GLOBAL 29.12.2016 | Thomas Greven

Möge die Soft Power mit uns sein

Wie Fiktion reale Macht entfalten kann: #FakeNews #Populärkultur #kulturelleHegemonie

Die derzeit intensiv geführte Debatte um „Fake News“, „Filter Bubbles“, Echoräume und Wunschwirklichkeiten – „gefühltes Wissen“ nannte der Berliner Kabarettist Horst Evers dies einmal – erinnert an den ebenfalls hartnäckigen wissenschaftlichen Streit um den Wahrheitsanspruch verschiedener Textsorten. Hier standen sich insbesondere die postmodernen Vertreter einer gleichwertigen Gültigkeit verschiedenster, auch biographischer und fiktionaler Texte und die dieses als beliebig kritisierenden Vertreter des empirischen Rationalismus gegenüber. Auch Letztere mussten allerdings einräumen, dass selbst Texte, die sie als eindeutig unwahr oder fiktional klassifizierten, empirische Wirksamkeit entfalten konnten.

Heute zeigt sich diese faktische Wucht vor allem an den in den sozialen Medien „geteilten“, also zumeist kritiklos verbreiteten „Fake News“. Ein gutes Beispiel ist das angebliche Interview Donald Trumps mit dem „People Magazine“. Darin soll er gesagt haben, dass er bei den Republikanern antreten würde, weil deren Wähler sich so leicht belügen ließen. Im Echoraum der liberal-progressiven amerikanischen Gesellschaft verselbstständigen sich solche – die eigenen Positionen und Urteile verstärkenden – Geschichten ganz ähnlich wie im konservativen Echoraum; ein Unterschied ist allenfalls am Ausmaß des verbreiteten Hasses zu erkennen. Wo kann eine rationale, aufklärerische Gegenbewegung ansetzen? Eine Hoffnung liegt darin, dass kritischer Medienkonsum durchaus gelernt werden kann.

Dies gilt auch für den Bereich der Fiktion und insbesondere für die Popkultur, die über ihre massenhafte Verbreitung prägende Wirkung auf Werte, Einstellungen, Meinungen und Verhalten in einer Gesellschaft haben kann. Die Filme, Bücher, Comics, Musiktexte der Popkultur tragen zur Selbstvergewisserung einer Gesellschaft bei, insbesondere bei jungen Menschen. Sie spiegeln wichtige Debatten und Themen auf mehr oder weniger subtile Weise.

Die Popkultur einer Gesellschaft entfaltet zusätzlich eine Wirkung über

die eigenen Grenzen hinweg. Denn über ihre Darstellungen wird die betreffende Gesellschaft stärker wahrgenommen als über rein informative Medien. Hier eröffnen sich Möglichkeiten auch für propagandistische Zwecke. So besteht ein offensichtlicher Zusammenhang zur „Soft Power" eines Landes. Hiermit ist gemeint, dass jenseits der militärischen und wirtschaftlichen Stärke eines Landes auch dessen Normen und Ideen außenpolitisch wirken und Quelle von Macht sein können. Sie können beispielsweise beeinflussen, woran sich Staatenvertreter bei der Gestaltung internationaler Regelsysteme orientieren.

Der von Antonio Gramsci geprägte Begriff der Hegemonie, der auf die Bereiche der nationalen wie internationalen Politik angewandt werden kann, ist noch aufschlussreicher, denn er erlaubt es, den jeweiligen Zusammenhang der kulturellen Sphäre zu Herrschaftsbestrebungen zu erkennen. Im Inneren einer Gesellschaft kann nämlich auch die Populärkultur über die Verbreitung von Werten und Haltungen dazu zu dienen, den Raum des „Denk- und Machbaren" zu begrenzen, der die Herrschaft in einer Gesellschaft absichert. Und in der Außenwirkung geht es eben auch darum, durch die Attraktivität einer Gesellschaft in ihrer Darstellung in der Populärkultur ihren Führungsanspruch zu untermauern und abzusichern.

