

# Öffentlichkeit als selbsterzeugte Unsicherheit. Desinformation, Populismus und die Frage der Legitimation

---

Giancarlo Corsi

## I. Desinformation

Seit einigen Jahren ist die Öffentlichkeit alarmiert angesichts von ›Desinformation‹ und polemischen und aggressiven Tendenzen in der öffentlichen Diskussion, insbesondere der politischen.<sup>1</sup> Bezeichnungen wie ›fake news‹, ›post-truth‹ oder ›haters‹ sind auch in den Sozialwissenschaften geläufig geworden. Vor allem die Medien stehen unter Beschuss, insbesondere die sozialen Medien bzw. sozialen Netzwerke, weil sie den idealen Raum für das Entstehen solcher Phänomene zu bieten scheinen.

---

1 Unter der großen Anzahl von Veröffentlichungen siehe: Zur Definition von ›fake news‹ Axel Gelfert: Fake News: A Definition, in: *Informal Logic* 38, 2018, 1, S. 84-117; zum Trump-Fall und zur Relevanz von ›Wahrheit‹ in der Politik Briony Swire u.a.: Processing Political Misinformation: Comprehending the Trump Phenomenon, in: *Royal Society Open Science* 4, 2017, <http://doi.org/10.1098/rsos.160802> (zuletzt 10.01.2021); zu den verschiedenen Aspekten der Desinformation Cass R. Sunstein: The Law of Group Polarization, in: *Journal of Political Philosophy* 10, 2002, 2, S. 175-195; ders.: On Rumors. How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, and What Can Be Done, Princeton, Oxford 2009; ders.: #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media, Princeton, Oxford 2017; zu ›post-truth‹ Stephan Lewandowsky, Ullrich K.H. Ecker, John Cook: Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the ›Post-Truth‹ Era, in: *Journal of Applied Research in Memory and Cognition* 6, 2017, S. 353-369; Karen M. Douglas, Chee Siang Ang, Farzin Deravi: Reclaiming the Truth, in: *The Psychologist* 30, 2017, S. 36-42. Für eine theoretisch fundiertere soziologische Analyse siehe das Sonderheft von *Sociologia e Politiche Sociali* 21, 2018, 3, hg. v. Alberto Cevolini und Gérald Bronner (insbesondere den Aufsatz von Cevolini).

Natürlich ist der Wunsch berechtigt, dass die öffentliche Debatte und der Einsatz verschiedener Medien wertschätzend, kontrolliert, korrekt und fair sind. Aber es stellt sich die Frage, wie realistisch ein solcher Wunsch ist. Wie sollen die Teilnehmer der öffentlichen Debatten von einem solchen Kommunikationsverhalten überzeugt werden, zu dem man sie sicherlich nicht zwingen kann?<sup>2</sup> Auch die Rechtsinstrumente, die an die Kommunikationspraxen angelegt werden, sind dafür nicht besonders effektiv und kaum vielversprechend: Wenn nicht nur ›normale Bürger‹ Unwahrheiten verbreiten oder andere beleidigen, sondern auch hochrangige Politiker oder hochrangige Persönlichkeiten in der Verwaltung öffentlicher Einrichtungen, scheint es tatsächlich unmöglich, sie zu zensieren und zu sanktionieren. Und was würde es dann nützen? Wenn man wirklich anfangen würde, moralisch oder ›journalistisch‹ zwischen akzeptablen und inakzeptablen Beiträgen zu unterscheiden, würde sich das Problem nur vervielfachen: Wer entscheidet, und wie, was akzeptabel ist? Nach welchen Kriterien? Und was tun mit denen, die eine solche Schwelle moralischer oder deontologischer Akzeptanz nicht akzeptieren?

Netzwerkunternehmen zeigen zumindest guten Willen, wenn sie bereit sind, die Konten der extremsten Benutzer zu schließen, so wie es zeitweise bei Donald Trump als amtierendem Präsidenten der Vereinigten Staaten geschehen ist. Aber wenn Twitter, Facebook oder andere solcher Medien diesen Weg der konsequenten Kontrolle des Kommunizierten wirklich bis zum Ende gehen würden, was würde von ihnen übrig bleiben, da ihre Anziehungskraft genau darin besteht, Kommentare aller Art für alle zuzulassen? Hinzu kommt, dass das politische Vermögen vieler Politiker und Parteien, die in den letzten Jahren Wahlen in Ländern gewonnen haben, die wir nicht als zweiter oder dritter Ordnung betrachten würden, genau auf diese Freiheit der Nutzung und des Missbrauchs der Medien zurückzuführen ist. Daran zeigt sich, dass Information sich nicht nur auf den sachlichen, propositionalen Gehalt der Kommunikation bezieht, sondern auch Desinformation einschließt. Von Sachbezogenheit und Wahrheit der öffentlichen und Social-Media-Kommunikation kann nicht einfach ausgegangen werden.

- 
- 2 Die Frage ist dann, ob ein ehrliches Verhalten überhaupt möglich ist. Zu den Modalverben, die auf Ehrlichkeit angewendet werden (›müssen‹, ›sollen‹ und ›können‹), siehe das Argument von Niklas Luhmann: Die Ehrlichkeit der Politiker und die höhere Amoralität der Politik, in: *Opfer der Macht. Müssen Politiker ehrlich sein?*, hg. v. Peter Kemper, Frankfurt a.M. 1993, S. 27-41, Neudruck in Niklas Luhmann: *Die Moral der Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 2008, S. 163-174, hier: S. 163.

Gerade weil die mit der Desinformation verbundenen Probleme sich nicht auf einfache Weise lösen lassen, stellt sich die Frage, ob wir mit einer soziologischen Frage konfrontiert sind, die in einem viel breiteren Rahmen einzuspinnen ist, da sie die Evolution der Gesellschaft (Modernisierung) impliziert, insbesondere die sehr schnelle Entwicklung einiger Teilsysteme (insbesondere der Politik, aber nicht nur), die Entstehung und Durchsetzung der Öffentlichkeit und der Kommunikationsmedien (Massen- und soziale Medien). Obwohl diese Themen Gegenstand zahlreicher Publikationen sind, wissen wir immer noch nicht, wie diese Aspekte miteinander verbunden sind. Zum Beispiel: Welche Rolle spielen die Massenmedien bei der Entstehung von Öffentlichkeit? Was ist der Zusammenhang zwischen Massenmedien und dem Übergang zur Moderne und zur funktionalen Differenzierung? Welche Formen nimmt die Öffentlichkeit in den verschiedenen Teilsystemen der modernen Gesellschaft an? Im Fall der Politik: Wie hängen Entstehung der Öffentlichkeit, Erfindung der Presse und Demokratisierung zusammen?

