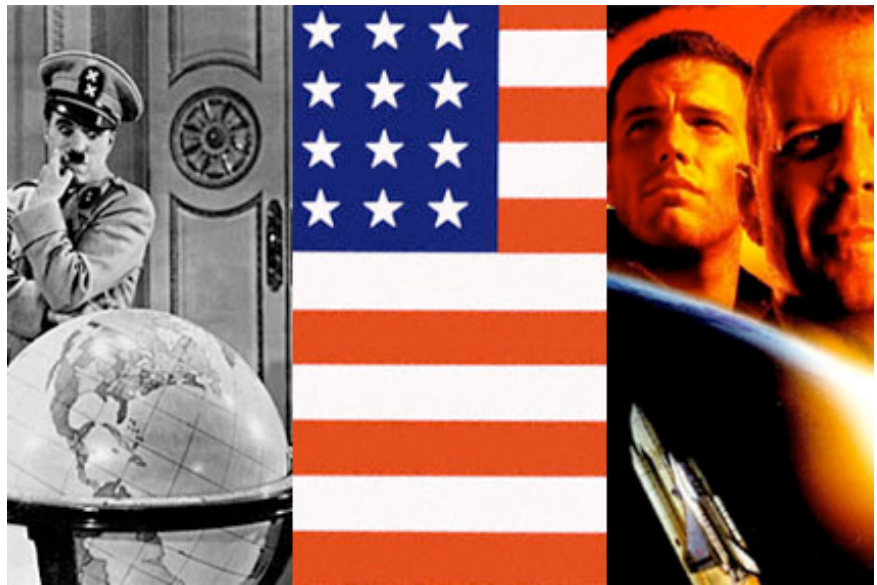


Propaganda im US-amerikanischen Spielfilm



von Lisa von Hilgers

„Ich mag Marshall Mc Luhans Definition des Films als einer ‚Geisterstadt, bevölkert von Truggestalten‘. Die letztlich banale Idee von Täuschung, Vorspiegelung falscher Tatsachen und Propaganda entfaltet sich im Hell-Dunkel des Films mit so viel Poesie und Treffsicherheit, dass sich hinter den ‚Truggestalten‘ auf filigrane Weise zu erkennen gibt, worum es eigentlich geht: um Ideologie natürlich.“

(Ignacio Ramonet, im ersten Kapitel von „Liebesgrüße aus Hollywood - Die versteckten Botschaften der bewegten Bilder“, Zürich 2000)

Begleitendes Unterrichtsmaterial für Lehrerinnen und Lehrer zum Thema "Propaganda im US-amerikanischen Spielfilm"

Zum Einsatz im Unterricht

Altersstufe: ab 9. Schulstufe

Fächer: Politische Bildung, Englisch, Deutsch, Geschichte und Sozialkunde, Geographie und Wirtschaftskunde, Religion und Ethik, Bildnerische Erziehung

Themen: Propaganda, Manipulation, Beeinflussung, Klischees, Geschlechterrollen, Medienkritik, kulturelle Phänomene

Hinweis:

Die einführenden Texte sind als Diskussionsanregung und zur Information für die Lehrpersonen gedacht, die anschließenden Fragestellungen und Übungen richten sich an die SchülerInnen.

Inhalt des Begleitmaterials:

1. Definition Propaganda
2. Einführung
3. Propaganda in der Satire:
 - „Der große Diktator“
 - „Wag the Dog“
4. Propaganda im Actionfilm:
 - „Top Gun“
5. Propaganda im Katastrophenfilm:
 - „Armageddon“
 - „Independence Day“
6. Propaganda in unseren Medien
7. Kurzbiographie Lisa von Hilgers
8. Hilfreiche Weblinks und Literaturtipps

I. | Definition Propaganda

Im Folgenden finden Sie zwei Definitionen von Propaganda.

a. | "Politiklexikon für junge Leute":

„Das lateinische Wort propagare heißt auf Deutsch erweitern oder ausdehnen. Propaganda bedeutet die gezielte und systematische Verbreitung von politischen Ideen, Weltanschauungen oder Meinungen. Bei politischer Propaganda geht es auch um die Manipulation von Meinungen und Einstellungen. Deshalb hat der Begriff Propaganda einen deutlich negativen Beigeschmack und wird häufig mit Diktaturen in Verbindung gebracht. Unter dem Nationalsozialismus gab es ein eigenes Ministerium für Volksaufklärung und Propaganda. Dort wurde auch massiv Propaganda für den Krieg gemacht. Wahlwerbung wird manchmal als Propaganda bezeichnet. Dies geschieht meist dann, wenn man die Wahlwerbung politischer Gegner bzw. Gegnerinnen schlecht machen möchte.“

Vgl.: <http://www.politik-lexikon.at/propaganda/>

b. | "Das Politiklexikon":

„(lat.) Propaganda bezeichnet die schriftliche, mündliche oder anderweitige, neuerdings auch elektronische (Internet) Verbreitung (politischer, religiöser etc.) Überzeugungen, oft in Verbindung mit weiterer persönlicher Überzeugungsarbeit. Der Begriff Propaganda hat (ebenso wie Agitation, Indoktrination) einen negativen Unterton und wird oft mit den politischen Manipulationen autoritärer und totalitärer Regime in Verbindung gebracht (z.B. dem nationalsozialistischen "Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda" J. Goebbels).“

Vgl.: Schubert, Klaus/Martina Klein: Das Politiklexikon, 4., aktual. Aufl. Bonn: Dietz 2006.

2. | Einführung

Als gezielte und organisierte Verbreitung einer bestimmten (politischen, religiösen) Überzeugung oder Ideologie lässt sich Propaganda oft schwerer erkennen als gewöhnliche Produktwerbung. Propaganda zielt in der Regel darauf ab, möglichst unterschwellig die öffentliche Meinung zu beeinflussen oder zu manipulieren. Informationen werden auf subtile Weise verzerrt dargestellt und die Trenn-Unschärfe zwischen Information und Ideologie gezielt ausgenutzt.

Als KonsumentInnen von (Spiel- und Dokumentar-) Filmen, Printmedien und Internet sind wir unter Umständen auch dort mit Propaganda bzw. mit einer gewollten Verzerrung der Wirklichkeit konfrontiert, wo wir eigentlich nur gut unterhalten oder sachlich informiert werden möchten.

