

Von „hässlichen Amerikanern“ und ihrer globalen Verbreitung, oder wie sehr schadet amerikanische Populärkultur dem Ansehen der USA in der Welt?

Heike Paul

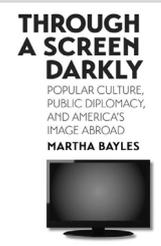
Zu Hochzeiten des Kalten Krieges gab es einen Bestseller in Politiker- und Diplomatentreisen. John F. Kennedy war von diesem Buch derart begeistert und erachtete es als so lehrreich, dass er 1960 allen US Senatoren (damals war Kennedy selbst noch Senator – und bereits aussichtsreicher Präsidentschaftskandidat) ein Freiemplar schicken lassen wollte. Die Rede ist hier von Eugene Lederer und William Burdicks *The Ugly American* (1958; dt.: *Der hässliche Amerikaner*; bekannt auch in der 1962-Verfilmung mit Marlon Brando). Dieser „hässliche Amerikaner“, den Lederer und Burdick hier beschrieben und der bald zum geflügelten Wort in der amerikanischen Außen- und Kulturpolitik wurde, war laut, arrogant, unsensibel, sprach keine Fremdsprachen, auch wenn er im Ausland (vorzugsweise in Südostasien) stationiert war, und kommunizierte mit den jeweiligen ‚Einheimischen‘ nur in einer Serie von kulturellen Missverständnissen; er war zudem moralisch lax, was nicht gerade zu seinem Ansehen beitrug. Die Hässlichkeit dieses Amerikaners, der als *pars pro toto* fungierte, war weniger Teil seines äußeren Erscheinungsbildes (obwohl er auch als äußerlich abstoßend dargestellt war) als vielmehr ein Urteil über seine moralische Integrität, eine innere Hässlichkeit sozusagen. Als hässliche Amerikaner, so Lederer und Burdick, verspielten viele Repräsentanten ihres Landes (meist Funktionsträger in Politik und Wirtschaft) im Ausland den kulturellen und politischen Kredit der USA und schaden dem internationalen Ansehen der Supermacht ganz erheblich. Sie erreichten so ziemlich das Gegenteil von dem, was unter dem offiziellen Slogan als „winning the hearts and minds“ im Kalten Krieg angestrebt war.



Heike Paul

Lehrstuhlinhaberin für nordamerikanische Literatur- und Kulturwissenschaft, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

Martha Bayles. *Through a Screen Darkly: Popular Culture, Public Diplomacy, and America's Image Abroad*. New Haven: Yale University Press, 2014.



Martha Bayles (Boston College), die das Buch von Lederer und Burdick einmal kurz erwähnt, widmet sich in ihrer Studie auch dem Problem der „hässlichen Amerikaner“; diese sieht sie weltweit als Anti-Helden in populärkulturellen amerikanischen Produktionen verbreitet. Die Menschen in Indien, Ägypten, Indonesien, den Vereinigten Arabischen Emiraten, in der Türkei, Deutschland und China rezipierten, so Bayles, die populären US-Fernsehshows, Serien und Filme aus Hollywood und bekämen dabei die Amerikaner als Sex- und Gewalt-fixierte Drogenbosse, Zuhälter, korrupte Politiker, Serienmörder und ähnliches präsentiert. Dies wiederum schade dem Ansehen der USA in der Welt und bestätige vielerorts vorhandene Ressentiments und Klischees. Während diese negativen fiktionalen Selbstdarstellungen dessen, was es heißt amerikanisch zu sein, global zirkulierten und sich auch großer Beliebtheit erfreuten, gäbe es kaum noch, so Bayles weiter, weniger postmoderne (und somit weniger moralisch fragwürdige) Produktionen, die das Amerikanertum im Einklang mit traditionellen nationalen Werten wie Freiheit und Demokratie zeigten und als positive Darstellungen des amerikanischen kulturellen Erbes weltweit wirksam sein könnten.

Soweit das Problem, das Bayles diagnostiziert. Ihren Befund sieht sie durch eigene Anschauung und Erfahrungen und durch zahlreiche Gespräche erhärtet, die sie mit Personen in allen o.g. Ländern geführt hat. Deren Antworten sammelt sie und speist sie in ihre Untersuchung als Quellenmaterial ein. Methodisch steht dieses Vorgehen auf ganz wackligen Füßen, da sie die Selektionskriterien für die Auswahl ihrer Gesprächspartner kaum offenlegt, und das Ganze somit immer wieder recht beliebig erscheint – auch dahingehend, was ihre Gesprächspartner nun entweder als in irgendeiner Weise repräsentativ oder gar als Experten ausweisen soll. Die O-Töne werden vor allem als Bestätigung ihrer eigenen These hergenommen, die mitunter unterkomplex und recht holzschnittartig wirkt.