Fragen wie diese könnten multipliziert und tentativ beantwortet werden. Hier beschränken wir uns darauf, zwei der wichtigsten Punkte zu analysieren, auf die wir oben hingewiesen haben: die Funktion der Öffentlichkeit (und der öffentlichen Meinung im Fall der Politik) und die Funktion der Kommunikationsmedien, insbesondere der Massen- und der sozialen Medien. Die Hauptthese lautet, dass es in beiden Fällen nicht darum geht, Transparenz oder ›Wahrheit‹ zu erzeugen, sondern eine spezifische Form von Unsicherheit, die für die Operationsweise der modernen Gesellschaft und ihrer Subsysteme notwendig ist.

## II. Öffentlichkeit

Schon seit der Antike wurden Gerüchte, die sich hauptsächlich auf den Ruhm und das Ansehen großer Menschen bezogen, als ein ambivalentes und unkontrollierbares Monster dargestellt, das über Ereignisse spricht, die geschehen und nicht geschehen sind, das wahre und falsche, gute und schlechte Dinge mitteilt.<sup>3</sup> In den historischen Darstellungen wurden die »genti«, also die

3 Siehe Virgil: »Haec tum multiplici populos sermone replebat gaudens, et pariter facta atque infecta canebat« (Aen., IV: 189-90) und Ovid: »veniunt, leve vulgus, euntque mixtaque cum veris passim commenta vagantur milia rumorum confusaque verba volutant« (Met., XII, 53-55). Aber auch Dante: »Non è il mondan romore altro ch'un fiato

Empfänger der Geredes, lange Zeit als unfähig zu unterscheiden und zu bewerten und daher als leichte Beute für Gerüchte beschrieben. Das Volk galt als der Teil der Gesellschaft, der sich aufgrund seines Status nur in Form von Gerüchten kritisch gegenüber Regierungen und Institutionen äußern konnte.<sup>4</sup> Aber in einer Welt wie dieser ging es eher um indirekte Justierungen der öffentlichen Ordnung, nicht um öffentliche Diskussion.

Verleumdung und Diskreditierung (sowie nach außen Lob und Anerkennung der Eigenschaften und Tugenden der Spitzenfiguren) innerhalb der Höfe hatten eine völlig andere Relevanz. Hier wurden auch einzelne Schicksale auf der Grundlage von Schemata entschieden, wie Nähe/Ferne vom Zentrum (Hof, König), Loyalität/Verrat, Gunst/Ungnade und so weiter.<sup>5</sup> Hier ging es darum, »Karrieren« aufzubauen und sich daher auch skrupellos zu engagieren, nach Chancen zu suchen und Bedrohungen zu vermeiden. Die relevanten »polemischen« Streitigkeiten, die einen Unterschied machten, wurden kontrolliert und auf sehr selektive enge Kreise beschränkt: Streitigkeiten bei der Auslegung der Heiligen Schriften, Zusammenstöße zwischen Rivalen, zwischen Mitgliedern der höchsten Familien innerhalb der Höfe und zwischen gegnerischen Fraktionen in der Verwaltung von Korporationen und Armeen. Nach außen wurde dem Volk das »schöne Aussehen« der Spitzenfiguren angeboten, ohne jedoch kontrollieren zu können, wie dieses Aussehen eigentlich beobachtet wurde.<sup>6</sup>

---

di vento, ch'or vien quinci e or vien quindi, e muta nome perché muta lato« (Purg., X, 100-102) und vergleiche es mit der berühmten Definition der öffentlichen Meinung als Heiliger Geist (Valdimir Orlando Key: *Public Opinion and American Democracy*, New York 1961, S. 8).

- 4 Vgl. Arlette Farge: *Dire et mal dire. L'opinion publique au XVIII<sup>e</sup> siècle*, Paris 1992, mit viel historischem Material.
- 5 Vgl. Madame de Motteville, die den Hof im 17. Jahrhundert als »une région sombre et pleine de tempêtes continuelles« bezeichnet (zit. n.: Mariette Cuenin-Lieber: *L'expérience de la disgrâce sous Louis XIII e sous la Régence*, in: *La cour au miroir des mémorialistes 1530-1682, Actes du Colloque du Centre de Philologie et de Littérature romanes de Strasbourg*, 16-18 novembre 1989, hg. v. Noemi Hepp, Paris 1991, S. 111-122, hier: S. 111). Aber diese Dinge können nur innerhalb des Hofes passieren, nicht außerhalb.
- 6 Der damaligen Öffentlichkeit mangelte es sicherlich nicht an Zynismus: Was die Prinzen betrifft, habe man es nie mit der Wahrheit zu tun, sondern mit dem Kontrast zwischen epischer Erscheinung und satirischer Realität (siehe Virgilio Malvezzi: *Il Romulo*, Clemente Ferroni, Bologna 1631, S. 1).

Sicherlich kann eine Gesellschaft, die immer noch auf Interaktion beruht und keine Massenmedien hat, mit der Moderne nicht verglichen werden. Wir können nicht einmal von ›Desinformation‹ sprechen, da es damals nicht gab, was heute für uns Massenmedieninformation ist. Vielmehr ist die Art und Weise, wie der Lärm des Geredes bewertet und beobachtet wird, wichtig: Der Wendepunkt ist bekanntlich die Zeit zwischen dem Ende des 17. und dem Beginn des 18. Jahrhunderts, in der sich die *vox populi* in das verwandelt, was wir heute öffentliche Meinung nennen.<sup>7</sup> Dies sind bekannte Entwicklungen: Es ist vor allem die Verbreitung des Buchdrucks, die den Schwerpunkt der Politik und im Allgemeinen der Verwaltung der ›res publica‹ von den Höfen zu einer Öffentlichkeit verschiebt, die nicht mehr undifferenziert ist, auch nicht im Sinne von *communis opinio*.<sup>8</sup> Jetzt kann man Interessen aufbauen, Stellung nehmen, Erwartungen und Anforderungen in jedem Bereich der Gesellschaft stellen.<sup>9</sup> Die Veränderung zeigt sich auch in der Semantik. Der Begriff von ›publicum‹ bezieht sich beispielsweise traditionell auf Märkte, Plätze, Prostituierte oder Volksfeste, d.h. auf Kontexte, die kaum über die Interaktion zwischen denen hinausgehen, die an ihnen teilnehmen. Es handelt sich dabei um soziale Kontexte, in denen der Zugang nicht kontrolliert werden kann. Wenn dagegen durch den Buchdruck Texte kursieren, begünstigt dies wahrscheinlich die semantische Veränderung: Es ist jetzt ein Publikum von Lesern, d.h. von Beobachtern, die in Entscheidungsprozessen nicht ignoriert werden können.<sup>10</sup>

