

Robert Misik

„Kulturkapitalismus“

Wie die globale Hegemonie des Westens und der „Kampf der Kulturen“ zusammenhängen

Wenn das Wort vom „Kampf der Kulturen“ fällt, so sind mittlerweile drei Reaktionsmuster zu so etwas wie Standards geworden. Die erste bekundet, die Formel sei eine gewiss unscharfe Hilfsmetapher für eine globale Konfliktlage, die natürlich mit Kulturen nichts zu tun habe, sondern erstens mit Interessen – mit geopolitischen Machtinteressen, mit Wirtschaftsinteressen (Ö!) – und zweitens mit einer Radikalisierung, die von den Rändern kommt und damit ganz gewiss nicht aus dem Inneren von Kulturen. Die zweite behauptet, „wir“ seien tatsächlich fundamental anders als „die Anderen“, wir hätten eine auf den Werten der Aufklärung beruhende Freiheitskultur verwirklicht, der die Anderen mit Unverständnis gegenüber stünden – für diese Deutung ist „Kampf der Kulturen“ tatsächlich Metapher eines Kampfes, in dem diese Deutung selbst schon impliziert, eine Frontstellung einzunehmen. Die dritte Deutung schließlich lehnt die Formel vom „Kampf der Kulturen“ vollends ab, und zwar weil sie von der Auffassung getragen ist, schon das Bekenntnis zu dieser Formel sei ein aggressiver Akt – weil sie meint, die Rede vom „Kampf der Kulturen“ würde denselben erst produzieren.

Die erste Deutung nimmt die Formel also nicht ernst; die zweite nimmt sie ernst, behandelt sie aber sofort als propagandistische Mantra; und die dritte dementiert sie, damit diese propagandistische Wirkung gar nicht greifen kann. Was aber, wenn alle drei dem Sachverhalt nicht gerecht werden? Wenn in dem Wort vom „Kampf der Kulturen“ eine Wahrheit steckt, und wenn wir diese Wahrheit am besten aufspüren können, wenn wir uns zunächst weniger der Vokabel „Kampf“ als der Vokabel „Kulturen“ zuwenden?

Ich denke, das Wort „Kultur“ in diesem Zusammenhang birgt die Gefahr des Missverständnisses schon in sich, es legt eine falsche Fährte. Es insinuiert, und das gilt womöglich mehr noch für die Wendung „Civilisations“ aus dem amerikanischen Original, dem die Formel „Clash of Civilisations“ seinen Siegeszug verdankt, es insinuiert also, wir hätten es mit einer sich seit langem aufbauenden Spaltung zu tun, mit etwas seit Alters her kompakten. Kultur gilt gewissermaßen als das Gegenteil von modern. Kampf der Kulturen unterstellt, dass zwei oder mehrere Großzivilisationen, die sich seit Jahrhunderten an einander vorbei entwickelt haben, nun in einen Kampf treten. Was aber, wenn dieser Kampf nicht so sehr die Folge von atavistischen Erbstücken, sondern von höchst modernen kulturellen Veränderungen ist?

Ich halte das für ein ganz wesentliches Element für die Erklärung dessen, was wir gegenwärtig an globalen Verstörungen erleben. Damit sage ich ausdrücklich nicht, dass es das einzige Element ist, nicht einmal, dass es das wichtigste Element ist, ich meine aber doch, dass es ein nicht unwichtigeres Element ist als alle anderen, die immer wieder aufgeführt werden – wie etwa der US-Neoimperialismus oder aber auch die inneren Modernisierungshemmnisse der arabischen Welt.

Nehmen wir also das Wort „Kultur“ einmal ernst und stellen wir nicht die Anderen, deren Verhalten für uns auf exotische Weise unverständlich ist, unserer Kultur gegenüber, an der für uns nichts unverständlich ist, weil wir sie ja gut zu kennen glauben, sondern stellen wir einmal die Frage nach unserer „Kultur“ – und stellen wir auch die Frage, welchen Status das „Kulturelle“ in unserer „Kultur“ eigentlich einnimmt.