Es gibt viele Beispiele für die grenzüberschreitende Attraktivität von nationaler Populärkultur. In Asien – und für Asiaten in aller Welt – nehmen die indische Filmproduktion von „Bollywood" und die koreanische Popmusik (K-Pop) einen besonderen Stellenwert ein. In Afrika – insbesondere in Westafrika – und wiederum bei Afrikanern in aller Welt sind es die ivorische Popmusik und die nigerianische Filmproduktion (Nollywood). Türkische Telenovelas sind in der muslimischen Welt so beliebt wie in der Türkei selbst (die in der Türkei – noch – verbotene Vielehe kommt hier wie selbstverständlich vor, aber ein Kuss muss verpixelt werden) und werden auch nach Lateinamerika exportiert.

Im Trickfilm „Team America" wird der amerikanische Führungsanspruch vordergründig gehörig auf die Schippe genommen, tatsächlich aber ist die Quintessenz die einer „indispensable nation"

Auch bei diesen Produkten der Populärkultur geht es für die produzierenden Gesellschaften auch um historische und kulturelle Selbstvergewisserung sowie um politische Selbstverständigung. Bezüglich der Außenwirkung stehen bei diesen Beispielen jedoch zumeist Unterhaltungsaspekte und kommerzielle Erwägungen im Vordergrund; inhaltliche Botschaften, welche ein außenstehendes Publikum von der Überlegenheit einer Gesellschaft und ihrer

(Madeleine Albright): Ohne die USA geht es in der Welt nicht!

Ideen überzeugen sollen, sind selten intendiert. Hier hat die USA ein Alleinstellungsmerkmal. Auch die amerikanische Populärkultur ist vorrangig mit Selbstvergewisserung und Selbstverständigung befasst. Dies reicht von idealistisch-kitschigen Entwürfen davon, wie Individuen und Gesellschaften sein sollen – „It's a wonderful world" von Frank Capra passt in die anstehende Weihnachtszeit – ganz im Sinne des Gesprächs zwischen Hitchcock und Truffaut: Das Kino soll man mit dem Wunsch verlassen, ein besserer Mensch werden zu wollen, bis hin zur weit verbreiteten Legitimation von Selbstjustiz und Folter (beipielsweise die Fernsehserie „24"), aber auch von deren Kritik. Dies – sowie der große kommerzielle Erfolg der Produkte (und der in ihnen platzierten Marken) – ist aber verbunden mit einer inhaltlich-politischen Außenwirkung, welche die Überlegenheit der amerikanischen Gesellschaft und ihrer Werte sowie die Legitimität ihres Führungsanspruchs unterstreicht und befördert. Superheldencomics und -filme sind hier zu nennen, auch Kriegsfilme, insbesondere solche über den „guten Krieg", den zweiten Weltkrieg. Im Trickfilm „Team America" von den Machern der Serie „South Park" wird der amerikanische Führungsanspruch vordergründig gehörig auf die Schippe genommen (weil viel dabei zu Bruch geht), tatsächlich aber ist die Quintessenz die einer „indispensable nation" (Madeleine Albright): Ohne die USA geht es in der Welt nicht!

Selbst Kritik an den USA und an den amerikanischen Verhältnissen ist oft geprägt von einem patriotischen Selbstverständnis, dass es im Grunde nur eine Rückbesinnung auf die guten Elemente der amerikanischen Gesellschaft bedarf, um die Dinge zu richten. Die Filme von Michael Moore, der sich immer wieder auch in die amerikanische Politik einmischt, sind hier ein gutes Beispiel. Die amerikanische Populärkulturindustrie erweist sich auch als flexibel; amerikanische Adaptionen von türkischen, israelischen oder skandinavischen Serien sind oft erfolgreicher als die Originale, weil sie allgemeingültiger konzipiert und professioneller produziert werden.