Und hier stellt sich das Problem der Bedeutung und der Funktion der öffentlichen Meinung. Den Sozialwissenschaften ist es bisher nicht gelungen, diesen Begriff deutlich zu bestimmen. Wenn man fragt, was öffentliche Meinung ist, erhält man keine klare und eindeutige Antwort. In der soziologischen Literatur wird nach wie vor zwischen zwei vorherrschenden Konzepten debattiert: der öffentlichen Meinung als mehr oder weniger verbreiteter

7 Vgl. Mona Ozouf: Le concept d'opinion publique au XVIII<sup>e</sup> siècle, in: *Sociologie de la communication* 1, 1997, 1, S. 349-365.

8 Vgl. Elisabeth Eisenstein: *The Printing Revolution in Early Modern Europe*, Cambridge 1983.

9 Vgl. David Zaret: *Printing and the Invention of Public Opinion in the English Revolution*, in: *American Journal of Sociology* 101, 1996, S. 1497-1555; ders.: *Origins of Democratic Culture: Printing, Petitions, and the Public Sphere in Early-Modern England*, Princeton 2000; Farge [Anm. 4].

10 Vgl. Jürgen Habermas: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Neuwied 1962, vor allem Kap. 2 und 4.

Menge von individuellen Meinungen, die mit statistischen Instrumenten analysiert werden kann, d.h. mit Umfragen und in Form von Datenverarbeitung;<sup>11</sup> oder der öffentlichen Meinung als ›Ort‹ einer im Prinzip vorurteilsfreien und damit rationalen Diskussion, die aber stark manipulierbar ist.<sup>12</sup> Eine weniger bekannte und tatsächlich nicht häufig verwendete Definition ist die der Systemtheorie, nach der die öffentliche Meinung ein Medium ist, das es allen Beteiligten (Entscheidungssträgern, Politikern, Kommentatoren, Journalisten usw.) ermöglicht, sich gegenseitig zu beobachten und beobachtet zu lassen (Beobachtung zweiter Ordnung). Nur in diesem zirkulären Beobachtungsnetz können Formen aller Art (Unterstützung oder Kontrast, im Allgemeinen: Meinungen) sich verdichten und einprägen, die Diskussionen nähren und sich in Form von Schlaglichtern, Umfragen und vor allem Wahlergebnissen vorübergehend fixieren.<sup>13</sup>

Es geht hier nicht darum, in Frage zu stellen, dass die Umfragen Ausdruck der öffentlichen Meinung sind oder dass die Medien eine relativ freie Diskussion ermöglichen. Aber es sollte klar sein, dass die öffentliche Meinung mehr umfasst als bloße Umfragen und dass eine ›freie Diskussion‹ nicht nur motivierte, faire oder sogar rationale Meinungen einschließen kann. Warum sollte jemand, der an falsche Nachrichten glaubt oder Klatsch im Internet verbreitet, weniger frei sein?<sup>14</sup>

- 
- 11 Vgl. Vincent Price: *Public Opinion Research in the New Century: Reflections of a Former POQ Editor*, *Public Opinion Quarterly* 75, 2011, 5, S. 846-853. Auch Price geht davon aus, dass es sich im Wesentlichen um Umfragen handelt, und bezieht sich nicht auf Soziologie. Siehe auch Michael J. Korzi: *Lapsed Memory? The Roots of American Public Opinion Research*, in: *Polity* 33, 2000, 1, S. 49-75. Zu den Grenzen einer solchen Konzeption siehe Herbert Blumer: *Public Opinion and Public Opinion Polling*, in: *American Sociological Review* 13, 1948(!), S. 542-554, hier: S. 542, und viel später auch Susan Herbst: *The Meaning of Public Opinion: Citizens' Constructions of Political Reality*, in: *Media, Culture and Society* 15, 1993, S. 437-454, die den Forschungsgegenstand ›öffentliche Meinung‹ als mysteriös bezeichnet. Es werden jedoch keine Alternativen gesucht.
  - 12 Der Referenzautor ist natürlich Habermas [Anm. 10]. Vgl. auch ders.: *Braucht Europa eine Verfassung? Eine Bemerkung zu Dieter Grimm*, in: Ders.: *Die Einbeziehung des Anderen*, Frankfurt a.M. 1996, S. 185-191, zum Verhältnis von politischen Entscheidungen und öffentlicher Meinung.
  - 13 Siehe vor allem Niklas Luhmann: *Die Politik der Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 2000, S. 274-318. Ich komme auf diesen Begriff zurück.
  - 14 Vielmehr mag es empirisch interessant sein festzustellen, dass sich die öffentliche Meinung somit in sich selbst darstellt, aber Soziologen würden bemerken, dass im Magma der Öffentlichkeit Umfragen verwendet werden, um zu verstehen, wo man

Es lohnt sich, von der folgenden Feststellung auszugehen: Die öffentliche Meinung macht nur Sinn, weil es unmöglich ist, sie zu kontrollieren. In ihr wird das, was Konsens oder Dissens, Unterstützung oder Opposition ist, verunsichert und zur Disposition gestellt. Die öffentliche Meinung garantiert eine Beweglichkeit der Positionen, sodass man sich paradoxerweise auf die öffentliche Meinung verlassen kann, gerade weil sie Unsicherheit erzeugt.