Wenn wir nach dem Selbstverständnis der westlichen Kultur fragen, so stoßen wir sofort auf die Schwierigkeit, diese überhaupt als Kultur zu bestimmen. Gewiss hat sie mit dem historischen Werden der alten und neuen Welt – also Europa und Amerikas – zu tun und darin spielt die Religion eine Rolle; das Christentum, das Judentum, das, was man gerne das jüdisch-christliche Erbe nennt. Die Reformation hat darin ihren Stellenwert, ebenso aber die Aufklärung, Säkularisierung und die beißende Religionskritik der klassischen Moderne, eine Entwicklung also, die das Religiöse aus dem Zentrum der Identitätsproduktion vertrieb. Ebenso ist eine gewisse Autarkie wesentlich, aber auch die Fähigkeit zur Aufnahme äußerer Einflüsse, identitäre Abgeschlossenheit ebenso wie die Massenmigration. In einem gewissen Sinne besteht für uns der Kern der westlichen Kultur darin, alle Kulturen aufzunehmen. Hinzu kommt, dass zur westlichen Kultur die politisch mächtigsten und ökonomisch potentesten Gesellschaften zählen, mit dem Resultat, dass die westliche Kultur hegemonial wurde. Die westliche Kultur sieht sich also, und das durchaus nicht ohne Recht, als universal an.

Die Pointe ist: Sie sieht sich also gar nicht mehr als Kultur. Die Kultur, die gewonnen hat, sieht sich nicht mehr als Kultur, sondern als universale Norm. Der britische Kulturtheoretiker Terry Eagleton nennt das die „liberale Form des Imperialismus“. Und weiter: „In einem gewissen Sinne besitzt der Westen gar keine eigene, bestimmte Identität, weil er keine benötigt. (...) Fremd sind die fremden Kulturen, während die eigene Lebensform die Norm und daher eigentlich gar keine ‚Kultur‘ ist. Vielmehr ist sie der Maßstab, an dem andere Lebensformen sich eben *als* Kulturen erweisen.“ Wenn wir von der „Kultur“ der anderen sprechen, schwingt das Wort „rückständig“ immer schon mit. Wenn wir fremde Kulturen auch nicht von vornherein implizit als gefährlich identifizieren, so doch als musealer Wert: Kulturen sind das, worum man Sorge trägt, dass sie nicht aussterben. Wir begegnen allen anderen Kulturen mit einer Einstellung, so der slowenische Philosoph Slavoj Žižek, „die von einer Art leerem globalen

Platz aus *jede* Lokalkultur so behandelt, wie der Kolonist die kolonisierenden Menschen behandelt – als ‚Eingeborene‘, deren Sitten genau studiert werden müssen und die zu ‚respektieren‘ sind.“ Aber es ist natürlich jene Art von Respekt, die von Herablassung manchmal schwer zu unterscheiden ist. Der westliche Blick ist davon in jedem Moment eingefärbt. Das betrifft nicht nur die Rassisten, sondern auch die wohlmeinendsten Multikulturalisten, die etwa das Recht der Einwanderercommunities hochhalten, nach ihrer Tradition zu leben – sie würden das auch bei bunt bemalten Ureinwohnern abgelegener Südseeinseln so halten. Dort hin, wo es Kulturen gibt, fahren wir auf Urlaub, wenn wir uns erholen wollen, wenn wir ausbrechen wollen aus der Welt des globalen, homogenen kapitalistischen Glitzeruniversums.

Damit ist ein in diesem Kontext wesentliches Wort gefallen: Kapitalismus. Wer globale Kultur sagt, darf natürlich vom Kapitalismus nicht schweigen. Aber wer Kapitalismus sagt, darf auch von Kultur nicht schweigen. Gewiss, dass der Kapitalismus kulturelle Effekte zeitigt, dass er immer mehr war als eine bloße Produktionsweise, mehr als nur nackte Technik, er von einem bestimmten Geist durchdrungen war, sich die Subjekte hergerichtet, Subjektivitäten produziert hat, und auch die Räume transformierte, die er eroberte, ist keine allzu große Neuigkeit. Der Kapitalismus hat seit jeher Auswirkungen auf die Kultur seiner Zeit. Aber doch erleben wir in der postmodernen Ära des Kapitalismus eine unerhörte Neuigkeit, eine Umschlagen gewissermaßen: Von der Ökonomisierung des Kulturellen zur Kulturalisierung des Ökonomischen. Von vielen wird die Totalökonomisierung beklagt. Dabei handelt es sich aber auch um eine Totalkulturalisierung.

