



Ein zeitgemäßer Faschist

Medial modern, politisch rechtsextrem: Der giftige Cocktail des Donald Trump VON FRED TURNER



Benito Mussolini sprach die Massen als Massen an



Donald Trump spricht die Individuen als Individuen an

Auf den ersten Blick wirkt Donald Trump wie ein Autoritärer, aber nicht wie ein Faschist. Er verfügt nicht über Sturmtruppen, hält keine Massenversammlungen mit Fackelzügen ab, und er benutzt auch keine Symbole aus dem antiken Rom. Die Massen, die er anlockt, laufen kreuz und quer durch die Stadien und tragen knallbunte T-Shirts. Bislang haben Trumps Anhänger auch keine der kalkulierten Gewalttaten verübt, die für den Aufstieg des Faschismus in Europa im vergangenen Jahrhundert typisch waren. Und Trump hat bislang auch kein kohärentes politisches Programm präsentiert, ganz im Gegenteil: Er springt hin und her zwischen Talkshow und Twitter-Feed, umschmeichelt seine Freunde, attackiert seine Gegner, mal wutentbrannt, mal voller Bewunderung (zumeist für sich selbst).

Es ist immer noch verführerisch, Donald Trump einfach als grobschlächtigen Narziss abzutun, als einen Geschäftsmann, den es zufällig in die politische Arena verschlagen hat. Aber während seine Popularität wieder wächst und er sich gefährlich dem Weißen Haus nähert, ist es wichtig, daran zu erinnern, dass Trump tatsächlich ein Faschist ist, und zwar einer, der perfekt in das Zeitalter der sozialen Medien passt.

Es sind gerade Trumps Individualismus und sein Anspruch, eine einzigartige Person zu sein, verbunden mit der Fähigkeit, über individualisierte Medien wie Twitter mit seinen Anhängern zu kommunizieren, die seine Popularität ausmachen. Trump hat die rassistische und fremdenfeindliche Weltanschauung des Faschismus und dessen Fixierung auf den charismatischen Führer mit den Idealen und medialen Mechanismen des amerikanischen Individualismus verbunden. So ist eine durch und durch amerikanische Form des Autoritarismus entstanden, die sich noch als ansteckend erweisen könnte.

Bislang hat erst eine Handvoll amerikanischer Journalisten begonnen, die Wurzeln von Trumps Ideen im Faschismus des 20. Jahrhunderts zu suchen. Wie sehr Trump tatsächlich dieser Zeit verhaftet ist, hat sich noch nicht herumgesprochen in den Vereinigten Staaten. Das mag auch daran liegen, dass die meisten Amerikaner vergessen haben, wie nah die USA schon einmal dem Autoritarismus waren. Ende der 1930er Jahre waren die Faschisten ein unübersichtbarer Teil der amerikanischen Politik. Im Jahr 1938 beispielsweise erreichte der katholische Demagoge Father Coughlin mit seiner antisemitischen und profaschistischen Radiopropaganda regelmäßig an die 3,5 Millionen Zuhörer. Und 1939 hielt der Amerikadeutsche Volksbund eine Veranstaltung im New Yorker Madison Square Garden ab, an der 22.000 amerikanische Faschisten teilnahmen. Über ihren Köpfen hing ein Banner: »Schluss mit der jüdischen Dominanz über das christliche Amerika«.

Fotorausstellungen der vierziger Jahre, Psychedelik und schließlich Twitter

Als die USA in den Zweiten Weltkrieg eintraten, befürchteten viele, es werde diese totalitären Tendenzen nur verstärken, wenn man die amerikanische Moral mit martialischer Propaganda anzufachen versuche. Führende amerikanische Intellektuelle vertraten die Ansicht, dass Hitler vor allem deshalb an die Macht gekommen sei, weil er die Möglichkeiten der modernen Massenmedien genutzt habe, um die Volksseele zu erreichen. Alle diese Medien – Film, Zeitung, Radio – sind auf einseitig gerichtete Kommunikation angelegt, lassen eine Stimme zu vielen sprechen, und in Deutschland war diese Stimme die von Hitler. Wenn sich Amerikas Führung wirklich den Achsenmächten in den Weg stellen wollte, so die Überlegung, dann musste sie neue Formen der Propaganda erfinden, die nicht auf die Masse zielen, sondern auf die Individuen, sie aber als Amerikaner vereint.

Man begann mit Museen. Im Jahr 1942 riefen amerikanische Propagandisten im New Yorker Museum of Modern Art die *Road to Victory* ins Leben, eine gewaltige Sammlung proamerikanischer Aufnahmen. Sie hängten die Fotos rund

um die Museumsbesucher herum auf in der Hoffnung, der einzelne Besucher würde sich mit den Bildern identifizieren, von denen er am stärksten angesprochen wurde. Die Ausstellung war als System individualisierter Begegnungen konzipiert, zwischen Menschen und Aufnahmen. In den 1960er Jahren sodann wurden die Museumsausstellungen aus dem Zweiten Weltkrieg zum Modell für Multimedia-Projekte der Hippie-Kultur, vor allem im Großraum San Francisco: Projektionen von Bildern, Farben und Klängen sollten die Zuschauer befreien. Derartige *psychedelia* wiederum brachte Figuren wie den Apple-Gründer Steve Jobs dazu, den Laptop als Werkzeug persönlicher Ermächtigung zu propagieren und das Internet als System, das zu einem demokratischeren Amerika führen werde. Noch heute erheben soziale Netzwerke wie Craigslist, Facebook und Twitter aus dem Großraum San Francisco denselben Anspruch.