Unsicherheit bedeutet natürlich nicht einfach Unvorhersehbarkeit der Zukunft oder des Verhaltens anderer. Es geht nicht einmal um Glück im mittelalterlichen Sinne oder um Zufall, um Laune des Schicksals. Es geht vielmehr um eine selbst erzeugte Unsicherheit in dem Sinne, dass sie ständig provoziert, gesucht und angeregt wird, und ohne sie würde man nicht wissen, wie die verschiedenen Teilsysteme der Gesellschaft ihre eigene Realität aufbauen könnten. Was wäre die Wirtschaft ohne Unsicherheit über die Präferenzen der Konsumenten, die Kunst ohne Unsicherheit über den ›Geschmack‹ der Betrachter, und sicherlich die Politik ohne Unsicherheit darüber, wie die Wähler abstimmen werden?

An der Politik wird dies besonders deutlich, weil hier die öffentliche Meinung ihren stärksten begrifflichen und empirischen Ausdruck gefunden hat und hier Desinformation und politischer Exzess eine größere Rolle zu spielen scheinen. Der entscheidende Moment, in dem diese selbst erzeugte Unsicherheit entsteht, sind die politischen Wahlen.<sup>15</sup> Die Wahlergebnisse absorbieren diese Unsicherheit und geben sie im Hinblick auf die nächsten Wahlen an die öffentliche Meinung zurück.<sup>16</sup> In der Zwischenzeit zeigt und regeneriert sich kontinuierlich diese selbst erzeugte Unsicherheit in den Massenmedien und auch dank der Umfragen, deren Funktion genau dies zu sein scheint: Variationen in den Abstimmungsabsichten aufzuzeigen, die die öffentliche Meinung mobil (instabil) halten. Deshalb müssen sich Politiker vor dem Spiegel der öffentlichen Meinung präsentieren, sich beobachten und beobachten lassen.<sup>17</sup> Nur so können sie verstehen, welche Beiträge die Präferenzen der

---

sich befindet, und dass das Misstrauen gegenüber denen zunimmt, die gute Absichten befürworten, gerade weil sie behaupten, gut zu sein – abgesehen davon, worum es geht. Diese Zirkularität wird meistens völlig ignoriert – aber darum geht es.

15 Luhmann [Anm. 13], S. 104.

16 Zum Begriff von ›uncertainty absorption‹ siehe James G. March, Herbert A. Simon: *Organizations*, New York 1958, S. 165.

17 Eine berühmte Metapher von Harrison C. White: *Where Do Markets Come From?*, in: *The American Journal of Sociology* 87, 1981, 3, S. 517–547, die sich auf die Wirtschaft bezieht, aber auch auf die Politik und alle anderen Formen von Öffentlichkeit ausge-

Wählerschaft ›beeinflussen‹ und welche Vorschläge die Wähler überzeugen könnten. Und deshalb ist nicht evident, warum sie ihre Ausdrucksweise einschränken sollten, selbst wenn sie falsch, höchst kontrovers oder sogar diffamierend wird.

Das Problem, wenn es eines ist, liegt nicht in der mehr oder weniger skrupellosen Verwendung der Medien und der öffentlichen Meinung. Es gibt gute Gründe zu der Annahme, dass es bei der öffentlichen Meinung um die Legitimation von Macht geht. Die Legitimationsquellen politischer Macht sind mindestens drei. Die erste ist prozedural, wie Luhmann in einem seiner am meisten diskutierten Werke hervorhebt.<sup>18</sup> Die zweite wären Werte, die herangezogen werden, um Entscheidungen jeglicher Art zu rechtfertigen; aber inzwischen wissen wir, dass Werte mit einer Vielzahl möglicher, auch sich widersprechender Entscheidungen kompatibel sind. Im Namen des Friedens kann alles getan werden. Aber das ist nicht genug. Die Politik muss sich drittens auch Faktoren aussetzen, die sie nicht kontrollieren kann, wenn sie nicht den Eindruck erwecken will, nur Macht für Macht zu sein – was sie ohnehin ist: Sie gibt zwar vor, dass sie die anderen Systeme (z.B. Wirtschaft) steuern könne, aber diese steuern sich natürlich selbst. Für die Legitimation politischer Macht spielt das Volk im modernen und konstitutionellen Sinne eine entscheidende Rolle:<sup>19</sup> Es wird zum Souverän erklärt, aus dem sich die Legitimation politischer Macht ableitet. Die Rede von dem neuen ›Souverän‹ ist eine paradoxe Fiktion, die die Gesellschaft auf eine der Politik passende Weise beschreibt. Und sobald die Politik demokratisch wird, wird das Volk als Publikum stimmberechtigter Bürger dekliniert: one man, one vote.

Diese Homogenisierung des Volkes ist offensichtlich erzwungen und unrealistisch, da wir nicht alle gleich sind, aber sie ist auch unvermeidlich, denn wie könnte man innerhalb des Volkes Unterscheidungen einziehen? Vor allem wäre es völlig nutzlos, weil die politische Bedeutung des ›souveränen Volkes‹

---

dehnt werden kann. Vgl. Niklas Luhmann: Die Beobachtung der Beobachter im politischen System. Zur Theorie der öffentlichen Meinung, in: Öffentliche Meinung. Theorie, Methoden, Befunde. Beiträge zu Ehren von Elisabeth Noelle-Neumann, hg. v. Jürgen Wilke, Freiburg, München 1992, S. 77-86.

18 Niklas Luhmann: Legitimation durch Verfahren, Neuwied, Berlin 1969, 2. Auflage 1975; Neudruck Frankfurt a.M. 1983.

19 Vgl. Didier Lett: Les voix du peuple à la fin du Moyen Âge, in: Médiéval 71, 2016, S. 159-176, hier: S. 176; Niklas Luhmann: Kapital und Arbeit. Probleme einer Unterscheidung, in: Ders.: Die Wirtschaft der Gesellschaft, Frankfurt a.M. 1988, S. 151-176.



(und der Wähler) überhaupt nicht in seiner Weisheit liegt, sondern in seiner Unvorhersehbarkeit und Unkontrollierbarkeit.

Nur aus diesem Grund können wir von Wahllegitimation sprechen. Politik passt sich strukturell an die Moderne und die Massenmedien an: Gerade weil die Massenmedien kein Interesse an dem Unterschied Konsens/Dissens haben und sich darauf beschränken, die Alternative zu erzeugen, werden sie grundlegend für diejenigen, die Konsens suchen; und diejenigen, die Konsens suchen, müssen Dissens gegenüber ihren Gegnern hervorrufen. In der Öffentlichkeit beobachten die Wähler, wie Politiker sich selbst und andere beobachten, und als Wähler bleiben sie intransparent. Sie werden nur in Umfragen und natürlich in den Wahlen für einen kurzen Moment transparent. Aber dann ist es für die Politiker zu spät, um sie für sich zu einzunehmen.

