

In der Alltagssprache ist der Begriff des «Helden» ubiquitär, ob in der Werbung, in der Sportberichterstattung oder im Boulevardjournalismus. Wissentlich oder unwissentlich wird dabei auf ein kulturell tradiertes Vorwissen zurückgegriffen, in unseren Breiten vorrangig auf westlich geprägte Vorstellungen des Helden. Auch die Politik und deren Akteure bleiben vor Heldenzuschreibungen und -vergleichen jeglicher Art nicht verschont. Einige Bilder des US-amerikanischen Präsidenten Barack Obamas aus Comics oder Magazinen lassen den Rückgriff auf alte und neue Heldenbilder besonders evident werden.

Angesichts der realen Herausforderungen von Krieg und Wirtschaftskrise sowie der ernüchternden Einjahresbilanz des Hoffnungsträgers wirken viele der im Folgenden diskutierten künstlerischen Stoßgebete inzwischen rührend naiv. Nichtsdestotrotz steckt in den Bildern Potential dazu, Aussagen über den Status und das Image des Präsidenten zu treffen. Unabdinglich ist in diesem Kontext neben der Frage, wer den Titel «politischer Held» denn eigentlich verdient, auch die Suche nach einer Antwort auf folgende Fragen: Gibt es in den westlichen demokratischen Gesellschaften überhaupt noch politische Helden? Was sind ihre Eigenschaften? Oder finden wir in unserer Gesellschaft nur noch Helden in Kunst und Literatur, sprich, in ästhetisierter Form? Wie kann die Darstellung des Körpers kontextualisiert werden? Sind Heldenbilder und Glorifizierungen bloß noch Überbleibsel aus der Mythologie, sind sie bloß noch Zeugen eines älteren kulturellen Gedächtnisses?

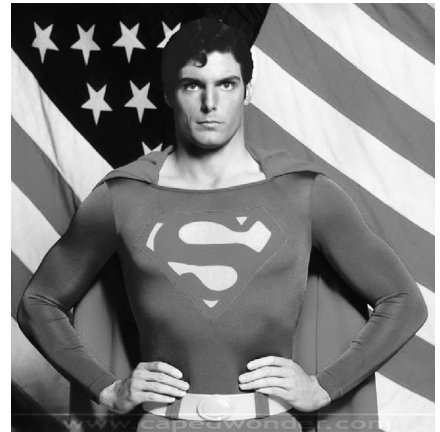
### **Obama und die Comic-Helden**

Der Einfluss der Comic-Kultur auf das Image Barack Obamas ist wesentlich. Unter anderem ist im Taschen-Verlag der Sammelband *Design for Obama – Posters for Change* mit verschiedenen Werbeplakaten erschienen, in welchem viele Künstler ihre Hoffnung und Erlösungserwartung in Zeichnungen oder Gemälden umsetzen.<sup>1</sup> Das Bild Obamas als Superman des Grafikers mit dem Künstlernamen Mr. Brainwash (Abb. 1) wird als eines der ersten dieser Art gehandelt. Wie Mark Waid schreibt, ist Superman gleichsam der Vater aller US-amerikanischen Helden und dergestalt zu einer «cultural institution»<sup>2</sup> geworden. Ähnlich dem antiken Halbgott Herkules ist er kein menschliches Wesen im engeren Sinne, er verkörpert vielmehr ein überzeitliches Idealbild von Kraft und Stärke, Tugendhaftigkeit und Verstand – «The American Way».<sup>3</sup>

Der Begriff «Superman», übersetzt «Übermensch», wurde schon zu früheren Zeiten für politische Zwecke genutzt. Verweise darauf lassen sich bereits 1903 bei Bernard Shaw finden, wenn dieser schreibt: «The need for the superman is, in its most imperative aspect, a political one.»<sup>4</sup> Der Superman ist also immer auch ein Held der Moral und bestimmter gesellschaftlicher Werte, selbst und gerade im Comic.



