

Andreas Dörner

### **Der Präsident als Soldat. Zur visuellen Militarisierung einer politischen Institution zwischen Fiktion und Realität**

2009

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2231>

Veröffentlichungsversion / published version  
Zeitschriftenartikel / journal article

#### **Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Dörner, Andreas: Der Präsident als Soldat. Zur visuellen Militarisierung einer politischen Institution zwischen Fiktion und Realität. In: *AugenBlick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 44: Nach dem Golf-/Krieg ist vor dem Golf-/Krieg (2009), S. 67–79. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2231>.

#### **Nutzungsbedingungen:**

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Terms of use:**

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## Der Präsident als Soldat

Zur visuellen Militarisierung einer politischen  
Institution zwischen Fiktion und Realität

### 1. Der Präsident im Politainment

Das gesamte Gefüge der politischen Kommunikation in den USA hat in den 1990er Jahren einen tief greifenden Wandel durchlaufen, der eine neue Gemengelage zwischen Politik und Populärkultur, zwischen Fiktion und Realität hervorgebracht hat. Auf der einen Seite wird Politik und werden politische Akteure unterhaltender inszeniert, auf der anderen Seite greifen unterhaltungskulturelle Diskurse politische Themen, Geschehnisse und Akteure verstärkt auf. Tendenzen, die sich zunächst in den Vereinigten Staaten beobachten ließen, haben sich später auch in weiten Teilen Westeuropas beobachten lassen.<sup>1</sup> Der folgende Beitrag möchte, auf den theoretischen und methodischen Spuren der *British Cultural Studies*, die Charakteristik dieser neuen Gemengelage anhand eines konkreten Beispiels, des Präsidentenamts im Zentrum der politischen Ordnung der USA, skizzieren.

Ausgangspunkt des Wandlungsprozesses war zunächst der Präsidentschaftswahlkampf, in dem Bill Clinton als demokratischer Herausforderer gegen Amtsinhaber George Herbert Walker Bush antrat. Nachdem das Oval Office wie der öffentliche Diskurs in den 1980er Jahren fest in der Hand der Republican Party und einer liberal-wertkonservativen Offensive lag, was nicht zuletzt das Verdienst des «Great Communicator» Ronald Reagan war, hatte nun mit Clinton wieder ein aussichtsreicher demokratischer Kandidat die politische Bühne betreten.

Clinton bekannte sich durchaus offen dazu, von den Kommunikationsstrategien der Präsidentschaft Reagans gelernt zu haben. Der entscheidende Umbruch in dieser Kampagne Clintons war jedoch die neue Intimität zwischen Politik und Populärkultur. Das Clinton-Team setzte von Beginn an auf eine Strategie, welche die etablierten seriösen Medien weitgehend im Hintergrund beließ und stattdessen auf den direkten Kontakt des Kandidaten mit der Bevölkerung sowie auf Unter-

1 Siehe dazu grundlegend: Andreas Dörner: *Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Film- und Fernsehwelt*. Konstanz 2000; Andreas Dörner: *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt/M. 2001 und Ulrich Saxer: *Politik als Unterhaltung. Zum Wandel politischer Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft*. Konstanz 2007.

haltungsmedien setzte.<sup>2</sup> So waren Talk Shows, insbesondere auf den Sendern MTV und CNN, das bevorzugte Forum Clintons. Hier konnte er ohne Filterung durch die journalistische Elite Washingtons direkt zu seinen Wählern sprechen in Fernsehformaten, die diesen aus ihrer alltäglichen Medienpraxis gut vertraut waren.<sup>3</sup> Clinton kreierte mit dem Konzept der «Electronic Town Hall» ein populistisches Instrument des Wählerkontaktes, auf das auch die Konkurrenten Perot und Bush später zurückgriffen. Die Kandidaten präsentierten sich in Shows wie *Larry King Live*, *Donahue*, aber auch *Choose or Loose* auf MTV, um Fragen des Studiopublikums zu beantworten. Neben dem Direktkontakt zu den Wählern unter Umgehung der professionellen Journalisten lag ein entscheidender Aspekt dieses TV-Formats in seinem Unterhaltungscharakter.<sup>4</sup> Dieser Kommunikationsmodus wurde auch nach der Wahl konsequent fortgesetzt – das erste Exklusiv-Interview mit Clinton als Präsident bekam wiederum der Musiksender MTV zugesprochen.

Das Clinton-Team hat sich die Kommunikationsmaterialien der populären Medienkultur ganz bewusst als Instrumente des Wahlkampfes angeeignet.<sup>5</sup> Clinton suchte nicht nur systematisch die Nähe bekannter Hollywood-Stars, die seine Kampagne mit erheblichen Geldsummen unterstützten. Die Band Fleetwood Mac zeichnete für das Wahlkampflied des demokratischen Kandidaten verantwortlich, das mit Mainstream-Pop und einem Text mit Aufbruchstimmung («Don't Stop Thinking About Tomorrow») vor allem die jüngeren Wählerschichten ansprach. Clinton bezog sich in seinen Äußerungen oft auf Elvis Presley, den Rock'n'Roll-Star, der für die Generation Clintons ein wichtiger Sozialisationsfaktor gewesen war. Elvis symbolisierte eine unkonventionelle und nonkonformistische Kultur, die sich von der älteren Generation kaum noch etwas sagen ließ. Dieses Image des Rebellen war rhetorisch gut zu koppeln mit der Proklamation des Wechsels, die in Clintons Motto «Time for a change in America» Ausdruck fand.<sup>6</sup> Nicht zufällig wurde Clinton durch einen Klassiker der Popkultur, durch die Zeitschrift *Rolling Stone*, explizit und massiv unterstützt.

