppen verfügten schon sehr früh über ein eigenes und teilweise sehr breites Farbvokabular. Neben den künstlerischen Berufen war dies bei den Pferdehändlern und Pferdezüchtern der Fall. Um Pferde in ihrer Unterschiedlichkeit beschreiben zu können, bedurfte es differenzierter Begriffe, hellbraun und dunkelbraun reichten da nicht aus. Aus dem 5. Jahrhundert existieren Verzeichnisse mit allein 13 verschiedenen Pferdefarben in lateinischer Sprache. Manche dieser Farbbezeichnungen waren allgemein üblich, wurden aber irgendwann nur noch für die Beschreibung von Pferden verwendet. Ist dies der Fall, spricht man von einem Bedeutungswandel.

3. FARBEN IN SPRICHWÖRTLICHEN REDEWENDUNGEN

In Sprichwörtern, Redensarten und Phrasen werden Gefühle und Empfindungen bestimmten Farben zugeordnet. Das ist in vielen Sprachen der Fall. Dennoch macht diese Übereinstimmung interkulturelle Kommunikation nicht leichter. Um eine Sprache verstehen zu können, ist es notwendig, sich ihre symbolische Kultur anzueignen, was mit viel Mühe verbunden sein kann. Umgangssprachliche Metaphern werden durch den vielfachen Gebrauch vertraut. Ihre Bedeutung ist aber nicht ohne weiteres für jeden Menschen verständlich, insbesondere nicht für diejenigen, die eine Sprache neu erlernt haben oder gerade erst erlernen. Die Symbolik von Sprachbildern eignen sich Erstsprachler*innen gewöhnlich in ihrer Kindheit durch das häufige Hören von Metaphern, Phrasen, Redewendungen und Sprichwörtern an. Dabei bleiben den Sprecher*innen die Bedeutungsgeschichten dieser Sprachbilder oft unbekannt, sie verstehen aber, was gemeint ist. Innerhalb einer deutschen Sprachgemeinschaft weiß jede Person irgendwann, was beispielsweise mit dem Sprachbild „blauer Brief“ gemeint ist. Ebenso wird in einer italienischen Sprachgemeinschaft die Redewendung „passare la notte in bianco“ in ihrer Bedeutung erfasst. Eine sprachfremde Person kann schnell lernen, was in der deutschen Sprache „blau“ und „Brief“ bedeuten, ebenso welche Worte in der italienischen Sprache für „weiß“, „Nacht“ und „verbringen“ verwendet werden. Im Kontext der jeweiligen Redewendungen bleibt aber der Sinn verschlossen. Der sprichwörtliche „blaue Brief“ braucht nicht blau zu sein, obwohl es blaue Briefumschläge gibt. Mit der Redewendung ist eine Mitteilung der Schule an die Eltern eines Schulkindes gemeint, dessen Versetzung gefährdet ist. Die im Italienischen verbrachte „weiße Nacht“ meint eine schlaflos verbrachte

Nacht. Die Kunst von Übersetzungen besteht darin, Phrasen und Redewendungen nicht wörtlich zu übertragen, sondern ihren Sinn wiederzugeben.

Lutz Röhrich, Verfasser des Lexikons der sprichwörtlichen Redensarten in deutscher Sprache, unterscheidet sprichwörtliche Redensarten von bloßen Redewendungen. Für ihn sind sprichwörtliche Redensarten „fixierte Wortgebilde“, die sich durch die häufige Wiederholung im kollektiven Sprachbewusstsein einer Sprachgemeinschaft verankert haben (Röhrich, 1994: 13). Daneben gibt es zahlreiche Phrasen, die keine Sprichwörter sind, wie beispielsweise Ausrufe des Erstaunens, der Belustigung oder des Erschreckens, die ohne Kontext keinen Sinn ergeben, wie: „Ach du grüne Neune!“. Dazu zählt auch der in der griechischen Minderheit der Aromunen, auch Vlachen genannt, verwendete Ausruf „Dáde láe!“, was wörtlich „schwarze Großmutter“ bedeutet.

Der spontane Ausruf „Ach du grüne Neune!“ drückt Erschrecken oder eine unangenehme Überraschung aus, ist also nicht positiv gemeint. Woher die Redewendung kommt, ist nicht eindeutig. Eine Erklärung lautet, dass sie sich auf ein Berliner Vergnügungslokal bezieht, dessen Adresse Blumenstraße neun, Haupteingang am Grünen Weg lautet. Ab Mitte des 19. Jahrhunderts galt das Lokal als billiges Tanzcafé, Treffpunkt zwielichtiger Gesellschaft und Stätte zahlreicher Handgreiflichkeiten. Eine andere Erklärung geht davon aus, dass Kartenspiele auf Jahrmärkten zum Weis-sagen verwendet wurden und die „grüne Neun“ im deutschen Kartenspiel nichts Gutes bedeutete. Beim Überraschungsausruf „Dáde láe!“ klingt eher Verwunderung oder Ungläubigkeit durch. Die Redewendung kann ironisch verstanden werden, da es eher Regel als Ausnahme ist, dass Großmütter schwarze Kleidung tragen. Die Trauerregeln waren sowohl bei der griechischen Bevölkerung als auch bei der aromunischen Minderheit in Griechenland streng. Die Überraschung, dass eine Großmutter schwarz trägt, ist eher ein Paradoxon und drückt ungläubige Überraschung aus.

Auch stereotype Vergleichsformeln gehören zu den Redewendungen und sind fester Bestandteil von Sprachen. In ihren Differenzierungen werden sie nicht leicht verstanden und erschweren eine interkulturelle Kommunikation. „Weiß wie Schnee“ meint „sehr sauber“ oder „absolut rein“. „Weiß wie eine Wand“ meint dagegen „blass“ oder „einer Ohnmacht nahe“, „weiß wie eine alte Braut“ ist eine frauenfeindliche, abschätzige Formulierung für „ungläubwürdige Unschuld“, „weiß wie die Weste eines Diebes“ meint, dass die Person „Dreck am Stecken“ hat. Leichter fällt die Interpretation von Redensarten, wenn bestimmten Farben Gefühlsregungen zugeordnet sind. So gibt es die Phrase „rotsehen“ in verschiedenen Sprachen, ebenso wie „schwarz-

Die Arbeit läuft nicht davon,
während du deinem Kind einen Regenbogen zeigst,
aber der Regenbogen wartet nicht,
bis du mit der Arbeit fertig bist.
Chinesisches Sprichwort

4. DIE FARBEN DES REGENBOGENS

Die meisten Menschen haben in ihrem Leben schon einen Regenbogen gesehen und die wenigsten konnten sich der Faszination seiner Schönheit entziehen. Der Regenbogen hat die Fantasie der Menschen schon immer beschäftigt. Er fand Eingang in die Mythologien und Kulturgeschichten unterschiedlichster Epochen und Kulturräume, wurde besungen, bedichtet und in Kunstwerken dargestellt. Er ist heute Metapher für Schönheit, Harmonie und Diversität. In Form der Regenbogenfahne ist er zu einem wirkmächtigen gesellschaftspolitischen Symbol geworden.

Schöpfungsgeschichten, die sich mit dem Regenbogen befassen, sind weltweit und ganz unabhängig voneinander entstanden. Seine Pracht war und ist nicht nur als flüchtige Erscheinung bei Regenwetter, gepaart mit Sonnenlicht, zu beobachten, auch die ständigen Regenbögen über Wasserfällen wurden schon immer bewundert, aber auch analytisch beobachtet. Um 1800 waren die ständigen Regenbogen über den Wasserfällen von Tivoli eine der bedeutendsten Touristenattraktionen. Das galt auch für den Regenbogen des Rheinfalls von Schaffhausen, für die Victoriafälle in Simbabwe, die Niagarafälle in den USA und Kanada oder für die Kegon-Fälle in Japan. Regenbogen setzten zu allen Zeiten Fantasien frei, führten zu Erzählungen, forderten Erklärungen und ihre Geschichten wurden von Generation zu Generation überliefert. Der Regenbogen ist so einzigartig, dass es dafür im Deutschen kein Plural gibt.

Die Regenbogenflagge ist in gewisser Weise eine Schlacht-Standard in einem laufenden Kulturkampf.
*Tim Marshall (*1959), britischer Journalist*

5. DIE REGENBOGENFAHNE

Aus ganz anderen Anlässen wurde die Frage nach den Farben des Regenbogens und ihrer Anordnung und Anzahl in den 1960er und 1970er Jahren wieder aktuell. Die Farben des Regenbogens signalisieren seit dieser Zeit politische Positionen. Die Regenbogenfahne wurde zur politischen Ikone der Friedensbewegung. Sie hatte von Anfang an sieben Streifen. Wenige Jahre später entwarf Gilbert Barker die Regenbogenfahne der LGBT- Bewegung. Diese Regenbogenfahne hatte zunächst acht Streifen und damit auch acht Farben.

Die Friedensfahne wurde auch „PACE- Regenbogenfahne“ genannt, da die in Italien eingeführte Fahne später den Aufdruck „PACE“ trug, das italienische Wort für Frieden. Der italienische Philosoph, Antifaschist und Pazifist Aldo Capitini (1888–1968), Begründer des alljährlichen Friedensmarsches von Perugia nach Assisi, entwarf die Fahne für diesen Anlass. Die „Bandiera della Pace“ ist seit 1961 das Symbol der italienischen Friedensbewegung. Über Italien hinaus bekannt wurde sie durch den Aufruf „Pace da tutti balconi“ – „Friede auf allen Balkonen“. Die Kampagne startete, als 2002 der Afghanistankrieg wütete, und hatte ein Jahr später, als der Irakkrieg ausbrach, ihren Höhepunkt. Die Presse sprach von über drei Millionen Flaggen, die von italienischen Balkonen den Friedenswunsch verkündeten. Inzwischen protestieren weltweit Kriegsgegner*innen mit Regenbogenfahnen, wobei der Aufdruck je nach Sprache variiert. Die sieben Farben der Friedensfahne entsprechen einem auf den Kopf gestellten Regenbogen: Der oberste Farbstreifen ist violett, es folgen die Farben Blau, Hellblau, Grün, Gelb, Orange und der unterste Streifen ist Rot.

Die heutige Zeit verlangt Vertrauen und Hoffnung.
Pantone 19-4052 Classic Blue,
ganz geprägt von Konstanz und Verlässlichkeit,
strahlt genau diese Zuversicht aus.“
Online Printers, Pantone Magazin (5.12.2019)

6. FARBORDNUNGSSYSTEME

Die vorangegangenen Kapitel haben gezeigt, dass es nicht einfach ist, sich über die Farbbeschaffenheit eines Gegenstandes zu verständigen. Farbbegriffe sind schon in Sprachen nicht immer eindeutig. Schwierig wird es immer dann, wenn man genau die eine Farbnuance treffen möchte und nicht etwa eine ähnliche. Nur eine minimale Abweichungen im Farbton reicht beim Ausbessern eines Kratzers am Auto, um den Lackschaden hervorzuheben statt ihn abzudecken.

Um Farben genau bestimmen zu können, entwickelten verschiedene Anbieter Farbordnungssysteme, kurz Farbsysteme genannt, in denen Farben systematisch angeordnet sind. Jedes dieser sogenannten Farbsysteme umfasst eine begrenzte Palette ausgewählter Farbtöne, die eindeutig definiert sind. In diesem Buch wird vor allem auf zwei dieser Farbordnungssysteme Bezug genommen, kurz RAL und Pantone genannt, die im Folgenden knapp vorgestellt werden. Darüber hinaus gibt es aber viele weitere Farbordnungssysteme wie das schwedische Natural Colour System oder das japanische System PCCS. Beide werden über die jeweiligen Herkunftsländer hinaus genutzt. Für welches System man sich entscheidet, hängt vom Verwendungszweck ab. Im Grafikbereich bietet in Deutschland der HKS-Farbfächer Orientierung. Er umfasst 88 Basisfarben und 3520 Volltonfarben. HKS ist das Warenzeichen von drei Herstellern von Künstlerfarben, die sich zu einem Warenzeichenverband e.V. zusammengeschlossen haben, der die HKS-Farben seit 1968 definiert. H steht für Horstmann-Steinberg Druckfarben, K für Kast & Ehringer Druckfarben und S für H. Schmincke & Co. Autohersteller verwenden für die Auswahl ihrer Lackfarben

Bunt ist meine Lieblingsfarbe.
Walter Gropius (1883 – 1969), deutscher,
ab 1944 US-amerikanischer Architekt

7. BUNTE VIELFALT

Zu wem gehöre ich? Dies ist eine der ersten Fragen, die für einen Menschen wichtig ist. Jedes Kind braucht die Gewissheit, die Menschen, bei denen es Schutz, Nahrung und Liebe findet, zu erkennen. Später erweitert sich der Blick auf die Umwelt und die sich immer mehr erschließende und dennoch unüberschaubare Vielfalt. Alles was da Orientierung bieten kann, wird genutzt. Eines dieser vielen Orientierungssysteme sind Farben. Ab einem Lebensalter von drei Monaten können Kinder Farben erkennen und im Laufe der ersten Lebensjahre lernen sie, diese zu benennen und farbliche Vorlieben zu entwickeln.