1 Obama-Poster des Grafikers Mr. Brainwash



2 Christopher Reeve als Superman

Der Obama-Superman wird folgerichtig von einer US-amerikanischen Flagge hinterfangen. Auf den Lippen trägt der Präsident ein zufriedenes Lächeln, am Körper das typische Superman-Outfit mit rotem Cape, blauem Anzug und mit dem «S» auf der Brust. Interessant sind die hinter dem Rücken verschränkten Arme, die als Haltung eines beherrschten und bedachten Intellektuellen eingestuft werden können. Im Vergleich zum filmischen Superman, den einst Christopher Reeve verkörperte, fällt auf, dass dieser seine Arme selbstbewusst in die Hüften stemmt (Abb. 2). In anderen Bildern wiederum wird auch Obama in einer für Superman typischen, kraftstrotzenden Pose dargestellt (Abb. 3).

Auf welche Weise aber identifiziert sich Barack Obama *selbst* mit den Comic-Superhelden, die ihn auf Schritt und Tritt begleiten? Es scheint, als gehe der Präsident ironisch mit seinem Super-Amt um. Dies würde auch sein Image als bescheidener, aufgeklärter, aber dennoch kämpferischer Politiker unterstreichen. Auf Abb. 4 posiert er vor einer Superman-Statue, gleiche Körperstellung, ernster Gesichtsausdruck. Diese Selbstinszenierung macht deutlich, dass die gedankliche Verbindung zwischen Obama und Superman gezielt im Wahlkampf eingesetzt wurde. Im Wahlkampf wurde selbstredend auch auf Obamas Hautfarbe verwiesen und damit auf die Möglichkeit, dass zum ersten Mal in der US-amerikanischen Geschichte ein schwarzer Präsident ins Weiße Haus einziehen könnte. Mit der Darstellung Obamas als schwarzer Comic-Held, *Da Shining*, wird direkt auf einen schwarzen Superhelden angespielt, nämlich auf die Figur Black Lightning (Abb 5).<sup>5</sup> Auch diese Figur nutzten Anhänger während des Präsidentschaftswahlkampfes zu (inoffiziellen) Werbemaßnahmen. Das entsprechende Plakat findet sich ebenfalls im erwähnten Sammelband *Design for Obama*.

Wie in den Originalvorlagen von Superman ist bei vielen Bildern, die Obama als Superhelden zeigen, neben der Person *nur* noch die US-amerikanische Flagge



3 Obama als Superheld in grau



4 Obama vor einer Superman-Statue

zu erkennen. Durch diese Besetzung des Hintergrunds mit nur einem Symbol entstehe, so Herfried Münkler, eine Zeitlosigkeit, die auf den Politiker selbst übergehe und ihn dergestalt zur mythischen Figur mache.<sup>6</sup>

Doch wurde Obama nicht nur mit Superman oder Black Lightning, sondern etwa auch mit Spiderman in Beziehung gesetzt. Wie bekannt, generiert der sonst eher unscheinbare Peter Parker nach dem Biss einer Spinne recht vorzeigbare Muskeln. In der Sonderausgabe des Comics, Heft Nr. 583, kämpfen Obama und Spiderman als Team.<sup>7</sup> Die körperbetonte Figur Spidermans überträgt sich hier auf die Gestalt des Präsidenten, dem unter seinem Anzug plötzlich ungeahnte Muskelmassen wachsen (Abb. 6). Zudem fallen die harten, markanten Gesichtszüge auf, die, wie auf Abbildung vier deutlich erkennbar ist, der Realität nicht entsprechen. Die Geschichte, in der ein Doppelgänger versucht, während der Vereidigung die Rolle des Präsidenten einzunehmen, kurbelte seinerzeit den Umsatz des Spiderman-Comics enorm an. Somit wurde Obama nicht nur zum avisierten Retter der USA, sondern gleichzeitig zum «Retter» des mit Leserschwund konfrontierten Comic-Genres.<sup>8</sup>

In diesem Zusammenhang ist es schon deshalb lohnenswert, die Wechselwirkungen zwischen dem Medium Comic und dem Kult um den US-amerikanischen Präsidenten zu untersuchen, weil Comics «intensiv mit kollektiven Ängsten und Sehnsüchten, Selbst- und Fremdbildern, Werten und Tabus»<sup>9</sup> verflochten sind. Wie ist es möglich, so könnte man fragen, dass ein US-amerikanischer Präsident in Comics figuriert und seiner Seriosität dadurch nicht geschadet wird? Wie kommt es, dass von offizieller Seite des Präsidenten kein Versuch unternommen wurde, sich von der popkulturellen «Vereinnahmung» zu distanzieren? Obama ist in den Comics vorwiegend – ein mögliches «Gegenbeispiel» erörtere ich später – positiv dargestellt. Entweder tritt er selbst als Held auf oder unterstützt, wie in