Wenn wir unter Demokratie genau die Tatsache verstehen, dass die Politik auf diesem Unterschied zwischen Konsens und Dissens beruht,<sup>20</sup> der sich dann in den Unterschied von Regierung und Opposition übersetzt, dann ist die Gegenüberstellung zwischen Parteien und Kandidaten ein unverzichtbares Moment. Und damit auch die Kontroverse. Gäbe es sie nicht, gäbe es auch keine Demokratie. Dies soll nicht die aggressive Rede rechtfertigen, die jetzt vielerorts gehört, gesehen und gelesen wird, oft jenseits der Grenzen von Skurrilität und Demagogie. Aber nochmals: Wo ist die Überraschung? Könnte es anders sein? Nein.

Es liegt nahe, sich hier an einen anderen Begriff anzuschließen, der seit über einem Jahrhundert diskutiert wird, den des Populismus.<sup>21</sup> Die Populisten sind umso stigmatisierter, je mehr Wahlerfolg sie haben. Die Forschungsliteratur identifiziert Populismus mit dem Anspruch, direkte Beziehungen zu den Wählern zu haben, verfahrens- und verfassungsrechtliche Zwänge kaum zu ertragen, »einfache« Argumente zu verwenden, auf Italienisch würde man sagen: zu dem Bauch der Wähler zu sprechen, statt zu ihrem Gehirn.<sup>22</sup> Wie

20 Siehe Niklas Luhmann: Theorie der politischen Opposition, in: Zeitschrift für Politik 36, 1989, S. 13-26.

21 Zum Begriff siehe Ghița Ionescu, Ernest Gellner: Populism. Its Meaning and National Characteristics, London 1969, die die Diskussion gestartet haben.

22 Die Literatur dazu beschränkt sich meistens auf Typisierung. Vgl. Matthew Rhodes-Purdy: Participatory Populism: Theory and Evidence from Bolivarian Venezuela, in: Political Research Quarterly 68, 2015, 3, S. 415-427. Vgl. auch Benjamin Moffitt, Simon Tormey: Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style, in: Political Studies 62, 2014, S. 381-397, die von »performative dimension of populism« (S. 382) sprechen, ohne jedoch zu klären, in welchem Medium von Möglichkeiten sich diese

dem auch sei, Populismus ist die Suche nach Legitimation im Konsens eher als in Verfahren, und unter diesem Gesichtspunkt ist er ein Produkt der Demokratisierung der Politik.<sup>23</sup> Dass jedes Argument gilt, wenn es Stimmen bringt, abgesehen von Wahrheit, Plausibilität und moralischer Korrektheit, können nur die Verfechter der political correctness skandalisieren.

Für das Erstarken des Populismus scheinen andere Faktoren eine Rolle zu spielen, wie zum Beispiel die Tatsache, dass bereits im 20. Jahrhundert die traditionellen Ideologien von Liberalismus und Sozialismus verschwunden sind, ohne Nachfolger zu hinterlassen, sodass heute anstelle von politischen Programmen mehr über Personen gesprochen wird und sich diese Personen und nicht die Ideen im Medium der öffentlichen Meinung durchsetzen müssen. Außerdem versprechen nicht nur Populisten, sondern Politiker überhaupt gern eine glänzende Zukunft, lassen sich dabei aber vom ›arousal‹<sup>24</sup> des Augenblicks steuern; dabei hat Politik mehr mit der Bewältigung von Emergenzen zu tun. Zudem macht es nicht mehr viel Sinn, politische Programme anhand von ›sozialen Klassen‹ zu unterscheiden, die verteidigt und vertreten sein sollten (überhaupt ›Repräsentation‹: noch ein Begriff, der für viele politisch entleert ist). Zukunft besteht aus dem Risiko für die einen und der daraus folgenden Gefahr für die anderen, und aus diesem Unterschied entstehen soziale Spaltungen und Spannungen.<sup>25</sup> Von hier aus sollte man beginnen, politische Programme zu entwickeln, die den gegenwärtigen gesellschaftlichen Bedingungen entsprechen.

Ein weiterer Faktor, der eine grundlegende Rolle für das Erstarken des Populismus und der polemischen Öffentlichkeit im Allgemeinen spielt, sind

---

performativ realisieren würde; Margaret Canovan: *Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy*, in: *Political Studies* 47, 1999, S. 2-16, die von Populismus als »shadow of democracy« spricht; Michael Ignatieff: *Democracy Versus Democracy: The Populist Challenge to Liberal Democracy*, in: *LSE Public Policy Review* 1, 2020, 1, S. 1-5, hier: S. 2, einer von den wenigen, die eine erhebliche Diskrepanz zwischen »will of the people« und »rule of law« sehen. Siehe auch Benjamín Ardit: *Populism as a Spectre of Democracy: A Response to Canovan*, in: *Political Studies* 52, 2004, S. 135-143.

23 Vgl. Claudia Alvares, Peter Dahlgren: *Populism, Extremism and Media: Mapping an Uncertain Terrain*, in: *European Journal of Communication* 31, 2016, 1, S. 46-57, die aber nicht so weit gehen, den Populismus so zu definieren. Vgl. auch Jan-Werner Müller: *What is Populism?*, Philadelphia 2016, zum Spannungsverhältnis von Verfahren und Konsens.

24 Im Sinne von Karl E. Weick: *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks 1995, S. 45f.

25 Siehe Niklas Luhmann: *Soziologie des Risikos*, Berlin, New York 1991.

zweifelloso die Massenmedien. Ihr wichtigstes Merkmal für das Verständnis dieser Entwicklungen ist die Tatsache, dass sie Transparenz in Form von Nachrichten und Intransparenz in Form von Unvorhersehbarkeit der Reaktionen erzeugen.<sup>26</sup> Die Massenmedien verzichten darauf, die Auswirkungen auf die Empfänger zu kontrollieren – einfach, weil sie es nicht können. Und damit garantieren sie der Gesellschaft eine Zukunft. Mit anderen Worten, Massenmedienkommunikation wird sicherlich produziert, um Reaktionen auszulösen, ohne jedoch zu wissen welche, einschließlich Präferenzen in Bezug auf Konsens und Dissens. Es ist unbestritten, dass Politiker versuchen, die Wähler zu überzeugen und damit Konsens zu erzielen, aber dies ist nur ihre Hoffnung. Sie können nichts anderes tun als dies: versuchen zu überzeugen, möglicherweise – oder eben: notwendigerweise – auch durch Kontroversen und Polemik. Aber wie die Empfänger reagieren, welche Meinungen sie bilden und wie sie abstimmen werden, bleibt unvorhersehbar.