Kinder lernen, dass Feuerwehrautos rot sind oder Polizist*innen blaue Uniformen tragen, dass sich Arbeiter auf Baustellen mit gelben Helmen schützen, dass Himbeereis rosa ist und Zebrastrreifen schwarzweiß. Durch Berufskleidung sind Funktionen und Professionen erkennbar. Maler*innen und Maurer*innen tragen weiße Berufskleidung mit vielen Flecken, während Ärzt*innen und Pflegepersonal meist an den sauberen weißen Kitteln zu erkennen sind. Schornsteinfeger*innen dagegen tragen Schwarz. Das gilt auch für Bestatter*innen, deren Kleidung allerdings seriöser wirkt. Gärtner*innen tragen Grün. Die klassische Berufsfarbe der Tischler*innen und Zimmerleute ist Braun, das elektrotechnische Personal trägt Grau und das sanitärtechnische Blau. Das alles ist in Wimmelbildern gut zu erkennen. Die Vielfalt von „Menschen“ wird im gleichnamigen Bilderbuch von Peter Spier (1981) durch viele unterschiedliche Farben von Augen, Haut und Haaren, Kleidungsstücken, Wohnräumen und vielem mehr abgebildet und einer Welt voller Eintönigkeit als der

schlechteren Alternative gegenübergestellt. Ebenso lernen Kinder durch Bilderbücher, dass es ein Problem sein kann, wenn eine Farbe nicht passt. Ein bunter Elefant hat es schwerer als ein grauer Elefant. Farbe kann helfen, sich zugehörig zu fühlen, Farbe kann aber auch das Gegenteil bewirken. Je nach kulturellem, subkulturellem, religiösem, historischem oder politischem Kontext kann dieselbe Farbe ganz unterschiedliches bedeuten.

In vielen Ländern sind Schuluniformen obligatorisch. Jede Schule hat ihre eigenen Farben. Die Farben prestigeträchtiger Schulen sind beliebter als die von weniger angesehenen Lehrinstitutionen. Ob man „die richtigen Farben“ trägt, kann darüber entscheiden, ob ein Freundschaftsangebot unterbreitet wird oder nicht. In Deutschland gibt es keine Schuluniformen, aber inoffizielle Regelungen, was „geht“ und „was nicht geht“. Die „falsche“ Farbe der Turnschuhe oder des Schulrucksacks kann bereits zu Spott von Mitschüler*innen führen.

Im Mannschaftssport ist die Frage, wer gehört zu wem wesentlich, um überhaupt dem Spielverlauf folgen zu können. Die einzelnen Spieler*innen sind oft nur an den Trikotnummern zu erkennen und wer zu welcher Mannschaft gehört an den Trikotfarben. Fußballbegeisterte wissen, welche Farben ihr Verein hat. Spielt der VFL Wolfsburg gegen den Hamburger SV, dann kickt Grün gegen Blau. Wer Fan welchen Vereins ist, wird neuerdings nicht nur durch Schals deutlich, sondern auch durch Gesichtsmasken in den Vereinsfarben. Bei internationalen Begegnungen sind es die Farben der Landesflaggen, die eine Zuordnung ermöglichen, besonders dann, wenn sie auf das Gesicht geschminkt wurden oder in Pandemiezeiten die Schutzmaske zieren.

Die wenigen Beispiele zeigen, dass mit Farben Zugehörigkeiten aber auch Abgrenzungen markiert werden. Begonnen hat dies mit Farbstandarten, durch die Freund und Feind voneinander unterschieden werden konnten, und etwas später durch die Einführung von Uniformen für Soldaten. Im Handwerk organisierten sich Zünfte mit je eigenen Farben und ab Mitte des 14. Jahrhunderts bis Mitte des 18. Jahrhunderts wurden in den christlichen Ländern Luxusgesetze erlassen und mit ihnen zahlreiche Kleiderordnungen, bei denen es auch um Farben ging.

Anlass für die Luxusgesetze in europäischen Ländern war die Verelendung der Landbevölkerung durch Pestepidemien und den Dreißigjährigen Krieg. Die Kluft zwischen Arm und Reich war kaum weiter zu vergrößern. Trotz aller Verelendung hatten die Ausgaben für luxuriöse Kleidung in den Adels- und Patrizierkreisen utopische Höhen erreicht, was Dauerverschuldungen nach sich zog. Das vorhandene Kapital

Bunte Vielfalt

Farben in der interkulturellen Kommunikation

Teil II: Farben

Wie herrlich, eine mich erwartende Oberfläche
mit dem Feuer meines Sieges auszufüllen!
Wo ich mich verbreite, glänzen die Augen,
erstarken die Leidenschaften, heben sich
die Brauen, schlagen die Herzen schneller.
*Orhan Pamuk (*1952) türkischer Schriftsteller,
Rot ist mein Name (1998: 251)*

1. ROT

In seinem Roman „Rot ist mein Name“ lässt der türkische Autor Orhan Pamuk die Farbe selbst zu Wort kommen: „Ich bin überall sichtbar. Glaubt mir nur, mit mir beginnt das Leben, zu mir kehrt alles zurück“ (Pamuk 1998: 251).

Rot ist die Blutfarbe, die Farbe der Leidenschaft und des Zorns. Rot ist die Farbe der roten Fahnen, der Arbeiterbewegung, der Kommunisten und der Sozialisten. Rot, sagt der Volksmund, ist die Farbe der Liebe, aber auch die der Sünde. Rot ist die Farbe des Göttlichen und Rot ist die Farbe des Todes.

Rot gehört an den Anfang, denn Rot ist die älteste Farbbezeichnung überhaupt. Die Farbe des Lebenssaftes wurde in allen Sprachen und in allen Kulturen eigens benannt. Im Hebräischen haben die Worte Rot und Blut denselben Ursprung. In mehreren eskimo-aleutischen Dialekten bedeutet die Farbbezeichnung, dass etwas „wie Blut“ aussieht. Auf Hindi trägt der aus roter Erde geschaffene Mensch den Namen „adami“ als Anklang auf das babylonische „damu“, das Blut (Christ 2008: 54). Für die Römer war Rot eine so besondere Farbe, dass die Worte „farbig“ und „rot“ synonym gebraucht wurden (St Clair 2017: 155). Unter allen Farben wurde Rot als erster Farbe eine symbolische Bedeutung gegeben (Lurker 1983: 587). Rot symbolisierte in vielen unterschiedlichen Kulturen sowohl Feuer als auch Licht und stand für das Göttliche. In Ägypten wurde Osiris, der Gott der Unterwelt und des Jenseits, auch der „Gott des roten Tuches“ genannt, und die Inka-Göttin Mama Huaco entstieg der Höhle des Ursprungs in einem roten Kleid (St Clair 2017: 156). Im alten Griechenland verlieh man Hochzeiten und Beerdigungen mit der Farbe Rot Weihe und

in Griechenland wie auch im Alten Rom wurde Rot als Heeresfarbe verwendet. Vor dem 5. Jahrhundert waren griechische Grabstelen rot grundiert (Gage 2009: 26). Die Symbolgehalte der Farbe variieren von Kultur zu Kultur und sind weit gefächert, sie umspannen ganz widersprüchliche Bedeutungen und eine große Bandbreite von Emotionen. Goethe beschreibt sie als einzig in ihrer Wirkung: „Sie gibt einen Eindruck sowohl von Ernst und Würde, als von Huld und Anmut“ (Pawlik 1983: 122). Diese einzigartige Wirkung von Rot ist durch alle Epochen zu beobachten.

Dass die Farbe Rot einen Einfluss auf die menschliche Psyche hat, ist eine gesicherte Erkenntnis der Psychologie. Da Rot in Europa mit Leidenschaft assoziiert ist, blasser Haut, die errötet, als ein Zeichen emotionaler Erregung wahrgenommen wird, Rot sexy und ein Hingucker ist, wundert es wenig, dass eine wissenschaftliche Studie zu dem Ergebnis kommt, dass Kellnerinnen in roter Kleidung von männlichen Gästen in Frankreich wie auch in England und Deutschland, mehr Trinkgeld bekommen. Allerdings nicht von weiblichen Gästen. Die Studienergebnisse von Nicolas Guéguen und Céline Jacob von der Université de Bretagne-Sud, so die „Allgemeine Hotel- und Gastronomiezeitung“ (11.10.2012) führten dazu, dass Berufskleidung anbietende Unternehmen ihre Kollektion von roter Kleidung für Kellnerinnen und Kellner erweiterten (1). Eine aus England kommende Studie war nämlich zwei Jahre zuvor zu dem Ergebnis gekommen, dass Rot gekleidete Männer auf Frauen begehrenswerter wirken. Vermutet wurde darum, dass auch Kellner von roter Berufskleidung profitieren könnten (2). Gleich mehrere Studien kamen zu dem Schluss, dass Mannschaften in roten Trikots häufiger gewinnen (St Clair 2017: 155). Selbst der Kunsthandel mit abstrakten Bildern profitiert von der Farbe Rot. Bilder, bei denen diese Farbe dominiert, das gilt allerdings auch leicht abgeschwächt für Blau, lassen sich besser verkaufen und erzielen höhere Preise als Bilder, in denen andere Farben im Vordergrund stehen. Egal ist dabei, ob sie von Europäer*innen, Chines*innen oder Amerikaner*innen ersteigert werden. Herausgefunden wurde dies von Marshall Ma, Charles N. Noussair und Luc Renneboog an der Universität Tilburg in den Niederlanden (3). Von der Vorliebe profitierte sicher auch der deutsche Maler, Architekt und Bildhauer Rupprecht Geiger (1908–2009). Er wurde vor allem durch seine Arbeiten in Rot berühmt. Mit den Worten: „Rot ist Leben, Energie, Potenz, Macht, Liebe, Wärme, Kraft“ zitieren seine Enkelin Julia Geiger und sein Malerfreund Hajo Düchting (2017: 54) den über hundert Jahre alt gewordenen Visionär der Farbe. Geiger schuf Skulpturen, Objekte und Bilder in der vitalen Farbe, aber auch einen in Rot gestalteten Meditationsraum, der im Bezirkskrankenhaus in Taufkirchen an der Vils bewundert werden kann.

Redewendungen zur Farbe Rot

Qofsh me faqe te kuqe.
Mögest du rote Wangen haben.
Kosovo-albanische Redewendung

Heißt es „rote Zahlen“ schreiben, dann geht es um wirtschaftliche Verluste. Wird „rotes Licht“ gegeben, heißt das, einen Vorgang zu stoppen. Den „Rotstift ansetzen“ heißt, geplante Ausgaben zu streichen. Geht man „in Rot“ bedeutet das in Italien ähnliches, nämlich dass man pleite ist und gar nichts mehr ausgeben kann. Es entspricht der deutschen Redewendung „keinen roten Heller haben“. Auch in China ist die Farbe Rot mit Geld assoziiert, dort aber nicht im Sinne von Minusbeträgen oder Geldknappheit. Ganz im Gegenteil, ein roter Umschlag, der „Hongbao“ kündigt ein Geldgeschenk an, das bei Hochzeiten oder anderen Gelegenheiten feierlich überreicht wird. „Weg mit dem Zinnober“ bedeutet, dass etwas wertlos ist und ent-rümpelt werden kann. Die Redewendung hat, so seltsam das klingt, ebenfalls mit materiellem Reichtum zu tun. Alchimisten bemühten sich, Gold aus Quecksilber-Schwefel-Mischungen zu gewinnen. Heraus kam aber nicht das kostbare Metall, sondern die Malerfarbe Zinnober.

„Wenn man Zinnober anfasst, wird man selber rot“. Die japanische Redewendung besagt, dass schlechte Gesellschaft „abfärbt“. Statt „bittere Armut“ wie im Deutschen, lautet die japanische Metapher „rote Armut“. Ist davon die Rede, dass eine Schülerin nicht über die „roten Punkte“ hinausgekommen ist, ist sie durch eine Prüfung gefallen. Auf einer Notenskala von eins bis hundert müssen zum Bestehen einer Prüfung mindestens sechzig Punkte erreicht werden. Die Punkte, die darunter liegen, werden „rote Punkte“ genannt. Sich seine „roten Hände reiben“ bedeutet so viel, wie „sich geschlagen geben“. Säuglinge bis zu einem Jahr werden in Japan „Rot-chen“ oder „rote Kinder“ genannt (Scheiffele/Honda 1978: 37f).

Im Russischen ist „rot“ besonders positiv besetzt, denn es gehört zur gleichen Wortfamilie wie „schön, herrlich, gut, wertvoll“. „Die Roten“, so Eva Heller (2009: 62), bedeutet gleichzeitig „die Guten“, die „Rote Armee“ entspricht der „herrlichen Armee“ und der „Rote Platz“ ist auch der „Schöne Platz“, was gut zu dem Kapitel „Die rote Fahne“ passt.

Rote Flaggen

So oder so, die Erde wird rot.
Entweder lebenrot oder todrot.
*Wolf Biermann (*1936), deutscher Liedermacher*

Rot ist die Farbe des Blutes, das so unendlich oft in der Menschheitsgeschichte vergossen wurde. Rot ist auch die häufigste Farbe in Flaggen. Immer wieder stößt man auf die Deutung der Farbe als ein Symbol für das beim Kampf um Freiheit vergossene Blut. Sei es das Blut der Patrioten, so die Interpretation vieler Amerikaner (in der amerikanischen Flagge steht Rot offiziell lediglich für Mut und Ausdauer), sei es das Blut der Feinde. Ein grausamer Mythos rankt sich um die Flagge Österreichs. Beim Dritten Kreuzzug war Herzog Leopold V. von Österreich, auch „der Tugendhafte“ genannt, besonders erfolgreich im Kampf. In einer Schlacht während der Belagerung von Akkon (1189–1191) metzelte er so lange seine Gegner nieder, bis sein Waffenrock, es handelte sich dabei um eine weiße, ärmellose Tunika, die über der Rüstung getragen wurde, völlig mit Blut durchtränkt war. Als er nach der Schlacht seinen breiten Gürtel ablegte, kam ein weißer Streifen zum Vorschein. Angeblich sollen daraufhin Ritter für besondere Tapferkeit mit rot-weiß-roten Schilden ausgezeichnet worden sein. Spätestens ab 1230, dem Beginn der Herrschaft von Friedrich II., der auch „der Streitbare“ genannt wurde, standen die Farben für Österreich. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde das schlichte Rot-Weiß-Rot ohne zusätzliches Emblem zur offiziellen Staatsflagge Österreichs (Marshall 2016: 100f).