5 Obama als Da Shinning / Black Lightning



6 Obama und Spiderman, Marvel Nr. 583

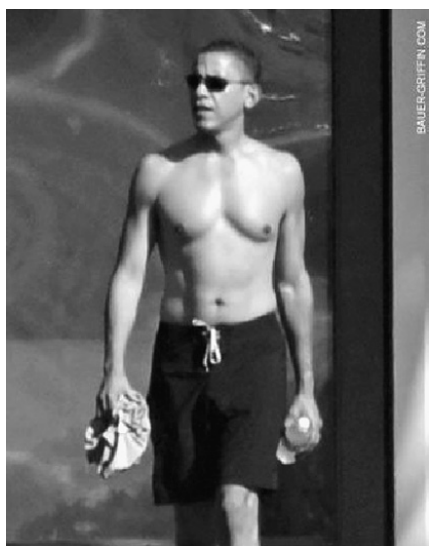
den Spiderman-Comics, den Helden als *sidekick*. Im Fall von *Marvel Comics* wäre denkbar gewesen, dass die Berater Obamas mit dem Verlag in Kontakt traten, um einen der bedeutendsten Augenblicke für einen Präsidenten, die Inauguration, auch in Comic-Form an ein breites Publikum heranzutragen. Allerdings lässt eine Aussage des Marvel-Herausgebers Joe Quesada darauf schließen, dass die Entscheidung für den Comic ohne Einfluss Anderer gefallen ist:

When we heard that [President] Obama is a collector of Spider-Man comics, we knew that these two historic figures had to meet in our comics' Marvel Universe. [...] because the Marvel Universe is set in the real world. [...].<sup>10</sup>

Es ist also keine Überraschung, dass man populäre Superhelden wählte, um sie mit Obama in Verbindung zu bringen, zumal dieser in seinem auf ein jüngeres Publikum abzielenden Wahlkampf bekanntlich massiv auf popkulturelle Medien wie Youtube, Facebook, Twitter und andere Blogs setzte, welche die früheren, oft statisch wirkenden Websites ablösten. Obama und seine Berater haben es sich zu Nutze gemacht, dass die Technologie- und Internetbranche zu dieser Zeit etwa durch die Markteinführung des Apple iPhone einen neuen Aufschwung erlebte.<sup>11</sup> Auch Youtube ging erst 2005 online, konnte also von früheren Präsidentschaftskandidaten nicht im Wahlkampf verwendet werden.<sup>12</sup> Das Internet ist eine der wichtigsten Plattformen, nicht nur um sich als Kandidat der Öffentlichkeit zu präsentieren, sondern auch für popkulturelle Erzeugnisse (Posterkunst etc.) sowie deren Rezeption und Distribution etwa durch die Blogs von Anhängern Obamas. Folglich trug diese mediale Entwicklung dazu bei, das Superhelden-Image Obamas aufzubauen und zu verbreiten.

### Der körperliche Held – Die Strand-Bilder von Barack Obama

Der muskulöse Super-Obama ist nur ein Beispiel von vielen, das zeigt, wie sehr die Vorstellung zeitgenössischer Helden noch immer mit körperlichen Eigen-



7 Barack Obama im Familienurlaub auf Hawaii



8 Barack Obama – aufgenommen auf Hawaii

schaften und einer damit entsprechenden Ästhetik verbunden ist. Die Superhelden aus Comics oder Filmen sind gewissermaßen das Epitome dieses somatischen Kultes. Hatten frühere, dem vermeintlich bilderarmen Geist der Demokratie verpflichtete Politiker noch Angst vor einer medialen Repräsentation ihrer Körper, da diese einen Hoheitsverlust über die eigene Person bedeuten konnte, so hat sich heute «eine Industrie etabliert [...], deren Produkt die *kontrollierte* mediale Repräsentation des Herrschers ist»<sup>13</sup>. Dabei eine, im wahrsten Sinne des Wortes, «gute Figur» zu machen ist von zentraler Bedeutung. Wie lässt sich sonst das große Interesse der Öffentlichkeit, im Speziellen der Boulevardmedien, an Friseurbesuchen oder Fitnessaktivitäten von Politikern weltweit erklären?