Russland versucht, seinen militärischen und politischen Führungsanspruch hegemonial zu unterfüttern, mangels einer attraktiven Populärkultur muss es allerdings auf eine groß angelegte Propaganda-Maschinerie zurückgreifen und auch auf die Verbreitung von Desinformation („fake news“) setzen.

Die amerikanische Populärkultur hat es vermocht, in weiten Teilen der Welt eine gefühlte Vertrautheit mit der amerikanischen Gesellschaft und eine weit verbreitete Kenntnis ihrer Vorzüge, verbunden mit diesbezüglichen Begehrlichkeiten, zu erzeugen, bei aller Kritik und Ablehnung. Ein Cartoon aus der Zeit der amerikanischen Besatzung des Irak traf es sehr gut: „Ami go home … but take us with you“.

Wie besonders die Rolle der amerikanischen Populärkultur für die Rolle der USA in der Welt ist – fast völlig jenseits von platter Propaganda – zeigt der Vergleich mit den Großmachtaspiranten Russland und China; und hier zeigt sich auch wieder die Überlegenheit des gramscianischen Hegemonie-Begriffs gegenüber dem Konzept der „soft power“. Russland versucht nämlich sehr wohl, seinen militärischen und politischen Führungsanspruch hegemonial zu unterfüttern, mangels einer attraktiven Populärkultur muss es allerdings auf eine groß angelegte Propaganda-Maschinerie zurückgreifen und auch auf die Verbreitung von Desinformation („fake news“) setzen. Gramsci nannte dies treffend „Hegemonie durch Betrug“. Auch die chinesische Populärkultur hat bisher kaum eine die Großmachtansprüche unterstützende Außenwirkung. Nicht einmal die chinesischen Produkte, die überall in der Welt aufgrund ihres preislichen Vorteils verbreitet sind (wenn auch nicht unbedingt beliebt, aufgrund oft mangelhafter Qualität), erzeugen kaum Bindewirkung, während man in Teheran an einer Ecke „Tod den USA“ hört und an der nächsten iranische Hamburger von „Mash Donalds“ (mit fast korrektem Logo) essen und dazu eine Original Coca Cola trinken kann.

Mit Donald Trump zieht eine umstrittene Medienfigur ins Weiße Haus ein, dessen erste Personalentscheidungen und „diplomatischen“ Manöver bereits große nationale wie internationale Kontroversen ausgelöst haben. Wie wird die amerikanische Kulturindustrie mit einem Präsidenten Trump, den sie bisher eher kritisch beäugt hat, der aber als mediale Ikone durchaus vermarktbar ist, umgehen? Könnte eine zusehends kritische

und selbstkritische Populärkultur die amerikanische „soft power“ beschädigen? Dies wäre sicherlich ganz im Sinne des russischen Propaganda-Apparats, der jetzt schon begierig jede in den USA und in Europa geäußerte Kritik an den USA aufgreift und verbreitet.



Thomas Greven
Berlin

Dr. Thomas Greven ist Privatdozent für Politikwissenschaft am Kennedy-Institut der FU Berlin und selbstständiger Autor und Politikberater.

5 LESERBRIEFE

Erik schrieb am 30.12.2016

Ich warte ja immer noch auf ein konkretes Beispiel (abseits der unsäglichen Lisa Geschichte), welche "Fakenews" die "großangelegte russ. Propagandamaschine" so verbreitet hat. Die ständige Wiederholung dieses Vorwurfs ist nur peinlich, angesichts der von Ihnen selbst beschriebenen umfassenden Dominanz (Full Spectrum Dominance) des US-Einflusses auf die Meinungsbildung in aller Welt. Die

Meinungsbildung funktioniert nun mal über Massenmedien, und wenn US-Regierungen seit 70 Jahren positiv dargestellt werden, trotz unzähliger illegaler Angriffskriege mit Mio. Toten, dann wird diese Betrachtungsweise zur "Wahrheit" und das Land zum Vorbild. Die schlimmsten "Fakenews" sind jene, mit denen Kriege gerechtfertigt werden. Und die wurden früher auch ohne Internet verbreitet.