Eine weitere Legende rankt sich um die Entstehung der dänischen Flagge. Die Dänen sind sehr stolz auf sie und verzieren mit ihr alles, was dänisch und verkäuflich ist, wie Käse, Wurst und Bier. Der Umgang der Dänen mit ihrer Nationalflagge gilt als entspannt mit einer Ausnahme: Wenn Rechtsextreme sie benutzen, löst das nicht nur Unmut, sondern auch Widerstand aus. Die Flagge der Dänen wird Danebrog genannt und gilt als die älteste Nationalflagge der Welt. Sie zeigt ein weißes Kreuz auf rotem Grund. Der Legende nach führte König Waldemar II. im Jahr 1219 eine Schlacht gegen die heidnischen Esten. Als er immer mehr in Bedrängnis kam, beteten Geistliche, die die Schlacht begleiteten, um Gottes Hilfe. Dieser reagierte prompt und ließ den Danebrog vom Himmel fallen. König Waldemar fing ihn auf und führte seine Armee mit wehendem christlichen Banner in den Sieg über die Heiden (Marshall 2016: 94). Historische Belege für dieses Wunder gibt es keine. Dafür aber unzählige für die Verbrennung des Danebrog. 2006 ging

die dänische Flagge am häufigsten in Flammen auf. Im September 2005 hatte die dänische Zeitung „Jyllands-Posten“ zwölf Karikaturen des Propheten Mohammeds abgedruckt. Dadurch fühlten sich Muslime weltweit beleidigt. Einerseits verbieten die islamischen Gesetze eine bildliche Darstellung des Propheten, andererseits wurde die Form der Darstellung – der Prophet trug beispielsweise in einer Karikatur statt eines Turbans eine Bombe mit brennender Zündschnur – als extrem beleidigend empfunden. Die Muslimische Welt reagierte mit Massendemonstrationen. Kein Tag verging, an dem die Presse nicht von brennenden dänischen Flaggen berichtete. Dabei fielen auch Schweizer Flaggen den Flammen zum Opfer. Ein weißes Kreuz auf rotem Grund, das kann schon mal verwechselt werden, auch wenn die Gestaltung unterschiedlich ist und die Schweiz nichts mit den Geschehnissen zu tun hatte. In Damaskus und Jakarta stürmten Muslime die Botschaften der Dänen und setzten diese in Brand. Dutzende von Menschen fanden bei den Ausschreitungen in den verschiedenen muslimischen Ländern den Tod. Der Begriff „Karikaturenstreit“ erreichte in Deutschland bei der Wahl zum Wort des Jahres 2006 den dritten Platz. In Dänemark fand das Wort „Muhammedkrisen“ Eingang in den alltäglichen Sprachgebrauch. Zwei Jahre später titelte Spiegel ONLINE: „Demonstranten in Pakistan verbrennen dänische Flagge“ (4). Diese Proteste richteten sich gegen den Nachdruck der Karikaturen in der dänischen Presse.

Als Farbe des Kommunismus ist Rot tatsächlich eine Farbe des „todrot“, auch wenn Wolf Biermann (*1936) diese Zeilen seines Liedes anders gemeint hat. Unter den roten Flaggen von Kommunismus und Maoismus, der roten Flagge der Sowjetunion und der roten Flagge Chinas sind Millionen Menschen zu Tode gekommen. Nicht durch feindliche Angriffe von außen, sondern durch Säuberungsaktionen unter der Herrschaft von Stalin (1878–1953) in der Sowjetunion ebenso wie unter der Herrschaft von Mao (1893–1976) in der Chinesischen Volksrepublik.

Die rote Fahne

So flieg, du flammende, du rote Fahne,
 voran dem Wege, den wir zieh'n.
 Wir sind der Zukunft getreue Kämpfer.
 Wir sind die Arbeiter von Wien.
*Fritz Brügel (1897 – 1955),
 österreichischer Lyriker, Historiker, Journalist*

Ein erster Mai kann viele Namen tragen und ist ohne rote Fahnen, rote Transparente und rote Nelken nicht vorstellbar. Ob Tag der Arbeit oder Tag der Arbeiterbewegung, ob Maifeiertag oder Internationaler Kampftag der Arbeiterklasse, ob Tag des Friedens und der Völkerversöhnung oder Tag der sozialen Gerechtigkeit genannt, an diesem Tag begleitet die rote Fahne Maidemonstrationen von Gewerkschaften, sozialdemokratischen, sozialistischen und kommunistischen Parteien, Gruppen und Gruppierungen. Der erste Mai ist in vielen Ländern ein Feiertag.

Anders als Flaggen, die Länder repräsentieren, war die rote Fahne in Europa zunächst das Symbol der Arbeiterbewegung, die sich als Folge der industriellen Revolution in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts zaghaft und im 19. Jahrhundert verstärkt entwickelte. Der Umbruch von der Agrar- zur Industriegesellschaft ging mit einer Verelendung des neu entstehenden Proletariats einher. Arbeiter begannen sich zu organisieren, wehrten sich gegen unmenschliche Arbeitsbedingungen und fehlende Rechte. Die Farbe ihres Protestes war Rot. „Seinen revolutionären Impetus hatte das Rot im Verlauf der Französischen Revolution erhalten, als sich die Jakobiner 1791 der Farbe als eines oppositionellen Symbols bedienten“ (Steinkamp 2011: 365).

Die ersten roten Fahnen tauchten 1834 in Frankreich bei den Arbeiteraufständen der Seidenindustrie von Lyon auf. Vierzehn Jahre später setzte sich das Rot bei der Februarrevolution 1848 als Farbe der Arbeiterbewegung endgültig durch. Die rote Fahne begleitete Umzüge, Streiks und Demonstrationen. Ihren Höhepunkt erreichte die Arbeiterbewegung in der Zwischenkriegszeit von 1918 bis 1939. Partiiell entwickelte sich in diesen Jahren eine eigenständige Arbeiterkultur wie beispielsweise im „Roten Wien“. Ein Netz von Versorgungs- und Bildungseinrichtungen entstand, Vereine und Genossenschaften wurden gegründet wie beispielsweise der österreichische Arbeiter-Samariter-Bund. Aus dieser Zeit stammt auch das Wiener Arbeiterlied, das von dem Wiener Lyriker Fritz Brügel verfasst wurde.

Rote Sünde, rote Liebe, rote Lippen

Kann denn Liebe Sünde sein?
*Schlagertext von Bruno Balz (1902 – 1988),
 deutscher Text- und Schlagerdichter*

Rot ist die Farbe der Sünde, der Lust, der Liebe und der Erotik in Europa und in Nordamerika. Die lustvolle Begegnung zwischen Menschen wird ganz unterschiedlich bewertet. Wer darf mit wem und unter welchen Bedingungen? Was erlaubt und was verboten ist, wird bestimmt durch die vorherrschende Sexualmoral, die mal entspannter mal tabuisierender ausfällt und oft mit der Frage verbunden wird, was männlich und was weiblich ist. Als Frau oder als Mann wahrgenommen zu werden, ist in allen Gesellschaften identitätsrelevant. Zuschreibungen und Aneignungen von Rollen, Zugänge und Ausschlüsse, Gleichstellung oder Benachteiligung sind mit der Frage nach dem Geschlecht verbunden; nicht mit dem biologischen Geschlecht, sondern mit dem soziokulturell zugeschriebenen Geschlecht. In der englischen Sprache ist geregelt, worum es geht: „sex“ steht für das biologische Geschlecht, „gender“ für das soziokulturelle Geschlecht. Das eine hat mit dem anderen wenig zu tun, vielmehr mit der Macht, Rollen zuzuweisen. Gender bestimmt also die gesellschaftlichen Erwartungen und Zuschreibungen an die jeweiligen Geschlechterrollen und auch, ob diese festgelegt sein müssen oder ob sie fließend sein können, „sowohl – als – auch“ statt „entweder – oder“. Geschlechtskonstruktionen verändern sich, sind kulturell unterschiedlich und sehr umkämpft, wie beispielsweise die Auseinandersetzung darum, ob es nun zwei oder drei Geschlechter gibt.

Kulturhistorisch wurde die Farbe Rot immer wieder dazu genutzt, Frauen- und Männerrollen ab- oder aufzuwerten und mit geschlechtsspezifischen Erwartungen zu verknüpfen. Das galt auch für erlaubte und unerlaubte Gefühle wie Liebe, Lust und Hass, die mit der Farbe Rot verbunden sind. Zu bestimmten Zeiten und in bestimmten Kontexten war der „rote Zorn“ mit der männlichen Rolle des Blut vergießenden Kriegers assoziiert, das „Erröten“ mit der schamhaften Objektrolle der Frau. Das „mächtige Rot“ war verbunden mit der Rolle des männlichen Herrschers, das „sündige Rot“ mit der Rolle der weiblichen Hure. Das „Rot des Henkers“ gehörte zur Rolle des männlichen Richters, das „fruchtbare Rot“ bezog sich auf das Menstruationsblut der Frau.

Besonders wirkmächtig war die Farbe Rot, wenn sie mit der Sünde verbunden wurde, wie im Alten Testament. Dort ist die Unmoral eine weibliche Metapher. Die Stadt Babylon heißt es, ist die Mutter der Hurerei und aller Gräueltaten auf Erden (Offenbarung 17,5). Der jüdische Prophet Jesaja spricht von der „blutroten Sünde“ (1,18) und nennt als Symbol für Unschuld die Farbe Weiß, die Hochzeitsfarbe der Braut in vielen Ländern. Die traditionelle Heiratsfarbe chinesischer Bräute ist übrigens rot, aber auch dort wird weiße Brautkleidung immer populärer.

Die Eheschließung war ursprünglich ein Versorgungsvertrag zwischen einem Mann und einer Frau mit dem Auftrag, sich zu vermehren. Die romantische Liebe wurde später erfunden. Erst ab ca. 1800 verbreitete sich die Idee, dass eine Ehe aus rein emotionalen Gründen geschlossen werden kann, statt aus ökonomischen Gründen, aus Gründen des gesellschaftlichen Prestiges, der politischen Einflussnahme oder wegen anderen rational bewerteten Vorteilen.

Das „rote Herz“ ist in der westlichen Welt das Symbol der romantischen Liebe schlechthin. Was zunächst für beide Geschlechterrollen zu gelten scheint, ist dann doch geschlechtsspezifisch konstruiert. Der Frau wurde vor allem der emotionale Akt zugeordnet, dem Mann der körperliche. Das rote Herz mit einem Pfeil durchbohrt, darunter ein roter Blutstropfen, ein Sinnbild, das „die Entjungferung erahnen lässt“ (Vollmar 2009: 127).

Kann denn Liebe Sünde sein? Ja, sie kann, sagen Moralisten aller Couleur, besonders in patriarchalischen Gesellschaften, wenn es die körperliche Liebe betrifft. Nach Auffassung der monotheistischen Religionen – dabei ist das Judentum eher liberaler als die katholische Kirche und der Islam – hat eine Frau jungfräulich in die Ehe zu gehen. Erwartet wird dies auch im Hinduismus. Was sich anhört wie eine Forderung aus dem Mittelalter, ist weltweit gesehen noch heute von grausamer Aktualität. Auch wenn es unüblich geworden ist, ein rot beflecktes Bettlaken als Unschuldsbeweis der Braut nach der Hochzeitsnacht zu präsentieren, wird der Wert einer Braut häufig mit ihrer Jungfräulichkeit verknüpft. In islamischen Gesellschaften ist die Familienehre mit der weiblichen Sexualität verbunden. Der Körper der Frau gehört nicht ihr selbst. Er ist Unterpfeiler der Ehre des Mannes und des eigenen Clans. Von einer jungen Frau wird erwartet, dass sie die Ehre bewahrt, also keinerlei sexuelle Erfahrungen vor der Eheschließung sammelt, während das von jungen Männern in manchen Ländern teilweise erwartet, zumindest aber toleriert wird. In vielen islamischen Staaten existieren entsprechende Gesetze, die den vorehelichen Geschlechtsverkehr betreffen. Ein Beischlaf vor der Ehe ist „Zina“, Unzucht, eine verabscheuenswerte

Rote Haare

Rood haar en een puntige kin, daar zit de duivel in.
Niederländisches Sprichwort
Rote Haare, Sommersprossen, sind des Teufels
Tischgenossen.
Deutsches Sprichwort

Nur etwa zwei Prozent aller Menschen haben eine rote Haarfarbe. Rot ist damit die seltenste Haarfarbe auf der Welt. Wenn Sie an rothaarige Menschen denken, welches Land fällt Ihnen da ein? Nein, es ist nicht Irland. Besonders verbreitet sind rote Haare in Nord- und Westeuropa und dort vor allem in Schottland mit laut Cassia St Clair „bemerkenswerten 13 Prozent“ (2017: 119). Auf der Seite „Irelandnews“ versucht Marcus Bäuchle mit der Annahme aufzuräumen, dass Irländerinnen und Irländer an ihren roten Haaren und den Sommersprossen zu erkennen seien. Er erläutert, dass dies nur auf jede 10. Person zutrifft, trotzdem hält sich das Klischee hartnäckig. Auch er verweist auf Schottland als die Region mit den meisten rothaarigen Bewohner*innen (9).