Der Höhepunkt dieser medienkulturellen Kampagne fand Anfang Juni 1992 statt, als Clinton mit Sonnenbrille einen musikalischen Auftritt in der populären *Arsenio Hall Show* hatte. Er spielte hier auf seinem Saxophon Elvis Presleys Hit «Heartbreak Hotel», und mit diesen Bildern des Präsidentschaftskandidaten als Popstar, das in al-

2 Vgl. dazu Christoph Rybarczyk: *Great Communicators? Der Präsident, seine PR, die Medien und ihr Publikum. Eine Studie zur politischen Kommunikation in den USA*. Hamburg 1997, S. 132ff. und Marion R. Just, u.a.: *Crosstalk. Citizens, Candidates, and the Media in a Presidential Campaign*. Chicago 1996.

3 Tom Rosenstiel: *Strange Bedfellows. How Television and the Presidential Candidates Changed American Politics*. New York 1993, S. 54.

4 Vgl. Dan D. Nimmo: The Electronic Town Hall in Campaign '92. Interactive Forum or Carnival of Buncombe? In: Robert E. Denton (Hg.): *The 1992 Presidential Campaign. A Communication Perspective*. Westport, London 1994, S. 207–226, S. 209.

5 Vgl. Rosenstiel 1993 (wie Anm. 3), S. 174f.

6 Vgl. Gerd Hurm: «It's Time for a Change in America»: Die Rhetorik Bill Clintons. In: Paul Goetsch, Gerd Hurm (Hg.): *Die Rhetorik amerikanischer Präsidenten seit F.D. Roosevelt*. Tübingen 1993, S. 363–375.

len Medien rund um die Welt verbreitet wurde, gewann Clinton die Offensive in der amerikanischen Medienkultur zurück, die er zuvor an Ross Perot verloren hatte.

Bei seinem zweiten Wahlkampf 1995-1996 konnte Clinton im Gegenzug Imagevorteile aus einigen Präsidentenfilmen ziehen, die Hollywood in dieser Zeit produzierte. So ist der fiktive Präsident Shepherd (gespielt durch Michael Douglas), der in dem Film *THE AMERICAN PRESIDENT* (1995, Regie: Rob Reiner) als Witwer und alleinerziehender Vater eine Romanze mit einer Umweltaktivistin erlebt, öffentlich mit der Figur Clintons identifiziert worden.<sup>7</sup> Das Bild eines relativ jungen, attraktiven Präsidenten, der nicht nur politisch erfolgreich, sondern auch im Privatleben sympathisch ist und so eine gut aussehende, intelligente und erfolgreich berufstätige Frau gewinnt, war leicht mit dem Clinton-Image zu koppeln.<sup>8</sup> Auch in weiteren Filmen spielten vergleichsweise junge, attraktive Schauspieler die Rolle des US-Präsidenten, der in dieser Zeit in der Bildwelt des Hollywood-Films eine erstaunliche Aufwertung erfuhr: Kevin Kline in *DAVE* (1993, Ivan Reitman), Bill Pullman in *INDEPENDENCE DAY* (1996, Roland Emmerich) und Harrison Ford in *AIRFORCE ONE* (1997, Wolfgang Petersen)<sup>9</sup> führten den Präsidenten nicht nur als attraktiv, sondern auch als durchsetzungsstark und moralisch integer vor. Da vermag es kaum zu verwundern, dass Clinton selbst auch Rollen in Spielfilmen und Fernsehserien nicht nur angeboten bekam, sondern auch angenommen hat.<sup>10</sup> Das Politische am Ende des zweiten Jahrtausends stellt in Amerika also eine komplexe Mischung aus Realität und Fiktion, politischen Akteuren und Spielfilmhelden dar.

Nun sind relativ enge Bezüge zwischen Film und Politik in den USA kein neues Phänomen.<sup>11</sup> Grundlegend gilt: «Hollywood is too deeply embedded in America's culture to be isolated from its politics»<sup>12</sup>. Allerdings sind selbst so konsensfähige und patriotische Filme wie *MR. SMITH GOES TO WASHINGTON* (1939, Frank Capra)

7 Vgl. J. Hoberman: Dating Our Dad. In: *The Village Voice*, 21.11.1995, S. 20.

8 Vgl. Rybarczyk 1997 (wie Anm. 2), S. 147.

9 Es ist schon bemerkenswert, dass zwei für das Bild des «wehrhaften Präsidenten» so einschlägige Filme wie *INDEPENDENCE DAY* und *AIRFORCE ONE* von deutschstämmigen Regisseuren in Szene gesetzt wurden. Man kann dies möglicherweise als einen Fall von Überadaption an die Werte des Gastlandes interpretieren.

10 So ist Clinton an der Seite von Mel Brooks, Billy Chrystal, Michael J. Fox und Tom Hanks zu sehen in *I AM YOUR CHILD* (1997, Rob Reiner) sowie in *FIRST KID* (1996, David M. Evans), in dem ein Präsidentensohn im Mittelpunkt der Handlung steht. Darüber hinaus spielt Clinton sich selbst in einer Folge der Militärserie *J.A.G.* (1995).