Andreas Alegre schrieb am 03.01.2017

Hier in Südamerika gab es keinen „guten Krieg“. Hier gab es in den letzten 60 Jahren nur jede Menge blutiger Putsche, verwickelt fast immer US Beamte. Alle Fakten und die Physik sprechen dagegen, dass der World-Trade Center No. 7, das dritte Gebäude das in NYC September 11 im freine Fall einstürzte, durch die Einstürze der anderen Türme verursacht wurde. Es geht um Macht und Machterhalt. Dass es da die Ehrlichen und Unehrlichen gibt ist Kinderglaube. (siehe E. Snowden) Wenn die Journalisten der „Qualitätsmedien“ in Deutschland endlich erwachsen werden würden, könnten sie die „Falke News“, mit denen schon im alten Rom Politik gemacht wurde, von allen Seiten offenlegen und täten

Gutes. Der Dollar ist die Weltwährung. Er hat die Attraktivität. Hollywood gibt es solange es den Dollar gibt.

Harald schrieb am 05.01.2017

Dass die US-Version als "allgemeingültig" bezeichnet wird, erklärt den Standpunkt des Autors. Der US Kulturkanon ist das globale Standardmodell, der Rest sind die Abweichler. Für Deutschland mag das zutreffen, da der US-Einfluss nach 60 Jahren Besatzung und massiver Kooperation der Medienlandschaft in Deutschland kaum zu überbieten ist. Auf der Propaganda-Ebene ist China sicherlich noch weit hinter den USA zurück, da stimme ich dem Autor zu. Aber im Kampf gegen Fake News, da könnte Europa genau von China lernen, denn in China gibt es ein Verbot, falsche Gerüchte zu verbreiten, dass aber erst greift, wenn ein Gerücht eine gewisse Grösse erreicht hat. Das Beispiel vom Trump Interview, wenn es denn fake ist, könnte damit eine Straftat darstellen. So ein Gesetz finde ich richtig.

Alexander M. schrieb am 06.01.2017

Das Hype um Fake-News/Informationsblasen zeigt doch nur, dass Mainstream-Medien ihre Meinungshoheit verlieren und deswegen Zensur anderer Informationszugänge befördert werden soll. Dies ist aber bloß die Folge davon, dass viele Medienmacher sich nicht mehr journalistisch in der Pflicht sahen, auch unbequeme "Wahrheiten" aufzudecken, sondern in der Rolle des Meinungsmachers, der hierfür im Sinne/zur Bestätigung des eigenen Weltbildes, falls nötig auch Probleme überdeckt und Informationen weglässt, bloß um keine Ressentiments oder falschen Eindrücke zu schüren (betreutes Denken). Ohne ungefilterte soziale Medien wäre Sylvester 2015 nicht bekannt geworden; die größte Fake-News 2016 stammt übrigens wohl direkt aus der Augstein-Feder: US-Faschisten gewinnen die Präsidentenwahl.

Erik schrieb am 06.01.2017

Was bedeutet es, wenn das Führungspersonal eines Landes selbiges zur unverzichtbaren, einzigartigen, auserwählten Nation erklärt? Heißt es, alle anderen sind

entbehrlich, austauschbar, unwichtig? Was bedeutet es für die Außenpolitik eines Landes, sich selbst über alle anderen zu setzen? Würden andere Staatsführer derartiges äußern, würde alle Welt wahlweise besorgt oder belustigt den Kopf schütteln.
Aber wenn Obama sowas sagt und auch meint, regt sich weder Widerspruch noch Kritik. Auch eine Folge von kultureller Hegemonie, könnte man meinen.