Die Anlage für rotes Haar ist vererbbar und wird mit dem Fachbegriff „Rutilismus“ bezeichnet. Das Wort stammt laut Wikipedia aus dem Lateinischen, abgeleitet von „rutilus“, übersetzt mit „feuerrot“ (10). Andere Nachschlagewerke geben als Übersetzung „rötlich“, abgeleitet vom lateinischen „Rutil“ an. Ob feuerrot oder rötlich ist einerseits ein großer Unterschied, andererseits ist die Bezeichnung von rotem Haar insgesamt vielseitig und uneinheitlich. St Clair nennt sie „fuchsröt“ und ordnete sie in ihrem Buch „Die Welt der Farben“ den Orange- und nicht den Rottönen zu. Auch im Kölner Dialekt wird ein Rotschopf als „Fussköpp“, also Fuchskopf bezeichnet. Während in Deutschland rötliche Haare unabhängig vom Farbton kurzerhand als „rot“ gelten, gibt es in anderen Sprachen eigene Begriffe. Beispielsweise wird im Englischen ein dunkles Rot „auburn“ genannt, ein helles Rot, das in Richtung Orange tendiert, wird als „ginger“ bezeichnet, ein rötliches Blond heißt „strawberry blond“.

So differenziert geht es in Deutschland nur bei den Haarfärbemitteln zu. Eine kurze Recherche in drei verschiedenen Drogeriemärkten führte zu einer Sammlung von über zwanzig verschiedenen Farbbegriffen für rote Haarfarben, darunter so phantasievolle Bezeichnungen wie Lollipoprot, Edel Mahagoni, Kupfergold, Granat, Cherry Kiss oder dunkle Kirsche. Offensichtlich gibt es einen Markt für rote Haar-tönungen, etwa 20 Prozent der Frauen mit nicht naturroten Haaren färben diese in

Fundstücke zu Rot

Rote Mohnblumen

Am 11. November 2018 jährte sich der Waffenstillstandsvertrag von Compiègne und damit das Ende des Ersten Weltkrieges zum hundertsten Mal. Der Aktionskünstler Walter Kuhn nahm dies zum Anlass, den Münchner Königsplatz in ein Mohnblumenfeld zu verwandeln. Tausende großer roter Mohnblumen aus Kunstseide erinnerten an die Millionen gefallener Soldaten und ziviler Opfer aller Kriege, deren Symbol in England, inzwischen auch in anderen Ländern, die Mohnblume ist. Den Königsplatz in München wählte Kuhn aufgrund seiner Bedeutung als Paradeplatz der Nationalsozialisten, die den 2. Weltkrieg zu verantworten haben.

Roter Protest

Der Equal Pay Day (EPD) ist der internationale Aktionstag gegen die Lohnlücke, die zwischen Frauen und Männern besteht. Er wird jährlich in verschiedenen Ländern an unterschiedlichen Tagen begangen. Üblich ist, den Aktionstag an dem Tag auszurichten, der markiert, wie viele Tage Frauen mehr arbeiten müssen, um den gleichen Lohn zu haben wie Männer. In Deutschland sind das knapp drei Monate, der durchschnittliche Entgeltunterschied beträgt hier 21 Prozent. Von daher fand der letzte Equal Pay Day 2019 am 18. März statt. Das EPD-Aktionsbündnis rief dazu auf, im roten Outfit zu den Aktionen zu kommen, denn Rot sei die Farbe des Protestes (SZ 12.03.19: R9).

Rot in den „Liebesbriefen“ der Zulus

Als in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts durch arabische und europäische Händler Glasperlen zu den Zulus gelangten, verwendeten sie diese für kleine Perlenknüpf-Täfelchen, „iNcwadi Kuthanda“ wird diese Art des Liebesbriefes genannt (Haarmann 2005: 28). Die Perlenmuster sind ein komplexes Kommunikationssystem. Durch bestimmte Farben und Farbkombinationen können Nachrichten vermittelt, Emotionen gezeigt und schwierige Themen angedeutet werden. Die Farbe Rot steht für starke Emotionen und symbolisiert die körperliche Liebe, die je nach Farbkombinationen und Anordnung mit Angst, Kummer und Ungeduld einhergehen kann.

Diese Farbe macht für das Auge eine sonderbare und fast unaussprechliche Wirkung. Sie ist als Farbe eine Energie, allein, sie steht auf der negativen Seite und ist in ihrer höchsten Reinheit gleichsam ein reizendes Nichts. Es ist etwas Widersprechendes von Reiz und Ruhe im Anblick.
Johann Wolfgang von Goethe (1749 – 1832)

4. BLAU

Blau als ein reizendes Nichts? Die sinnlich-sittliche Wirkung, die Goethe (1983: 120) der Farbe Blau zuspricht, findet nicht überall Zustimmung. Das Interessante an Farben ist, dass sie in jeder Kultur und in jeder Religion Unterschiedliches symbolisieren und sich ihre Bedeutungen in den Epochen wandelt. Wichtige Kriterien dafür, welche Bedeutung einer Farbe beigemessen wurde, waren ihre Verfügbarkeit, je seltener, umso wertvoller, und ihre Intensität und Leuchtkraft, was besonders gut an der Farbe Blau nachvollziehbar ist.

Im Hinduismus und im Buddhismus ebenso wie im alten Ägypten symbolisierte Blau die höchsten Werte, denn die Farbe war kostbar. Sie wurde aus Lapislazuli gewonnen und kam aus Persien und dem Hindukusch. Die größte Menge der nachtblauen Steine wurde und wird in Afghanistan im Panjschir-Tal abgebaut. Im afghanischen Bürgerkrieg finanzierten Warlords ihre Waffenkäufe durch die begehrten Steine. Die Minen bei Sar-é Sang sind seit 6000 Jahren in Betrieb. Schon die alten Ägypter bezogen Lapislazuli von dort.

Blau galt im Osten als göttliche Farbe. Im Hinduismus wird der blauhäutige Krishna als eine der populärsten Gottheiten verehrt. Im Buddhismus ist der Buddha der Heilung, der im tibetischen und japanischen Buddhismus und in der tibetischen Medizin eine wichtige Rolle spielt, ebenfalls blauhäutig. Er heilt Krankheiten und befreit Menschen von den Giften des Geistes, dem Hass, der Gier und der Verblendung. In China symbolisierte Blau die Unsterblichkeit. Im alten Ägypten war Blau die Farbe des Wassers und der Leben spendenden Nil-Gottheiten. Der Lapislazuli wurde als

heiliger Stein verehrt. Man trug ihn als Schmuck- und Heilstein, um Krankheiten abzuwehren.

Blau symbolisierte Reichtum, und in Ägypten vertraute man darauf, dass die Farbe nicht nur den Wohlstand sichern würde, sondern auch alles Böse abwehren würde. Der König der Götter, Amun-Re, trägt in vielen Darstellungen blaues Haar oder seine Hautfarbe ist blau. Das Ägyptische Blau, die Bezeichnung stammt von den Römern, war von großer Leuchtkraft und hoher Farbintensität. Bis heute zeugen in den Tempeln entlang des Nils blaue Farben in den Wandbemalungen von der Beständigkeit der Farbe, die unempfindlich gegenüber Alkalien und Säuren war und auch hellem Licht standhielt (St Clair 2017: 225).

In der muslimischen Architektur Zentralasiens war und ist bis heute Blau eine geschätzte Farbe. Leuchtend blaue Kacheln schmücken Moscheen, Bibliotheken, Schulen oder Mausoleen wie beispielsweise die berühmten Bauwerke in Samarkand, die zwischen dem 13. und 17. Jahrhundert errichtet wurden.

Im Westen spielte Blau bis Ende des frühen Mittelalters keine Rolle. Der heutigen Lieblingsfarbe begegnete man mit Geringschätzung. Die Farbe Blau galt zunächst einfach nur als billig, gewöhnlich und blass, da sie in erster Linie als Kleiderfarbe armer Leute wahrgenommen wurde. Bei den alten Römern stand Blau zudem für die Barbaren aus dem Norden, die in Schlachten ihre Gesichter und Körper damit färbten, um ihren Feinden Angst einzujagen. In Rom trug man in Zeiten der Trauer blaue Gewänder. Im europäischen Christentum blieb Blau über ein Jahrtausend lang mit Armut assoziiert. Blau war eine Farbe für das einfache Volk, als liturgische Farbe undenkbar. Nicht einmal zur Kennzeichnung bestimmter Bevölkerungsgruppen wurde Blau im Mittelalter gewählt, dazu war es zu unscheinbar und zu wenig aussagekräftig. Die Abneigung gegen die Farbe Blau in Europa veränderte sich erst im 12. Jahrhundert allmählich, aber dann nahm ihre Popularität bis in die Jetztzeit kontinuierlich zu. Der Umbruch in der Wahrnehmung ging von Frankreich aus und wie in der muslimischen Welt waren es auch in der christlichen Welt Gotteshäuser, die die Farbe aufwerteten.

Der französische Abt Suger von Saint-Denis (1081–1151) war der mächtigste Mann seiner Zeit und gilt als die einflussreichste Persönlichkeit seines Jahrhunderts. Als Kirchenfürst, Staatsmann und Meister der gotischen Architektur hatte er ganz direkten Kontakt zum französischen Hof. Suger hielt Farben für ein Geschenk Gottes (St Clair 2017: 225). Besonders die Farbe Blau hatte es ihm angetan. Zuständig für den Neubau von Saint-Denis führte er die ersten gotischen Bauelemente im

Chor der Kathedrale ein. Er ließ die Technik der Glasfärberei perfektionieren. Die leuchtend blauen Mosaikfenster von Saint-Denis wurden zum Vorbild für die Ausstattung der Kathedralen zu Chartres und zu Lemans. Das neue gotische Blau hatte mit dem romanischen Blau der ein Jahrhundert älteren Kirchenfenster wenig Ähnlichkeit (Pastoureau 2013: 43). Die neue Farbe war von unglaublicher Intensität und beeindruckte den französischen Hof ebenso, wie alle von weither angereisten Gläubigen.

Ein weiterer Grund für den Aufstieg der Farbe Blau war die zunehmende Marienverehrung im 12. Jahrhundert. Die Jungfrau Maria wurde auf Darstellungen häufig als Madonna mit einem blauen Mantel abgebildet, den sie schützend über die Gläubigen hält. Die Gemälde gaben reiche Privatpersonen als Schutzbilder vor der Pest in Auftrag. Meistens handelte es sich bei den blau geschützten Gläubigen um die Auftraggeber der Bilder selbst zusammen mit ihren Familien. Schnell setzte es sich durch, Maria nicht mehr in dunklen Gewändern abzubilden, sondern sie in leuchtende Blautöne zu hüllen.

Drittens war ausschlaggebend, dass gegen Ende des 12. Jahrhunderts die französische Königsfamilie ein neues Wappen einführte. Es zeigte eine goldene Lilie auf azurblauen Grund. Die Farbwahl war auch hier als Tribut an die Jungfrau Maria gedacht (St Clair 2017: 205), die zunehmend mit der Farbe Blau assoziiert wurde. Das brachte eine ungeheure Aufwertung von Blau mit sich. Bis dahin war Blau in kaum einem Wappen vorgekommen, das änderte sich schnell.

Auch die sehr populären höfischen Ritterromane kannten keine blauen Ritter. Es gab grüne Ritter, jung, dreist und wagemutig, rote Ritter, voller böser Absichten, schwarze Ritter, Helden, die anonym bleiben wollten und gute oder böse Absichten verfolgen konnten, weiße Ritter, weise und bereit, ihre Erfahrung an den jeweiligen Helden der Geschichte weiterzugeben, aber blaue Ritter gab es nicht (Pastoureau 2015: 48). Als die neue Farbgebung des königlichen Wappens zum Trend wurde und andere Adelige nachzogen, hielt endlich auch der blaue Ritter – loyal, mutig und treu – Einzug in die französischen Ritterromane. In England war es König Artus, der in seinen blauen Gewändern zum Mythos wurde (Goldstein 2017: 138). Der Farbe Blau werden bis heute Tugenden wie Treue und Wahrhaftigkeit zugesprochen, die noch aus dieser Zeit resultieren und sich in Redewendungen erhalten haben.

Blau als Wirtschaftsfaktor

Die Jeans repräsentiert die Demokratie in der Mode.
Giorgio Armani (1934), italienischer Modedesigner

Blau war die Kleidungsfarbe der einfachen Bevölkerung, wurde aber auch in höheren Kreisen ab dem 12. Jahrhundert immer beliebter (siehe Kapitel „Blau“). Die dazu notwendige Färberpflanze Waid baute man ab den 1230er Jahren in Deutschland industriell an, um die zunehmende Nachfrage zu befriedigen. In dieser Zeit spezialisieren sich bestimmte Gegenden in Frankreich, Deutschland und England auf den Waidanbau. Etwa in der Mitte des 14. Jahrhunderts wurden insbesondere das Languedoc und Thüringen zu Zentren des Handels, was zum Wohlstand beispielsweise der Städte Toulouse oder Erfurt beitrug (Pastoureau 2015: 51). Vom „blauen Gold“ war die Rede, um die Bedeutung des Waidanbaus als Wirtschaftsfaktor auszudrücken. Doch der Reichtum währte nicht ewig. Obwohl noch Anfang des 18. Jahrhunderts mehr als dreihundert Thüringische Dörfer vom Waid lebten (Heller 2009: 30), war die große Zeit der Färberpflanze schon vorbei.