11 Siehe dazu etwa M. Keith Booker: *From Box Office to Ballot Box: The American Political Film*. Westport u.a. 2007; Terry Christensen, Peter J. Haas: *Projecting Politics: Political Messages in American Film*. Armonk u.a. 2005 und, für die jüngste Zeit, Cynthia Weber: *Moral America: Contemporary Politics and Film from 9/11 to Gulf War II*. Edinburgh 2005.

12 Ronald Brownstein: *The Power and the Glitter. The Hollywood-Washington Connection*. New York 1990, S. 391. So ist die amerikanische Filmindustrie schon seit den 1920er Jahren immer wieder das Objekt von gesetzgeberischen Initiativen gewesen, und im Gegenzug hat die Filmindustrie sehr bald einen wirkungsvollen Lobbyismus in Washington aufgebaut (vgl. Richard Maltby: *Hollywood Cinema. An Introduction*. Oxford, Cambridge 1995, S. 363). Grundsätzlich ging es den Industriellen immer darum, defensiv die eigenen ökonomischen Interessen zu schützen, d. h. einerseits staatliche Eingriffe im Sinne einer Zensur zu verhindern und andererseits die großen Studios, später die Me-

von der Production Code Administration zunächst abgelehnt bzw. mit Auflagen belegt worden, und nach seiner Premiere haben sowohl reale Senatsmitglieder als auch das Washingtoner Pressekorps mit heftigen Kritiken Einspruch erhoben, da der Film das politische System sowie die Senatoren und Journalisten in der Hauptstadt zu negativ zeichne. Auffällig ist in der Tat, dass viele derjenigen Filme, die explizit den politischen Prozess thematisieren, ein kritisches oder zumindest distanzierendes Bild entwerfen.<sup>13</sup> Das gilt insbesondere für den Bereich des Wahlkampfes, der in den Filmwelten eine hohe Diskrepanz zwischen Schein und Wirklichkeit, zwischen zur Schau gestelltem Anspruch und realer Amoralität aufweist. So zeigt *THE BEST MAN* (1960, Franklin J. Schaffner) mit Henry Fonda den Wahlkampf als entwürdigende Schlammschlacht, der sich ein moralisch integerer Kandidat nur entziehen kann. *THE CANDIDATE* (1972, Michael Ritchie) mit Robert Redford in der Hauptrolle führt vor, wie ein junger Kandidat seine Ideale im Verlauf der Kampagne den strategischen Zielen unterordnet; und *BOB ROBERTS* (1992) von und mit Tim Robbins schließlich inszeniert die gesamte Kampagne eines populistischen Bewerbers als einen einzigen Betrugsvorgang.

Gleichwohl überwiegt letztlich doch die Aussicht, dass sich immer wieder individuelle Heroen finden, die gegen den korrupten Apparat aufbegehren und die Moral in der Politik wieder etablieren. Das gleiche Muster wie in *MR. SMITH GOES TO WASHINGTON* kehrt in satirisch zugespitzter Form in *DAVE* (1993, Ivan Reitman) wieder. Hier ist es ein Doppelgänger, der den Präsidenten ersetzt, nachdem der beim Liebesspiel mit der Sekretärin einen Schlaganfall erlitt. Dave Kovic spielt die Rolle des Präsidenten zunächst willig als Marionette des mächtigen Stabschefs, und es wird hier deutlich, dass die Politik tatsächlich zu einem reinen Show Business verkommen ist, in dem ein beliebiger Schauspieler – die Reminiszenz an Ronald Reagan ist unübersehbar – den Posten des mächtigsten Politikers der Welt übernehmen kann. Dennoch wächst auch hier der ‚kleine Mann‘ über sich selbst hinaus, füllt seinen Posten moralisch aus und zeigt der Nation, dass es doch noch Raum gibt für eine moralisch integere ‚gute Politik‘. Die Zweifel am Zustand des Politischen werden also häufig utopisch gewendet.

Ein wichtiges politisches Themenfeld war und ist schließlich der Krieg. So haben in der Zeit des Zweiten Weltkriegs prominente Regisseure aus Hollywood wie John Ford und Frank Capra Propagandafilme gedreht.<sup>14</sup> 1942 wurde darüber hinaus ein *Bureau of Motion Pictures* im *Office of War Information* gegründet, das die Spielfilmproduktion dahingehend überwachte, dass keine zu kontroversen Inhalte in gesellschaftlicher und politischer Hinsicht verfilmt wurden. Im neueren ameri-

dienkonzerne, vor Restriktionen durch eine zu weitreichende Anti-Kartellpolitik der Regierung zu bewahren.

13 Siehe dazu auch Louis Bosshart: Die Demontage politischer Autorität im US-Spielfilm. In: Kurt Imhof, Roger Blum (Hg.): *Zerfall der Öffentlichkeit*. Wiesbaden 2000, S. 213–223.

