Neoliberale und kriegerische Indoktrination wirkt nicht nur über die großen Nachrichten-Medien auf die Bürger ein – auch in Form von Kultur und Entertainment werden politische Botschaften und Kampagnen unters Volk gebracht. Dieser mehr oder weniger gut getarnten Propaganda-Technik widmen die Nachdenkseiten eine neue, unregelmäßig fortgeführte Serie. Machen Sie mit und schicken Sie uns Beispiele. Wir beginnen mit der Propaganda im Unterhaltungsfilm. Von **Tobias Riegel**

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

https://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/180524_Achtung_Kultur_Propaganda_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Damit Propaganda ihre ganze Wirkung entfalten kann, sollten möglichst viele Lebensbereiche von ihr erfasst werden. Man möchte nicht riskieren, dass die Kampagnen durch seriöse alternative Stimmen angegriffen werden – und seien dies nur vereinzelte „ketzerische“ Äußerungen von Regisseuren oder Autoren. Damit auch diese „Freigeister“ es nicht wagen, sich gegen die dominierende Deutung der Geschehnisse in Stellung zu bringen, sollten neben Politikern und Journalisten auch die Intellektuellen und die Künstler einerseits indoktriniert und eingeschüchtert, andererseits bei Wohlverhalten gefördert und gebucht werden. Peter Handke und der vernichtende Medienumgang mit ihm, nachdem er es gewagt hatte, der offiziellen Version des Jugoslawien-Kriegs zu widersprechen, ist ein Exempel für diese Einschüchterungs-Praxis im Kulturbetrieb. Die Unterzeichner eines „Künstler-Aufrufs“ gegen Putin müssen sich dagegen wegen Medienkampagnen keine Sorgen machen.

Es wäre zudem verschenktes Propaganda-Potenzial, wenn man neben den politischen Inhalten nicht auch noch den Sport („Doping“!) und die Kultur- und Entertainment-Industrie gegen den Feind in Stellung bringen würde – zumal sich diese Bereiche perfekt zur Ablenkung und Emotionalisierung eignen. Ein Blick auf den bemitleidenswerten Zustand des deutschen Kabaretts und auf die Tatsache, dass es erschreckend wenige wahrnehmbare künstlerisch-intellektuelle Stimmen gegen die anti-russische Stimmungsmache oder für allgemeine Friedensinitiativen gibt, zeigt, wie erfolgreich die dominierende Propaganda auch in der Kulturszene wirkt. Kein Wunder: Zunächst die westdeutsche und ab 1989 die gesamtdeutsche

Geistes- und Kulturlandschaft war seit 1945 Ziel einer intensiven Beeinflussung vor allem von US-amerikanischer Seite. Die extremsten aktuellen Folgeerscheinungen dieser Einwirkung sind wohl dubiose Gruppen wie die „Antideutschen“ oder das so hochtrabende wie reaktionäre „Zentrum für politische Schönheit“.

Pseudolinke Antikommunisten als US-Kronzeugen

Man kann diese Indoktrination als positive Umerziehung des „Nazi-Volkes“ und wichtige Abwehrschlacht gegen den „totalitären“ Kommunismus wahrnehmen und verteidigen – Stichwort „Nachhilfe in Demokratie“. Manche Beobachter interpretieren die Beeinflussung bis ins Freizeitverhalten hinein jedoch als wirtschaftspolitisch motivierte Gehirnwäsche – mit ihr solle Konsumbereitschaft sowie Gefolgschaft für US-geführte Kriege oder Widerstand gegen Projekte wie die Pipeline Nord Stream II hergestellt werden: Es sei eine in hehre Worte gekleidete, eiskalte Interessenpolitik.

Aufgrund des devoten Verhältnisses, das West- und Gesamtdeutschland gegenüber den USA seit 1945 pflegten, und der daraus folgenden US-Beeinflussung, wird in dieser Serie vor allem US-Propaganda behandelt. Das soll nicht aussagen, dass die Vereinigten Staaten und ihre Vertreter in den deutschen Medien ein Monopol auf diese Techniken hätten. Zudem scheint sich das US-EU-Verhältnis gerade neu zu definieren, neue Machtblöcke entstehen, sie holen publizistisch auf. Möglicherweise kommen die Massen-Manipulationsversuche schon bald aus ganz anderen Ecken. Noch herrscht aber keine Waffengleichheit: Die gigantischen Ressourcen der US-Propaganda stellen die aller Konkurrenten, einschließlich Russlands, weit in den Schatten.