Wie immer war und ist der Kampf um Märkte hart und kompromisslos. 1498 fand der Portugiese Vasco da Gama den Seeweg nach Indien und ermöglichte den Import eines neuen Farbstoffes, der „Indigo“, „der Indische“ genannt wurde. Zuvor gab es zwar schon Indigohandel, da aber der Landweg risikobehaftet und langwierig war, trieb er den Preis des Färbemittels so in die Höhe, dass die Farbe nur für einen kleinen, sehr reichen Bevölkerungsteil erschwinglich war. Das änderte sich durch die portugiesischen Handelsflotten. Der Unterschied zwischen dem europäischen Färbemittel Waid und dem indischen Färbemittel Indigo war augenfällig: Das Blau des Indigos leuchtet, das des Waid nicht. Wirtschaftlich aber weitaus bedrohlicher für die europäische Waidproduktion war die Ergiebigkeit der neuen Färberpflanze. Mit ihr konnte ein Drittel mehr Stoff gefärbt werden, als mit der gleichen Menge des einheimischen Färbemittels. Außerdem ist Indigo unter den natürlichen Farbstoffen der farbechteste. Für die Waidbauern war das eine Katastrophe. Sie mussten um ihre Existenz kämpfen und wurden dabei von der Obrigkeit unterstützt. In Deutschland wurde Indigo 1577 verboten, mehr als 20 Jahre später folgte ein Verbot in Frankreich und auch in England musste alles Indigo vernichtet werden, um die einheimische Waidproduktion zu schützen. Die Reglementierungen änderten sich mit dem Aufstieg des Kolonialismus und der Aussicht, mit Importen ein Vermögen zu verdienen. Als die Engländer 1611 selbst Handelskompanien in Indi-

en besaßen, führten sie selbstverständlich Indigo ein. Allein im Jahr 1631 brachten sieben holländische Schiffe Indigo im Wert von fünf Tonnen Gold aus der Neuen Welt mit. Die Spanier begannen unmittelbar nach der Eroberung Guatemalas 1524 damit, Indigo anzupflanzen und zum Hauptexportgut dieser Region zu machen (St Clair 2017: 219). Der Kampf der deutschen Waidbauern schien aussichtslos. 1654 erklärte der deutsche Kaiser Ferdinand III. Indigo zur „Teufelsfarbe“. Auf die Verwendung von Indigo stand die Todesstrafe und Nürnberger Färber mussten jährlich ihren Schwur erneuern, dass sie kein Indigo verwendeten (Heller 2009: 33). Neue Handelsrouten in Verbindung mit billiger Sklavenarbeit führten dazu, dass der Indigopreis immer weiter fiel. Als auch die Franzosen über eigene Handelsflotten verfügten, wurde 1699 Indigo in Frankreich erlaubt. 1737 mussten die deutschen Waidbeschützer kapitulieren. Der Indigohandel wurde legalisiert. Bereits ein Jahr später gab es in Deutschland keine Waidfärberei mehr. Alle Verbote waren wirkungslos verpufft. Trotz „staatlicher Protektion des Waidanbaus“ und „der Kriminalisierung des Indigoverbrauchs“ (ebd.) gelang es nicht, das billigere und bessere Produkt auf dem Markt zu verhindern. Dieses kapitalistische Prinzip wiederholte sich. 160 Jahre später wurde das Ende der jahrtausendealten Färberei mit dem natürlichen Farbstoff Indigo in Deutschland besiegt.

Die chemische Wirtschaft begann in Deutschland als Industrie zur Herstellung künstlicher Farben beispielsweise durch die Farbwerke Hoechst oder die Farbfabriken Bayer, die beide 1863 gegründet wurden. Die zwei Jahre später gegründete Badische Anilin- und Sodafabrik (BASF) wurde durch ihre Anilinfarben groß. Als der deutsche Chemiker Adolf von Baeyer 1883 die Strukturformel von Indigo entdeckte, investierte die BASF Millionen in die Suche nach einem billigen Herstellungsverfahren für den künstlichen Farbstoff Indigo. Nun waren es die Engländer, die versuchten, sich gegen die Konkurrenz zu wappnen. Sie horteten ihre natürlichen Indigobestände, um sie sehr billig auf den Markt zu werfen, sollte der deutschen Chemieindustrie ein Durchbruch gelingen. Das war 1897 tatsächlich der Fall. Deutschland verkaufte 600 Tonnen künstliches Indigo, eine kleine Menge im Vergleich zu den von Britisch-Indien verkauften 10.000 Tonnen echten Indigos. Doch trotz des massiven Preiskampfes unterlag das echte Indigo. 1911 beschäftigte BASF über neuntausend Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Sie ermöglichten, dass die Indigoproduktion auf 22.000 Tonnen anstieg. Im gleichen Jahr verkaufte Britisch-Indien nur noch 860 Tonnen echtes Indigo. Adolf von Baeyer wurde für seine Verdienste um die Entdeckung des künstlichen Indigos in den erblichen Adelstand erhoben (ebd., S. 35).

Das künstliche Indigo blieb der Renner des 20. Jahrhunderts. Vom Anzug Maos bis zur amerikanischen Jeans dominiert das klassische Indigoblau (St Clair 2017: 220). Das bekannteste Kleidungsstück dieser Farbe, die Jeans, hängt heute in fast jedem Kleiderschrank unabhängig von Alter, Geschlecht und Einkommen. Erfunden hat sie der 1850 in die USA eingewanderte, aus dem oberfränkischen Buttenheim stammende Kaufmann Levi Strauss (1829–1902). „Für die Bedeutung der Blue Jeans ist die Geschichte ihrer Herkunft wichtig. Ihr Blau verdankt sie weder einem religiösen Hintergrund noch dem Hochadel. Das Blau der Jeans wurde zur Farbe des einfachen Mannes“, schreibt Jürgen Goldstein (2017: 140) und ergänzt, dass sie für Frauen die Emanzipation von überkommenen Rollenbildern repräsentierte. „Selbst ihre Pervertierung in Gestalt der Designer-Jeans hat dem alltäglichsten Kultobjekt des 20. Jahrhunderts nicht seine Aura rauben können“ (ebd., S. 142). Blue Jeans werden heute wieder von vielen Herstellern mit Indigo gefärbt, denn nur mit Indigo entsteht der Effekt des echt verwaschenen Jeansblaus (Heller 2009: 36).

Blaue Augen

Der Tod ist ein Meister aus Deutschland,
sein Auge ist blau.
Paul Celan (1920 – 1970), deutscher Dichter

Schwer ist es, das unfassbar Grausame, das Leben und Menschen Verachtende in Worte zu fassen. Paul Celan (1920–1970) näherte sich 1944 mit lyrischen Mitteln der Ermordung der Juden durch die Nationalsozialisten und schrieb sein bekanntestes Gedicht, die „Todesfuge“ (Celan 2004: 11). Die Zeile „Der Tod ist ein Meister aus Deutschland“, fand als Redewendung Eingang in den deutschen Sprachgebrauch. 1941 marschierte die deutsche Wehrmacht in die Bukowina ein. Die in Celans rumänischer Heimatstadt Czernowitz lebenden Juden wurden in Ghettos getrieben und deportiert. Celans Mutter wurde erschossen, sein Vater starb an Typhus. Celan selbst kam in ein Arbeitslager und musste Zwangsarbeit im rumänischen Straßenbau leisten.

Die unmenschliche Verfolgung der Juden traf auch die jüdische Dichterin Else Lasker-Schüler (1869–1945). Die herausragende Vertreterin der avantgardistischen Moderne und des Expressionismus in der Literatur wurde 1932 mit dem Kleist-Preis geehrt, bevor dieser durch die Nationalsozialisten verboten wurde. Mit Franz Marc verband sie ab 1912 eine Künstlerfreundschaft. Beide teilte die Leidenschaft für Poesie und die bildliche Darstellung, für die Lust, in Rollen zu schlüpfen und aus Kommunikation eine Kunst zu machen. Als Prinz Jussuf von Theben unterschrieb sie ihre Postkarten an den Freund, der zum „Blauen Reiter“ wurde und dem sie mit Zeichnungen illustrierte Gedichte widmete (Dick 2002: 55). Marcs erste Karte an sie war ein Neujahrsgruß auf das Jahr 1913. Er bestand aus einem Aquarell „Der Turm der blauen Pferde“ mit dem Text: „Der Blaue Reiter präsentiert Eurer Hoheit sein blaues Pferd“. Diese glückliche Zeit des Rollenspiels, der Malerei und der Lyrik war eine kurze Phase im Leben von Else Lasker-Schüler. Gescheiterte Beziehungen und der Tod ihres geliebten Sohnes verstörten sie sehr, der aufkommende Nationalsozialismus bedrohte ihr Leben. 1933 emigrierte sie nach tätlichen Angriffen in die Schweiz, wo ihr das Schreiben untersagt wurde. Sie bereiste ihr geliebtes „Hebräerland“. 1938 wurde ihr die deutsche Staatsangehörigkeit aberkannt. Der Kriegsausbruch verhinderte ihre Rückkehr aus Israel von ihrer zweiten Reise, die Schweizer Behörden verweigerten ihr das Rückreisevisum. Voller Verzweiflung und Trauer, ohne ihren deutschen Freundeskreis litt sie unter dem erzwungenen Aufenthalt in

Blau als Farbe des Friedens

Es ist Krieg.
Der furchtbare Himmel ist blauer als sonst.
Bertolt Brecht (1889 – 1956), deutscher Dramatiker

Blau erregt kein Aufsehen. Die Farbe schockiert nicht, löst keine Abwehrreaktionen aus, ist die Lieblingsfarbe von mehr als der Hälfte der Westeuropäer*innen, ist konsensfähig und klingt in mehreren europäischen Sprachen poetisch „bleu, blue, blu, blau“, was nach Pastoureau (2013: 140) zeigt, „dass ihr Symbolpotenzial relativ schwach und auf jeden Fall wenig verletzend ist“. Blau respektiert Grenzen. Pastoureau schlussfolgert, dass genau aus diesem Grund die großen internationalen Organisationen wie die UNO, die UNESCO, der Europarat und die Europäische Union Blau zu ihrer Farbe gemacht haben. Blau wurde so zu einer internationalen, einer globalen Farbe. Sie steht für den Auftrag, den Frieden unter den Völkern zu fördern. Bei den Blauhelmen der UNO symbolisiert sie den Schutz der Zivilbevölkerung. Die Flagge der Nationen hat den Anspruch, die Flagge der Welt zu sein. Auf einem himmelblauen Flaggentuch zeigt sie den Erdkreis umrahmt von zwei Olivenzweigen, einem klassischen Symbol für den Frieden. Damit ist das Grundanliegen der Vereinten Nationen verkündet, die ganze Welt in Frieden zu vereinen. Der Entwurf der Fahne wurde 1947 durch die Generalversammlung der Vereinten Nationen angenommen. 1994 wurde sie zum Schutzzeichen erklärt. Das bedeutet, dass sich zivile Mitarbeiter der Vereinten Nationen durch die Flagge zu erkennen geben, um bei bewaffneten Konflikten Schutz zu genießen, was zuvor nur durch die Flagge des Roten Kreuzes kommuniziert wurde. Jede kommerzielle Nutzung der Flagge der Vereinten Nationen ist weltweit untersagt. Die 2012 gegründete Bundesrepublik Somalia hat sich ebenso wie zuvor die Föderierten Staaten von Indonesien von der Flagge der Vereinten Nationen inspirieren lassen. Somalia hat sich für ein hellblaues Banner als Grundfarbe entschieden, um den Vereinten Nationen für ihren Beitrag zu Förderung und zur Entwicklung ihrer Länder zu danken. Die Farbe Hellblau symbolisiert darüber hinaus den Indischen Ozean, den Himmel und die Freiheit. Der fünfzackige Stern auf dem blauen Grund steht für die fünf Gebiete, in denen Somali leben.

Die blaue Kornblume

Wer hat gesagt, dass so was Leben ist?
Ich gehe in ein anderes Blau.
*Rolf Dieter Brinkmann (1940 – 1975),
deutscher Dichter*

Die blaue Kornblume trägt ihren Namen seit dem 15. Jahrhundert, man nannte sie auch Blaumütze oder Roggenkraut, da sie als Getreideunkraut galt. Als solches wurde sie so stark bekämpft, dass sie fast ausgestorben ist und unter Naturschutz steht. Die Bitter- und Gerbstoffe der Kornblume machen sie vor allem zu einer Heilpflanze gegen Verdauungsprobleme, aber sie soll auch bei Augen- und Hautproblemen helfen und kommt bei Insektenstichen zum Einsatz.

Die 1810 verstorbene Königin Luise (1776–1810) machte die Kornblume zur „preußischen Blume“. Zahlreich Mythen bildeten sich um die jung verstorbene, sehr schöne und beim Volk beliebte Königin, die ihre Wohnräume mit Kornblumensträußen schmückte. Ihr Mann, König Friedrich Wilhelm III. von Preußen soll seine Gattin sehr geliebt haben. Aus der Ehe ging Sohn Wilhelm hervor, der seinem Vater als Regent folgte. Als Kaiser Wilhelm I. erkor er das leuchtende Kornblumenblau zu seiner persönlichen Lieblingsfarbe, die daraufhin auch Kaiserblau genannt wurde. Es war für ihn die Farbe seiner Kindheit. Bei Besuchen in Österreich-Ungern schmückte die Bevölkerung ihre Häuser ihm zu Ehren mit den farbenprächtigen Blumen, was den Preis für Kornblumen in der damaligen Zeit enorm in die Höhe trieb.