14 Vgl. James Combs: *Film Propaganda and American Politics. An Analysis and Filmography*. New York 1994.

kanischen Film ist dann vor allem das Vietnam-Trauma verarbeitet worden. Der Film wurde hier zu einem wichtigen Reflexionsmedium, in dem die gesellschaftlichen Kontroversen um den Krieg und die Niederlage fokussiert werden konnten.<sup>15</sup> In den 1980er Jahren erfolgte eine Offensive des militärisch definierten Patriotismus, der die Niederlage als Folge mangelnder Unterstützung der Truppen durch die Politik und die Gesellschaft darstellte. In dieser amerikanischen Version der Dolchstoßlegende waren es Action-Helden wie John Rambo (Sylvester Stallone) und Colonel Braddock (Chuck Norris), welche die Ehre der Nation wieder herstellten und neues amerikanisches Selbstbewusstsein demonstrierten.<sup>16</sup> Dieser Trend zur Rehabilitation des US-Militärs fand in Militärfilmen wie *TOP GUN* (1986, Tony Scott) seine konsequente Fortsetzung.<sup>17</sup> Die Gegenposition wurde vor allem in den Filmen Oliver Stones formuliert, die nicht nur die barbarisierende Wirkung des Krieges, sondern auch das interessegeleitete Handeln der Politik im Hintergrund anprangerten.<sup>18</sup> In den letzten Jahren gab es eine erneute Konjunktur von Kriegsfilmen, die sich jedoch vor allem mit dem Zweiten Weltkrieg und mit den jüngsten kriegerischen Einsätzen beschäftigen.<sup>19</sup> Insgesamt gilt, dass die Figur des Präsidenten im Genre des Kriegsfilms eher randständig bleibt. Die Hauptakteure waren hier in der Regel unbekannte Alltagshelden, die außerhalb des Kriegsgeschehens in der Anonymität der Masse verschwinden.

15 So z.B. *THE DEER HUNTER* (1978, Michael Cimino) und *APOCALYPSE NOW* (1979, Francis Ford Coppola) sowie, mit einer linken politischen Stellungnahme, *COMING HOME* (1978, Hal Ashby).

16 Siehe vor allem *RAMBO: FIRST BLOOD PART II* (1985, George Pan Cosmatos) und *MISSING IN ACTION* (1984, Joseph Zito).

17 Siehe zu dieser Entwicklung ausführlich Michael Ryan, Douglas Kellner: *Camera Politica. The Politics and Ideology of Contemporary Hollywood Film*. Bloomington 1988 und Stephen Prince: *Visions of Empire. Political Imagery in Contemporary American Film*. New York u.a. 1992. Zur Vietnam-Verarbeitung im amerikanischen Kinofilm siehe Antony Easthope: *Realism and Its Subversion. Hollywood and Vietnam*. In: Alf Louvre, Jeffrey Walsh (Hg.): *Tell Me Lies about Vietnam. Cultural Battles for the Meaning of the War*. Milton Keynes, Philadelphia 1988, S. 30–49 und Jeffrey Walsh: *First Blood to Rambo. A Textual Analysis*. In: Ebd., S. 50–61.

18 Zwar hielt sich Hollywood zu Kriegszeiten noch weitgehend zurück. Patriotische Filme wie *THE GREEN BERETS* (1968), in dem John Wayne mit Regie führte, bildeten die Ausnahme. Nach Kriegsende jedoch begann die Auseinandersetzung, zunächst aus einer kritischen Perspektive, die vor allem die dehumanisierende Seite des Krieges vorführte: vgl. *PLATOON* (1986), immerhin der Film mit dem drittbesten Einspielergebnis 1986; *BORN ON THE FOURTH OF JULY* (1989), *HEAVEN AND EARTH* (1993) und natürlich *JFK* (1991). Vgl. dazu u.a. Frank Beaver: *Oliver Stone. Wakeup Cinema*. New York 1994; Norman Kagan: *The Cinema of Oliver Stone*. New York 1995 und Susan Mackey-Kallis: *Oliver Stone's America. „Dreaming the Myth Outward“*. Boulder u.a. 1996.

19 Siehe zu den aktuellen Kriegen und Konflikten u.a. *THREE KINGS* (1999, David O. Russell), *BLACK HAWK DOWN* (2001, Ridley Scott), *THE JACKET* (2004, John Maybury), *JARHEAD* (2005, Sam Mendes), *HOME OF THE BRAVE* (2006, Irwin Winkler) und *IN THE VALLEY OF ELAH* (2007, Paul Haggis). Zum Erbe des Zweiten Weltkriegs siehe etwa *HART'S WAR* (2000, Gregory Hoblit), *ENIGMA* (2001, Michael Apted), *PEARL HARBOR* (2001, Michael Bay), *WINDTALKERS* (2001, John Woo), *THE SAINTS OF WAR* (2003, Ryan Little) und natürlich die reflektierten Weltkriegsfilme von Clint Eastwood, *FLAGS OF OUR FATHERS* und *LETTERS FROM IWO JIMA* (2006).

## 2. Der Präsident als Kämpfer

Einige der oben erwähnten Präsidentenfilme in den 1990er Jahren haben eine neue Facette sichtbar gemacht, die dann nach der Jahrtausendwende vom politischen Diskurs aufgegriffen und zu Zwecken der öffentlichen Symbolpolitik verarbeitet werden konnte.<sup>20</sup> Der Präsident wird nicht länger nur als zivile Institution dargestellt, die letztlich aufgrund der moralischen Integrität des Amtsinhabers das Funktionieren des demokratischen Apparates sicherstellen kann. Sondern der Präsident wird nun selbst zum entschlossenen Kämpfer, der bereit ist, an vorderster Front die Sicherheit nicht nur der Nation, sondern der gesamten Welt zu bewahren. Dieses Bild begegnet uns in *AIRFORCE ONE*, wo der Präsident als Held fast im Alleingang eine Gruppe von Terroristen besiegt, die versucht, die titelgebende Präsidentenmaschine zu entführen. Der Film im Genre-Rahmen des Actionthrillers erinnert von seiner gesamten Dramaturgie her deutlich an Actionfilme wie die Streifen der *DIE HARD*-Reihe mit Bruce Willis (1988–2007), in der ebenfalls ein aufrechter Kämpfer entgegen aller Wahrscheinlichkeit im Alleingang ganze Banden von Terroristen und Drogendealern zur Strecke bringt. Die Besetzung der Hauptrolle von *AIRFORCE ONE* mit Harrison Ford stellt einen deutlichen intertextuellen Verweis auf das Action-Genre dar, da Ford seinen internationalen Durchbruch den Abenteuern der *INDIANA JONES*-Filme verdankte. Der Präsident erfährt in *AIRFORCE ONE* einen Imagewechsel vom politischen Akteur in Washington zum militanten Einzelkämpfer, der als ehemaliger Soldat die Waffengewalt so einzusetzen weiß, dass das Wohl des Landes gewahrt bleibt.<sup>21</sup>