So geschieht beispielsweise allein durch die Reihung/Länge der Beiträge in den Nachrichten eine subjektive Gewichtung der „objektiven“ Informationen. Auch eine Inszenierung von Bildern kann gezielt dafür genutzt werden, um eine bestimmte Haltung bei der Rezipientin/

beim Rezipienten hervorzurufen (z.B. die Herstellung von Popularität und Sympathie, wenn sich Politiker mit Kindern auf Wahlplakaten präsentieren oder die Einblendung von Familienfotos im Hintergrund während Interviews). Propaganda zielt somit immer auf bestimmte Gefühle der KonsumentInnen ab. Erreicht wird dies besonders gut mithilfe von Bildern, die bestimmte Stimmungen erzeugen, insbesondere dann, wenn dies unbewusst vor sich geht (z.B. durch bestimmte Lichtverhältnisse, Kamerapositionen, Unterlegung von Musik etc.)

Als eine der omni-präsentesten und prägendsten Phänome der gegenwärtigen Unterhaltungsindustrie liegt der Fokus im vorliegenden Unterrichtsmaterial auf dem **US-amerikanischen Spielfilm**.

Untersucht werden vor allem Merkmale einzelner Filmgenres und die Ideologien, Haltungen und Weltanschauungen, die mittels dieser Filme zum Ausdruck kommen.

Handlungsspezifische Aspekte werden hierbei weniger berücksichtigt, da die hier herausgegriffenen Filmszenen in erster Linie als Exempel für bestimmte Erscheinungsformen der Propaganda dienen sollen. Eine dadurch erreichte Veranschaulichung der Methoden der Propaganda erlaubt es den RezipientInnen, ähnliche Muster auch in anderen Filmen bzw. Medien zu identifizieren und zu durchschauen.

Auf Basis der Cultural Studies (siehe "filmABC-Einführungsheft"/ http://www2.mediamanual.at/pdf/filmabc/01-filmabc_mat_einfuehrung.pdf) bietet es sich in diesem Kontext an, auch die Entstehungszeit der vorgestellten Filme mitzuberechnen.

Zur besseren Übersicht sind die einzelnen **Methoden der Propaganda** in grün gehalten.

Als Anschauungsbeispiele werden folgende Filme im Material behandelt:

- „Der große Diktator“ (1940, Satire)
- „Wag the Dog“ (1997, Satire)
- „Top Gun“ (1986, Actionfilm)
- „Armageddon“ (1998, Katastrophenfilm)
- „Independence Day“ (1996, Katastrophenfilm)

3. | Propaganda in der Satire

Als Satire bezeichnet man ein Werk, das durch Übertreibung, Ironie und Spott an Personen oder Dingen (Zuständen, Gesellschaftsschichten, Unsitten, Anschauungen, Ereignissen, künstlerischen Werken etc.) Kritik übt, sie der Lächerlichkeit preisgibt und dadurch die in einer Gesellschaft vorherrschenden Zustände mit bissigem Witz anprangert.

Die Strategie der Verspottung wird durch folgende Stilmittel erreicht:

- Reduzierung des zu verspottenden Objekts auf seinen negativen Kern
- Etablierung einer Gegenüberstellung verschiedener gesellschaftlicher Ebenen, die sich gegenseitig kommentieren und entlarven
- Verlagerung bestimmter Verhaltensformen in Zusammenhänge, die absurd und unsinnig werden
- Übertreibung bestimmter Charakteristiken

Die Erzählformen der Satire können beißenden Spott, schwarzen Humor, Sarkasmus oder Ironie und gelegentlich bitteren Zynismus umfassen. Anders als die Komödie hat die Satire nicht das befreiende oder versöhnende Lachen zum Ziel, sondern die Einsicht des Publikums in die Fehler oder Lächerlichkeiten des Systems. Zudem nimmt die Satire deutlichen Bezug auf die kritisierte Wirklichkeit, auch wenn sie oft geschickt verkleidet bzw. entstellt ist. Insofern ist sie weniger fiktional als die Komödie und wird nur einem Publikum verständlich, das diese Wirklichkeit auch kennt. Die Satire verzichtet bewusst auf psychologische Konfliktentwicklungen und erschwert die Möglichkeit emotionaler Identifikation.

Vgl.: <http://www.bender-verlag.de/lexikon/lexikon.php?begriff=Satire>

Fragestellungen:

- *Nenne die Merkmale einer Satire! Was für eine Rolle spielt hierbei die eigene Meinung des Regisseurs/ der Regisseurin?*
- *Nenne die Unterschiede zwischen einer Komödie und einer Satire! Bei welchen der beiden lacht man über den Protagonisten und bei welchen lacht man mit dem Protagonisten?*
- *Welche Satiren kennst du? Welche davon findest du gut und warum?*

„Der große Diktator“

Charles Chaplin, USA 1940, Satire

„Was das Komische an Hitler betrifft, möchte ich nur sagen, dass es, wenn wir nicht ab und zu über Hitler lachen können, noch viel schlechter um uns bestellt ist als wir glauben. Es ist gesund zu lachen, auch über die dunkelsten Dinge des Lebens, sogar über den Tod. (...) Lachen ist ein Stärkungsmittel, Lachen erleichtert; Lachen ist eine Atempause, die es ermöglicht, den Schmerz auszuhalten.“

Charlie Chaplin; New York Times, 1940

Zwei Szenen, die hier herausgegriffen werden:

1.) Gespräch zwischen Hynkel, Garbitsch und Napaloni

(Kap. 17, 01:29:45 – 01:34:55)

auch zu finden auf YouTube (engl., mit rumän. Untertiteln):

<http://www.youtube.com/watch?v=UN6QHICs7Gs&feature=related>



Bilder: YouTube

Inhalt/Thema:

Propagandaminister Garbitsch (Goebbels) erklärt Hynkel (Hitler), wie er mittels eines geschickten Auftretens anderen Staatsleuten gegenüber Überlegenheit demonstriert. Da die Unterweisungen des Propagandaministers bei seinem Schützling fruchtlos bleiben bzw. Gegenteiliges bewirken, wird Hynkel der Lächerlichkeit preisgegeben; durch seine Ungeschicktheit und Unbeholfenheit macht er sich zum Narren. Im Anschluss an das Gespräch mit dem italienischen Staatsmann sollen Hynkel und Napaloni (Mussolini) rasiert werden; auf dem verstellbaren Frisierstuhl versuchen die beiden Staatsmänner sich gegenseitig zu übertrumpfen, was deren Anspruch auf Macht, Größe, Potenz, Stärke, Einfluss verbildlicht.