Dieser Frage geht der Politikwissenschaftler Philip Manow in seinem Buch *Im Schatten des Königs* nach, wenn er erläutert, dass der Körper des Herrschers nicht nur zu Zeiten des Absolutismus von Interesse war. Beispielhaft bezieht sich Manow auf die Haartransplantationen des italienischen Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi.<sup>14</sup> Warum betreiben viele Politiker diesen Aufwand in der «bilderlosen» Demokratie? Kann die körperbetonte Selbstdarstellung der Herrscher wie auch das öffentliche Verlangen nach Informationen über diese «auf pure Eitelkeit oder persönliche Marotten reduziert werden»?<sup>15</sup> Manows Antwort ist plausibel:

[...] der leibliche Körper des Herrschers soll seinem politischen Körper nicht in die Quere kommen. Denn das Publikum irritieren alle Hinweise auf seine Alltäglichkeit, alle Zeichen seiner körperlichen Schwäche, [...] und des Verfalls, weil sie uns an die Brüchigkeit der Fiktion vom übernatürlichen, ewigen Herrschaftskörper erinnern.<sup>16</sup>

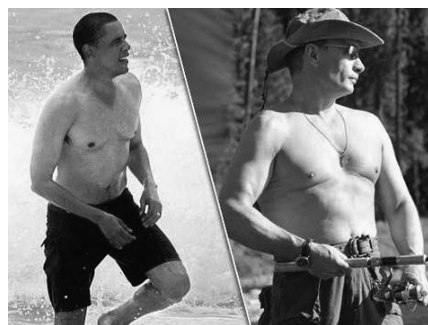
Als wolle Obama beweisen, dass sein politischer und sein leiblicher Körper in Topform sind, scheut er sich nicht, in der Öffentlichkeit auch ohne Anzug aufzutreten. Mit Sonnenbrille, Badehose und Wasserflasche in der Hand präsentiert sich Obama auf Bildern, die in einigen Medien gedruckt wurden und im Internet kursieren (Abb. 7 und 8). Auf den ersten Blick mögen diese Fotos als gewöhnliche Paparazzi-

Bilder erscheinen: Entspannt, ohne (abgelichtete) Leibwächter und wie ein normaler Urlauber wirkt der Präsident, nur ist er eben kein gewöhnlicher Badestrandbesucher. Dass vermutlich nicht Zufall oder Glück des Fotografen die Entstehung der Fotos bedingt haben, zeigt eine rege Diskussion in den Medien über die Bilder. Unklar bleibe, ob es sich bei dem Fotografen um einen von Obamas Stab engagierten oder freien Fotografen gehandelt hat. In der Presse lassen sich Stimmen vernehmen, es handele sich um einen freischaffenden Fotografen, da der *Secret Service* allen Fotografen und Kamerateams, die Obama bei seinen Reisen begleiten, das Betreten des Strandes untersagt habe. Wichtiger erscheint allerdings die Tatsache, dass Obama und seine Familie überhaupt einen öffentlichen Strand betreten haben. Jeder hätte so vermutlich zum potenziellen Fotografen werden können. Es gab weder Abschirmungen durch Leibwächter – was sicherlich möglich gewesen wäre – noch hat sich Obama auf einen Privatstrand zurückgezogen.<sup>17</sup> Dass Bilder des badenden Obama publiziert werden, muss folglich kalkuliert worden sein. Sollten sie auch nicht gezielt von einem Angestellten Obamas gemacht worden sein, so ist ihre Entstehung doch in Kauf genommen worden. Obamas Intellekt und seine Ideale sind eben nicht die einzige Möglichkeit, um eine Verbindung zwischen dem Politiker und den Menschen herzustellen. Auch der Körper dient diesem Ziel. Obama hat zwar keine eminent muskulöse Figur wie beispielsweise in den Spiderman-Comics, dennoch zeigt er sich mit einem Körper, dem man allein in *physischer* Hinsicht Gesundheit und Leistungskraft attestieren würde.