### III. Kommunikationsmedien

In der Fachliteratur werden Medien wie Schrift, Buchdruck, Rundfunk, Fernsehen und heute alles, was das Internet erlaubt, als ›Kommunikationstechnologien‹ oder in der Sprache der Systemtheorie als ›Verbreitungsmedien‹ bezeichnet: Technologien, wahrscheinlich weil diese Medien nicht-soziale Substrate (Papier und Tinte, elektromagnetische Wellen, elektronische Maschinen usw.) erfordern, d.h. Elemente, die nur indirekt durch Wahrnehmung (insbesondere Hören und Sehen) Kommunikation ermöglichen; Verbreitung, weil sie über die reine interaktive Kommunikation hinausgehen.<sup>27</sup>

Diese beiden Definitionen lenken die Aufmerksamkeit auf die Tatsache, dass diese Medien auf die operativen Bedingungen der Kommunikation einwirken, d.h. auf die Art und Weise, wie Kommunikation stattfinden kann, aber nicht auf die Inhalte, die kommuniziert werden können. Ich würde diese Medien daher als operative Medien definieren. Ihre historische und evolutionäre Bedeutung ist darauf zurückzuführen: auf ihre Gleichgültigkeit gegenüber dem Inhalt. Es besteht kein Zweifel, dass diese Medien sehr selektiv

26 Siehe Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien, 2. erweiterte Auflage, Opladen 1996, S. 183.

27 Siehe Niklas Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft, Frankfurt a.M. 1997, S. 202ff.

sind: Was gedruckt werden kann, hat nicht das gleiche Format wie eine Fernsehsendung, und was für einen Blog geeignet ist, wäre wahrscheinlich für ein Radioprogramm ungeeignet. Aber es gibt kein Thema, das in einer Zeitung, in einer Fernseh- oder Radiosendung oder auf einer Website jeglicher Art nicht behandelt werden kann.

Gerade deshalb eröffnen diese Medien Möglichkeiten für die Konstruktion von Realität, die sonst undenkbar wären.<sup>28</sup> Aber um diese Möglichkeiten zu spezifizieren, sind Medien anderer Art erforderlich, d.h. Medien, die sich mit dem befassen, was Kommunikation beobachten, beschreiben, verarbeiten kann. Dazu gehört auch das, was die Systemtheorie ›symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien‹ nennt, und jedes andere Medium, das in der Lage ist, die Realität zu konstruieren.<sup>29</sup>

Genauer gesagt greifen die operativen Medien in das Verhältnis von Ego und Alter Ego (in den alten Kommunikationstheorien: von Sender und Empfänger) sowie in die Art und Weise ein, wie Informationen erzeugt und verarbeitet werden. Die Systemtheorie, aber auch die Linguistik und die Semiotik mit anderen Begriffen, unterscheidet in dieser Hinsicht zwischen Mitteilung, Information und Verstehen:<sup>30</sup> Die Mitteilung bezeichnet die Selektivität der Information (Absicht) und das Verstehen die Fähigkeit des Empfängers, den Sinn der Information von dem der Mitteilung zu unterscheiden.

Die Forschungsliteratur zu den Folgen der Erfindung der operativen Medien, insbesondere der Schrift und des Buchdrucks, ist sehr umfangreich.<sup>31</sup> Ich beschränke mich auf wenige Hinweise.

Die Erfindung der Schrift, um das erste Verbreitungsmedium zu erwähnen, zwingt dazu, die Information von der Mitteilung zu isolieren, da der Leser mit der Anwesenheit des Schreibers nicht rechnen kann und zum Verstehen keine andere Ressource als den Text hat. Der Text muss an sich verständlich sein. Eine Unterscheidung wie Episteme/Doxa, die viele als Vorläufer der

28 Siehe Walter Ong: *Writing is a Technology that Restructures Thought*, in: *The Written Word. Literacy in Transition*, hg. v. Gerd Baumann, Oxford 1986, S. 23-50.

29 Man könnte diese Medien Beobachtungsmedien nennen. Siehe die einzige Stelle, wo sie derart benannt werden: Niklas Luhmann: *Das Risiko der Kausalität*, in: Ders.: *Die Kontrolle von Intransparenz*, Frankfurt a.M. 2017, S. 46-64, hier: S. 49. Luhmann denkt an Medien wie Kausalität, Zeit oder Raum, aber der Begriff kann auf alle Medien ausgedehnt werden, die Realität aufbauen, und deshalb eben auch auf die symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien.

30 Siehe Luhmann [Anm. 27], S. 19off.

31 Die Klassiker sind bekannt, vor allem: Eric Havelock, Elisabeth Eisenstein, Walter Ong.

öffentlichen Meinung betrachten, wäre ohne Schrift undenkbar gewesen: Die Idee einer beobachterunabhängigen Realität, die sich von bloßen Meinungen unterscheidet, setzt die Fixierung des geschriebenen Wortes voraus.<sup>32</sup> Aber wir sind noch weit von dem entfernt, was wir jetzt öffentliche Meinung nennen.

Die Erfindung des Buchdrucks in Europa ist hier entscheidend. Eine ihrer Konsequenzen ist die Umwandlung von Mitteilung in eine ›willkürliche‹ Handlung, d.h. in eine Handlung, die nur durch die Frage nach den Motiven des Handelnden erklärt und verstanden werden kann.<sup>33</sup> Dies sind die Voraussetzungen dessen, was wir heute Entscheidung nennen, also einer Kommunikation, die die Empfänger bindet, indem sie aus mehreren Alternativen auswählt, die alle gleichermaßen plausibel und machbar sind. Man könnte sagen, dass sich die Kontingenz auf beiden Seiten radikal erstreckt: auf der Seite der Mitteilung, wo nur Eigenheiten beobachtet werden können, und auf der Informationsseite, weil die Welt nicht mehr vom Beobachter unabhängig ist. Wer versteht, versteht, weil er Beobachter beobachtet. Dies macht die Entscheidung immer fragwürdig und daher kontrovers.