Dabei verdammt Bayles nicht die amerikanische Populärkultur *per se* oder sieht ihre globale Zirkulation als problematisch, ganz im Gegenteil. Für Bayles gibt es kaum einen erfolgreicherer Botschafter Amerikas als die Populärkultur, aber dies ist eben auch Teil des Problems, denn für Bayles gibt es ‚gute‘ und ‚schlechte‘ Populärkultur: gute Populärkultur stelle die USA und die Amerikaner positiv dar, wecke Sympathien und Mitgefühl und sei im Einklang mit freiheitlichen und demokratischen Werten; sie steht (bzw. stand) an der Seite der offiziellen Kulturdiplomatie und ihrer Absichten und unterstütze die Ziele der US-amerikanischen Außenpolitik. Der kritische Leser kann nicht umhin, den Begriff der Propaganda zu assoziieren, den Bayles allerdings tunlichst vermeidet: er sei belastet und haben zu negative Konnotationen. Dennoch habe der „Hollywood-Washington Pakt“ – so nennt sie die Zusammenarbeit zwischen der Filmindustrie und der amerikanischen Regierung – lange Zeit für beide Seiten ausgesprochen zufriedenstellend funktioniert. Man mag sich fragen, was genau damit gemeint ist, und viele von uns denken sicher dabei an solch unsägliche Filme wie John Waynes *The Green Berets* (1968; dt.: *Die grünen Teufel*) oder ähnliche künstlerisch anspruchslose und ideologisch höchst fragwürdige Machwerke. Es nimmt nicht wunder, dass Kathryn Bigelows Oskar-prämierte Produktion *The Hurt Locker* (2009; *Tödliches Kommando*), keine Unterstützung des Pentagons erhielt bzw. diese frühzeitig verlor – zu Recht, wie Bayles findet.

Die schlechte Populärkultur ist Bayles zufolge die, die aktuell dominant globale Verbreitung findet: talkshows, Filme, in denen Sex und Gewalt gezeigt werden, und Geschichten mit amerikanischen Protagonisten, die ihre eigenen Werte von Freiheit und Demokratie verraten, darunter Ehebrecher, Kinderschänder und Drogenkonsumenten. Hässliche Amerikaner eben. Und so werden, sehr dichotom, die Rollen eindeu-

tig verteilt: Oprah Winfrey ist gut, Jerry Springer und Geraldo Rivera sind schlecht; *Friends* erscheint im Kontext des Genres der „urban single comedies“ irgendwie noch tolerabel, *Sex and the City* hingegen eindeutig zu vulgär; manche Animationsfilme werden gelobt – *Kung Fu Panda*, beispielsweise, andere Produktionen wiederum angeschwärzt. Bigelows Film ist natürlich ebenso schlecht (weil zynisch und postmodern) wie die Serie *24*. Und James Camerons *Avatar*? Na, raten Sie mal! Natürlich schlecht, weil *Avatar* vor allem eines sei: anti-amerikanisch. In der Tat enthält der Film eine Imperialismus kritische Perspektive. Martha Bayles arbeitet sich im Schnelldurchgang durch unterschiedliche populärkulturelle Formate, um immer wieder dieselben normativen Unterscheidungen zu treffen. Nicht all ihre Besorgnis richtet sich auf die Populärkultur, aber diese ist für sie Dreh- und Angelpunkt ihrer Argumentation.

Gerne würde die Autorin das Bild der USA in der Welt zum Positiven beeinflussen, kontrollieren und abweichende Darstellungen unterdrücken. Wenn man an dieser Stelle den Eindruck hat, Martha Bayle liebäugelt mit Zensur, dann liegt man gar nicht so falsch. Allerdings distanziert sie sich doch explizit von solch drastischen Maßnahmen, und zwar aus zwei Gründen: 1. Americans don't like it – aufgrund ihrer obrigkeitkritischen, demokratischen Prägung, und 2. wäre dieses Vorhaben in Zeiten des Internets kaum zu bewerkstelligen und viel zu kostspielig. Also appelliert Bayles an die Funktionsträger in den Medien und legt ihnen eine freiwillige Selbstzensur nahe, wie früher. Früher? Bayles mag hier an die Hollywood *production codes* denken, aber die galten vor der Zeit, in der Hollywoods Leistungsträger vor das Komitee für unamerikanische Aktivitäten gezerrt wurden. Wie war das noch mit dem Washington-Hollywood Pakt?