Zum Superhelden wird Obama in diesen Bilder weniger stilisiert, sie unterstützen jedoch sein Image des jungen, agilen Präsidenten, dessen Umsetzung politischer Ziele nicht durch den körperlichen «Zerfall» behindert wird. Das ist gewissermaßen die performative, pragmatische Ebene. Darüber hinaus stecken die Strandbilder voller mythologischer Konnotationen. Eine interessante Bemerkung dazu macht Ulrich Haltern. Er bindet das Bild in einen mythologischen, göttlichen Kontext ein, nämlich in den der Schaumgeburt der Venus.<sup>18</sup>

Auch andere Politiker zeigen sich gerne oben ohne, so zum Beispiel der ehemalige russische Präsident Wladimir Putin, was der Boulevardpresse Anlass zu Vergleichen zwischen dem Russen und dem Amerikaner gab (Abb. 9). So titelte die *BILD Zeitung* «Obama beim Baden oder Putin beim Angeln. Wer macht die bessere Figur?»<sup>19</sup> Matthew Moore schrieb für den britischen *Telegraph*:

Perhaps the only world leader with a body to rival Mr Obama's is Vladimir Putin, the former Russian president who stripped off while on a fishing trip in the Siberian mountains. Photos of his barrel chest and rugged arms, which were posted on the Kremlin website, burnished his image as a political and physical strongman.<sup>20</sup>



9 Obama und Putin im direkten Vergleich

Anders als Obama präsentiert sich Putin als viriler Mann der Wildnis, auf der Jagd, beim Angeln oder zu Pferd. Gerne lässt er sich auch mit Tarnhose oder beim karateähnlichen Entzweischlagen von Dachziegeln fotografieren. Kurt Kister schrieb in einem Artikel über Putin, dieser pflege gerne das Image des «kalten Engels, des Wasserblonden mit den harten Augen»<sup>21</sup>. Solche spektakulären, chauvinistischen Züge sind von Obama kaum zu erwarten. Er betreibt Körperpolitik auf eine subtilere Weise: So jung und belastbar wie sein Körper mögen auch die USA sein! Bereits Thomas Hobbes verwies im *Leviathan* von 1651 auf die Terminologie *body politics*, wengleich er sich damit auf den Körper des Gemeinwesens und auf einen Herrscher bezog, der sich aus seinen Untertanen bildete.<sup>22</sup> In der bilderverliebten, individualistischen Postmoderne hingegen begegnen wir *body politics* bevorzugt in Form von Reproduktionen und Simulakren des Einzelnen – die zugleich die Persistenz des politischen Charismas auf profanierter Stufe belegen. In Obamas Wahlkampf war dieses Charisma wenn nicht ausschlaggebend, so doch tonangebend:

Im Jahr 2008 übertraf das ausländische Interesse von Wirtschaft und Medien, aber auch von politischer Seite – egal welcher Couleur – alle vorherigen Maßstäbe. Und das hatte einen Grund. Sein Name ist Barack Obama. [...] und ein Nobody innerhalb von kurzer Zeit zum Superstar werden kann.<sup>23</sup>

Ob Superstar oder Superheld: Obama besitzt das gewisse politische Charisma, welches auch bei Manow Erwähnung findet. Es verweist «nicht nur etymologisch auf das *chrisma*, das heilige Öl der Königssalbung»,<sup>24</sup> sondern auch auf eine politische Auserwähltheit, die durch politische Handlungen (etwa Wahlen) Bestätigung findet.<sup>25</sup> Das Charisma, erzeugt und aufrecht erhalten durch die bildhafte Ästhetisierung des Körpers, kann darüber hinaus als eine Art Sprache ohne Worte verstanden werden, die Unausprechliches erfahrbar macht. Peter Haffner schrieb in einem Artikel von 2007, dass Obama als Erlöser gesehen werde, als ein Politiker, «der zum Ausdruck bringt, was man nicht zu sagen wagte oder wusste»<sup>26</sup>.

### **Glorifizierung und Heldentum in den USA**

Glorifizierungen des Individuums haben nicht nur magische oder religiöse Ursprünge, sondern sind tief verwurzelt in der demokratischen Kultur der US-amerikanischen Gesellschaft. Dabei sollte nicht nur an mögliche politische Helden gedacht werden. Besonders auffällig beziehungsweise anfällig für Heldenstilisierungen ist eine weitaus alltäglichere Berufsgruppe: die Feuerwehrmänner. Nicht erst seit dem 11. September 2001 werden Feuerwehrmänner – und in einem etwas geringeren Maß auch Polizisten – als tapfere Helden gefeiert. Gerade diese Gruppe entspricht dem Mythos eines amerikanischen Helden: Er trägt soziale Verantwortung und verkörpert einen selbstlosen Diener, der sein Leben für andere gibt und dabei noch das «Böse» bekämpft.<sup>27</sup>