Im Laufe der Zeit kommen andere Medien hinzu, wie Radio, Fernsehen und gewissermaßen auch das Internet. Es handelt sich hauptsächlich um Massenmedien. Was sie kennzeichnet, wie schon gesagt, ist für unser Thema von grundlegender Bedeutung: Diese Medien produzieren einseitige Kommunikation. Die Kommunikation via Massenmedien lässt keine Reziprozität zu. Die Politiker geben Erklärungen ab, nur weil sie wissen, dass sie unzählige Empfänger erreichen werden – ohne zu wissen, mit welchen Konsequenzen. Stil und Haltung (darunter auch Aggression, Vulgarität, verbale Gewalt, Skrupellosigkeit usw.) hängen von den Erwartungen in Bezug auf die Reaktionen der Öffentlichkeit ab. Der Politiker gibt eine Erklärung an die Presse, und am Tag danach schaut er sich die Umfragen oder die Zeitungen an und bewertet, ob etwas korrigiert werden soll oder nicht. Das einzig Wichtige ist bekanntlich, dass man darüber spricht.

Der Fall der sozialen Medien ist speziell: Sie sind keine Massenmedien, gerade weil sie nicht einseitig sind, aber gleichzeitig setzen sie eine große

32 ›Doxa‹ ist im Gegensatz zu ›Episteme‹ einfach herzustellen; sie ist im Grunde ein Kinderspiel (vgl. Heraklit, Fragm. 70).

33 »Im Effekt kann jetzt Handlung nichts anderes mehr sein als die Verkörperung einer subjektiven Absicht« (Luhmann [Anm. 27], S. 302).

Anzahl von Nutzern voraus (Follower, like/dislike oder ähnliches). Oder besser gesagt: In vielerlei Hinsicht scheinen diese Medien typische Merkmale der Massenmedien mit typischen Merkmalen der Interaktion unter Anwesenden zu kombinieren, ohne Interaktionen zu sein. Wenn ein Politiker einen Tweet postet, hofft er, dass jemand ihn kommentiert, auch negativ, sonst würde alles schnell langweilig. Ähnliches gilt auch für typische Massenmedien wie das Fernsehen: Beispielsweise werden aus Gründen der Einschaltquote Personen in Talkshows eingeladen, die Zusammenstöße, Beleidigungen und sogar echte Kämpfe garantieren. Man organisiert Interaktionen, um Masseneffekte auszulösen. Selbst in den sozialen Medien macht gerade diese Möglichkeit einer direkten und womöglich polemischen Konfrontation den Unterschied.<sup>34</sup>

Jeder fühlt sich berechtigt, zu jedem Thema Stellung zu nehmen. Politische Kontroversen in den sozialen Medien sind nicht für die Gegner, sondern für alle anderen inszeniert, auch für diejenigen, die möglicherweise nicht an der Kontroverse teilnehmen, aber dann bei Wahlen ihre Stimme abgeben.<sup>35</sup> Man streitet mit den Anwesenden, um die Abwesenden zu beeinflussen. In diesem Sinne zeigen die sozialen Medien typische Aspekte der Massenmedien.

Ein weiterer typischer Aspekt der sozialen Medien ist die extreme Betonung der Absichten, also der ›echten‹ Motivationen, die hinter jeglicher Entscheidung stecken würden. Was interessiert, ist die Mitteilung, könnte man sagen: Sie interessiert mehr als die Information. Und hier taucht ein altes Problem in einem neuen Gewand auf: Es ist unmöglich, Zweifeln über die

---

34 Die Möglichkeiten einer sozialen Kontrolle durch Interaktionen und Organisationen sind fast verschwunden. Radikale und radikal stumpfe Meinungen hat es immer gegeben, aber vor dem Internet wurden sie dort gefiltert, wo sie geboren wurden, und erreichten fast nie Zeitungen und Radio- oder Fernsehsendungen. So sollte die Aussage von Umberto Eco verstanden werden: »Soziale Medien geben Legionen von Dummköpfen das Recht zu sprechen, die zuvor nur nach einem Glas Wein an der Bar gesprochen haben, ohne die Kollektivität zu schädigen. Sie wurden sofort zum Schweigen gebracht, und jetzt haben sie das gleiche Rederecht wie ein Nobelpreisträger. Es ist die Invasion von Dummköpfen« (Erklärung an Journalisten anlässlich der Verleihung des Ehrentitels in Medienkommunikation und Kultur, Universität Turin, 2015). Viele der in der Literatur beschriebenen Funktionen von diesen Medien scheinen tatsächlich nicht so neu zu sein (echo chamber, social cascades, group polarization etc., vgl. Sunstein, Rumors [Anm. 1], S. 16f.; ders., #republic [Anm. 1]).

35 Vgl. Bernie Hogan: The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online, in: Bulletin of Science Technology & Society 30, 2010, 6, S. 377–386, hier: S. 383ff.

eigenen Absichten entgegenzuwirken – wie aus dem polemischen Charakter der heutigen öffentlichen Debatten deutlich hervorgeht, treten umso mehr Zweifel auf, je mehr man auf seinen aufrichtigen Absichten besteht.

Hinzu kommt der Aspekt der kurzen zeitlichen Sequenzierung. Die traditionellen Medien arbeiten unter Ausnutzung von Periodisierung oder Episodisierung. Die Zeitungen reagieren auf das, was am Vortag passiert ist; das Fernsehen hat sich noch nicht in eine ununterbrochene Live-Sendung verwandelt, auch wenn es das wahrscheinlich möchte. Ein Medium wie Twitter (aber das gilt auch für Facebook oder Instagram etc.) geht davon aus, dass es keine Zeit zum Nachdenken und Bewerten gibt: Es erfordert eine sofortige Reaktion und sofortige Kommentare. Auf jeden Tweet folgt eine Kaskade anderer Tweets. Dann wird alles vergessen. Das einzige Kriterium für die Regulierung des Flusses und die Reaktionen auf die Reaktionen ist das Veralten des Themas – das nur deshalb veraltet, weil es durch ein anderes ersetzt wird.