Schon früh wurde von US-Seite erkannt, dass innerhalb der Kulturszene die wirkungsvollsten Verbündeten des Neoliberalismus pseudolinke Antikommunisten vom Schlage Heinrich Bölls waren – diese von Albrecht Müller hier analysierte Strategie wird bis heute verfolgt, exponierte Vertreter etwa im heutigen Hollywood sind George Clooney und Morgan Freeman: Sie pflegen ein irgendwie „links-liberales“ Image, beteiligen sich aber an der US-Propaganda zum Syrien-Krieg oder stellen infame anti-russische Hetz-Videos her. Darüber hinaus ist eine seit Jahrzehnten andauernde Kooperation zwischen Hollywood und dem Militär durch geleakte Akten belegt. Eine weitere genutzte Taktik ist die des Verschweigens – oder wann wurden Sie das letzte Mal in den deutschen Medien positiv über ein großes Kultur-Event in Russland oder Venezuela informiert? (Nachbemerkung Albrecht Müller: Das Urteil über Heinrich Böll teile ich nicht. Ich kannte ihn im

Kontext der sozialdemokratischen Wählerinitiative persönlich und habe ihn nicht als „pseudolinks“ erlebt.)

Weitere Akteure, Taktiken und Folgen der Kultur-Propaganda wollen wir in unserer neuen unregelmäßigen Serie erkunden. Los geht es mit dem Feindbild-Aufbau im Film.

Serien-Teil 1:
Filme und Feindbilder: Propaganda im Kino-Blockbuster

Das gerade zu Ende gegangene Filmfestival von Cannes ist nicht nur Treffpunkt großer Künstler und Jahrmarkt der Eitelkeiten. Es war in diesem Jahr auch Schauplatz der Anbahnung einer potenziell unheilvollen Allianz, wie das Medium „DefenseNews“ schreibt:

> „Das französische Verteidigungsministerium hat das Team Cinema Mission gegründet, um die Beziehungen zwischen dem Heer und der Filmproduktion zu stärken: von der Beratung bei der Erstellung von Drehbüchern bis hin zur Kommunikation bei der Verbreitung. Es gibt auch ein Angebot von Militärberatern für Dreharbeiten, Bereitstellung von Ausrüstung, Zugang zu Archiven, Finanzierung und Koproduktion. […] Das Informations- und Kommunikationsbüro des französischen Verteidigungsministeriums wird an den Filmfestspielen in Cannes teilnehmen, um eine stärkere Verbindung zwischen Kinoproduktion und Militär zu fördern, so das Ministerium.“

Was auf europäischer Ebene in dieser Offenheit neu ist, ist aus den USA lange bekannt: Indem es selektiven Zugang zu teurem Gerät gewährt, kauft sich das US-Verteidigungsministerium Einfluss auf die Inhalte von Hollywoodfilmen. Das belegen interne Pentagon-Akten, wie die Journalisten Tom Secker und Matthew Alford in einem Report aufgedeckt haben. Dass diese Verbindung zwischen Kriegspropagandisten und Filmproduzenten bereits Jahrzehnte zurückreicht und hunderte von teils sehr populären Filmen betrifft, beschrieb kürzlich der Medienwissenschaftler Michael McCaffrey.

Pentagon und CIA infiltrierten hunderte Filme

Das US-Militär nutzt demnach Hollywood bereits seit 1927, um „sein öffentliches Image in über 1800 Filmen und Fernsehsendungen zu formen“. Die Verantwortlichen zahlreicher Großproduktionen, von Blockbuster-Reihen wie „Transformers“ sowie der Marvel-, DC- und X-Men-Superhelden-Filme haben sich den Angaben zufolge auf einen verhängnisvollen Deal mit dem Pentagon eingelassen: Sie überlassen Teile der kreativen Kontrolle der Armee und sparen im Gegenzug Millionen von Dollar, die sie sonst für militärische Ausrüstung, Service-Mitglieder und Standortgebühren ausgeben müssten. Auch die CIA hätte zahlreiche Filme „unterstützt“, ein aktuelles Beispiel sei „Zero Dark Thirty“. Seit den 80-er Jahren hätte eine Welle an kriegsbegeisterten Produktionen Antikriegsfilme in der Tradition von „Apokalypse Now“ oder „Full Metal Jacket“ verdrängt.