2.) „Erdkugelszene“, auch zu finden auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=IjOuoyoMhj8>



Bild: YouTube

Inhalt/Thema:

Hynkel tanzt mit einem aufgeblasenen Ballon in Gestalt einer Erdkugel; durch seinen selbstverliebten Gesichtsausdruck wirkt Hynkel lächerlich und närrisch. Überspitzt angedeutet werden Hynkels Größenwahn und Selbstüberschätzung.

Der Führerkult ist somit Thema beider Szenen. Während sich aber das NS-Regime gezielt Methoden der Propaganda bediente, um eine Überhöhung Hitlers zu erzielen, wird im Film die Darstellung seiner Person ins Gegenteil verkehrt und Hitlers Persönlichkeit mit Stilmitteln der Ironie demaskiert.

Fragestellungen:

- Beschreibe die beiden Szenen!
- Wie wird Hynkel im Gespräch mit Garbitsch bzw. Napaloni (Beispiel 1) und beim Tanz mit der Erdkugel (Beispiel 2) dargestellt?
- Welche Stilmittel tragen dazu bei, dass die Hauptperson (Hynkel) der Lächerlichkeit preisgegeben wird?
- Findest du, dass Humor bei der Darstellung von Hitler erlaubt ist? Wann „darf“ gelacht werden? Wo verläuft für dich die Grenze zwischen Ironie und Geschmacklosigkeit?
- Siehst du eine Kritik im Film „Der Große Diktator“ widergespiegelt? Wenn ja, was oder wer wird hier kritisiert?

„Wag the Dog - Wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt“

Barry Levinson, USA 1997, Satire

„Genauso perfekt wie dieser Medienkrieg läuft der Film ab, dessen geradezu heimtückische Dramaturgie uns von Anfang an zu Mitverschwörern macht und zeigt, dass im Kino nichts über unterhaltsame Lügen geht.“

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20. März 1998

Den Trailer des Films finden Sie auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=EnSauj2855M&feature=related>

Die Szene, die hier besprochen wird, finden Sie auf YouTube: („Filmstudio-Szene“)

<http://www.youtube.com/watch?v=gNDmDZi05dY&feature=related>



Bilder: YouTube

Inhalt/Thema:

Um vor den anstehenden Neuwahlen von einer Sexaffäre des amerikanischen Präsidenten abzulenken, inszeniert ein Berater zusammen mit einem Filmproduzenten einen Krieg in Albanien. Da keine Aufnahmen aus dem Kriegsgebiet existieren, werden diese im Filmstudio nachgestellt. Im Filmstudio wird eine rennende junge Frau mit einer Katze im Arm vor einem Bluescreen* aufgenommen. Via der „Village Library“ wird die Kulisse – ein albanisches Dorf - nachträglich hinzugefügt, wodurch der Eindruck entsteht, dass die Frau

gerade flüchtet und nach rettendem Unterschlupf sucht. Unterlegt wird die Szene mit Tönen, die Bombardierung und Schreie simulieren.

Die Szene wird Stunden später in den Nachrichten gesendet und die Öffentlichkeit davon überzeugen, dass die USA rechtmäßig in einen Krieg einschreiten muss, um wehrlose Zivilisten vor Rebellen zu schützen.

Der Film setzt sich somit kritisch mit der Frage auseinander, inwieweit die Öffentlichkeit durch Medien und Propaganda manipulierbar ist.

Fragestellungen:

- *Beschreibe die Filmstudio-Szene! Was findet real statt, was wird im Nachhinein mithilfe der Technik hinzugefügt?*
- *Inwiefern geht es im Film um die Manipulierbarkeit der Öffentlichkeit?*
- *Wer oder was wird im Film „Wag the Dog“ kritisiert bzw. demaskiert? Welche Rolle spielt dabei die allzu gutgläubige Öffentlichkeit und die Macht, die von den Medien ausgeht?*
- *Glaubst du, dass auch unsere Medien (Internet, Zeitung, TV-Nachrichten, Dokumentationen etc.) Informationen enthalten, die manipuliert sind? Nenne Beispiele solcher Informationen!*

* Bluescreen, auch „Blue-Box-Technik“ genannt, ist ein Verfahren der Film- bzw. Fernsehtechnik, das es ermöglicht, Gegenstände oder Personen nachträglich vor einen Hintergrund zu setzen, der entweder eine reale Filmaufnahme - z. B. Landschaft - oder eine Computergrafik - z. B. Hintergrund bei Nachrichtensendungen - enthalten kann.

4. | Propaganda im Actionfilm

Der Actionfilm (engl. action: Tat, Handlung) ist ein Filmgenre des kommerziellen Unterhaltungskinos. Etwaige „Subgenres“ sind Katastrophenfilme oder Science-Fictionfilme. Wichtigste Bestandteile beim Actionfilm sind spektakulär inszenierte Szenen (wie z.B. imposante Flugszenen bei „Top Gun“ oder beeindruckende Weltraumszenen in „Independence Day“ und „Armageddon“) begleitet von meist aufwendig gedrehten Stunts. Da bei diesem Genre Effekte eine der größten Rollen spielen, wird bei besonders spektakulären Szenen (z.B. Kampf-, Flugszenen) der Realitätsbezug genommen. Wichtig ist nicht, was "real" oder "echt" ist, sondern was visuell oder auditiv in besondere Erscheinung tritt.

Der Dualismus von Gut und Böse ist grundlegendes Thema von Actionfilmen. Meist fungiert hier der **Held** als Identifikationsfigur, da er im Kampf um Gerechtigkeit alle Gefahren auf sich nimmt und Prinzipien vertritt, die den moralischen und weltanschaulichen Grundlagen der westlichen Kultur entsprechen (Beschützen der Schwachen, Wiederherstellung von Gerechtigkeit bei erlittenem Unrecht, Verteidigung und Bewahrung familiärer Werte usw.).