Im klassischen Kapitalismus wurden, mochte er auch die Lebenswelten mit seinem Geist, seiner Kultur durchdringen, nicht in erster Linie kulturelle Güter produziert, sondern Gebrauchswerte. Nur dadurch machte die Aufrechterhaltung der Differenz zwischen der Welt der Kultur, oder, wenn man so will, der Sphäre der "Werte" und der Welt der Dinge Sinn. In der neuesten Etappe der kapitalistischen Produktionsweise, die der amerikanische Gesellschaftswissenschaftler Jeremy Rifkin nicht zufällig mit dem Wort "Kulturkapitalismus" beschreibt, ist diese Trennung aufgehoben. Die Folge ist eben nicht nur die Verdinglichung der Kultur, wie allgemein beklagt, sondern eben auch die Kulturalisierung der Dinge. Die Marke wird zum Kunstwerk. Wir kennen alle die Schlagworte: Das "Management by Culture" in den multinationalen Konzernen, die wachsende Bedeutung von "weichen Erfolgsfaktoren", das "myth-making" zu Brandingzwecken, die Überhöhung des Wirtschaftens zu "Kaffeekultur", "Körperkultur", "Wohnkultur", "Freizeitkultur" etc.

Kaum eine Firma kann es sich heute noch leisten, ein Produkt einfach so auf den Markt zu werfen. Das moderne Unternehmen ist ein Kulturunternehmen. Es würde schon zu kurz greifen, zu formulieren: Das Image ist so bedeutend wie

der Gebrauchswert einer Ware. Denn oft ist das Image der eigentliche Gebrauchswert. Design ist nicht nur Reklame, die den Verkauf befördern soll, das Design ist das eigentliche Produkt. "Was wir auf dem Markt kaufen", schreibt der slowenische Philosoph Slavoj Žižek, "sind immer weniger Produkte und immer mehr Lebenserfahrungen wie Essen, Kommunikation, Kulturkonsum, Teilhabe an einem bestimmten Lebensstil". Die materiellen Objekte sind lediglich "Requisiten" dessen, was eigentlich verkauft wird. Firmen haben damit begonnen, ihre Produkte mit einem Lebensstil, einem Lebensgefühl zu verbinden, um sie besser verkaufen zu können - und heute werden die Produkte längst in erste Linie gekauft, um einen Lebensstil zu erwerben. Der trainierte Körper wirbt nicht mehr für Nike, sondern Nike repräsentiert den trainierten Körper. Nike ist vielleicht ohnehin das reinste Exempel für diese Transformation. Die Güter, die verkauft werden, werden von "unabhängigen" Zulieferern in Sweatshops in der Dritten Welt produziert. Sie sind das Simpelste an der gesamten Operation. Was Nike, also die Unternehmenszentrale, "produziert", ist im wesentlichen die Eroberung der Märkte - und das Instrument hierfür ist das Image der Marke. Weder Gebrauchswert noch Qualität des Dinges entscheiden über seinen Erfolg, sondern seine Kultur.

Wenn das, was mit dem Begriff "Postfordismus" gemeint ist, bestimmt werden soll, dann ist das - in den Worten des britischen Kulturtheoretikers Stuart Hall -, "ebenso gut die Beschreibung einer kulturellen wie einer ökonomischen Veränderung". Hall, weiter: "Die Unterscheidung selbst wird ziemlich nutzlos. Die Kultur ist nicht mehr (falls sie es jemals war, was ich bezweifle) eine dekorative Zugabe zur 'harten Welt' der Sachen und der Produktion, die Sahnehaube auf der materiellen Welt (...). Mittels des Design, der Technologie und der Produktion von Stil hat die 'Ästhetik' bereits die Welt der modernen Produktion durchdrungen. Durch Marketing, Layout und Stil stellt das 'Bild' den Modus der Repräsentation des Körpers und seine fiktionale Verwandlung in eine Erzählung her, von denen ein großer Teil der modernen Konsumtion abhängt." Halls Resümee: "Die materielle Welt der Waren und Technologien ist zutiefst kulturell".

Erst heute gehen Kultur und Kapital Hand in Hand wie Laurel und Hardy. Kultur und Wirtschaft kollabieren ineinander. Affekte werden kommerzialisiert, Gefühle sind Geschäfte. Städte und Subjekte werden zu Images transformiert, nicht nur der öffentliche Raum wird zur Kulisse des Sozialen, auch die Subjekte bewegen sich wie Schauspieler in denselben. Der postmoderne Kapitalismus produziert postmoderne Subjekte. Genau das hat der führende marxistische Kulturtheoretiker der USA, Frederic Jameson, schon in den achtziger Jahren in seinem bahnbrechenden, später zu einem großen Buch erweiterten Aufsatz "Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism" auf - gemessen am damaligen Stand der Entwicklung - hellsichtige Weise analysiert: dass die umfassende Kulturalisierung das eigentliche, unerhörte Neue am postmodernen

Kapitalismus darstellt. Alles in unserem sozialen Leben „wird kulturell in einem noch wenig theoretisierten Sinn“.