Einen Schritt weiter noch geht das Drama *INDEPENDENCE DAY*, das den Präsidenten nicht nur als *Commander in Chief*, als Obersten Befehlshaber der Streitkräfte, sondern als aktiven Angehörigen derselben vorführt. Das Szenario des Films ist im Bereich der Science Fiction angelegt. Jedoch ist die innerdiegetische Welt so konstruiert, dass das Geschehen nicht in ferner Zukunft stattfindet, sondern in der Gegenwart. Der Angriff von übermächtig erscheinenden Außerirdischen kann gleichsam jederzeit in unsere Welt einbrechen und zur alles entscheidenden Charakterfrage für die Spezies Mensch und ihre einzelnen Vertreter werden. *INDEPENDENCE DAY*

20 Zur Tradition und zur aktuellen Entwicklung der Figur des Präsidenten im amerikanischen Film siehe u.a. Imme Tschentlin-Bauer: Mann, Macht, Mythos. Die Darstellung von US-Präsidenten im amerikanischen Kinofilm der 90er Jahre. In: *medien praktisch* 23, 1999, S. 49–54; Jan Distelmeyer: Landesväter und Staatskörper. Präsidenten-Bilder aus Hollywood. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* B. 44, 2005, S. 25–31, sowie die Beiträge in John W. Matviko (Hg.): *The American president in popular culture*. Westport 2005 und Peter C. Rollins, John E. O'Connor (Hg.): *Hollywood's White House: the American presidency in film and history*. Lexington 2005.

21 So ist es diese neue politische Semantik des politischen Führers als Actionhelden, welche die Kommunikationsexperten der deutschen Sozialdemokratie beim «Krönungsparteitag» im April 1998 dazu treibt, den Kanzlerkandidaten Gerhard Schröder zur Filmmusik von *AIRFORCE ONE* in die Leipziger Kongresshalle einmarschieren zu lassen. Hier sollte die Aufbruchstimmung nach 16 Jahren Kanzlerschaft des «Aussetzers» Helmut Kohl sinnlich spürbar werden.

entwirft das utopische<sup>22</sup> Szenario eines ‚Armageddon‘, eines apokalyptischen ‚letzten Gefechts‘, in dem die Existenz der Menschheit auf dem Spiel steht und letztlich durch militärisches Handeln gerettet wird.<sup>23</sup> Die Vision ist hier die einer vereinigten Weltgesellschaft unter amerikanischer Führung, gleichsam die weitergehende Erfüllung jenes realen Führungsanspruchs, den die USA schon jetzt für die westliche Welt behaupten. Der Film verweist so Mitte der 1990er Jahre auf eine Situation, in der die USA sich selbst an die Spitze einer breiten Koalition der zivilisierten Welt gegen die Bedrohung – zwar nicht durch Außerirdische, aber doch durch den jenseits der Zivilisation stehenden Terror und seine mutmaßlichen Unterstützer – imaginiert haben. Auch diese Vision verweist auf eine ‚gereinigte‘ Welt, in der die USA nach der Überwindung des Terrors, der letzten ‚Schurkenstaaten‘ und der ‚Achse des Bösen‘ an der Spitze einer integrierten Weltgemeinschaft stehen könnten.

Das eindringlichste Bild dieses Szenarios ist ohne Zweifel der Auftritt des fiktiven Präsidenten Thomas J. Whitmore, der im frühen Morgengrauen auf einem amerikanischen Militärflughafen eine Ansprache an die Truppen hält. Die Szene ist eingeleitet durch eine Einstellung, in der das Sternenbanner auf einem Wachturm weht und so den national-patriotischen Rahmen setzt. Der Präsident, hier noch durch seine Kleidung (Jacke, Hemd, Krawatte) als Zivilist gekennzeichnet, beschwört bei dieser Ansprache die politische Semantik des amerikanischen Nationalfeiertags, des *Independence Day* am 4. Juli, an dem ein Flugzeuggeschwader zum Kampf gegen die Außerirdischen aufbrechen soll. Dieser Feiertag solle, so die Rede, zu einem Unabhängigkeitstag für die gesamte Menschheit werden, da diese am 4. Juli nun ihre Existenz gegen den Angriff von Außen verteidigen müsse:

«Good morning. In less than an hour, aircraft from here will join others from around the world. And you will be launching the largest aerial battle in the history of mankind. ‚Mankind. That word should have new meaning for all of us today. We can’t be consumed by our petty differences anymore. We will be united in our common interests. Perhaps it’s fate that today is the Fourth of July, and you will once again be fighting for our freedom... not from tyranny, oppression, or persecution... but from annihilation. We are fighting for our right to live. To exist. And should we win the day, the Fourth of July will no longer be known as an American holiday, but as the day the world declared in one voice: We will not go quietly into the night! We will not vanish without a fight! We’re going to live on! We’re going to survive! Today we celebrate our Independence Day!»