Für Bayles ist die heutige amerikanische Populärkultur in weiten Teilen höchst ‚unamerikanisch‘ und sie taugt nicht als „Botschafter“ für amerikanische Werte oder amerikanische Politik. Demgegenüber müsse man eine goldene Mitte zwischen Offenheit und Reglementierung wiederfinden, Pluralismus zwar für die Selbstverständigung der amerikanischen Gesellschaft wichtig sei, aber nach Außen im Namen Amerikas mit einer Stimme gesprochen werden müßte. Es gälte, den verlorenen nationalen Konsens (also den die Minderheiten ausschließenden ‚Konsens‘, den man im Kalten Krieg, zu Zeiten der Rassentrennung und vor der Frauenbewegung noch hatte!) wiederzuerlangen. Nach dem Ende des Kalten Krieges habe man die *public diplomacy* viel zu früh und voreilig zurückgefahren und eingestellt, dies räche sich nun, so Bayles, und es gäbe viele Maßnahmen, die hier wiederzubeleben und zu aktualisieren seien. Auf den letzten Seiten ihres Buches macht sie hierzu konkrete Vorschläge.

Through a Screen Darkly ist ein „sehr amerikanisches“ Buch, nicht nur weil es von einer Amerikanerin über amerikanische Populärkultur und Kulturpolitik geschrieben wurde, sondern auch weil es getränkt ist mit amerikanischer Ideologie, dem amerikanischen Ethos oder auch dem zivilreligiös fundierten *American creed* (fälschlicherweise rechnet Bayles den Begriff dem 2008 verstorbenen Politikwissenschaftler und Autor von *Clash of Civilizations*, Samuel Huntington, zu, obwohl er natürlich schon viel älter ist und in einem kritischen Gestus von C.K. Chesterton, einem Engländer, 1922 geprägt wurde). Für Bayles haben die USA – nach wie vor – eine Vorbildfunktion für den Rest der Welt (Stichwort: die „city upon a hill“, die der puritanische Geistliche John Winthrop im Jahre 1630 beschwor). Dies wird nicht begründet, sondern einfach (voraus-)gesetzt. Die USA interagieren daher mit dem Rest der Welt quasi in einem Lehrer-Schüler Verhältnis. In dieser Hinsicht ist die Lektüre des Buches recht voraussetzungsreich, denn sie setzt voraus, dass wir als Leser Bayles Einschätzung der Großartigkeit Amerikas als „one of the wonders of the world“ (S. 13) stillschweigend teilen.

Letztlich ist es dieser Chauvinismus, den sie adäquat exportiert und übersetzt sehen möchte.

Bayles' Buch ist in vielerlei Hinsicht ‚typisch‘ für aktuelle Diskussionen. Vielerorts finden wir mittlerweile die Zeiten des Kalten Krieges als ‚gute, alte Zeit‘ verklärt, obwohl eine nostalgische Verbrämung dieser historischen Epoche wohl kaum angezeigt ist und ein neuer Kalter Krieg just heraufzuziehen droht. Konservative, kulturpessimistische Erklärungsansätze, wie der von Bayles, beschwören eine Zeit, in der die Amerikaner mit AFN, Hollywood, Kaugummi, Zigaretten und Nylonstrumpfhosen leichtes Spiel gegen sozialistische Mangelwirtschaft und Kulturproduktion hatten. Dabei vergisst sie, dass kulturelle Mobilität und kultureller Austausch schon immer Gegenstand von polarisierenden Kontroversen waren, und die offizielle Kulturpolitik und die „lustvolle Selbst-Amerikanisierung“ (Reinhold Wagnleitner) nicht-amerikanischer Bevölkerungen sich nie der gleichen Phänomene bedient haben: Jazz, den Bayles immer wieder als ‚gutes‘ Beispiel bemüht, gehörte lange gerade nicht zu den offiziellen Exporten der US-amerikanischen Kulturpolitik, ganz im Gegenteil, er war verpönt; der afroamerikanische Schriftsteller James Baldwin, für den gerade die politisch interessierte Jugend Interesse zeigte, durfte in den 1960er Jahren nicht einmal in einem Amerika-Haus in Deutschland lesen, weil er von Regierungskreisen als zu kritisch befunden wurde; während die ‚gute‘ amerikanische Hochkultur häufig nur auf Nase-rümpfen in Europas Bourgeoisie stieß, da sie meist allzu epigonal erschien.