Das Ackerunkraut, das aufgrund seiner in der Natur nur selten vorkommenden klaren Farbe zur kaiserlichen Lieblingsblume wurde, bekam Ende des 19. Jahrhunderts eine politische Bedeutung. Die Kornblume wurde zum Symbol der deutschnationalen Bewegung. Der österreichische Gutsherr und Politiker Georg Heinrich Ritter von Schönerer (1842–1921) war Antisemit und Führer der Deutschnationalen und später der Alldeutschen Vereinigung in Österreich. Die Kornblume wurde zum Symbol der sogenannten Schönerer-Bewegung in Österreich, die für den Anschluss an das Deutsche Reich eintrat. Das Tragen einer Kornblume am Revers war aus diesem Grund in Österreich zeitweilig unter Strafe gestellt. Da Schönerer einen starken Einfluss auf den jungen Adolf Hitler ausgeübt hatte und von diesem als eines seiner Vorbilder betrachtet wurde, gilt das Symbol der Kornblume bis heute als ideell belastet. Von 1933 bis 1938 diente sie als Erkennungszeichen unter den in Österreich verbotenen Nationalsozialisten. Bei den konstituierenden Sitzungen des

Fundstücke zur Farbe Blau

Der blaue Planet

Ein Foto ging um die Welt mit dem Titel „Blue Marbel“. Aufgenommen vom Bord der Apollo 17. Auf ihm ist erstmalig die Erde, beschienen von der Sonne und ohne einen Sicht einschränkenden Schatten fotografiert worden. Die schwebende Kugel, umgeben von Schwärze, erinnert an ein Juwel oder eine Glasmurmel. Der Anblick der blauen Atmosphäre zeigte nicht nur die ergreifende Herrlichkeit unseres Planeten, er offenbarte auch das Ozonloch. So wurde das Bild der „Blue Marble“ zu einer „Ikone der Umweltaktivisten“ (Goldstein 2017: 30).

Die blaue Moschee

Es gibt mehrere Moscheen, die als „blaue Moschee“ bekannt sind. Von seiner blauen Farbpracht besonders beeindruckend ist das Ali-Mausoleum in Masar-e Sharif, der viertgrößten Stadt von Afghanistan. Die Moschee ist eine der schönsten der Welt und die wichtigste afghanische Wallfahrtsstätte. Bei der afghanischen Bevölkerung gilt das Mausoleum als die Grabstätte von Ali ibn Ali Talib, dem Schwiegersohn Mohameds, was Historiker allerdings bezweifeln.

Das blaue Haus

La Casa Azul war das Refugium der mexikanischen Malerin Frida Kahlo (1907 – 1954). Hier verbrachte sie ihre letzten Lebensjahre. Als 18jährige wurde Frida Opfer eines Busunglückes. Sie verbrachte ihr weiteres Leben immer mit Schmerzen. Obwohl sie gegen die Prognose der Ärzte wieder laufen lernte, war sie oft ans Bett gefesselt. Berühmt wurde die Malerin durch ihre Selbstporträts. Sie zählt zu den bedeutenden Vertreterinnen des volkstümlichen Surrealismus. Das strahlende Blau, mit dem sie die Mauern der Casa Azul 1941 frisch streichen ließ, sollte nach indianischem Glauben böse Geister abwehren (Goldstein 2017:157).

Das blaue Volk

Der Tagelmust ist ein Kleidungsstück aus vielen zusammengenähten indigoblauen Stoffstücken, das von den Männern des nomadischen Berbervolks der Tuareg getragen wird. Es ist eine Art Turban, der aus einer bis zu 15 Meter langen Stoffbahn – je länger die Stoffbahn umso höher das Ansehen – um den Kopf gewickelt wird. Das Ende der Stoffbahn bildet ein Schleier, der das Gesicht bedeckt und es vor Sonne und Sand in der Sahara schützt. Die Tuareg glauben, dass Indigo seine Träger gesundheitlich schützt und den Wohlstand fördert. Blau gilt als Schönheitsideal. Die

intensive Färbung ihrer Turbane und Kleidung überträgt sich oft auf die Haut. Daraus soll sich die Bezeichnung „blaue Ritter der Wüste“ für Tuareg ableiten, die vor allem in der Tourismusbranche zu romantischen Vorstellungen führt. Eine andere Bezeichnung lautet: „Das blaue Volk“. Die Tuareg mussten immer wieder darum kämpfen, als freies Volk anerkannt zu werden (8).

Die blaue Stadt

In Indien ist ein helles Blau eine Farbe mit ausschließlich positiven Eigenschaften. Im Bundesstaat Rajasthan, am Rande der Wüste Thar, liegt die Stadt Jodhpur, die „Blaue Stadt“. Das Blau hatte mehrere Funktionen: In der Hitze des Tages wirkt es kühlend. Seine beruhigende Wirkung fördert den häuslichen Frieden. Es ist ein Zeichen für die in Jodhpur angesiedelte Kaste der Brahmanen und es ist ein Verweis auf den Himmel und die heilige Kraft der Gottheiten Rama und Krishna (Goldstein 2017: 165).

Das blaue Lächeln

Das Substantiv „Glaswen“ aus dem Walisischen bedeutet wörtlich „blaues Lächeln“. Damit gemeint ist ein sarkastisches Lächeln oder spöttisches Grinsen. „Vor einem solch sarkastischen Lächeln gibt es kein Entrinnen. Dieses Grinsen zieht Ihnen ein bisschen den Magen zusammen, und am liebsten würden Sie einfach verschwinden“ (Sanders 2017: ohne Seitenzahl).

Die blaue Briefmarke

Briefmarken sammeln ist noch mehr aus der Mode gekommen als ein von Hand geschriebener Brief. Dennoch ist wohl jedem die berühmte Blaue Mauritius ein Begriff. Gedruckt wurde sie 1847, kurz nach Einführung von Briefmarken als Frankiermittel. Die Rote und die Blaue Mauritius waren die ersten, die in einer britischen Kolonie gedruckt und verwendet wurden. Anlass war ein Kostümball, zu dem der damalige Gouverneur und seine Gattin Einladungen versendeten (Goldstein 2017: 168).

Der blaue Karren

Bleu Charette ist eine französische Farbbezeichnung, für die es keine deutsche Entsprechung gibt. Sie geht auf den Färberwaid Anbau im 16. Jahrhundert in Frankreich zurück. Dem aus Waid gewonnenen Pigment wurde eine Insekten abweisende Wirkung nachgesagt. Darum strichen Bauern ihre Holzkarren (Karre = charette) blau an, um bei der Arbeit weniger von Fliegen belästigt zu werden (Edition Gallimard Jeunesse 2017: 94).

Weiß

Schneeweiß ist die eigentliche weiße Farbe,
es ist die reinste weiße Farbe, frei von allen
Beimischungen und ähnelt frisch gefallenem Schnee.
*Abraham Gottlieb Werner (1749 – 1817),
deutscher Mineraloge und Geologe*

Weiß ist eine positiv besetzte Farbe. Sie gilt als die Farbe der Vollkommenheit in westlichen Ländern und es gibt nur wenige Zusammenhänge, in denen Weiß negative Eigenschaften zugeordnet wird. Weiß ist die Farbe, die im Alltag allgegenwärtig ist. Weiße Autos, weiße Wände, weiße Waschbecken und Toiletten, weiße Sommerkleidung, weiße Sneakers, weiße Tischdecken, weiße Servietten und vieles mehr. Alles gibt es auch in anderen Farben, aber Weiß dominiert im Straßenbild, ist in der Waschmittelwerbung oder im eigenen Haushalt präsent. Weiß gilt als neutral, hygienisch, sauber, frisch und strahlend. Weiße Zähne sind ein Schönheitsideal und immer mehr Menschen, besonders in den USA, lassen sich die Zähne bleichen. Weiß gilt als vollkommen, nicht aber als beliebt. Nur 3 % der befragten Personen nannten in der Untersuchung von Eva Heller (2009: 145) zur Wirkung von Farben die Farbe Weiß als ihre Lieblingsfarbe.

Ein weißes Blatt ist ein unbeschriebenes Blatt, eine weiße Leinwand eine unbemalte Leinwand. Entsprechend irritierend wirkte das Bild „Weiß auf Weiß“ des russischen Künstlers Kasimir Malewitsch (1878–1935), welches er zwei Jahre nach seinem berühmten Bild „Schwarzes Quadrat“ von 1915 malte (siehe Kapitel „Schwarz“). Es ist im Museum of Modern Art in New York zu bewundern und zeigt ein schräg gestelltes weißes Quadrat auf einem cremeweißen Untergrund. Malewitsch war Begründer des Suprematismus, einer Kunstrichtung, die sich als Kunst der reinen Form versteht und großen Einfluss auf die Bauhausarchitektur hatte, die ebenfalls Weiß als Farbe bevorzugte.

Einzigartig sind die Landschaftsbilder des chinesischen Malers Qui Shihua (*1940) aufgrund seiner Farbwahl. Seine Bilder wirken zunächst wie weiße Flächen, leicht durchsetzt von zarten Grautönen. Sie wecken Assoziationen an eine weiße Wolkenwand oder an dichten Nebel, hinter dem sich Unsichtbares verbirgt. Erst bei längerer Betrachtung erschließen sich dem konzentrierten Blick allmählich Formen und es bilden sich, weiß in weiß gemalte Landschaften ab. Die weißen Bilder Qui Shihuas sind der über tausend Jahre alten, chinesischen Landschaftsmalerei ver-

pflichtet, wirken aber durch den Verzicht auf bunte Farben radikal modern und provokativ. Der Maler selbst beschreibt sie als „einfach und blass, ruhig und leer; alles Sein und Nichtsein ist darin verborgen, ganz aus sich selbst heraus“ (Fibicher 2005: 240).

Dass die Farbe Weiß in der Architektur eine so herausragende Stellung hat, ist unter anderem dem Umstand geschuldet, dass griechische Gebäude zu Grundpfeilern westlicher Ästhetik wurden. Für den Italiener Andrea Palladio (1508–1580), der als erster großer Bauherr Architektur zu seinem alleinigen Beruf machte, war die römische Antike mit ihren griechischen Einflüssen das große Vorbild. Der nach ihm benannte klassizistisch geprägte Baustil Palladianismus priorisiert die Farbe Weiß. In jeder größeren westlichen Stadt sind Bauwerke in diesem Stil zu finden. Die Farbwahl beruht auf einem Irrtum. Forscher stellten erst Mitte des 19. Jahrhunderts fest, dass Gebäude der antiken Klassik bunte Farben trugen, die mit der Zeit ausgeblüht waren. Auch nachdem dies bekannt war, blieb Weiß die Farbe der modernen Architektur. „Weiße Stadt“ wird der Teil von Tel Aviv mit über 4000 weißen Gebäuden in Tel Aviv genannt. Erbaut wurden sie in den 1930er Jahren von jüdischstämmigen Architekten, die aus Europa vor dem Nationalsozialismus geflohen waren. Ihr Baustil ist überwiegend der „Internationale Stil“ mit markanten Elementen des Bauhauses (6). Die „Weiße Stadt“ wurde 2003 zum UNESCO-Welterbe ernannt.

Weiß als Modefarbe war für Frauen des 19. Jahrhunderts nicht ungefährlich, für viele war sie tödlich. Lange galt in europäischen und asiatischen Ländern eine weiße Haut als weibliches Schönheitsideal. In China verwendeten Frauen Schminkmittel, die aus Reispulver hergestellt wurden und verträglich waren. In den europäischen Ländern dagegen setzte man bis ins 19. Jahrhundert hinein das giftige Bleiweiß als Kosmetikum ein. Die gesundheitlichen Folgen einer Bleivergiftung waren bekannt. Bereits im 17. Jahrhundert gab es in verschiedenen Ländern aufklärende Veröffentlichungen dazu, sie wurden aber Jahrzehnte lang ignoriert oder verharmlost. „Es steckt eine grausame Ironie in der Tatsache, dass Generationen von Frauen in dem Bestreben, so schön wie möglich zu sein, sich langsam selbst ermordeten“ kommentiert St Clair (2017: 49) das mit der Farbe Weiß verbundene Sterben.

Um 1800 wurde Weiß zur Modefarbe des Bürgertums in Europa. Nach der französischen Revolution veränderten sich Bewusstsein und Kleidung radikal. Statt materiellen Besitzes sollte eine geistige Haltung durch Mode ausgedrückt werden. Wie in der Architektur war das antike Griechenland, das als Wiege der Demokratie

Grau

Grau. Es hat schlechthin keine Aussage,
es löst weder Gefühle noch Assoziationen aus,
es ist eigentlich weder sichtbar noch unsichtbar.
Und es ist wie keine andere Farbe geeignet,
„nichts“ zu veranschaulichen.
Gerhard Richter (2008: 92), deutscher Maler

Das Plädoyer für graue Auslegeware in Verkaufsgesprächen lautet: „Da sieht man nicht gleich jeden Dreck.“ Grau ist praktisch, Grau ist unauffällig, Grau ist bescheiden. Darin erschöpfen sich die Vorteile der Farbe Grau bei Teppichen und anderen Bodenbelegen. Bei Büromöbeln kommt noch der für die Augen entspannende Effekt einer grauen Arbeitsfläche hinzu. Die Farbfläche des Schreibtisches zieht keinerlei Aufmerksamkeit auf sich, ist neutral, passt zu allem und lenkt nicht ab. „Grau ist die Farbe, die am häufigsten zur Bürokratie assoziiert wird“ stellte Eva Heller (2009: 220) fest.

Der deutsche Schriftsteller Michael Ende (1929–1995) ließ die grauen Herren in seinem Jugendbuch „Momo“ als Mitarbeiter der Zeit-Spar-Kasse auftreten. Die grauen Herren tragen graue Kleidung und einen grauen Hut, haben eine aschgraue Gesichtshaut und führen eine bleigraue Aktentasche mit sich. Ihre Aufgabe ist es, den Menschen ihre Zeit zu stehlen.

Die Suche nach Synonymen für die Farbe Grau ergab die beachtliche Zahl von 533 aufgeteilt in 24 Gruppen (7), eine kleine Auswahl: monoton, farblos, uninteressant, schal, öde, ermüdend, trostlos, uniform, einfallslos, alt, reizlos, atavistisch. Die Liste geht endlos weiter und keines der Synonyme drückt auch nur annähernd so etwas wie Fröhlichkeit aus.