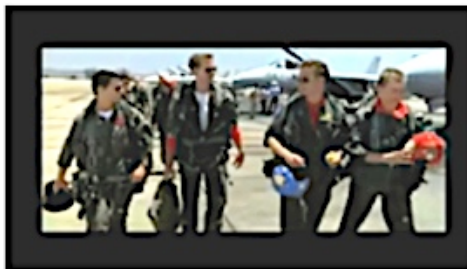
Fragestellungen:

- Nenne alle wichtigen Kennzeichen des Actionfilms! Was sind grundlegende Themen?
- Was fasziniert dich am Action-Kino? Nenne Merkmale, die dir besonders wichtig sind!
- Welche Eigenschaften vereint ein Held und welche Werte vertritt er in der Regel?
- Inwiefern werden die meisten Eigenschaften des Helden als "männlich" angesehen? Gehe hierbei auf die technischen Fähigkeiten der meisten Helden ein!
- Inwiefern spielen bei jeder Helden-Darstellung Klischees* (Begriffserklärung siehe unten) eine wichtige Rolle? Warum käme kein Action-Held ohne Klischees aus?

* Ein Klischee ist eine überkommene Vorstellung oder ein eingefahrenes Denkschema. Meist handelt es sich hierbei um ein stark beanspruchtes Bild (Stilmittel), das in Bezug auf Personen oder Objekte angewendet wird. Klischees transportieren immer eine bestimmte Idee und erfüllen gerade in den Medien eine wichtige Rolle, da sie bei uns ZuschauerInnen / KonsumentInnen auf Wiedererkennung stoßen.

„Top Gun – Sie fürchten weder Tod noch Teufel“

Tony Scott, USA 1986, Actionfilm



Bilder: YouTube

„Ein in verführerischen Bildkompositionen aufgelöstes Hohelied auf die militärische Gemeinschaft, die jungen Menschen Aufstieg, Erfüllung und ein hohes Maß an Abenteuerlichkeit bietet. Distanzlos und plakativ, in der auf ungebrochene Faszination setzenden Direktheit äußerst zwiespältig.“

Lexikon des internationalen Films, CD-ROM-Ausgabe, Systema, München 1997

Den Trailer des Films finden Sie auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=rb2UY2reOZc>

Lieutenant Pete "Maverick" Mitchell (Tom Cruise) und sein Co-Pilot Nick "Goose" Bradshaw werden von ihren Vorgesetzten auf die Fliegereliteschule Top Gun geschickt. Dort müssen sie als Navy-Kampfpiloten im Wettbewerb mit den talentiertesten Fliegern der USA zeigen, dass sie die Besten sind.

Neben den Anforderungen innerhalb der Kampfpilotausbildung werden im Film vor allem die Vorzüge der Navy bildgewaltig vorgeführt: Die Zelebrierung der Gemeinschaft und der Reiz der Abenteuerlichkeit.

Im Film lassen sich wiederholt Szenen wiederfinden, in denen die imposanten Flugformationen und Maschinen der Kampffjetpiloten zu sehen sind. Während in Kriegsfilmen Not, Elend und Leid Themen sind, werden in „Top Gun“ vor allem die „sauberen“ Seiten des Krieges gezeigt. Im Kontrast zu den bebenden Motoren und stahlgrauen Kampffjets stehen die warmen Farbtöne des Himmels, die eine romantisierende Atmosphäre vermitteln. Die Rauchschwaden am Flugzeugträger unterstreichen diese Stimmung. Die Flugszenen in der Luft vermitteln dem/der ZuschauerIn die Leichtigkeit des Fliegens und demonstrieren die technische Überlegenheit der Maschinen.

Einen Zusammenschnitt der besagten Szenen finden Sie auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=WplazkOqBVc>

Unterlegt ist der Zusammenschnitt mit dem mehrfach Preisgekrönten Original-Soundtrack des Films „Take my breath away“ von der Gruppe Berlin.

Mittels **Ästhetisierung** und **Militainment** (Erklärungen s. unten) werden in diesen Szenen die Schönheit des Fliegens und der Fluggeräte vorgeführt. Das US-amerikanische Militär erfährt mittels dieser Inszenierung nicht nur eine ästhetische Überhöhung, sondern wird für den/die Zuschauenden mittels visueller und auditiver Effekte auch erlebbar gemacht.

Die Tatsache, dass die Herstellung des Films vom US-amerikanischen Verteidigungsministerium finanziell unterstützt wurde, lässt die Vermutung zu, dass hier gezielt versucht wurde, das Image des US-amerikanischen Militärs zu verbessern und dadurch bei jungen Männern das Interesse für das Militär wecken.

Ästhetisierung

Mittels Ästhetisierung wird ein Objekt/Geschehen (z.B. Krieg) schöner und reizvoller dargestellt als es in der Realität ist. Dadurch wird dem Objekt der Schrecken genommen, wodurch er für den/die BetrachterIn „annehmbar“ wird. Oft werden einzelne Elemente bewusst so gewählt bzw. gefilmt, dass sie bei der Rezipientin/ beim Rezipienten eher Faszination als Abschreckung auslösen. „Schöne“ oder „ansprechende“ Bilder erreicht man durch den Einsatz von Licht, Farben, Musik, bestimmte Kameraeinstellungen, die Anordnung der Bildobjekte oder die Verwendung von gemeinhin als „schön“ wahrgenommenen Bildmotiven aus Kunst, Natur, Alltag und Werbung.