In der gegenwärtigen deutschen Gesellschaft hingegen findet sich die Betitelung einer Person als «Held», ob sie aus dem alltäglichen oder aus dem politischen Bereich stammt, nur selten, es sei denn in ironisch gebrochener oder durch Querverweise und Erläuterungen abgemilderter Form. Als Beispiel soll ein kurzer Akt aus dem amerikanischen wie auch deutschen Politik-Theater zur Verdeutlichung angeführt werden: Die Vereidigung oder Inauguration. erinnert sich noch jemand an die öffentliche Vereidigung von Angela Merkel im Jahr 2005? Wohl kaum, schließlich fand sie vollkommen unspektakulär im Bundestag statt. Dage-

gen gingen die Bilder der Inauguration von Obama 2009 um die ganze Welt – nicht allein wegen der Wortverdrehen sowohl auf Obamas als auch auf der Seite des ihn vereidigenden obersten Richters der USA. Vielmehr war es die gesamte medienwirksame Inszenierung. Die Verteidigung war vorausseilende Heldenverehrung – noch bevor der Held überhaupt etwas geleistet hatte.

Es fällt schwer, sich Angela Merkel oder andere deutsche Politiker in Heldenkostümen vorzustellen. Diese deutsche Skepsis gegenüber einer wie in den USA ausgeprägten Glorifizierung Einzelner hat historische Ursachen. Bereits Ende des 18. Jahrhunderts begann der Nationalismus in Deutschland die «Auffassung vom Helden als der Verkörperung des Volksgeistes»<sup>28</sup> zu etablieren. Als dann nach und nach, seit Beginn des 19. Jahrhunderts, das Nibelungen-Lied als deutscher Nationalepos kanonisiert wurde, fanden Helden mit ihren Idealen von Ehre und Treue immer mehr Anklang in der Bevölkerung. Literatur, aber auch Malerei, Architektur und Musik waren ein Ventil der bürgerlichen Sehnsucht nach heroischer Totalität, das Publikum zeigte sich gerne bereit zur Heldenverehrung.<sup>29</sup> Auf diese Idee des Heldenkultes aufbauend wurde schließlich im Nationalsozialismus durch Propaganda der Fokus nicht nur auf eine Selbstdarstellung gelegt, die der deutschen Bevölkerung das Gefühl einer Volksgemeinschaft zu vermitteln versuchte, sondern auch auf den Aufbau eines Heldenkults um Adolf Hitler. Durch filmische sowie fotografische Inszenierungen wurden das Image des charismatischen Politikers und der Führerkult in der Öffentlichkeit ausgebaut.<sup>30</sup>

In der deutschen Geschichte hat der Kult um den Einzelnen seinen Ursprung im Obrigkeitsstaat, geprägt und missbraucht durch Monarchie und Diktatur. Die



10 Szene und Cover des Comics «Barack the Barbarian»



11 Conan, der Barbar



Ursprünge eines Heldenkultes in den USA sind dagegen auf ein demokratisches und individualistisches Weltverständnis zurückzuführen.

Ein anderer Aspekt, warum deutsche Politiker kaum in popkulturellen Erzeugnissen Beachtung finden, ist, dass die Populärkultur in Deutschland bis heute eher als «low culture» gilt, die immer noch stark von einer Elitekultur abgegrenzt wird. Und sollte einer unserer Politiker doch einmal den Weg in die Populärkultur finden, dann nur als Parodie – wie etwa Angela Merkels Comic-Biografie *Miss Tschörmanie* belegt. Im Juni 2009 im Eichborn Verlag erschienen, erklärt der Comic, «Wie aus Angie unsere Kanzlerin wurde». <sup>31</sup> Dieser Comic vermag nicht die gleiche Wirkung zu erzeugen wie die Obama-Comics: eine Imageaufwertung des Protagonisten.