Grau klingt in vielen Sprachen ähnlich: Türkisch: gri, Katalanisch – gris, Rumänisch – gri, Norwegisch – gra, Niederländisch – grijs, Englisch – grey und Esperanto – griza. Im Althochdeutschen stand griseus für gering und unbedeutend. Die Farbbezeichnung war ein Synonym für Armut. Grau hat in anderen Sprachen ähnliche Bedeutungen wie im Deutschen.

„Grisaille“ bedeutet im Französischen Eintönigkeit und wurde von dem französischen Farbadjektiv gris für grau abgeleitet. Die Grisaille Malerei ist auf die Farbtöne Grau, Schwarz und Weiß reduziert. Umgangssprachlich wird sie auch „Malerei in den Todfarben“ genannt (Heller 2009: 229). Als der Heilige Bernhard von Clairvaux

Redewendungen zu Grau

Eltűnt mint szűrke szamár a kőd-ben.
Verschwunden wie ein grauer Esel im Nebel.
Ungarische Redewendung

Johann Wolfgang von Goethe erschuf in Faust II vier graue Weiber namens „Mangel“, „Not“, „Schuld“ und „Sorge“. Für ihn symbolisierte Grau das Elend schlechthin.

Der „graue Alltag“ ist das hoffnungslose Einerlei, in dem die „graue Maus“ unattraktiv und unscheinbar ihr „grauenvolles“ Leben fristet und sich vor Sorgen „graue Haare wachsen“ lässt. Besonders grausam wird das in den „gray areas“ empfunden, also in den Regionen, in denen die Arbeitslosigkeit besonders hoch ist. Auch im Chinesischen gibt es diese „grauen Mäuse“, auch dort handelt es sich um eine abwertende Zuschreibung für Frauen: 灰姑娘 Hui gu niang – graues Mädchen, auch in China ist die Farbe Grau mit Armut assoziiert.

Die Redewendung, „alles grau in grau malen“ bedeutet, dass etwas pessimistisch, durchgehend negativ dargestellt wird (Röhrich 1994: 580). Eva Heller (2009:218) bezeichnet Grau als „die Farbe aller trüben Gefühle“. Die Redewendung „grau in grau“ steht für Tristesse, Langeweile und schlechtes Wetter.

In der Dämmerung verlieren Farben ihre Leuchtkraft, in der Dunkelheit sind sie nicht mehr zu erkennen. „Nachts sind alle Katzen grau“. Das Sprichwort bedeutet, dass unter gewissen Umständen sich Unterschiede zwischen Menschen verlieren oder man über sie hinwegsehen kann.

Bei dem in Ungarn sprichwörtlichen Esel, der im grauen Nebel verschwindet, handelt es sich um eine Person, auf die man sich nicht verlassen kann. Sie verschwindet, wenn man sie braucht.

„Non avere materia grigia“ heißt es im Italienischen, „keine graue Materie haben“. Mit grauer Materie sind die „kleinen grauen Zellen“ gemeint. Wer sie nicht hat oder nicht zu nutzen weiß ist dumm, denn in der grauen Hirnsubstanz, so der Volksmund, sitzt der Verstand.

Die „Graue Eminenz“ bezeichnet eine Person, die im Hintergrund stehend „die Fäden zieht“ und einen großen Einfluss auf politische Entscheidungen hat. Die Redewendung geht auf den französischen Kapuzinermönch Père Joseph (1577–1638) zurück, dessen Einflussnahme während des Dreißigjährigen Krieges zu seinem Beinamen „éminence grise“ führte, da er ein graues Habit trug (10).

Als „Grauzone“ wird der nicht genau festgelegte Bereich zwischen Legalität und Illegalität bezeichnet. Der „Graue Markt“ ist ein Umschlagplatz von Waren zweideutiger Herkunft.

„In grauer Vorzeit“ bezeichnet etwas, das uralte ist und in der Gegenwart jegliche Bedeutung verloren hat. „Grau sein“ heißt „alt sein“. „Vor einem grauen Haupt sollst du aufstehen“ wird schon in der Bibel von Moses gefordert, doch „graue Häupter“ zu ehren ist in den westlichen Gesellschaften keine Selbstverständlichkeit mehr. „Graues Haar macht noch keinen Weisen“. Das Alter ist negativ besetzt, „die graue Kavallerie“ werden spöttisch Altherrenrunden genannt. „In Ehren ergraut“ sind diejenigen, die ihre Haare ergrauen lassen, ohne sie zu färben.

Das englische Sprichwort „the grey mare is the better horse“ bedeutet, dass „die Frau die Hosen anhat“, also die durchsetzungsstärkere Person in einer Beziehung ist.

Bunte Vielfalt

Farben in der interkulturellen Kommunikation

Teil III: Experimente, Übungen, Spiele und Aktivitäten

1. Experiment – Farben nennen

Kurzbeschreibung:

Auf einer Wandzeitung stehen in bunter Reihenfolge Farben. Die Farbbegriffe und die Schriftfarben stimmen dabei nicht überein. Eine Person nennt nacheinander die Farben, in denen die Begriffe geschrieben wurden. Die kurze Aktivität eignet sich als Aufwärmübung oder kleines Experiment zur Auflockerung.

Ziele:

- Die Teilnehmer*innen nehmen ihre eigene Irritation wahr, wenn sie zwei nicht übereinstimmende Informationen durch zwei unterschiedliche Symbolsysteme, Schrift und Farbe, gleichzeitig erhalten.
- Sie erleben, dass es Konzentration erfordert, das von ihnen besonders häufig genutzte Symbolsystem der Schrift bewusst auszublenden.

TN-Zahl: unbegrenzt

Zeit: 5–10 Min. je nach Redefreudigkeit der Teilnehmer*innen

Material: Flipchart, verschiedenfarbige dicke Filzstifte

Raum: entsprechend der Gruppengröße

Vorbereitung:

Die Moderation beschriftet mit dicken Filzstiften ein Plakat mit Farbbegriffen, pro Zeile ein Begriff. Die Farbe der Schrift und die Farbbezeichnungen stimmen dabei nicht überein. Beispielsweise wird die Farbbezeichnung Blau mit rotem Stift geschrieben, die Farbbezeichnung Grün mit einem schwarzen Stift usw.

Verlauf:

Die Moderation bittet darum, dass sich eine Person, die nicht farbenblind ist, für ein kleines Experiment zur Verfügung stellt. Ihre Aufgabe ist, Farben nacheinander laut von oben nach unten zu benennen, die auf einem Plakat zu sehen sind. Sie soll dabei nicht lesen, sondern nur die Farben, die sie sieht, laut aussprechen. Alle anderen Teilnehmer*innen können das Experiment für sich in Gedanken ebenfalls durchführen.

Nach dem kleinen Experiment wird die Versuchsperson gefragt, wie es ihr ergangen ist. Anschließend haben die anderen Teilnehmer*innen die Gelegenheit, sich zu dem Experiment zu äußern.

2. Vorstellungsrunde mit Fotokarten

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer*innen stellen sich der Gruppe vor. Sie präsentieren eine Fotokarte und erläutern, was diese ihrer Meinung nach mit dem Thema „Farben in der interkulturellen Kommunikation“ zu hat.

Ziele:

- Die Teilnehmer*innen lernen sich namentlich kennen.
- Sie finden einen persönlichen Einstieg zum Thema „Farben in der interkulturellen Kommunikation“.

TN-Zahl: 10–20 Personen

Zeit: 15–30 Min.

Material: Fotokarten

Raum: Stuhlhalbkreis

Vorbereitung:

Die Fotokarten werden in der Mitte des Stuhlkreises ausgebreitet.

Verlauf:

Jede Person wählt eine Karte aus dem ausgebreiteten Fundus.

Sie stellt sich namentlich vor und erläutert, was die von ihr ausgewählte Karte mit dem Thema „Farben in der interkulturellen Kommunikation“ zu hat.

Alternative:

Statt, dass sich jede Person selbst vorstellt, bilden sich zunächst Paare, die sich zu ihren Fotokarten zehn Minuten lang austauschen. Anschließend stellen sie ihre jeweiligen Gesprächspartner*innen im Plenum vor.

Vorteil der Alternative ist, dass in Zweiergesprächen intensiver reflektiert wird, was die ausgewählte Fotografie mit dem Thema „Farben in der interkulturellen Kommunikation“ zu tun hat.

Die alternative Durchführung der Vorstellungsrunde dauert gut 10 Min. länger als die erste Variante und sollte nur bei einer geraden Anzahl von Teilnehmer*innen durchgeführt werden.

3. Trikolore

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer*innen stellen sich anhand von Trikoloren vor. Die Gruppe lernt sich kennen.

Ziele:

- Die Teilnehmer*innen stellen sich vor und lernen sich kennen.
- Sie reflektieren, dass Farben als Kommunikations- und Orientierungsmittel eingesetzt werden können und durch sie die Vermittlung symbolischer Inhalte möglich ist.
- Sie verwenden Farben, um der Gruppe etwas über ihre eigene Person mitzuteilen.

TN-Zahl: 15–20 Personen

Zeit: 30–40 Min.

Material: Farbstreifen

Raum: Stuhlhalbkreis

Vorbereitung:

Die Kennenlernübung lebt davon, dass eine große Vielfalt an unterschiedlichen Farben zur Verfügung steht. Es sollten mindestens 60 Farbstreifen in 12 verschiedenen Farben sein: Schwarz, Weiß, Grau, Dunkelrot, Hellrot, Dunkelblau, Hellblau, Dunkelgrün, Hellgrün, Violett, Rosa, Türkis). Die Farbstreifen können aus Tonpapieren, DIN A 4 Format, geschnitten werden (6 Streifen 5 x 21 cm pro Blatt). Die Farbstreifen werden in der Stuhlkreismitte auf dem Boden ausgebreitet.

Verlauf:

Einführung (5 Min.):

Fahnen und Flaggen dienen der Kommunikation. In der deutschen Alltagssprache werden die Begriffe Fahne und Flagge synonym benutzt.

Die Moderation erläutert, dass in der Kennenlernübung „Trikolore“ Farben dazu dienen, etwas über die eigene Person symbolisch auszusagen. Die Zusammenstellung von drei Farben zu einer ganz individuellen Trikolore ist eine Momentaufnahme, die zum Zeitpunkt der Vorstellungsrunde für die sich jeweils vorstellende Person stimmig sein soll. Zu einem anderen Zeitpunkt und in einem anderen Kontext kann sie anders aussehen. Die Moderation wählt ihre drei Farben aus und nimmt sie in die Hand. Die Teilnehmer*innen werden gebeten sich zu überlegen, welche drei Farben sie momentan am besten repräsentieren. Diese sollen sie in der Vorstellungsrunde erläutern.

Die Moderation gibt ein paar Informationen, während die TN über ihre Farbwahl nachdenken:

Trikolore ist ein eingedeutschter Begriff aus dem Lateinischen. Er leitet sich ab aus *tres* – drei und *color* – Farbe. Als Trikoloren werden in der Flaggenkunde dreifarbige Fahnen bezeichnet, die drei gleich breite, senkrechte oder waagerechte Streifen haben. Insgesamt gibt es zur Zeit 24 unter den 195 von den Vereinten Nationen anerkannten Staaten, deren Nationalfahne eine Trikolore ist, die ohne ein zusätzliches Gestaltungselement auskommt. Trikoloren können als Staatsflaggen durch ihre drei Farben Staaten repräsentieren.

Im deutschsprachigen Raum ist mit dem Begriff Trikolore in der Regel die französische Staatsflagge gemeint, *La Tricolore*, die auch *Le Bleu-Blanc-Rouge* genannt wird. Sie entstand während der Französischen Revolution und wurde 1794 erstmals offizielle Nationalflagge. Wie auch bei anderen Flaggen gibt es unterschiedliche Interpretationen der Farben. Eine Deutung orientiert sich an den Maximen der Französischen Revolution. Blau steht darin für *Liberté*, Weiß für *Egalité* und Rot für *Fraternité*.

Die Teilnehmer*innen werden aufgefordert, drei Farbstreifen auszuwählen, die ihre Stimmung, ihre Haltung, ihre Lieblingsfarben, ihre politische oder weltanschauliche Orientierung oder ganz andere Aspekte ihrer Person symbolisieren und diese vor sich auf den Boden zu legen.

Nacheinander stellen sich alle Teilnehmer*innen und die Moderation namentlich vor und erläutern die Farben ihrer persönlichen Trikolore.

20. Akzeptabel – inakzeptabel

Kurzbeschreibung:

Die Teilnehmer*innen diskutieren anhand von Beispielen, welche farblichen, auf Menschen bezogene Beschreibungen oder Benennungen sie als akzeptabel, heikel oder inakzeptabel empfinden. Sie setzen sich mit diskriminierungssensibler Sprache auseinander.

Ziele:

- Die Teilnehmer*innen reflektieren, welche auf Menschen bezogene farbliche Benennungen oder Beschreibungen sie akzeptabel finden und welche nicht.
- Sie setzen sich mit diskriminierungssensibler Sprache auseinander.
- Sie bilden sich eine Meinung.

TN-Zahl: 10–16 Personen

Zeit: 60 Min.

Material: Pinnwand, Nadeln, Karten,
pro Person je eine grüne, gelbe oder rote Karte

Raum: Stuhlhalbkreis

Vorbereitung:

Zehn Karten mit jeweils einem Begriff beschriftet und an die Pinnwand hängen. Alle Begriffe sind auf Menschen bezogene farbliche Beschreibungen oder Benennungen.

Beispiele:

Rotschopf, Weiße, Ginger, Grünschnabel, Blondine, Farbige, People of Color/Menschen of Color, Braune Bande, Rosa Szene, Schwarze ...