Das Medium lässt kaum Zeit zu verstehen, worum es geht: Geht es um ein Thema mit entsprechenden Informationen? Oder um andere Informationen, die nicht mitgeteilt werden? Oder um das Schema, das Frame oder das Script, das man bei den anderen zu erkennen glaubt, oft auf der Suche nach Skandalen? Die Realität mag hyperbolisch erscheinen, aber auch das ist reale Kommunikation.

Die Suche nach möglichen verborgenen Absichten gilt natürlich nicht nur für die Politik, sondern für die massenmediale Kommunikation insgesamt. Es herrscht eine Logik des Verdachts, der Verschwörung, das ist sicherlich nicht neu. Jede Stellungnahme sowie jede öffentliche Person wird auf der Grundlage der Annahme beobachtet, dass etwas dahinter steckt, dass die wahren Ziele andere sind, dass es jemanden gibt, der hinter den Kulissen manövriert.<sup>36</sup> Während dies in der Politik ein völlig normales Phänomen ist – und oft nicht völlig unbegründet –, scheint es anderswo jünger zu sein. Verschwörungstheorien verbreiten sich in Bezug auf Katastrophen und Terrorismus (die Zwillingsstürme von New York, der Tod bestimmter Päpste), medizinisches Wissen (Impfstoffe, COVID19 usw.), sogar in Bezug auf wissenschaftliche Daten (Evolutionstheorie, schwarze Löcher), ganz zu schweigen von Wirt-

---

36 Vgl. Roland Imhoff, Pia Lamberty: Too Special to be Duped: Need for Uniqueness Motivates Conspiracy Beliefs, in: *European Journal of Social Psychology* 47, 2017, 6, S. 724-734: Das Gefühl, eine Minderheit zu sein, stärkt den Glauben an Verschwörungstheorien. Aber das ist immer noch eine eher psychologische als eine soziologische Erklärung.

schaftsdaten und Fragen im Zusammenhang mit Produktion oder Finanzen, Pädagogik und Lehrkriterien, Kunst und Gastronomie, Literatur und Journalismus – kurz: sie treten in allen Bereichen auf.

Die Systemtheorie würde sagen, es handelt sich um ein typisches Produkt der Beobachtung zweiter Ordnung. Wer sich in der Öffentlichkeit ausstellt, weiß, dass er als Beobachter beobachtet wird, und weiß daher, dass ihm Absichten, Schemata und ›scripts‹ aller Art zugeschrieben werden. Man bemüht sich, »dem überall lauernden Motivverdacht zu entkommen. Das [...] ist die Unterscheidung, mit der die öffentliche Meinung sich selbst bestimmt – und zugleich ständig ruiniert. Deshalb ist der Beobachter, der sich an öffentlicher Meinung zu orientieren sucht, frei, seine eigenen Beobachtungen an der Sache, die auch andere so sehen, oder am Motivverdacht zu orientieren.«<sup>37</sup> Dass dies zu extremen Kontroversen und (nicht nur) sprachlicher Gewalt führen kann, an die wir uns allmählich gewöhnen, ist nicht nur nicht ausgeschlossen, sondern wahrscheinlich auch unvermeidlich.<sup>38</sup>

#### IV. Frames

Von vielen Seiten wird Ehrlichkeit und Transparenz, Ausgewogenheit und Sachlichkeit gefordert, um der Ausbreitung der aggressiven Polemik entgegenzuwirken. Aber was dies tatsächlich bedeutet, ist kaum möglich vorherzusagen. Moralische Argumente führen nur zu einer Verschärfung von Tönen und Konfrontationen, wie man an manchen maßlosen Ansprüchen der Verfechter von political correctness, an der Verachtung gegenüber ›Populisten‹ oder an den Illusionen, die Verwendung von Kommunikationsmedien kontrollieren und sanktionieren zu können, sehen kann. Aber man kann nicht sehen, was hinter dem Spiegel der Öffentlichkeit passiert. Es kann nur angenommen werden, dass für Wähler, Zuschauer und Beobachter dessen, was in der Öffentlichkeit geschieht, der Teufel immer interessanter und angenehmer sein wird als der McCarthyismus vieler Moralisten.

37 Luhmann [Anm. 13], S. 291-292.

38 Es ist noch unklar, ob die Thesen von Elisabeth Noelle-Neumann auch für diejenigen gelten, die in sozialen Medien aktiv sind. In Bezug auf fake news vermuten einige Autoren einen chilling effect aus Angst vor Sanktionen (Sunstein, Rumors [Anm. 1], S. 9, 75), ein Effekt, der jedoch weiterhin schwer einzuschätzen ist – es handelt sich immer noch um Selbstzensur.



Nicht nur das: Die Soziologie, mit Begriffen, die sie aus anderen Disziplinen übernimmt, hat lange darauf hingewiesen, dass die Kommunikation aufgrund von Schemata (Unterscheidungen, Frames, Skripte) beobachtet. Dies bedeutet, dass die Freiheit, die eine oder die andere Seite des Schemas zu bezeichnen, mit der fatalen, durch das Schema selbst auferlegten Einschränkung bezahlt wird: Man kann eben nur eine der beiden Seiten bezeichnen, nichts Anderes.<sup>39</sup> In Bezug auf die öffentliche Polemik sollte dann gesagt werden, dass Sachlichkeit und Maß, Ehrlichkeit und Korrektheit im Grunde nur die andere Seite der aggressiven Polemik sind. Sie sind komplementär, sie sind die zwei Seiten desselben Schemas.<sup>40</sup> Paradox gesagt: sie sind dasselbe.

Es wäre wahrscheinlich sinnvoller, das Schema als solches abzulehnen, nicht nur eine seiner beiden Seiten. Und im Prinzip wäre es möglich, sich von aggressiver Polemik und ihrem Gegenteil zu distanzieren – aber das ginge nicht, ohne ein Risiko einzugehen, nämlich in den Medien unsichtbar zu werden, vom ohrenbetäubenden Lärm der dortigen Polemik überwältigt. Ein Risiko, das ein Politiker nicht eingehen kann.

---

39 Vgl. den klassischen Text von Erving Goffman: *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, New York 1974.

40 Im Sinne von George Lakoff: *Don't think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate: The Essential Guide for Progressives*, Chelsea Green 2004.