Captain Russell Coons, Direktor des Navy Office of Information West, erklärte dem TV-Sender Al Dschasira, was das Militär bei einer Zusammenarbeit mit Regisseuren erwarte: „Wir werden kein Programm unterstützen, das eine Uniform entehrt oder uns auf kompromittierende Weise darstellt.“ Und Phil Strub, Leiter des „Film and Television Liaison Office“ des Pentagon, konkretisiert die Hierarchie: „Wenn die Filmemacher bereit sind, mit uns zu verhandeln, um unsere Probleme mit dem Drehbuch zu lösen, werden wir in der Regel eine Einigung erzielen. Wenn nicht, steht es den Filmemachern frei, ohne militärische Unterstützung weiterzumachen.“

Der Russe löst den Araber ab – die begrenzte Anzahl an Bösewichtern

Die inhaltlichen Folgen dieser Erpressung sind in vielen aktuellen Action- und Superhelden-Produktionen zu erkennen – in Form von großer Wertschätzung des US-Militärs und einer verbreiteten Präferenz für Anmaßung, Regellosigkeit und Selbstjustiz. Doch auch jene neuen Filme, die ohne Flugzeugträger auskommen, starren teils vor offener, momentan meist anti-russischer Propaganda. So warteten laut eines unvollständigen Gedächtnisprotokolls allein in den letzten Jahren unter vielen anderen die Kino-Großproduktionen „Red Sparrow“, „Iron Man 2“, „Kind 44“, „Killers Bodyguard“, „Atomic Blonde“, »Verräter wie wir« oder „Batman v Superman“ mit primitiven russischen Bösewichtern auf.

Jene Bösewichter wechseln mit der Geopolitik und flankieren diese: War in den Jahren nach dem 11.9.2001 der arabische Extremist allgegenwärtig im US-Action-Kino, so wurde der Film-Dschihadist aus politischen Gründen in den Ruhestand geschickt und vom barbarischen Russen abgelöst: In dem Moment nämlich, als der

Westen begann, Gotteskrieger in Syrien zu unterstützen und anti-russische Begehrlichkeiten gegenüber der Ukraine zu entwickeln. Es sollte aber auch nicht verschwiegen werden, dass es im US-Film auch von bösen US-Amerikanern wimmelt – Stichwort: reaktionäre weiße alte Männer.

Nicht nur Kino: Auch TV, Showbiz und Dokumentationen werden unterwandert

Geopolitisch motivierte Kultur-Propaganda macht bei den großen Leinwänden nicht Halt, sondern beeinflusst auch TV-Serien, Dokumentationen und Show-Formate. In der Fernsehserie „The Americans“ werden russische Spionage-Schläfer porträtiert, in „Orange Is The New Black“ gibt es eine alle Klischees erfüllende Russen-Figur und die neue BBC-Produktion „McMafia“ schürt britische Ängste vor Russen-Gangstern. Das alles wird noch von der Arte-Serie „Occupied“ unterboten, in der auf niederstem ästhetischen und intellektuellen Niveau eine russische Besatzung Norwegens(!) durchgespielt wird. Es sind auch Quantität und Ballung und die dadurch mögliche stete Wiederholung eines negativen Russlandbilds in verschiedensten Produktionen und Filmformaten, durch die der Propagandaeffekt erzielt wird.

Das Format des Dokumentarfilms bietet viel Potenzial für Propaganda. Nun wurden zwei Jahre in Folge unter starkem Manipulations-Verdacht stehende Dokus mit dem US-Filmpreis Oscar ausgezeichnet: „Ikarus“, über „russisches Staatsdoping“ und „The White Helmets“ über die gleichnamigen „Sanitäter“. Ein herzzerreißendes Porträt von „Bana aus Aleppo“ wird dem Publikum wahrscheinlich auch nicht erspart bleiben.

Sowjetunion nahm den kinematographischen Fehdehandschuh nicht auf

Wegen des schon angesprochenen immensen internationalen Vorsprungs der US-Propaganda muss man nach US-amerikanischen Bösewichtern in Filmen nicht-westlicher Kulturkreise lange suchen bzw. diese Filme schaffen es wegen ihres Low-Budget-Niveaus oft nicht in unsere Kinos. Eine der wenigen Ausnahmen war die üppig ausgestattete türkische Propaganda-Kinoreihe „Tal der Wölfe“. Interessant ist, dass die Sowjetunion, die die Ressourcen gehabt hätte, den kinematographischen Fehdehandschuh des Westens nicht in angemessenem Maße aufgenommen hat: Es gibt relativ wenige US-Bösewichter in sowjetischen Spielfilmen.

PS: Helfen Sie uns – sollte Ihnen, liebe Leser der Nachdenkseiten, besonders dreiste Kultur-Propaganda in Büchern, Videospielen, Theater-Inszenierungen, Filmen, Ausstellungen, Popmusik oder anderen Kultur-Formaten auffallen, schicken Sie uns bitte einen Hinweis an recherche@nachdenkseiten.de.