Bleiben wir kurz bei diesem Thema, wiederholen und vertiefen wir es, indem wir es noch einmal und anders aufrollen. Waren sind heute nicht bloß Gebrauchsgüter, mit dem Waren werden vor allem Bilder verkauft: Bilder, wie man leben soll, es werden Images verkauft, ein Lifestyle kommt auf dem Marktplatz. Und der Marktplatz, den der westliche Kapitalismus mit seiner Kultur beliefert, ist ein globaler Marktplatz. Der Kapitalismus greift auf die Psyche zu, auf das Unterbewusstsein, auf Sehnsüchte und Affekte. Wir kaufen uns bestimmte Waren, nicht nur, weil sie uns nützlich sind, sondern weil wir mit ihnen identifiziert werden wollen. Wir wollen mit ihnen identifiziert werden, weil wir auf eine bestimmte Weise wahrgenommen werden wollen, Beachtung finden wollen. Wir finden Beachtung mittels der Beachtung, die die Ware findet. Wir sind damit an einem ganz entscheidenden Punkt, wenn wir uns der postmodernen Kulturökonomie widmen, in der die dingliche Seite der Dinge in ihrer Relevanz sinkt, die kulturelle Seite der Dinge steigt. Es geht dabei – und ich muss Sie nicht auf die Bedeutung der Medien in unserer Zeit hinweisen – auch um Aufmerksamkeit. Ich verweise hier auf die Studien des Wiener Gesellschafts- und Architekturtheoretikers Georg Franck über die „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ und über den „mentalen Kapitalismus“. Der Reiche in dieser Ökonomie realisiert viel Aufmerksamkeit, er ist, so Franck, „reich an Bedeutung“, bekannt für sein „Einkommen an Beachtung“. Und es gibt in dieser Aufmerksamkeitsökonomie auch Klassenspaltungen, die nicht weniger schroff sind als in der „realen“ Ökonomie (wenngleich die Krux der Sache ist, dass sich die kulturelle von der realen Ökonomie ja nicht mehr trennen lässt). Wer viel Aufmerksamkeit auf sich zieht, nimmt mehr an Beachtung ein, als er brauchen kann; die Unterklassen in dieser Aufmerksamkeitsökonomie erfahren nahezu keine Beachtung. Sie werden keines „Blickes gewürdigt“. Wer nicht beachtet wird, existiert sozial nicht. Es gibt die narzisstischen Kränkungen derer, die im Gesamtsaldo der Aufmerksamkeit negativ abschneiden.

Was hat all das mit dem „Kampf der Kulturen“ zu tun? Ich bin mir sicher, Sie ahnen es schon. Der westliche Kapitalismus betrachtet sich, insofern er sich selbst als universale Kultur sieht, gar nicht mehr als Kultur, sondern als Norm. Diese Norm materialisiert sich in Bildern, in Image, in Lifestyle und wird an jeden Ort unseres Globus geliefert. Den Kulturen, also dem, was sich von der hegemonialen Kultur unterscheidet, wird ihre eigene Minderwertigkeit täglich vor Augen geführt. Sie existieren für die Norm nicht, oder besser, sie existiert, aber nur als das exotische Andere, als Abweichung. Die Norm ist natürlich begehrt, wie die Waren, die der globale Kulturkapitalismus liefert. Das Partikulare kann sich dem globalen Way of Life nicht einfach entziehen. Aber es muss den Umstand, dass er ihnen mit der Autorität des Universalen gegenübertritt auch als Anmaßung empfinden, zumal die Evidenz dieser Autorität nicht einfach bestritten werden kann. Das Resultat ist eine identitäre