Schwierig wird es auch mit Bayles Einschätzung von lokalen Rezeptionsprozessen, denen populärkulturelle Repräsentationen ausgesetzt sind. Denn diese sind kompliziert und komplex. Während sie der amerikanischen Rezeption eine gewisse Komplexität zubilligt (Pluralismus!), unterstellt sie allen ausländischen Rezipienten ein sehr naives Rezeptionsverhalten: letztere nämlich nähmen das Dargestellte für bare Münze und hätten keine Möglichkeit, sich ein ‚richtiges‘ Bild von Amerika zu machen, da ihnen der Kontakt mit ‚echten‘ Amerikanern fehle. Im Klartext: Inder, Ägypter, Chinesen, Indonesier, Russen, Türken, Deutsche verstünden die amerikanische Populärkultur notwendigerweise falsch, da sie das Dargestellte quasi rein mimetisch betrachteten – als Abbild der amerikanischen Wirklichkeit. Hier zeigt Bayles nicht mehr als schlichtes Verständnis von (fremd)kulturellen Rezeptionsprozessen und auch eine große Ahnungslosigkeit hinsichtlich der Fiktionalitätsdebatten wie sie uns seit der Antike bekannt sind. Dies führt zur hoffnungslosen Unterschätzung ihres Zielpublikums und ihrer Gesprächspartner. Überhaupt ist der herablassende Ton, den Bayles in der Kommentierung vieler ihrer Interviews anschlägt, höchst irritierend. Sollten denn Fernsehzuschauer in der Türkei, in Deutschland, in Indonesien, Indien und anderswo wirklich nicht zwischen Fakt und Fantasie, zwischen Soap und Realität unterscheiden können? Wenn dem so wäre, müsste sich Bayles nicht nur Sorgen um die Darstellung von Amerikanern in der Populärkultur machen, sondern insbesondere über die stereotype Darstellungsweise aller Nicht-Amerikaner.

Auch wenn das Buch erst 2014 publiziert wurde: die allerjüngsten Entwicklungen lassen Bayles' These einmal mehr fragwürdig erscheinen. Nach der Veröffentlichung des Untersuchungsberichts des amerikanischen Senats über Folterpraktiken des amerikanischen Geheimdienstes nach 9/11 im Dezember 2014 wäre zu fragen, wer in welcher Weise amerikanische Werte missachtet bzw. dem Ansehen der USA schadet und welche Rolle die Populärkultur dabei spielt. „Hat Hollywood die Folter salonfähig gemacht?“ fragt jüngst Caspar Shaller im Feuilleton der *Zeit* (Nr. 52, 17.12.2014, S. 46) und bezieht sich mit seiner Frage auf gewisse Konvergenzen von Folterbericht und amerikanischer Kulturindustrie. Hier mag ein ganz anderer „Washington-Hollywood

Pakt“ begründet sein, als ihn Bayles gerne (wieder) hätte. Aber um welchen Preis? Amerikanische Fernsehserien mögen in der Tat die kulturelle Arbeit der Verarbeitung von Gewaltexzessen und Folter leisten, häufig in paranoiden Plots, bisweilen durch eine Inversion von Opfer- und Täterschaft (wie in *24* oder *Homeland*, von Präsident Obama übrigens einmal als seine Lieblingsserie bezeichnet) und dadurch eine Normalisierung des permanenten Ausnahmezustands befördern – für die Sicherheit Amerikas. Aber sie können auch als Kritik an eben dieser Banalisierung betrachtet werden, je nach Perspektive.