22 Zum utopischen Potential von Unterhaltungswelten siehe die Analysen von Richard Dyer: *Entertainment and Utopia*. In: Rick Altman (Hg.): *Genre: The Musical. A Reader*. London u.a. 1981, S. 175–189.

23 Die Vorstellung von Armageddon und dem letzten apokalyptischen Gefecht ist in den konservativ-christlichen Kreisen der USA weit verbreitet; sie wurde u.a. durch Ronald Reagan als Präsident rhetorisch genutzt, um den Kampf gegen das «evil empire» der Sowjetunion zu rechtfertigen; vgl. dazu Andreas Dörner: *Zur rhetorischen Konstruktion politisch-kultureller Identitäten. Selbst- und Fremdbilder in zwei Reden Ronald Reagans*. In: Paul Goetsch, Gerd Hurm (Hg.): *Die Rhetorik amerikanischer Präsidenten seit F. D. Roosevelt*. Tübingen 1993, S. 285–305 und Victor Trimondi, Victoria Trimondi: *Krieg der Religionen. Politik, Glaube und Terror im Zeichen der Apokalypse*. München 2006.



Abb. 1: INDEPENDENCE DAY: Präsident Whitmore am Ende seiner Rede vor dem Flugeinsatz

Die Botschaft dieser kurzen Rede ist durch die Verknüpfung des Militäreinsatzes mit dem amerikanischen Nationalfeiertag klar formuliert: Rettung kann die Welt nur dann erfahren, wenn sie sich unter Führung der USA zusammenfindet, alle Unterschiede und internen Konflikte ausblendet und mit Waffengewalt gegen den äußeren Feind kämpft. Genau dies stellte später auch die Rhetorik dar, mit der Präsident Bush den Feldzug gegen den Irak inszenieren wollte – nur dass an die Stelle der Außerirdischen vermeintlich hochgerüstete Araber gerückt waren.

Die Kamera fährt während der Rede über die Gesichter der Zuhörer, und diese Kamerafahrt bietet eine visuelle Integrationsutopie an: zunächst für die Gesellschaft der USA, weitergehend aber für die gesamte Welt: Hier finden sich Alte und Junge, Schwarze und Weiße, Hispanics and Menschen asiatischer Herkunft, Männer und Frauen, biedere Bürger und Motorradfreaks, Etablierte und Angehörige der Alternativkultur zusammen. Und alle brechen am Ende der Rede, das musikalisch von einem orchestralen, pathetisch-hymnischen Crescendo untermalt ist, in einen Begeisterungsturm der Kampfbereitschaft aus (Abb.1).

Die entscheidende Pointe der Szene wird jedoch in der Nachfolgesequenz geliefert. Der Präsident nämlich begnügt sich nicht mit seiner Rolle als Rhetor und ‹Cheerleader› der Nation, eine Rolle, die in den 1980er Jahren vor allem der ‹große Kommunikator› Ronald Reagan aufgeführt hatte. Zum Entsetzen der eigenen Generalität zieht sich der Präsident, ein ausgebildeter Kampfflieger, selbst die Fliegermontur an und geht zu seinem Jet, um an vorderster Front seine Truppen anzuführen. Der politische Führer ist damit nicht mehr länger nur Redner und Stratege, sondern er wird zum Akteur, der die eigenen Worte auch selbst in die Tat umsetzt. Dieses Bild hat das amerikanische Publikum besonders tief beeindruckt. Es stellte eine Brücke her zwischen dem Charisma des Präsidentenamtes und jener



Abb. 2: INDEPENDENCE DAY: Präsident Whitmore nach dem Einsatz im Kreis von Kameraden

faszinierenden Welt der Kampfflieger, die Tom Cruise zehn Jahre zuvor zu rockigen Rhythmen in *TOP GUN* so erfolgreich dargeboten hatte, dass die Zahl der freiwilligen Meldungen zur US Navy umgehend hochschnellten.<sup>24</sup> Die US-amerikanische Nation griff begierig auf solche Bilder der militärischen Stärke zurück, um ihr Vietnam-Trauma überwinden und sich in neue außenpolitische Auseinandersetzungen begeben zu können.

Nach erfolgreich beendeter Mission gegen die Außerirdischen lässt sich Präsident Whitmore im Kreise von siegreichen, ausgelassen fröhlich auftretenden Kameraden sehen (Abb.2).

Der Präsident agiert als Soldat, das ist die Botschaft dieser Bilder. Erfolgreiches politisches Handeln wird hier mit erfolgreichem militärischem Handeln in eins gesetzt – ein Handeln, das der Oberste Befehlshaber nicht nur aus der sicheren Distanz der Kommandozentrale heraus vorführt, sondern im Fronteinsatz als Kampfflieger. Diese Perspektive stellt ein visuelles Konstrukt aus der Unterhaltungskultur der 1990er Jahre dar, das später gleichsam als Instrument symbolischer Politik für reale politische Akteure in der Medienöffentlichkeit zur Verfügung stand.

### 3. Die Fiktion als Realität

Kein Wunder also, dass die symbolpolitischen Strategen des Weißen Hauses gerne auf eine solche visuelle Infrastruktur zurückgriffen, als es darum ging, den Präsidenten im Kontext des Irak-Kriegs als erfolgreichen *Commander in Chief* zu inszenieren und der Weltöffentlichkeit wie der eigenen Nation sinnlich fassbar vor

<sup>24</sup> Siehe dazu die Ausführungen von Douglas Kellner: *Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*. London, New York 1995, S. 75ff.