Militainment

Militainment (Verbindung der Begriffe „Militär“ und „Entertainment“/Unterhaltung) ist die Zusammenarbeit zwischen Militär und Medienunternehmen bei der Produktion von Kriegsfilmen, -serien, -dokumentationen oder Computerkriegsspielen. Beide Seiten profitieren von diesem Zusammenschluss: Das Militär stellt die Ausrüstung für die Produktion zur Verfügung; die Medienmacher verpflichten sich im Gegenzug dazu, den Krieg in der vom Militär gewünschten Weise darzustellen. So wird der Krieg zum Schauplatz von Heldengeschichten, in denen das Militär ehrenvoll erscheint und andere Möglichkeiten als Krieg zur Lösung von Konflikten ausgeblendet werden. Diese Darstellungsweise trägt dazu bei, dass das Ansehen des Militärs und die gesellschaftliche Akzeptanz von Kriegen steigen. Weitere Filmbeispiele sind „Black Hawk Down“ (USA 2001) oder das Vietnamdrama „Wir waren Helden“ (USA 2002).

Vgl: Krieg in den Medien – Ein multimediales Angebot für Schule und Jugendarbeit. (DVD und Begleitheft, zu bestellen auf www.bpb.de). Hrsg. von der Bundeszentrale für politische Bildung u.a. 2008.

Übung

Recherchiert, was „Militainment“ genau bedeutet! Nennt Beispiele von „Militainment“ aus dem Film- und Videospiebereich!

Fragestellungen:

- Beschreibe, inwiefern die Szenen „militärisches Lebensgefühl“ vermitteln!
- Mit welchen filmischen Mitteln wird auch unser Gefühl angesprochen?
- Wie wirkt der Soundtrack „Take my breath away“ auf dich?
- Haben diese Szenen auch Ähnlichkeiten mit einem Werbeclip? Begründe deine Meinung!
- Was könnte der Grund dafür sein, das Militär als „ansprechend“ und „schön“ darzustellen zu wollen? Was wird mittels dieser Szenen inszeniert?

5. | Propaganda im Katastrophenfilm

Gegen Ende der 1990er Jahre wurde in den USA eine neue Generation von Katastrophenfilmen produziert, welche die Vorstellung verbreiteten, dass ein Jahrhundert oder Jahrtausend von fürchterlichen Geschehnissen, apokalyptischen Umwälzungen und bedeutungsvollen Katastrophen begleitet wird. Beispiele dieser Filme sind: „Daylight“ (1996), „Independence Day“ (1996), „Volcano“ (1997), „Armageddon“ (1998), „Deep Impact“ (1998), „Titanic“ (1998), „Der Sturm (2000) oder Serien wie „Akte X“ und „Millenium“. In diesem Material wird der Fokus auf „Independence Day“ und „Armageddon“ liegen.

Allgemeine Kennzeichen von Katastrophenfilmen:

- Eine Katastrophe stellt immer eine **unhintergehbare Herausforderung** für das Gemeinwesen dar. Sie verlangt Opferbereitschaft und die Mobilisierung aller Kräfte.
- Katastrophenfilme appellieren an **unsere tiefsten Ängste**. Häufige Themen sind: ein bevorstehender Weltuntergang, eine unheilbare Epidemie, eine große Plage, eine Bedrohung von „Außen“ (Weltraum...) etc.
- Die Katastrophe lässt als **dramaturgischer Effekt** immer auf sich warten (Werbung und Trailer stellen Katastrophe in den Mittelpunkt, um Aufmerksamkeit zu erzeugen). Parallelen zum Gedicht: „Katastrophe“ (aus dem griechischen) bedeutet: die letzte und entscheidende Wendung in einem Gedicht oder in einer Tragödie. Auch im Film wird die Katastrophe zum Dreh- und Angelpunkt, unterteilt die Handlung in „vor“, „während“ und „nach“ der Katastrophe.

Warum propagandistisch?

Katastrophenfilme - eine Unterkategorie des Actiongenres - sind nicht nur reine Unterhaltungsfilme, sondern vermitteln immer bestimmte Werte und Ideologien und transportieren politische Reaktionsweisen auf Krisensituationen.

Diese resultieren aus folgenden Merkmalen:

- In Katastrophenfilmen wird immer der „**Ausnahmezustand**“ deklariert; es wird Vorstellung manifestiert, dass die Gesetze der Demokratie gebrochen werden dürfen, sobald die Gesellschaft in die Krise gerät.
- Dabei wird eine klare **Rollenzuteilung** der **Exekutive** bzw. der **BürgerInnen** definiert:

- Da die Machtbefugnisse bei der Exekutive (d.h. Polizei, Armee oder ausgewählte Männer) liegen, wird die **Staatsmacht glorifiziert**. Repräsentanten der Exekutive nehmen BürgerInnen das Denken ab und legen die Maßstäbe für moralisches Handeln fest. Nur „Auserwählte“ (mithilfe entsprechender Technik) sind in der Lage, die drohende Katastrophe abzuwenden und die Gemeinschaft zu retten.

- Die **BürgerInnen werden infantilisiert**, im Unklaren gelassen und von der Entscheidungsfindung ausgeschlossen. Höchstens das Wissen von Spezialisten (z.B. Wissenschaftlern und Ingenieuren) ist in Einzelfällen gefragt. Die „NormalbürgerInnen“ müssen diszipliniert der „väterlich-fürsorglichen“ Autorität folgen.

- Figurenkonstellationen untermauern **Geschlechterklischees** (Männer nehmen meist die Rolle der Beschützer und Retter ein, Frauen und Kinder nehmen meist die Rolle der Schutzbedürftigen ein).
- **Antihelden** - „Durchschnittsmenschen“ - halten nationale und konservative Werte hoch, werden dafür belohnt und verehrt
- **Technische Errungenschaften** werden nicht hinterfragt, sondern verherrlicht.
- Aufbau eines **gemeinsamen Gefahren- bzw. Feindbildes**
- Katastrophenfilme beinhalten in der Regel das häufige Einblenden **nationaler Symbole** (wie z.B. das überdurchschnittlich häufige Einblenden der US-amerikanischen Flagge in „Armageddon“ als Verdeutlichung der Supermacht).

Vgl.: Ignacio Ramonet: Liebesgrüße aus Hollywood. Die versteckten Botschaften der bewegten Bilder. Zürich 2002.

Übung

Diskutiert anhand folgender Fragen, inwiefern Katastrophenfilme propagandistisch sind! Versucht für die Fragen passende Filmbeispiele zu nennen!