Eine interessante Doppelcodierung weist *Barack the Barbarian* auf, ein Comic, der im Juni 2009 in dem kleinen US-Verlag *Devil's Due* erschien. In diesem Comic kämpft Obama zusammen mit der Zauberin Hilaria und deren halbgottähnlichem Ehemann Biil gegen den Kriegsherren Boosh und den Fürsten Chainknee (Abb. 10). Parodistisch werden nicht nur Namen bekannter Politiker verändert, auch die Körper-Ästhetik ist bewusst übertrieben. Obama zeigt sich als Drachentöter, die attraktive Hilaria räkelt sich zu seinen muskulösen Beinen. In der rechten Hand eine mit Blut bedeckte Axt haltend und nur mit Stiefeln und Lendenschutz bekleidet, präsentiert er sich als Muskelprotz – ganz im Stil wie «Conan, der Barbar» (Abb. 11).

Es mag auf den ersten Blick um das alte körperliche Heldenbild gehen, das sich durch Kraft und Gewalt auszeichnet. Doch der Autor des Comics, Larry Hama, hatte vermutlich mehr im Sinn, als er zusammen mit dem Zeichner Christopher Schons den Barbaren Barack schuf. Dies geht aus einem Interview mit Hama hervor, in dem er bestätigt, er sei

[...] not interested in writing a Mad Magazine style parody and that it would have to be more in line with the more polemical stuff of Swift, Twain and Voltaire [...] and third, that my own leanings are towards Barack and that would be reflected in what I write. [...] I voted for him [...]. <sup>32</sup>

Zudem schreibt Hama seinem Helden positive geistige Eigenschaften zu: «Cool, conscientious, charismatic, contemplative, and cynosural.» <sup>33</sup> Der Comic könne also sowohl als Satire, als ausgefallene Idee oder als Rückgriff auf den vorhergegangenen Obama-Comic-Trend bewertet werden, so Josh Blaylock. <sup>34</sup>

## Conclusio

Der Körper wird in allen besprochenen Bildern zu einem Text, der in den Mittelpunkt gerückt wird und von der Öffentlichkeit gelesen wird. Die Heldenbilder, die hier vorgestellt wurden, stellen nur einen Bruchteil der Bilder dar, in denen Obama auf mal ernsthafte, mal satirische Weise zum Held stilisiert wird. Sie alle zeigen, dass zeitgenössische Heldenbilder auf die Bedeutung eines gesunden, kräftigen Körpers zurückgreifen, wobei auf die Betonung intellektueller Fähigkeiten allerdings nicht verzichtet werden kann. Schon der römische Philosoph Seneca verwies auf unsere Suche nach einem Held als geistiges *und* körperliches Ideal:

Choose for yourself a moral hero whose life, conversation, and expressive face all please you, then picture him to yourself at all times as your protector, and as your ethical pattern. We all need someone whose example can help us regulate our characters. You can never correct something crooked without a ruler. <sup>35</sup>