Abb. 3: Präsident Bush auf der Naval Air Station North Island am 1. Mai 2003 (Pressefoto, vertrieben vom White House)

Augen zu führen, dass der Präsident nicht nur redet, sondern auch handelt.

Es ist der 1. Mai 2003, und die Aufgabe für den Amtsinhaber George W. Bush besteht darin, nach der erfolgreichen Invasion amerikanischer Truppen in den Irak das Ende der Kampfhandlungen zu verkünden.<sup>25</sup> Die Invasion hatte stattgefunden in deutlichem Bezug auf die Anschläge des 11. September und den daraufhin verkündeten «Krieg gegen den Terror». Mit allen Mitteln der kriegsvorbereitenden Propaganda hatte die US-amerikanische Administration den Angriff auf den Irak, der angeblich ein gewaltiges Arsenal an Massenvernichtungsmitteln besaß, legitimierend vorbereitet. Nun galt es,

nachdem die unmittelbare Gegenwehr der regulären irakischen Truppen überwunden war, den Erfolg der Militäraktion einer vielfach noch immer skeptischen und kritischen Öffentlichkeit zu «verkaufen». Und so konnte Bush nun verkünden: «Major combat operations in Iraq have ended. In the battle of Iraq, the United States and our allies have prevailed.»<sup>26</sup> Es ging darum, den «Sieg als Bild» zu inszenieren.<sup>27</sup>

Als Setting des wie eine Filmsequenz inszenierten Auftritts wurde der amerikanische Flugzeugträger *USS Lincoln* gewählt. Hier konnte Präsident Bush nicht nur imagefördernd direkt zu den Truppen sprechen, sondern es konnte auch ein eindrucksvoller Auftritt konstruiert werden, der das populäre Bild des handelnden

25 Zur Inszenierungspolitik der Präsidentschaft Bush im Kontext des Irak-Krieges siehe, mit kritischer Ausrichtung, Marcy Wheeler: *Anatomy of Deceit: How the Bush Administration used the Media to Sell the War*. Berkeley 2007; Jim A. Kuypers: *Bush's War: Media Bias and Justifications for War in a Terrorist Age*. Lanham u. a. 2006 sowie Ben Fritz, u. a.: *All the President's Spin: George W. Bush, the Media, and the Truth*. New York u. a. 2004.

26 Siehe die Dokumentation auf CNN.com, «Bush makes historic speech aboard warship», unter: [www.cnn.com/2003/US/05/01/bush.transcript/](http://www.cnn.com/2003/US/05/01/bush.transcript/) (Zugriff am 9.12.2008).

27 Vgl. Gerhard Paul: Der «Pictorial Turn» des Krieges. Zur Rolle der Bilder im Golfkrieg von 1991 und im Irakkrieg von 2003. In: Barbara Korte, Horst Tonn (Hg.): *Kriegskorrespondenten: Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden 2007, S. 113–136, S. 125.



Abb. 4: Präsident Bush im Kreise von Besatzungsmitgliedern der USS Lincoln am 1. Mai 2003 (Pressefoto, vertrieben vom White House)

Präsidenten aus INDEPENDENCE DAY gleichsam in direktem Zitat übernahm. Bushs Stab hatte es nämlich vermieden, den Präsidenten wie sonst üblich per Helikopter an den Schauplatz des Geschehens einfliegen zu lassen. Stattdessen flog der Oberste Befehlshaber, der zwar eine Fliegerausbildung, aber keine Fronterfahrung hat, auf dem Kopilotensitz eines Kampffjets vom Typ S-3B Viking auf die USS Lincoln. Die Bilder vom Anflug und der Landung des Jets in der vormittäglichen Sonne eröffneten deutliche Parallelen zu den ästhetisierten Bildern der Marineflieger aus TOP GUN.

Vor allem aber die späteren Pressefotos und Bildübertragungen in den Nachrichten machten deutlich, dass der Präsident in seiner Montur als Kampfflieger in die visuellen Fußstapfen des fiktionalen Filmpräsidenten Whitmore aus INDEPENDENCE DAY treten sollte (Abb.3).

Dieses Pressefoto, das vom Weißen Haus um die gesamte Welt geschickt wurde, zeigt den Präsidenten auf der Naval Air Station North Island in San Diego, an der Seite von Pilot Lt. Ryan Philips zur Maschine gehend und zur Seite hin grüßend. Er posiert hier nicht für die Kamera, sondern wird *in action* dargestellt, konzentriert auf die Sache und den kommenden «Einsatz». Ein solches Bild hat beste Chancen, bei der heimischen Bevölkerung gut anzukommen. Der Präsident erscheint hier nicht als Redner, sondern als Handelnder, der bereit ist, den Kampffjet zu besteigen – auch wenn in diesem Fall alle wissen, dass der Flug nicht an die Front und zu einem Kriegseinsatz

führt, sondern zum eigenen Flugzeugträger, der wenige Meilen vor der heimischen Küste kreuzt. Die Nutzung der Ikonografie aus INDEPENDENCE DAY ist unübersehbar. Ein solcher Rückgriff auf Material der Unterhaltungskultur wird in den USA goutiert, solange die Inszenierung stimmig und einigermaßen glaubwürdig wirkt.