- Welche Bedeutung kommt in der Regel der Technik zu?
- Wie sind Geschlechterrollen definiert?
- Was sind die Merkmale der „Helden“? Welche Werte vermitteln sie?
- Worin liegt die Rolle der Exekutive (Staatsmacht)?
- Worin liegt die Rolle der „NormalbürgerInnen“?
-

Im Folgenden bietet es sich an, sowohl die „Rede des Präsidenten“ als auch die jeweiligen Schlusszenen („Rückkehr der Helden“) von „Armageddon“ und „Independence Day“ miteinander zu vergleichen.

„Armageddon“

Michael Bay, USA 1998, Katastrophenfilm / Action / Science Fiction

„(...) Die Welt - das sind selbstverständlich die USA. Da Hollywood-Blockbuster mittlerweile über die Hälfte des Gewinns auf Auslandsmärkten einfahren, dürfen in ARMAGEDDON immerhin Klischee-Franzosen und Moslems ein paar Sekunden lang für die Helden beten, aber das gesteht der Film ihnen auch nur in der Hoffnung zu, dass sie dann einsehen, wer die wahren Herren der Welt sind: "Freedom" und "Independence" heißen nicht umsonst die zur Rettung eilenden Raumschiffe (...).“

Vgl.: <http://www.artechock.de/film/text/kritik/a/armage.htm>



Bilder: YouTube

Den Trailer von „*Armageddon*“ finden Sie auf YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=iq6q2BrTino>

1. *„Rede Präsident“* (DVD Kap. 12, 01:00:26 – 01:02:41)

oder YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=SCJeR0UebR8&feature=related>

2. *„Schlusszene - Rückkehr der Helden“* (DVD Kap. 26, 02:13:00 – 02:18:00)

oder YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=SCJeR0UebR8&feature=related>

Inhalt/Thema:

Ein riesiger Asteroid rast mit enormer Geschwindigkeit auf die Erde zu. Ein Aufprall würde das Ende der Menschheit bedeuten. Nur 18 Tage bleiben NASA-Chef Truman, um etwas dagegen zu unternehmen. Kurzerhand heuert er den Ölbohrexperten – und späteren Helden - Stamper an. Er und sein Team werden im Schnellverfahren zu Astronauten ausgebildet.

1. „Rede Präsident“

Als die Menschheit über die Bedrohung aufgeklärt wird, wendet sich der amerikanische Präsident an die Gesamtbevölkerung. Während der Rede sieht man neben der geschlossenen Mannschaft die Einblendung verschiedener Volksgruppen, welche der Rede via Radio und TV gespannt folgen.

Im Folgenden ein Auszug aus der Rede:

„(...) Die Bibel bezeichnet diesen Tag als „Armageddon“, das Ende aller Tage. Wir stehen vor der größten Herausforderung überhaupt. Zum ersten Mal in der Geschichte des Planeten haben wir die Technologie, um unser eigenes **Auslöschen** zu verhindern. Dank unserer **Wissenschaft** und **Technik** haben wir die Möglichkeit, das Desaster zu besiegen.

Selbst die **Kriege**, die wir geführt haben, haben uns soweit gebracht, dass wir diese **Schlacht** gewinnen können. Über alles **Chaos** auf der Welt, über alle Kriege und **Ungerechtigkeiten**, gab es immer etwas, das uns getröstet hat und uns über unsere Art der Ursprünge hinauswachsen ließ, und das ist unser **Mut**. Nun ist der Zeitpunkt, wo wir die Welt vor dem **Untergang** retten können; **Gott** soll der Mannschaft beistehen bei ihrer wichtigen Mission. (...)"

Es folgt die Einteilung der Mannschaften in Raumschiff „**Freedom**“ und in Raumschiff „**Independence**“.

Sprachliche Verzerrung

Die Rede des Präsidenten ist ein Beispiel dafür, wie man anhand einer gezielten Wortwahl – z.B. mithilfe von „White Words“ bzw. „Black Words“ (Erklärung s. unten) - die Gefühle der Zuhörerschaft beeinflussen kann. Im Film bedient sich der Präsident Begriffen, die bei den ZuhörerInnen sowohl positive Assoziationen (durch Begriffe wie „Mut“, „Gott“, „Wissenschaft“ etc.) als auch negative Assoziationen (durch Begriffe wie „Auslöschen“, „Desaster“, „Schlacht“, „Ungerechtigkeiten“, „Untergang“) hervorrufen. Das Ziel besteht darin, vor der Zuhörerschaft ein klares **Feindbild** – „die Gefahr von Außen“ – zu kreieren und dadurch sein **Vorhaben zu legitimieren**.

„**White Words**“ schaffen Vertrauen in die Absichten des/der RednerIn. Hierzu zählen Begriffe wie: Demokratie, Freiheit, Gerechtigkeit, Vaterland, Kinder, Nation etc.

„**Black Words**“ unterstützen den Aufbau eines klaren Feindbildes. Hierzu zählen Begriffe wie: Diktator, Hass, Waffen, Terror(ismus), Unheil, Angst etc.

Quelle: Krieg in den Medien. 2008.

Fragestellungen:

- *Analysiere die Rede des Präsidenten in „Armageddon“! Welches Ziel verfolgt er? Welcher „White Words“ bzw. „Black Words“ bedient er sich, um seine Botschaft zu unterstützen?*
- *Welche Assoziationen lösen die Bilder aus, die während der Rede des Präsidenten zu sehen sind? Inwiefern verstärken sie seine Aussagen?*

Übung

Sucht in den Medien nach Reden, in denen PolitikerInnen durch eine ausgesuchte Wortwahl, für ihr (politisches) Vorhaben „werben“!

- Analysiert die Wortwahl der Reden!
- Welche dieser Reden werden von der Allgemeinheit als „positiv“ wahrgenommen (z.B. Antrittsrede von Barack Obama am 20.1.2009) und welche Reden (z.B. George Bushs „Irak-Rede“) werden als „negativ“ wahrgenommen? Begründet eure Einschätzung!
- Inwiefern wird in den meisten Fällen unser Gefühl angesprochen?
- Welche Assoziationen lösen die Begriffe bei dir als ZuhörerIn aus?

