

Pop, Politik und Populismus als Massenkultur

Melanie Schiller

Zwei Jahre nach Hitlers Machtergreifung und vier Jahre vor Ausbruch des zweiten Weltkrieges, schrieb Walter Benjamin 1935 im Pariser Exil seinen berühmten Aufsatz *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Darin beschäftigt er sich mit den neuen Medien seiner Zeit, insbesondere Photographie und Film, und reflektiert darüber, wie diese sich zur Entstehung einer neuen Massenkultur verhalten. Dabei untersucht Benjamin, welche Auswirkungen eine umfassende Veränderung der neuen Massenkommunikationsmedien für die industrielle Massengesellschaft haben kann. Eine durch Reproduzierbarkeit entstehende kollektive Ästhetik biete Benjamin zufolge zwar einerseits die Möglichkeit der Entwicklung hin zu gesellschaftlicher Emanzipation, da Massenmedien eine anti-elitäre Verbreitung von Inhalten und Partizipation ermögliche, berge aber andererseits auch die Gefahr der politischen Vereinnahmung, wie zeitgenössisch am schnellen Aufstieg des Faschismus deutlich wurde. Letztlich wären es die Massenmedien, welche die von den Faschisten betriebene Ästhetisierung des politischen Lebens ermöglichen, und damit auch deren Darstellung der Massen, ohne ihnen tatsächliche Rechte zuzugestehen; Denn der Faschismus »sieht sein Heil darin, die Massen zu ihrem Ausdruck (beileibe nicht zu ihrem Recht) kommen zu lassen,« so Benjamin (1963, 42). Diese Ästhetisierung von Politik, so schlussfolgert er, müsse zwangsläufig im Krieg gipfeln.

Obwohl Benjamins Aufsatz vor nunmehr 85 Jahren verfasst wurde, resonieren seine Argumente stark mit dem gesellschaftlichen, politischen und medialen Kontext der heutigen Zeit und insbesondere im Jahr 2020. Der Topos der Massen scheint (wieder) aktueller denn je. In Deutschland sowie international wurden Massenproteste gegen die von den jeweiligen Regierungen erlassenen Corona-Einschränkungen organisiert, die *Black Lives Matter*-Demonstranten protestieren gegen rassistisch motivierte Polizeigewalt, in Belarus finden monatelang Massenproteste mit hunderttausenden

Teilnehmer*innen gegen den autoritären Staatschef Alexander Lukaschenko statt, und in Polen gehen ebenso viele Menschen auf die Straße, um gegen die von der Regierung neu verabschiedeten Abtreibungsgesetze zu protestieren. Zuletzt besteht der dann noch amtierende US-Präsident Donald Trump im Herbst 2020 – Mitten in der globalen Covid-19-Pandemie – auch nach einer eigenen, noch nicht ganz überstandenen Corona-Infektion weiterhin beharrlich darauf, medienwirksame Massenkundgebungen im amerikanischen Wahlkampf abzuhalten und nach seiner vermeintlichen Abwahl ruft er seine *follower* zum »Million MAGA March« auf. Mediale Inszenierungen der Masse sind eindeutig ein kennzeichnendes Phänomen der Gegenwart.

Insbesondere mit Blick auf den »populistischen Zeitgeist« (Mudde 2004) der letzten Jahre lässt sich festhalten, dass sich autoritär-nationalistische Populisten wie Donald Trump, Recep Tayyip Erdogan, Jair Bolsonaro, Boris Johnson oder Viktor Orbán als Repräsentanten der sich auflehnenen Massen gegen die kulturellen, politischen und medialen Eliten inszenieren. Denn der Kern des gegenwärtigen Populismus, egal ob konzeptualisiert als politischer Stil, Strategie oder Ideologie, ist der inszenierte Kampf der vermeintlich rechtschaffenden, gewöhnlichen und »guten« Massen gegen die angeblich ruchlose und korrupte Elite. Gleichzeitig wird diese populistische Inszenierung der Masse oft als fundamentale Gefahr für die Demokratie verstanden; in einem jüngsten Essay nennt Arjun Appaduari (2020) dabei die Leute dieser inszenierten Massen »electoral tools for a mass exit from democracy« (Appaduari 2020). Donald Trumps anti-demokratische Reaktion nach der verlorenen Präsidentschaftswahl 2020 ist in diesem Sinne ein gutes Beispiel dafür, wie die dargestellte Masse auf Trumps Kundgebungen primär seiner Inszenierung als populistischem Führer dient, und nicht als Ausdruck eines demokratischen Volkswillens.