Später, nach der Landung auf der USS Lincoln, wird dann doch noch für die Kamera posiert (Abb.4):

Der Präsident zeigt sich Seite an Seite mit einfachen Soldaten, Mitgliedern der Flugzeugträger-Crew, die den Auftritt vor der Weltöffentlichkeit sichtlich genießen. Der *Commander in Chief* ist hier, wie der fiktive Präsident Whitmore, ein Teil der Truppe, ein *primus inter pares*, der den Weg an die Front nicht scheut und immer einsatzbereit ist, um das Wohl des Landes militärisch zu wahren. Das fröhliche Lachen der Akteure ist bestens geeignet, die für Politainment-Effekte so wichtige *Feel-Good*-Stimmung zu produzieren.<sup>28</sup> Es ist das Lachen der Sieger im Gefühl, das Schlimmste dieses Kriegseinsatzes halbwegs ungeschoren hinter sich gebracht zu haben. Man schaut zufrieden und optimistisch in die Kamera. Auch dieses Bild wurde vom Weißen Haus verbreitet,<sup>29</sup> um dem Publikum zu zeigen, dass die umstrittene Intervention im Irak zu einem schnellen und guten Ende geführt wurde.

Diese Stoßrichtung wird noch verstärkt durch ein weiteres Detail der Gesamtszenierung, das später bei der Rede Bushs auf dem Flugzeugträger sichtbar wird. Der Präsident tritt hier wieder staatsmännisch in Zivil auf. Die Inszenierung ist sozusagen *invers* zu INDEPENDENCE DAY strukturiert: Aus dem Kämpfer ist nun, nach erfolgreich beendetem Einsatz, wieder der Zivilist geworden.

Während der Ansprache, in der das Ende der Kampfhandlungen verkündet wird, ist im Hintergrund deutlich ein riesiges Transparent sichtbar, das vom Turm des Flugzeugträgers herunterhängt. Auf diesem Transparent ist, vor dem Hintergrund des Sternenbanners, die Aussage «Mission accomplished» zu lesen (Abb.5).

Mit diesem Spruch wird nochmals gleichsam offiziell bestätigt, dass der militärische Einsatz erfolgreich und die gesamte Aktion damit im Prinzip abgeschlossen sei. Auch wenn Bush in seiner Rede selbst darauf hinweist, dass noch viel Arbeit zu tun bleibe, erweckte der Slogan auf dem Transparent den Eindruck, mit der Militäraktion sei das Gesamtproblem Irak behoben und somit auch in gewissem Maße Genugtuung für die Demütigung vom 11. September 2001 erlangt worden. Noch Jahre später wurde Bush in der Öffentlichkeit diese symbolpolitische Aktion angesichts stets weiter steigender Opferzahlen bei den Besatzungstruppen immer wieder als zynische Lüge vorgeworfen.

Die Anleihen bei unterhaltungskulturellen Vorbildern dienen zur Konstruktion eines neuen, Zuversicht schaffenden Images des Präsidenten als erfolgreichem Kämpfer. Wie sehr der gesamte Auftritt Bestandteil eines wohlüberlegten Kalküls war, erhellen zwei Details: Das Weiße Haus setzte zunächst auf Nachfragen der Presse Verlautbarungen ab, die das Banner «Mission accomplished» als spontane Aktion

28 Siehe dazu Dörner 2001 (wie Anm. 1), S. 57ff.

29 Siehe <http://www.whitehouse.gov/news/releases/200305/images/> (Zugriff am 9.12.2008).



Abb. 5: Präsident Bush bei seiner Ansprache auf der USS Lincoln (Pressefoto, vertrieben vom White House)

der Schiffsbesatzung erscheinen lassen sollten. Später musste man einräumen, dass das Transparent, finanziert von Sponsoren, durch das Weiße Haus selbst in Auftrag gegeben worden war. In die gleiche Richtung weist ein weiterer Punkt: Das Weiße Haus hatte zunächst für die Presse eine pragmatische Notwendigkeit als Grund des Transports per Kampfjet vorgeschoben: Angeblich lag der Flugzeugträger so weit vor der Küste, dass eine Landung per Hubschrauber nicht möglich gewesen wäre. Später musste man einräumen, dass die Entfernung deutlich geringer war. Üblichen Protokollen entsprechend hätte Bush, wie alle seine Vorgänger auch, zivil und unspektakulär per Helikopter einschweben müssen. Dann aber wäre das charismatische Potential der kämpferischen Bilder aus INDEPENDENCE DAY und TOP GUN symbolpolitisch ungenutzt geblieben. Die spätere kritische Diskussion zu den Bildern in den Printmedien hat der amerikanische Durchschnittszuschauer ohnehin nicht mitbekommen. In seinem visuellen Gedächtnis blieben die eindrucksvollen Bilder haften. Erst viel später, als die Zahl der amerikanischen Kriegsoffer immer größer wurde, die finanziellen wie menschlichen Kosten des Irakfeldzugs unaufhaltsam anstiegen und sich mit den vielen Heimkehrern ähnliche Dramen abspielten wie zu Zeiten des Vietnamkriegs, erst da wendete sich die visuelle Politik des Präsidenten in ihr Gegenteil. Was einstmals charismatisch erschien, bekam nun die Wirkung einer zynischen und menschenverachtenden Geste. Das deutliche Wahlergebnis im Herbst 2008 zugunsten von Barack Obama erscheint vor diesem Hintergrund auch wie eine Abrechnung mit einem Polit-Schauspieler, von dem sich das Volk am Ende seiner Amtszeit betrogen fühlte.