2. „Schlusszene - Rückkehr der Helden“

Nach erfüllter Mission wird die Mannschaft am Rollfeld von Familie und Angehörigen (hauptsächlich Frauen und Kinder) enthusiastisch in Empfang genommen. Den „Auserwählten“ ist die Rettung der Menschheit – dank der Technik und des entgegengebrachten Vertrauens seitens Exekutive und Bevölkerung – gelungen.

Fragestellungen:

- Beschreibe die Schlusszene!
- Inwiefern wird hier mit Klischees gespielt? Welche Rolle erfüllen Klischees?
- Welche Bedeutung kommt deinem Empfinden nach der amerikanischen Flagge zu?

„Independence Day“

Roland Emmerich, USA 1996, Katastrophenfilm / Action / Science Fiction

„In ‚Independence Day‘ opfert sich ein ähnlich schräger Kriegsveteran in Kamikazemanier für die Rettung des Planeten (...) Und durch die extraterrestrische Bedrohung bekommen wir einen Grund, uns alle, ob Chinesen oder Iraker, der Führung der einzigen wirklichen Großmacht, God's Own Country, anzuschließen. Das Militär wird rehabilitiert und gemeinsame Feinde machen einig (...) Frauen scheinen in dieser Welt, in der alle Herde und Betten explodiert sind, seltsam deplaziert. Aber sie können ja noch etwas sammaritern und Kinder retten, bis sie ihre Heroen in die Arme schließen dürfen (...)“

Vgl.: <http://www.artechock.de/film/text/kritik/i/inday.htm>

Den Trailer von “Independence Day” finden Sie auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=UDtTe7gJnAo&feature=related>

Inhalt/Thema:

Zwei Tage vor dem amerikanischen Unabhängigkeitstag tauchen 30 Kilometer große außerirdische Raumschiffe über allen Metropolen der Erde auf. Der Satellitenempfang auf der Welt ist gestört, Panik und Unsicherheit brechen aus. Im Orbit schwebt ein riesiges Mutterschiff, das ein Viertel der Größe des Mondes hat. Um die Katastrophe abzuwenden, bestreitet der Präsident im Beisein einer auserwählten Mannschaft die schwierige Mission und steuert das Raumschiff selbst.

1. „Rede Präsident“, auch zu finden auf YouTube:

http://www.youtube.com/watch?v=oRGUqd_M6Mg

2. „Schlusszene - Rückkehr der Helden“ (Kap. 56, 02:15:29 – 02:18:48).

1. Rede Präsident



Screenshots: DVD „Independence Day“ 20th Century Fox - Home Entertainment

Der US-amerikanische Präsident wendet sich an die US-Bevölkerung und schwört sie auf die anstehende Herausforderung ein. Folgende Begriffe – die „Prinzipien“ der Vereinigten Staaten – bestimmen seine Rede: „Freiheit“, „Einheit“, „Unabhängigkeit“, „Annäherung“, „Recht auf Leben“.

2. „Schlusszene - Rückkehr der Helden“

Am Ende des Films wird die Erlösung der gesamten Weltbevölkerung angedeutet: Die verschiedensten Völker (Afrikaner, Inder, Asiaten etc.) zeigen vereint ihre Freude darüber, dass das Böse dank der Intervention der US-Amerikaner besiegt ist. Der US-Präsident wird väterlich von seiner Tochter umjubelt; alle Piloten werden gefeiert, die zwei Antihelden (ein Jude und ein Afroamerikaner) werden von ihren Frauen und Kindern begeistert in Empfang genommen.



Screenshots: DVD „Independence Day“ 20th Century Fox - Home Entertainment

Was anhand dieser Szenen zum Ausdruck kommt, ist das Vertrauen in eine mutige und überdurchschnittliche Exekutive und die Verteilung „klassischer“ Geschlechterrollen.

Fragestellungen:

- Beschreibe die Rede des Präsidenten! Vergleiche sie mit der Rede in „Armageddon“! Welche Parallelen erkennst du?
- Beschreibe die Schlusszene! Welche übergeordnete „Idee“ wird durch die Vereinigung der Völker angedeutet?
- Wie werden die Helden in Empfang genommen? Welche Rolle übernehmen die Frauen? Welche Rolle spielen hier (Geschlechter-) Klischees (Erklärung, siehe oben)?
- Vergleiche die Schlusszene mit der in „Armageddon“! Welche Parallelen erkennst du?

6. | Propaganda in unseren Medien

Auch in unseren unmittelbaren Medien (Internet, Printmedien, TV etc.) lassen sich immer wieder Beispiele für Propaganda finden. Folgende Methoden spielen dabei eine wesentliche Rolle:

Populismus

Populismus bezeichnet ein politisches Verhalten, mit dem versucht wird, die Sympathie der Bevölkerung zu gewinnen, um eigene Ziele zu legitimieren. So präsentieren sich beispielsweise Politiker besonders in Kriegszeiten als Teil des „einfachen Volkes“. Es soll der Eindruck erweckt werden, die Bevölkerung stehe – über alle Statusunterschiede hinweg – im Krieg geschlossen zusammen – so als gäbe es keinen Unterschied zwischen „Machtelite“ und „Volk“. Die Politiker täuschen mit dieser Methode darüber hinweg, dass sie von den unmittelbaren Folgen des Krieges (Leid, Tod, Verlust etc.) im Allgemeinen nicht betroffen sind. Getragen wird die Last von eben jenen, mit denen sie sich gleichgestellt präsentieren.

Vgl.: Krieg in den Medien. 2008.



Bild: maritimequest.com

Der ehemalige US-Präsident George Bush inmitten einer Gruppe von Soldaten auf der USS Abraham Lincoln CVN-72 am 1. Mai 2003 während des Irakkrieges.