Büchertisch mit Veröffentlichungen zum Thema politisch korrekte Sprache, mit Infobroschüren und Links.

Bewerten der Begriffe (ca. 15 Min.)

Während der Einführung ist die Pinnwand mit den Begriffen gut sichtbar: Farbliche Beschreibungen oder Benennungen von Menschen sind oft heikel. Viele von ihnen haben einen diskriminierenden Charakter. Politisch korrekte Sprache will Diskriminierung im Sprachgebrauch vermeiden.

Auf der Pinnwand sehen Sie eine kleine Sammlung von Begriffen. Nacheinander möchte ich Sie um eine Einschätzung dieser Begriffe bitten. Ihre Beurteilung können Sie mit einer ihrer drei Farbkarten kundtun. Immer, wenn die Einschätzung in dieser Gruppe unterschiedlich ist, werden zwei bis drei Personen gebeten, ihre Beurteilung zu erläutern. Nachfragen und Diskussionsbeiträge sollen bis zur Diskussionsrunde zurückgehalten werden.

Alle Teilnehmer*innen erhalten je eine rote, gelbe oder grüne Karte. Die Bedeutung der Karten wird erläutert:

Rot: Nicht akzeptabel

Gelb: Heikel, kommt auf den Kontext an

Grün: Akzeptabel

Die Karten mit den Begriffen werden nacheinander von der Moderation vorgelesen. Sie bittet bei jeder Begriffskarte um die Beurteilung durch die Gruppe. Ist diese nicht einheitlich, wird zu jeder gezeigten Farbe eine Person gebeten, in wenigen Sätzen ihre Beurteilung zu erläutern.

Diskussionsrunde (ca. 30 Min.):

Die Moderation eröffnet die Diskussion mit den Fragen, woran zu erkennen ist, dass Begriffe einen diskriminierenden Charakter haben und wie eine diskriminierende Sprache vermieden werden kann. Die Diskussion wird nach ca. 30 Minuten abgebrochen. Es schließt sich eine Statement-Runde an.

Statement-Runde (ca. 15 Min.):

In einer abschließenden Runde geben die Teilnehmer*innen ein Feedback. Sie teilen der Gruppe jeweils mit, was die Aktivität bei ihnen an Emotionen ausgelöst hat und welche Erkenntnisse sie gewinnen konnten.

Link zum Thema:

<https://www.amnesty.de/2017/3/1/glossar-fuer-diskriminierungssensible-sprache>

Fotoauswahl und Begleittexte

Informationen und Anmerkungen zu den 32 Bildkarten

ROT



Der Tag der Arbeit am 1. Mai ist in Wien traditionell ein großes Ereignis. Auf einem Marsch entlang der Ringstraße sorgen eine Unzahl von Gruppierungen, Vereinen und Parteien überwiegend aus dem linken und sozialdemokratischen Spektrum dafür, dass das „Rote Wien“ auf den Straßen sichtbar wird. Die Zuschreibung kommt aus der Zeit zwischen den Weltkriegen, in der die Sozialdemokratische Arbeiterpartei Deutschösterreich bei Wahlen wiederholt die absolute Mehrheit erhielt.



Installation der kroatischen Künstlerin Sanja Ivekovic (*1949) auf der documenta 12 in Kassel. So ästhetisch das Szenario anmutet, es soll keine falsche Idylle aufkommen: Es geht um den Mohn als Blume des Todes und des Vergessens, als Symbol für gefallene Soldaten und Soldatinnen, um Ausbeutung und Widerstand.



Seezeichen am Lister Ellenbogen auf Sylt. Die Baken dienen den Schiffen zur Bestimmung der in der Nähe verlaufenden Grenze zwischen Deutschland und Dänemark. Nicht weit davon entfernt befindet sich der nördlichste Leuchtturm Deutschlands.

Dank

Herzlich bedanken möchten wir uns für Redewendungen in verschiedenen Sprachen bei:

Behare Dinaj, *Albanisch*
 Nihal El-Mofty, *ägyptisches Arabisch*
 Wilhelm Müller und Gabriele Westermayer *für das Bayerische*
 Rassima Kebić, *Bosnisch*
 Ming Li, *Chinesisch*
 Samra Hormati, *Dari*
 Simi Sieradzki, *Hebräisch*
 Mikko Saarelainen, *Finnisch*
 Tassia Fouki, *Griechisch und Aromunisch*
 Meity Titus, *Indonesisch*
 Ambrogio Bossi, *Italienisch*
 Chong-Sook Kang, *Koreanisch*
 Marina Khanide, *Persisch*
 Apolonia Schneeberger, *Romanes*
 Eva Feldmann und Bianca Kornatowski, *Polnisch*
 Alina Ivanova, *Russisch*
 Teresa de Andrés und Lourdes María Ros de Andrés, *spanisches Castellano*
 Gülseren Demirel und Reyhan Kulac, *Türkisch*
 Dr. Kinga Bogyó-Löffler und Ildiko Gaal-Baier, *Ungarisch*
 Michal Šmajda, *Ukrainisch*

und allen weiteren Unterstützer*innen,
die nicht namentlich genannt werden möchten.

Weiter bedanken wir uns bei:

Gotthard Schwarz, Hubertus Schröer, Reyhan Kulac,
 Cordula Steidle und Alex Ferstl
 für die Korrekturrunden und hilfreichen Anmerkungen.

Die Autoren



Sabine Handschuck

promovierte Pädagogin, war langjährige Beauftragte für interkulturelle Arbeit in der Landeshauptstadt München. Ihre Schwerpunkte sind die interkulturelle Qualitäts-, Personal- und Organisationsentwicklung. Sie ist Mitarbeiterin des „Institut – Interkulturelle Qualitätsentwicklung München“.



Albert Kapfhammer

als Sozial- und Kulturpädagoge, Mitarbeiter und Vorstand von Kultur & Spielraum e.V., über vier Jahrzehnte für die Entwicklung und Durchführung von kulturpädagogischen Projekten für Kinder und Jugendliche in München verantwortlich. Die Fotografie als Werkzeug und Ausdrucksmittel zur Weltaneignung spielte in der Bildungsarbeit dabei eine wichtige Rolle. Der Fotoapparat ist seit den Jugendjahren auch privat ein täglicher Wegbereiter.

Mangels gemeinsamer Sprache unterhalten wir uns oft mit Händen und Füßen. Körpersprache ist eine besondere Form der Kommunikation. In der interkulturellen Kommunikation sind es Gesten und Handzeichen, die Verständigung erleichtern – aber manchmal auch Verwirrung stiften.

Die Gestik mit Händen ist das Thema dieses Buches. Es geht um die Verbindung von verbaler und nonverbaler Kommunikation, es geht um Verständigung und Missverständnisse, es geht um Gesten der Macht und um Gesten der Alltagskommunikation. Ergänzt werden diese Informationen um Aktivitäten, Spiele und Übungen sowie um ein Karten-Set mit 32 Bildkarten, die für den Einsatz in Weiterbildungen, mit Schulklassen oder in der Jugendarbeit geeignet sind.

Das Buch richtet sich an Weiterbildnerinnen und Trainer, an Lehrerinnen und Sozialpädagogen, an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sozialer und Gesundheits-Dienste sowie der Verwaltung.



*Sabine Handschuck und
Albert Kapfhammer*

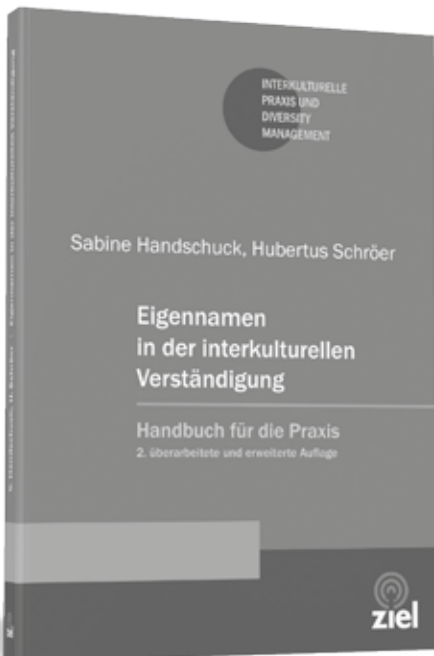
**Zeig mal: Gesten | Hände in der
nonverbalen Kommunikation**

144 Seiten, zahlreiche Fotos,
Experimente, Übungen, Spiele und
Aktivitäten, 29,80 Euro

Auch als eBook erhältlich

>>> Mit Karten-Set <<<
32 farbige Bildkarten in einem
stabilen Kartonschuber.

Die gegenseitige Vorstellung oder die Frage nach dem Namen sind in der interkulturellen Begegnung häufig die ersten Sprechakte. Der Umgang mit Eigennamen beeinflusst maßgeblich das Gelingen oder das Misslingen einer Verständigung. Das Buch gibt Hintergrundinformationen zur Entstehung von Personennamen, über das Namensrecht und über wichtige Themen wie Namen und Religion oder Politik. Es gibt Empfehlungen zum Umgang mit Eigennamen in interkulturellen Begegnungssituationen und stellt Praxisbeispiele für Fortbildungen, Beratung, Unterricht oder politische Jugendbildung vor.



*Sabine Handschuck und
Hubertus Schröer*

**Eigennamen in der interkulturellen
Verständigung**

Handbuch für die Praxis

2. überarbeitete und erweiterte Auflage,
Softcover, 24,80 Euro

Die Fähigkeit zu kommunizieren bestimmt die Qualität unserer Beziehungen. Welche Schwierigkeiten, aber auch Lernfelder, entstehen, wenn Menschen unterschiedlicher Kulturen und Sprachen aufeinander treffen? Helga Losche und Stephanie Püttker liefern Hintergrundinformationen zu Chancen und Risiken interkultureller Kommunikation. Den Schritt von der Theorie in die Praxis ermöglicht die Sammlung zahlreicher praktischer Interaktionsübungen, die sich in der Arbeit mit interkulturellen Gruppen bewährt haben.

**ZIEL –
die Experten**
für handlungs-
orientiertes
Lernen



Helga Losche, Stephanie Püttker
Interkulturelle Kommunikation
Theoretische Einführung und
Sammlung praktischer Inter-
aktionsübungen
256 Seiten, 42 Spiele und
Übungen, 19,80 Euro
Auch als eBook erhältlich

BESTELLUNGEN UND INFORMATIONEN
www.ziel-verlag.de



e&l



Bestellen Sie jetzt ein kostenloses Probeheft!

erleben und lernen

Internationale Zeitschrift für handlungsorientiertes Lernen

e&l – erleben und lernen ist die führende Fachzeitschrift zum erlebnis- und handlungsorientierten Lernen im deutschsprachigen Raum.

e&l versteht sich als Forum für handlungs- und erfahrungsorientierte Konzepte, Ansätze und Modelle. Sie bietet aktuelle Beiträge und Berichte von Projekten und Trends aus der Praxis genauso wie wissenschaftliche Studien und Erkenntnisse.



akzent

In jedem Heft wird ein aktuelles Schwerpunktthema unter verschiedenen Aspekten dargestellt

praxis

Berichte und Beispiele aus der Praxis für die Praxis

vip

vip – vorlagen, impulse, profile, personen, projekte – bringt Denkansätze für die tägliche Arbeit, stellt Einrichtungen aus der Szene vor, Personen des öffentlichen Lebens und aus der Szene werden befragt

service

umfasst Tipps, Termine, Nachrichten, Hinweise, eine Buchtitel- und Zeitschriftenartikelübersicht sowie Rezensionen aktueller Titel

magazin

Berichte aus der Szene



ZIEL GmbH, **e&l**-Abonnementverwaltung,
Zeuggasse 7–9, D-86160 Augsburg

Telefon: +49 821 - 420 99 77

E-Mail: e-und-l@ziel.org

Internet: www.e-und-l.de

Kostenloses Probeheft,
Abo- und Einzelheftbestellungen hier:
www.e-und-l.de

INTERKULTURELLE PRAXIS UND DIVERSITY MANAGEMENT

Farben teilen uns Stimmungen, aber auch konkrete Botschaften mit. Sie werden zur Kommunikation eingesetzt, können Gruppen und ganze Nationen repräsentieren. Ihre Bedeutung ist abhängig von historischen, gesellschaftlichen und politischen Kontexten. Ihre Deutung ist für die interkulturelle Kommunikation von Bedeutung, da es nicht nur Gemeinsamkeiten gibt, sondern auch Unterschiede. Farben und Farbzuschreibungen werden eingesetzt um Zuordnungen vorzunehmen, Menschen einzubinden, aber auch um auszugrenzen.

Der erste Teil des Buches hat das Thema Interkulturelle Verständigung durch Farben zum Inhalt. Historische und kulturelle Unterschiede werden anhand von Beispielen vorgestellt. Der zweite Teil widmet sich in acht Kapiteln einzelnen Farben, zu denen Redewendungen aus verschiedenen Sprachen und politische, historische oder kulturelle Besonderheiten vorgestellt werden. Im dritten Teil findet sich eine Sammlung von Spielen, Übungen und Aktivitäten für die Weiterbildung. Ein Set mit 32 Bildkarten veranschaulicht zusätzlich die bunte Vielfalt.

Das Buch richtet sich an Menschen, die sich in der Bildungsarbeit, von der Schule über die Kinder- und Jugendarbeit bis zur Erwachsenenbildung, mit interkulturellen Themen beschäftigen, und gleichermaßen an alle, die Interesse an der Bedeutung von Farben in der Alltagskommunikation haben.

Die Buchreihe wird herausgegeben von
Sabine Handschuck, Reyhan Kulac, Hubertus Schröer und Gotthart Schwarz.



9 783965 1570894

ISBN 978-3-96557-089-4