Ganz wie Hitler und Mussolini zelebriert Trump den Mythos der Größe

Das ist die historische Ironie der Kandidatur von Donald Trump: Er hat ausgerechnet die Medientechnologien, die entwickelt wurden, um während des Zweiten Weltkriegs den Totalitarismus zu bekämpfen und den Individualismus zu stärken, in Werkzeuge zur Förderung jener faschistischen Ideale verwandelt, gegen die die USA einst gekämpft haben.

So viel ist klar: Trumps Positionen entsprechen inhaltlich dem intellektuellen Kern des modernen europäischen Faschismus. Ganz wie Hitler und Mussolini zelebriert Trump eine fiktive Vergangenheit, in der seine Nation »groß« war. Er prözt mit seiner heterosexuellen Männlichkeit, verspottet die Schwachen und feiert die »Sieger« – während er den niedergeschlagenen amerikanischen Arbeitern verspricht, auch sie könnten Sieger werden, wenn sie sich ihm nur anschließen. Ähnlich wie die europäischen Faschisten einer undurchsichtigen Clique jüdischer Bankiers die Schuld am Leid der Benachteiligten zuschoben, erklärt Trump, dass in Amerika das System manipuliert sei. Nur ein starker Anführer könne die Dinge wieder richten. Er hat sogar schon vom Gift des Antisemitismus gekostet, als er eine Anzeige schaltete, die Hillary Clinton unter einem Davidstern als korrupte und geldgierige Person zeigte.

Trump's Rassismus und Fremdenfeindlichkeit sind notorisch. Er hat beispielsweise angedeutet, dass seine Regierung Moscheen auch ohne richterlichen Beschluss durchsuchen lassen würde und dass Muslime Ausreisepapiere mit sich führen müssten, auf denen ihre Religionszugehörigkeit verzeichnet ist. Im vergangenen Jahr schien er sogar über die Möglichkeit nachzudenken, Internierungslager einzurichten. Mit seinen Ansichten hätte sich Trump in den 1930er Jahren sehr wohlgefühlt. Die Methoden jedoch, mit denen er in der Republikanischen Partei zum Kandidaten wurde und nun möglicherweise sogar Präsident wird, sind modern.

Trump erlangte durch eine Reality-Show im Fernsehen Prominenz. Mehrere Jahre lang gab er in *The Apprentice* den knallharten Chef und wurde für seinen Spruch »Du bist gefeuert!« berühmt. In der Sendung inszenierte er sich als hypererfolgreich im Umgang mit Geld und Menschen. Gleichzeitig zeigte er seine irrationale Seite: Er hatte Wutausbrüche und fiel seinen Untergebenen regelmäßig ins Wort – Donald Trump gab den hitzigen Mann.

Hillary Clinton verweist gern auf diese Gefühlsausbrüche, wenn sie erklärt, Trump sei ungeeignet, Präsident zu werden. Seine etwa zwölf Millionen Follower auf Twitter aber würden zweifellos widersprechen. In der Twitter-Welt, in der viele mit vielen kommunizieren, lassen seine Ausbrüche Trump menschlich erscheinen. Seine Botschaften tauchen im Nachrichtenstrom zwischen den Tweets von Freunden, Verwandten und all den anderen auf, denen man auf Twitter folgt.

Und sie sprechen dieselbe Sprache: »Bin stolz auf Dich!«, schreibt Donald Trump an Serena Williams, als seien die beiden die besten Freunde. »Klasse gemacht, @EricTrump!«, postet er, nachdem sein Sohn auf dem Parteitag gesprochen hat. »Vielen Dank, Gouverneur @ScottWalker, für die

warmherzige Unterstützung! Großartige Rede.« Und so weiter. Auf Twitter stehen diese Sprüche Seite an Seite mit denen von Freunden, Kollegen und Popstars. Seine Tweets machen ihn nahbar. Jeder seiner Follower darf sich als Teil seines intimen Medienkreises fühlen und hoffen, schon bald könne er selbst – und das Land – so »groß« sein wie Trump.

Für die traditionellen Medien waren Trumps Tweets das reinste Aufputzmittel. Mittlerweile dominiert er das Fernsehen so sehr, dass man meinen könnte, im Hintergrund dirigiere ein Propagandaminister die Medien. Doch nichts dergleichen. Trump hat lediglich seine fernsehkompatible *personality*, und dank der so-

zialen Medien verfügt er über die Möglichkeit, sich als Star in einem endlosen amerikanischen Drama persönlichen Ringens und professioneller Erfolge zu präsentieren. Indem er die Hauptrolle in dieser Geschichte spielt, scheint er unter Beweis zu stellen, dass er ein Mann der Tat ist, ein Mann, der für die Amerikaner das Erreichen kann, was sie selbst nicht schaffen.

Es hat derartige Männer schon früher gegeben. Nur konnten wenige so erfolgreich wie Trump die Kräfte des Individualismus, auf denen die Demokratie basiert, für ihre eigenen, antidemokratischen Zwecke nutzen. Trump ist eine Medienfigur – und ein Faschist – unserer Zeit. Sein Aufstieg zum Prä-

denchaftskandidaten der Republikaner erinnert daran, dass ein charismatischer Anführer im Zeitalter der sozialen Medien zu Millionen Menschen eine scheinbar persönliche und direkte Beziehung aufbauen kann. Kurz: Ein Faschist muss nicht mehr mit Waffengewalt an die Macht kommen.

Fred Turner ist Professor of Communication an der Universität Stanford. Zuletzt erschien von ihm »The Democratic Surround: Multimedia and American Liberalism from World War II to the Psychedelic Sixties«

Aus dem Englischen von Matthias Schulz

ANZEIGE

PRADA

+49 89 2323850 prada.com