Fazit: Das Buch von Bayles erweist sich als ein besonders problematisches Buch; es eignet sich bestens, um Konstruktionen des amerikanischen Auserwähltheitsdenkens zu untersuchen, wie sie unterschwellig in Studien wie diesen ‚mitlaufen‘ ohne je vollends expliziert und argumentiert zu werden – und die in wissenschaftlichen Studien klarerweise nichts zu suchen haben. Es eignet sich ebenfalls dazu, als Negativfolie für differenziertere Diskussionen von Kulturtransfer und kultureller Mobilität zu dienen. Darüber hinaus eignet es sich für kaum etwas. Die „hässlichen Amerikaner“, die Schaden für Amerika in der Welt heraufbeschwören, sind sicher nicht primär die Drogenbosse der *Sopranos* oder die Jack Underwoods im fiktionalen Politikgeschäft in *House of Cards* (beides im übrigen Beispiele für preisgekröntes Qualitätsfernsehen); es ist auch nicht die schlechte Mutter, die in der *talkshow* beichtet, dass ihr Lebensgefährte ihre Tochter sexuell belästigt hat oder die sexuell freizügige Serienheldin, die nicht heiraten möchte, die den Weltfrieden, *American style* gefährden, nein. Die Realität hat die Fiktion längst ein- bzw. überholt; die hässlichen Amerikaner sind, wie schon bei Lederer und Burdick, Menschen aus Fleisch und Blut, die im Namen von Amerikas Sicherheit weltweit freiheitliche und demokratische Werte mit Füßen treten, um die sich Martha Bayles mehr Sorgen machen müsste als um die bisweilen plebejischen Figuren (und Formen) amerikanischer Populärkultur. Der „dunkle“ bzw. verdunkelte Bildschirm, den die Autorin als titelgebende Metapher bemüht – *through a screen darkly* –, gilt nicht nur für den vermeintlich eingetrübten Blick der Welt auf die USA, er gilt mindestens ebenso für die partielle Blindheit der Amerikaner für den Rest der Welt.

Ayad Al-Ani

Araber als Teil der hellenistisch-römischen und christlichen Welt

Wurzeln orientalistischer Betrachtung und gegenwärtiger Konflikte: von Alexander dem Großen bis zur islamischen Eroberung

Die Studie zeichnet nach, wie stark und mannigfaltig die Araber in der hellenistisch-römischen Welt vertreten waren und wie sie gleichermaßen konsequent in der westlichen Darstellung als Außenseiter ihrer eigenen Geschichte dekonstruiert wurden. Dies ist bemerkenswert, weil gerade die hohe Anzahl arabischer Senatoren, arabischer und halbarabischer Cäsaren durchaus einen beachtlichen Einfluss auf die römische Lebensart, Religion und Politik hatten.

Abb., 182 Seiten, 2014
ISBN 978-3-428-14119-7
€ 29,90



Ayad Al-Ani

Araber als Teil der hellenistisch-römischen und christlichen Welt

Wurzeln orientalistischer Betrachtung und gegenwärtiger Konflikte: von Alexander dem Großen bis zur islamischen Eroberung

Duncker & Humblot - Berlin

Robert Michels

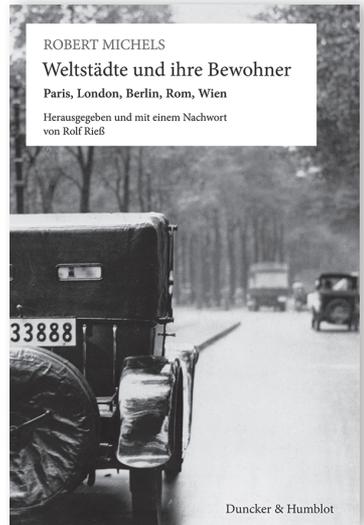
Weltstädte und ihre Bewohner

Paris, London, Berlin, Rom, Wien

Herausgegeben und mit einem Nachwort von Rolf Rieß

Robert Michels legt Anfang der 1930er Jahre in der Schweiz eine Reihe von Städteporträts vor, in denen er sich essayistisch dem Thema »Weltstädte und ihre Bewohner« widmete. Sein phänomenologischer Blick hielt die Eigentümlichkeiten der jeweiligen Stadt fest. So gelangen ihm anschauliche Miniaturen, die ebenso amüsant wie lehrreich sind und als ein Beispiel der frühen Stadtsoziologie gelesen werden können.

62 Seiten, 2014, ISBN 978-3-428-14574-4
€ 9,90



Tim Engartner

Pluralismus in der sozialwissenschaftlichen Bildung

Zur Relevanz eines politikdidaktischen Prinzips

Lectiones Inaugurales, Band 8

57 Seiten, 2014, ISBN 978-3-428-14213-2, € 9,90

Ingo Juchler

Der narrative Ansatz in der politischen Bildung

Lectiones Inaugurales, Band 3

4 Abb., 72 Seiten, 2012, ISBN 978-3-428-13988-0, € 9,90