

Wie weit reicht Pekings Soft Power?

Eine chinesische Affäre

Kommentar von Claudia Wirz 14.10.2016, 05:30 Uhr

Mit Soft Power wirbt Peking weltweit um Zuneigung, Renommee und Einfluss. Im Westen ist diese Liebeswerbung wenig erfolgreich. Besser funktioniert es in der Zweiten und Dritten Welt – mit Geld.



Was die Amerikaner vorgemacht haben, suchen die Chinesen zu kopieren. (Illustration: Peter Gut)

Nehmen wir an, ein chinesischer Staatschef – nennen wir ihn Hu Jintao – beschliesst, dass eine Art chinesisches Goethe-Institut zur Förderung und Verbreitung der chinesischen Sprache und Kultur in aller Welt gegründet wird. Angesichts der überwältigenden kulturellen und historischen Bedeutung Chinas und der wachsenden politischen und ökonomischen Macht ist das ein naheliegender Gedanke. China solle eine kulturelle Supermacht werden, dachte der Staatschef, und die blühende chinesische Kultur solle überall auf dem Globus vom neuen Ruhm dieser grossen Nation künden.

«Soft Power» nennt man das, nach einer Wortschöpfung des amerikanischen Politologen Joseph Nye. Mit Verführung statt mit Gewalt soll man die Menschen dazu bringen, das zu tun, was man möchte. Man könnte es auch «Nudging» im grossen Stil oder einen Plan zur Renaissance der alten Würde und Ausstrahlung Chinas nennen. Die Zeit der Demütigungen, als China noch als «Dongfang Bingfu», als kranker Mann Asiens, galt, ist definitiv vorbei. China ist zu neuer Stärke erwacht.

Nun geht es nur noch darum, das Chinesische an den Mann und an die Frau zu bringen. Dafür ist man auch bereit, viel Geld in die Hand zu nehmen. Doch man muss auch gar nicht alles selber zahlen. Der Plan des Staatschefs sieht nämlich vor, dass die Gastgeber der neuen chinesischen Kulturagenturen, meistens Universitäten in aller Welt, einen Obolus leisten. Eine clevere Idee; immerhin lässt sich China so einen guten Teil seiner Propaganda-Strategie vom Ausland finanzieren – [auch von der Schweiz](#).

Zeit und Geduld

Allerdings ist es keine leichte Aufgabe, chinesische Kultur massentauglich zu vermitteln. Zwar gibt es im Westen schon seit 200 Jahren eine akademische Sinologie; der erste Lehrstuhl Europas in dieser Disziplin wurde 1814 für Jean-Pierre Abel-Rémusat am Collège de France in Paris geschaffen. Ein Autodidakt, eigentlich ein Mediziner, der über die Beschäftigung mit chinesischer Medizin vom Zauber der chinesischen Sprache erfasst wurde.

Doch die wissenschaftliche Beschäftigung mit China ist naturgemäß eine wenig zugängliche Angelegenheit. An vielen Sinologie-Lehrstühlen kümmert man sich aus gutem Grund wenig um das breite Publikum. Die chinesische Schriftsprache ist eine komplexe Sache; [sie zu lernen, ist eine Lebensaufgabe](#); an ihr zu forschen, ist einigen wenigen vergönnt. Chinesische Literatur im Original zu lesen, ist etwas für Leute, die sehr viel Zeit und noch mehr Geduld und neuerdings vor allem einschlägige digitale Hilfsmittel haben.

Es brauchte also etwas Volkstümlicheres als die Sinologie, um den chinesischen Kulturschatz weltläufig zu machen. Ein Institut für die Vermittlung der leichten chinesischen Muse. Welchen Namen könnte so ein Institut tragen? Während die Deutschen getrost auf ihren Goethe zurückgreifen können, haben die Chinesen im Schriftstellerfach kaum Namen zu bieten, die international geläufig sind. Wer kennt schon Cao Xueqin, Wu Jingzi, Lu Xun, Lao She, Hu Shi, Wang Meng oder Shen Congwen? Alles Autoren ersten Ranges, aber für den überwiegenden Teil der nichtchinesischen Weltbevölkerung leider völlig bedeutungslos. Nicht einmal merken kann man sich all diese Namen!

Mao, Konfuzius und Bruce Lee

Man nenne als Gedankenexperiment drei Chinesen, die wirklich auf der ganzen Welt bekannt sind, sozusagen globale Superstars. So bekannt wie Cäsar, Prinzessin Diana, Nelson Mandela oder Lionel Messi. Nicht zuletzt sind es Einzelpersonen, um nicht zu sagen Persönlichkeiten, die die Soft Power einer Nation oder Kultur befeuern können. In China ist das schwierig. Ein amtierender chinesischer Staatschef kommt natürlich schon aus politischen Gründen nicht infrage. Vor allem aber kann man davon ausgehen, dass sein Name bei Nichtchinesen ohnehin in der Regel unbekannt ist. Das Gleiche gilt für die chinesischen Kaiser: politisch untragbar und gänzlich unbekannt. Wer kann schon mit den Bezeichnungen Taizong, Kangxi, Kangle oder Qianlong etwas anfangen? Von den Kaiserinnen ist ganz zu schweigen. Eine Kaiserin so hinreissend und tragisch wie Sisi hat es in China nicht gegeben. Und wenn, dann hat man nie von ihr gehört.