Revolte, und es ist nicht überraschend, dass sie auf dem Feld des Kulturellen ausgetragen wird – dass die Frage „Wer bist Du?“ und die Antwort: „Ich bin anders als Du!“ in ihrem Zentrum steht und in der Sprache des Religiösen auftritt. Das Partikulare versucht seine Identität zu behaupten, aber da es von der modernen Kultur infiziert ist, versucht es das auf so paradoxe wie unmögliche Weise – diese Revolte ist natürlich auch „modern“ insofern, als etwa der radikale Islam, mit seiner globalen Zeichensprache, die von Lahore bis Berlin-Neuköln, von Casablanca bis Hernals die gleichen, also homogenisierten Jargons und Kennzeichen benützt (Bart, Hijab – Kopftuch -, Djellabah) keineswegs mit dem traditionellen Islam, mit seiner Vielzahl an lokalen Eigenarten, verwechselt werden darf. Diese Revolte ist keinesfalls ein Resultat des Umstandes, dass sich die Kulturen fern sind, sondern gerade Resultat ihrer Nähe und der Tatsache, dass die eine sich als die hegemoniale, die andere sich als die stetigen Kränkungen ausgesetzte Kultur betrachtet. Der viel gescholtene Samuel Huntington hat das schon vor 13 Jahren formuliert: „Auf der Welt wird es enger“, schrieb er, aber dadurch werden die Unterschiede nicht nur nivelliert, es wächst auch „das Bewusstsein der Differenzen“. Mit der Hegemonie der westlichen Kultur, so Huntingtons Prognose, werde auch das antiwestliche kulturelle Bewusstsein der nicht-westlichen Zivilisationen zunehmen.

Das chronische Minderwertigkeitsgefühl, das in der islamischen Welt endemisch ist, dieses Gefühl der tiefen, langanhaltenden Demütigung, der narzisstischen Kränkung, hat ganz entscheidend mit der Vorstellung eines globalen kulturellen Ranking zu tun, in dem die westlichen Kulturen die oberen Plätze reserviert haben – und lässt sich nicht einfach als bloße kulturelle Camouflage und Übersetzung politischer und wirtschaftlicher Ausbeutungs- und Unterdrückungsverhältnisse erklären. Das heißt natürlich nicht, dass diese Ausbeutungs- und Unterdrückungsverhältnisse nicht auch existierten, aber sie werden in eine kulturelle Sprache übersetzt, in den Rahmen eines Identitätskonflikts eingepasst. Das Kulturelle ist der spezifische Äther, der alles einfärbt und anordnet, mit der Konstellation als Resultat: Wir gegen Sie. Der Islam, das Religiöse als Bollwerk gegen die westliche Dominanz.

Es ist kein Wunder, dass der islamistische Jargon von antikapitalistischen Wendungen durchzogen ist. Werfen wir nur einen Blick auf die Schriften von Sayyed Qutb, den Cheftheoretiker der ägyptischen Moslembrüder aus den fünfziger und sechziger Jahren, der 1966 hingerichtet wurde und der gewissermaßen der intellektuelle Patron des modernen, radikalen Dschihadismus ist. In seinem Hauptwerk – „Meilensteine“ –, bis heute für die Dschihadisten das, was das „Kommunistische Manifest“ für den klassischen Kommunismus war, geißelt er die „moralische Degeneration der Gesellschaft“, und zwar der westlichen Gesellschaften wie der orientalischen. Er klingt da gar nicht durchgehend bigott, er analysiert den Mangel an menschlicher Würde und an Respekt der Menschen voreinander. Wenn er über das moderne Leben schreibt, dass „alle menschlichen Werte auf dem Altar der materiellen

Produktion geopfert werden, dann beschreibt er ein Unbehagen, das auch viele klar denkende Menschen teilen. Die Gründe für die Malaise seien in frühen wie in heutigen Tagen die selben: „die Begierden“ der Menschen, und dass sie „sich selbst am wichtigsten nehmen“. Die Menschen werden „vulgär“, der Kapitalismus mit seiner „materialistischen Attitüde ... tötet allen Geist ab“. „Es gibt keinen Gott außer Allah und Mohammed ist sein Prophet“, die muslimische Schlüsselformel ist aus Qutbs Perspektive nicht nur ein Gegengift gegen Vielgötterei sondern auch gegen den Götzendienst an den materiellen Reichtümern. „Das Leben, das ihr lebt, ist niedrig“, ruft er den Ungläubigen zu. Die dschihadistische Avantgarde, die er bilden möchte, bringt er gegen das verdorbene, niedrige Leben der kapitalistischen Moderne in Stellung.

Es ist dies keineswegs nur die Argumentationsreihe der Radikalen, sondern im Grunde Mainstream in frömmelnden, politisch-islamischen Kreisen. Auch Tariq Ramadan, der moderne, gemäßigte islamistische Intellektuelle unserer Tage, sagt, was er am Westen nicht mag seien „die Exzesse“, die „Besessenheit vom Konsumismus“ – für ihn ist die islamische Spiritualität eine Gegenkraft zu geistlosem Kommerz und Materialismus.