Vgl.: http://www.maritimequest.com/warship_directory/us_navy_pages/aircraft_carriers/uss_abraham_lincoln_cvn_72_president_bush_visit_page_1.htm

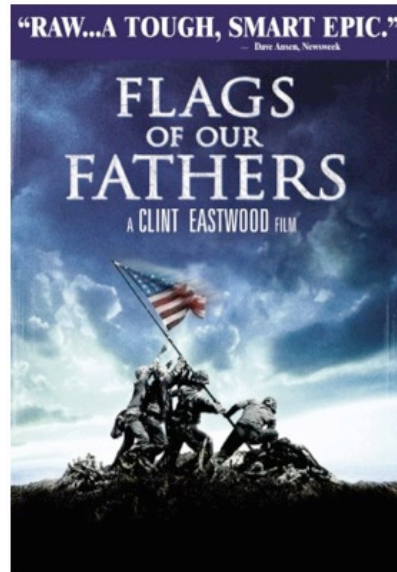
Symbolismus

Symbole repräsentieren nicht nur bestimmte Objekte (Kreuz als Symbol für die Kirche, Flagge als Symbol für eine Nation etc.), sondern rufen oftmals auch Assoziationen hervor, was sich auf die Gefühle des Rezipienten auswirkt. Dadurch beeinflusst werden Meinungen, Haltungen und letztlich auch Entscheidungen. Symbolträchtige Bilder gezielt dafür einzusetzen, um die affektive Ebene des Betrachters anzusprechen, ist auch Methode der Werbung. Gezielt kann ein positives oder negatives Image erzeugt bzw. verstärkt werden.

Vgl.: Krieg in den Medien. 2008.



Foto: <http://www.werbenews.at/?p=111>



Promotion Poster zum Film

Nachstellung der Szene aus „Flags of our fathers“ für die Werbung eines Mobilfunkherstellers mit dem Slogan: „Danke Jungs!“



Originalfoto: „Raising the flag on Iwo Jima“
by Joe Rosenthal, 23.02.1945
http://en.wikipedia.org/wiki/Raising_the_Flag_on_Iwo_Jima

Übung

Sucht in den aktuellen Medien nach Beispielen von Propaganda! Mit welchen Methoden wird der/die ZuschauerIn angesprochen? Welche Rolle spielt der Einsatz von Bildern? Inwiefern bedient sich auch unsere Werbung dieser Methode? Erklärt, wie die Bilder auf euch wirken!

Text: Lisa von Hilgers

7. | Biographie LISA VON HILGERS Mag. phil. (* 1981, Düsseldorf)

2001 - 2006 Studium der Medienpädagogik, Philosophie und nordische Literaturwissenschaft in Münster, Göteborg und Strasbourg

2006 Magisterexamen zum Thema „Erinnerungsarbeit aus medienpädagogischer Perspektive - Der Film Sophie Scholl im Kontext ethischer Prinzipien“

Idee und Konzeption der interaktiven Plattform „Films in School“
<http://www.films-in-school.de>, Universität Münster

2004 Mitarbeit bei Kinder- und Jugendfilmfestivals in Deutschland und Schweden

Herbst 2005 Mitarbeit im Schwedischen Filminstitut, Stockholm, Projekt „Skolbio“
<http://www.sf.se>

Herbst 2006 bis Februar 2007, Mitarbeit bei Film Education, London, Materialerstellung im Online- und Printbereich
<http://www.filmeducation.org>
<http://www.filmeducation.org/livesofothers/>

Seit 1. März 2007 Filmreferentin bei filmABC, Wien

7. | Hilfreiche Websites und Literaturtipps

Websites & Literatur zur Film-, Medienbildung:

filmABC - Plattform für Film- und Medienbildung in Wien:
www.filmabc.at

Das Mediamanual des bm:ukk:
www.mediamanual.at

Portal zur Medienbildung:
www.mediaculture-online.de/

Informationen und Definitionen zur Filmerziehung / Filmästhetik:
www.movie-college.de/index.htm

Das Wissensportal der deutschen Filmakademie:
www.vierundzwanzig.de/

Online-Angebot für Filmbildung der Bundeszentrale für politische Bildung und der Vision Kino gmbH – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz:
www.kinofenster.de

Vision Kino gmbH – Netzwerk für Film- und Medienkompetenz:
www.visionkino.de

„Nach dem Film“ - elektronisches Magazin zu Kritiken und Schwerpunktthemen aus dem Bereich Film und Filmtheorie:
www.nachdemfilm.de

Literaturwissen - Wie interpretiert man einen Film? Hrsg. von Peter Beicken. Reclam 2004.

Film verstehen - Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der neuen Medien. James Monaco. rororo 2006.

Filme sehen lernen - Grundlagen der Filmästhetik. Rüdiger Steinmetz u.a. Zweitausendeins 2005. (Beinhaltet DVD mit Begleitbuch)

Websites & Literatur zum Thema:

Krieg in den Medien – Ein multimediales Angebot für Schule und Jugendarbeit. (DVD und Begleitheft, zu bestellen auf www.bpb.de). Hrsg. von der Bundeszentrale für politische Bildung u.a. 2008.

Noam Chomsky: Media Control. Von Macht und Medien. Europa Verlag 2003.

Ignacio Ramonet: Liebesgrüße aus Hollywood. Die versteckten Botschaften der bewegten Bilder. (Aus dem französischen "Propagandes silencieuses") Zürich 2002. (S. 87-119)

Michela Ott: u.a. Hollywood. Phantasma/Symbolische Ordnung in Zeiten des Blockbuster-Films. München 2005.

Shell shocked face - Einige Überlegungen zur rituellen Funktion des US-amerikanischen Kriegsfilms von Hermann Kappelhoff:

<http://nachdemfilm.de/no7/kap02dts.html>

„Epochenumbruch in Hollywood“:

<http://www.faz.net/s/Rub8A25A66CA9514B9892E0074EDE4E5AFA/Doc~E41B351FF6883413C91299EAC25D24278~ATpl~Ecommon~Scontent.html>

Abbildungsnachweis:

© You Tube, 20th Century Fox Home Entertainment, Maritimequest.com, Dreamworks - Warner Home Video, Touchstone Pictures, Wikipedia

filmABC | filme-sehen ist mehr als ins kino gehen
Plattform und Anlaufstelle für Filmvermittlung.
Theorie- und Praxis-Inputs, Seminare und Workshops, künstlerische Interventionen.
Gerhardt Ordnung | Projektleitung, Layout und Gestaltung go@filmabc.at,
Lisa von Hilgers | Filmreferentin, Text lisa.vonhilgers@filmabc.at
www.filmabc.at

filmABC wird gefördert von



This content is licensed
under a [creative commons 3.0 licence](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/)