Bleiben, nach einigem Überlegen, drei potenzielle Kandidaten: Mao, Konfuzius und Bruce Lee. Die kennt nun wirklich jedes Kind. Alle drei haben das Potenzial der Soft Power in sich. Während der erste aber politisch unzumutbar ist und der dritte – Kung-Fu-Star im Westen, Philosoph und Universalheld im Osten – leider ein aus Hongkong stammender Amerikaner, bleibt nur Konfuzius, der alte Denker aus dem Staate Lu, der vor 2500 Jahren gelebt hat. Ob die geistigen Väter der heutigen Konfuzius-Institute dieses Gedankenspiel ebenfalls vollzogen haben, als sie einen passenden Namen für ihre Soft-Power-Agenturen suchten, kann hier nicht geklärt werden. Aber der generelle Mangel an klingenden chinesischen Namen ist ein Sinnbild dafür, wie schwierig es ist, die chinesische Kultur zu globalisieren. So knapp sind solche Ikonen, dass Chinas Kommunisten auf den Namen eines Mannes zurückgreifen mussten, dessen Erbe sie seit ihrer Parteigründung und ganz intensiv noch vor vier Jahrzehnten mit der «Pi-Lin-pi-Kong»-Kampagne (Anti-Lin-Biao-anti-Konfuzius-Kampagne) erbittert bekämpften und den sie aufs Übelste als Volksschädling verfluchten.

Dass man auch heute an den [Konfuzius-Instituten](#) so gut wie gar nichts über Konfuzius lernen kann, zeigt den bestürzenden Niedergang der klassischen chinesischen Kultur seit den Greueln der Kulturrevolution. Die alte chinesische Kultur – erst verhöhnt, erniedrigt und ihrer Elite beraubt – ist im Zuge der Soft-Power-Strategie als technokratische Fiktion in Stahl und Beton, Plastic und Pixel wiederauferstanden, und die Kommunisten haben den bedeutendsten der [weisen alten Sittenlehrer Chinas](#) zu einem hohlen Marketing-Tool degradiert.

Autoritäre Regime sind dem demokratischen Westen unsympathisch, und die Konfuzius-Institute können ihre Herkunft nicht verbergen – auch wenn sie sich gewiss um solide Inhalte bemühen.

Es liegt also bei weitem nicht nur an der Schwierigkeit der Sprache, dass chinesische Kultur dem breiten Publikum schwer vermittelbar ist. [Es liegt auch an der Handschrift und am Absender](#). Autoritäre Regime sind dem demokratischen Westen unsympathisch, und die Konfuzius-Institute können ihre Herkunft nicht verbergen – auch wenn sie sich gewiss um solide Inhalte bemühen. Hier wird eine politische Interpretation von chinesischer Kultur vermittelt. Interessant für den politisch Interessierten ist nicht primär, was hier gelehrt wird, sondern was hier nicht gelehrt wird. Die Lücken lassen tief blicken.

Vielfältige Charmeoffensive

Chinesische Soft Power entfaltet sich natürlich nicht an den Konfuzius-Instituten allein. Die Zentrale in Peking hat viel investiert in ihre Charmeoffensive: reich dotierte, international ausstrahlende Fernseh- und Radiosender, Olympische Spiele, die Weltausstellung, die mondäne neue Architektur. [Jahr für Jahr strömen mehr junge Leute aus aller Herren Ländern nach China](#), um hier die neue Weltsprache Mandarin zu lernen. Jeder von ihnen hat das Potenzial, zu einem kleinen Kulturbotschafter zu werden.

Doch die Früchte solcher Bemühungen sind schnell dahin, wenn ausländische Journalisten in China systematisch schikaniert und behindert, aus dem Land geworfen oder ohne Angabe von Gründen gar nicht erst hineingelassen werden. Genauso wie die willkürlichen Verhaftungen und Verurteilungen von mehreren Buchhändlern in Hongkong vor einigen Monaten oder von chinesischen Rechtsanwälten sind dies unzweideutige Zeichen dafür, [dass sich an der robust autoritären Machtausübung Pekings nichts geändert hat](#) – Soft Power hin oder her.

Es ist gemäss Joseph Nye eine Kombination von verschiedenen Faktoren, welche die Soft Power einer Nation ausmacht: die kulturelle Attraktivität, die politischen Werte und die Rolle in der internationalen Diplomatie. Hier hat China noch einen langen Weg vor sich, vor allem in den demokratischen Gesellschaften.

Aber China hat noch eine ganz andere Waffe in der Hand, die überall wahre Wunder wirkt: Geld und Investitionen. Ambitioniert verfolgt China **Error! Hyperlink reference not valid.** das Projekt einer neuen Seidenstrasse zu Land und zu Wasser, wobei die neu entwickelten Handelsbeziehungen im Mittleren Osten, in Afrika und Südostasien auch den aussenpolitischen Einfluss erweitern sollen. Der kaufkräftige chinesische Mittelstand wiederum ist zu einem bedeutenden Player der Weltwirtschaft geworden, mit dem es sich niemand verscherzen möchte.

Dies haben sich offenbar auch die Macher des amerikanischen Superheldenfilms «Doctor Strange» zu Herzen genommen. Der tibetische Mönch aus der Comicvorlage wird keltisch und von einer weissen Frau gespielt, angeblich, um die chinesischen Gefühle (und Zensurbehörden) nicht zu brüskieren. Auch so geht also Soft Power. Fast etwas schauerlich.