## Anmerkungen

- 1 Der Band basiert auf der gleichnamigen Website von Aaron Perry-Zucker und Adam Meyer, vgl. <http://www.designforobama.org/>.
- 2 Mark Waid, «The real truth about Superman: And the rest of us, too», in: Tom Morris und Matt Morris (Hg.), *Superheroes and Philosophy: Truth, Justice, and the Socratic Way*, Chicago und La Salle 2005, S. 3.
- 3 Ebd., S. 3.
- 4 Bernard Shaw, *Man and Superman. A Comedy and Philosophy*, London 1903, S. 184.
- 5 Vgl. DC Comics, Inc., *The DC Comics Encyclopedia: The Definite Guide to the Characters of the DC Universe*, London 2004, S. 45.
- 6 Vgl. Herfried Münkler, *Politische Bilder. Politik der Metaphern*, Frankfurt a. M. 1994, S. 15.
- 7 Vgl. Marvel.com. Spidey meets the President. 19.11.2009. Zugriff: 7.1.2011. ([http://marvel.com/news/story/6546/spidey\\_meets\\_the\\_president](http://marvel.com/news/story/6546/spidey_meets_the_president)).
- 8 Vgl. Stefan Pannor, «Barack Obama kämpft als Barbar im Urwald», in: Welt-online.de, 09.04.2009. Zugriff: 11.1.2010. (<http://www.welt.de/kultur/article3531807/Barack-Obama-kaempft-als-Barbar-im-Urwald.html>).
- 9 Martin Schüwer, *Wie Comics erzählen. Grundriss einer intermedialen Erzähltheorie der grafischen Literatur*, Trier 2008, S. 505.
- 10 www.Marvel.com. Spidey meets the President. 19.11.2009. Zugriff: 8.1.2011. ([http://marvel.com/news/story/6546/spidey\\_meets\\_the\\_president](http://marvel.com/news/story/6546/spidey_meets_the_president)).
- 11 Vgl. Jenn Burleson Mackay, «Gadgets, Gismos, and the Web 2.0 Election», in: John A. Hendricks/Robert E. Denton (Hg.), *Communicator-in-chief: How Barack Obama used New Media Technology to Win the White House*, Lanham 2010, S. 20–22.
- 12 Vgl. Larry Powell, «Obama and Obama Girl», in: Hendricks/Denton 2010 (wie Anm. 11), S. 84.
- 13 Philip Manow, *Im Schatten des Königs. Die politische Anatomie demokratischer Repräsentation*, Frankfurt am Main 2008, S. 132.
- 14 Ebd., S. 139–140.
- 15 Ebd.
- 16 Ebd. S. 141.
- 17 Vgl. www.Washingtonpost.com. Diskussion von Philip Rucker. 22.12.2008. Zugriff: 9.1.2011. (<http://voices.washingtonpost.com/44/2008/12/paparazzi-photog-gets-a-pec-ta.html#wprss=the-trail>).
- 18 Vgl. Ulrich Haltern, *Obamas politischer Körper*, Berlin 2009, S. 6.
- 19 Bild.de. «Wer macht die bessere Figur?» 24.12.2008. Zugriff: 1.11.2010. (<http://www.bild.de/BILD/news/politik/2008/12/25/wladimir-putin-barack-obama/am-strand-nackte-oberkoerper-wer-macht-bessere-figur.html>).
- 20 Matthew Moore, «Barack Obama Shirtless – Best of the World Leaders?», in: Telegraph.co.uk. 23.12.2008. Zugriff: 7.1.2011. (<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/northamerica/usa/barackobama/3917954/Barack-Obama-shirtless-Best-of-the-world-leaders.html>).
- 21 Kurt Kister, «Muskel und Masse», in: Sueddeutsche.de. 20.05.2009. Zugriff: 1.11.2010. (<http://www.sueddeutsche.de/politik/647/469206/text/>).
- 22 Vgl. Manow 2008 (wie Anm. 13), S. 39–42.
- 23 Kerstin Plehwe, Von der Botschaft zur Bewegung. Die 10 Erfolgsstrategien des Barack Obama, Hamburg 2009, S. 9.
- 24 Manow 2008 (wie Anm. 13), S. 12.
- 25 Ebd., S. 12.
- 26 Peter Haffner, «Barack Obama: Ein Amerikanischer Held», in: www.Dasmagazin.de. 2007. Zugriff: 1.11.2010. (<http://dasmagazin.ch/index.php/barack-obama-ein-amerikanischer-held/>).
- 27 Vgl. John Shelton Lawrence und Robert Jewett, *Myth of the American Superhero*, Grand Rapids 2002, S. 6.
- 28 Vappu Tallgren, *Hitler und die Helden. Heroismus und Weltanschauung*, Helsinki 1981, S. 17.
- 29 Vgl. Richard von Dülmen, *Erfindung des Menschen: Schöpfungsträume und Körperbilder 1500–2000*, Wien 1998, S. 324–326.
- 30 Vgl. Magnus Brechtken, *Die nationalsozialistische Herrschaft 1933–1939*. Darmstadt 2004, S. 12–14.
- 31 Thorsten Denkler, «Miss Tschörmanie, die Allererste», in: www.Sueddeutsche.de. 02.07.2009. Zugriff: 9.1.2011. (<http://www.sueddeutsche.de/politik/comic-ueber-bundeskanzlerin-angela-merkel-miss-tschorermanie-1.119923>).
- 32 Chris Arrant, «Barack the Barbarian? Behind the latest Obama Comic», in: Newsarama.com. Zugriff: 10.1.2011. (<http://www.newsarama.com/comics/050912-Barack-Devils-Due.html>).
- 33 Ebd.
- 34 Vgl. Caleb Goellner, «CCI: Devil's Due Publishing. Comic Book Resources, 28.07.2009», in: Comicbookresources.com. Zugriff: 10.1.2011. (<http://www.comicbookresources.com/?page=article&id=22279>).
- 35 Tom Morris, *The Stoic Art of Life: Inner Resilience and Outer Results*, Chicago 2004, S. 55.