Der Westen: Das ist aus dieser Perspektive die Peep Show, die Shopping Mall, Wall Street, Hollywood. Aber die dschihadistische Perspektive ist, wenn man so will, von diesem Virus immer schon infiziert.

Nur ein Hinweis: Der Kulturkapitalismus ist eine Kultur des Spektakels. Die Realität ist von der Repräsentation der Realität – vom Bild – nicht mehr zu unterscheiden. Es wäre übrigens auch falsch, eine Differenz zwischen der bildlichen, medialen Repräsentation und den Fakten, der „wirklichen Wirklichkeit“ zu behaupten. Die bildliche Repräsentanz ist die Wirklichkeit. Auch die verzerrte Darstellung führt sofort ein eigenes Leben. Kein Akt der identitären Revolte kann sich der Kultur, gegen die er antritt, entziehen. Ein Beispiel für diesen Sachverhalt ist etwa der türkische Film „Tal der Wölfe“, ein panislamischer Ideologiestreifen, der in diesem Frühjahr in den Kinos lief. Ein Action-Film, in dem diesmal die Amerikaner die Bösen und die Muslime die Guten sind. Interessant an ihm ist aber, dass er die klassische Konstellation nicht einfach umkehrte. Die Amerikaner sind weiter die Rambos. Der Streifen muss die Selbstkarikierung der Amerikaner nur aufgreifen. Er übernimmt sie und stellt ihnen als Gegenspieler relativ normale Leute gegenüber – etwa den Geheimagenten Alemdar, der für einen Action-Helden aufreizend schwächling ist. Der Film ist gerade auch deshalb, weil er die Bildsprache Hollywoods importiert und gleichzeitig transformiert, ein paradigmatisches Exempel für die globale und kulturelle Dimension dessen, was man so „Kampf der Kulturen“ nennt.

Auch der Dschihadismus folgt der medialen Logik der globalen Kultur. Was wäre der Selbstmordattentäter ohne das moderne Homevideo, auf dem er seine

Tat begründet, bevor er sie ausführt, was wäre seine Tat ohne die Fernsehbilder von zerfetzten Leichen, schreienden Verwundeten oder gar einstürzenden Wolkenkratzern. Die Taten der Dschihadisten können an der Überlegenheit ihrer Gegner in keiner praktischen Hinsicht – nicht zuletzt in militärischer Hinsicht – etwas ändern. Aber die Bilder, die sie produzieren, können an der Selbstwahrnehmung und der Moral ihrer Gegner etwas ändern, davon sind sie offenbar sehr überzeugt. Deshalb hat eine amerikanische Forschergruppe die „Webmaster des revolutionären Islam“ auch die „wahren Gläubigen des Spektakels“ genannt. Man sollte die Ironie dieses Tatbestandes nicht unterschätzen, allein des Umstandes wegen, dass der Islam als Folge des koranischen Bilderverbots ja lange eine kulturelle Zone darstellte, in der der Umgang mit Bildern nicht von klein auf erlernt wurde.

Ich resümiere: Worum es mir geht, ist die Wendung „Kampf der Kulturen“ endlich wirklich ernst zu nehmen. Nicht als Kampf einander seit jeher feindlich gegenüberstehender Weltkulturen, sondern als Ringen um Identitäten, in dem eine Kultur, die sich als Universale setzt die Rache, das Ressentiment der Looser dieses Universums auf sich zieht. Und diese Rache ist kulturell in vieler Hinsicht: Sie beruft sich nicht auf universelle Rechte, sondern auf partikuläre Identitäten, sie stellt dem Zeitgenössischen eine – gewiss konstruierte – Tradition entgegen und sie operiert mit den kulturellen Motiven, die ihr der Westen selbst liefert. Versuchen diesen Kampf des Kulturellen zu verstehen, heißt weder, den dschihadistischen Terror zu verniedlichen oder zu legitimieren, noch, den Kulturkampf zu schüren. Zu verstehen, zu versuchen, uns durch die Augen der anderen zu sehen, ja, das Bild, das wir von ihnen haben, durch ihre Augen zu sehen, ist die Voraussetzung dafür, zu deeskalieren. Denn solange man kein Verständnis dafür hat, was kulturell passiert – auf „unserer“ und auf der Seite der „Anderen“ – solange ist die Gefahr groß, dass der „Kampf gegen den Terror“ genau das Gegenteil von dem bezweckt, was er zu bewirken vorgibt.