Dabei ist die mediale Inszenierung der Massen von Trump und Konsorten elementarer Bestandteil des populistischen *Raison D'être*, und für seinen Wahlkampf damit unerlässlich. Ohne das Kredo der Massenrepräsentanz würde Trump (ebenso wie in Deutschland beispielsweise die populistische Anti-Corona-Bewegung oder zuvor PEGIDA) ihre Daseinsberechtigung verlieren. So kann das als »Laut, ungestüm und groß« (Zeit Online 2020) orchestrierte Massenspektakel des Trumpschen Populismus, besonders im Kontext der Corona-Pandemie und der damit verbundenen ernsten gesundheitlichen Gefahren für die Teilnehmer*innen dieser Veranstaltungen, sehr gut verstanden werden im Sinne Benjamins Feststellung, dass der Faschismus seiner Zeit die Darstellung der Massen herausstelle, ohne diese jedoch zu ihrem Recht

kommen zu lassen. Diese scheinbare Ästhetisierung der Politik und damit verbundene Entmachtung der Massen, dessen Ausdruck sie vorgibt zu sein, weist somit deutliche Parallelen mit Benjamins historischem Kontext auf. Die Nähe von Trump zum Faschismus wird derweil wissenschaftlich sowie journalistisch immer wieder hervorgehoben (wenn auch nicht unumstritten) und nicht zuletzt dadurch unterstrichen, dass Trumps Rhetorik einige Parallelen mit der Hitlers nach dessen Machtergreifung aufzeigt (vgl. Soboczynski 2017; Connolly 2017; McLaren 2020; Rosenfeld 2019).

Während Benjamins Bezeichnung der Ästhetisierung des politischen Lebens sich vor allem auf die kunstvolle Inszenierung von Massenaufmärschen und Parteiveranstaltungen der NSDAP, nächtlichen Fackelzügen, Leni Riefenstahls »Triumph des Willens« sowie die Gestaltung von Parteiuniformen und Symbolen bezieht, meint Benjamin mit Ästhetisierung doch auch die systematische Untergrabung politisch inhaltlicher Diskurse hin zu einer zunehmenden Symbolpolitik, die dennoch eine kollektive Zielvorgabe zu etablieren versucht. Im Gegensatz zu Benjamins Auffassung von Ästhetisierung als kunstvolle Inszenierung, lassen sich gegenwärtige Medienauftritte von Trump allerdings weniger als ästhetische Inszenierung in diesem Sinne verstehen, dagegen wohl mehr als massenkulturelles Spektakel. Im gegenwärtigen Populismus von Trump und Konsorten lassen sich dabei zweifelsfrei Parallelen zur Ästhetisierung als Symbolpolitik ohne inhaltlichen stringenten Diskurs erkennen, verbunden mit einer kollektiven Zielvorgabe und der Figur eines charismatischen und autoritären populistischen *leaders*.

Dass Populismus und populäre Kultur – ganz besonders anschaulich im Falle Trumps – eng miteinander verbunden sind, ist derweil offensichtlich. Doch was wenn man Populismus nicht als »sich beziehend auf« populäre Massenkultur versteht, also populäre Massenkultur für seine Zwecke nutzend, sondern Populismus an sich *als* Massenkultur begreift? Im Folgenden möchte ich einige Parallelen in Diskursen zu Massenkultur und Populismus aufzeigen, um hervorzuheben, inwiefern Populismus nicht nur mit den Mitteln des Pop versucht, seine Ideologien gesellschaftlich zu verankern, sondern wie Populismus selbst als populäre Kultur verstanden werden kann (und sollte). Walter Benjamin spricht in seinem Text davon, dass Politik in den 1930er Jahren – unter anderem im Zusammenhang mit dem schnellen Aufkommen neuer Massenmedien – unter der faschistischen Führung zum ästhetischen Spektakel wird. In diesem Text möchte ich Benjamins Argument der Ästhetisierung des politischen Lebens durch den Faschismus weiterdenken und von Populismus als Pop-Spektakel sprechen und damit der Popifizierung der Po-

litik. Populismus als Massenkultur in diesem Sinne zu verstehen zwingt uns nämlich nicht nur dazu, solch weit verbreitete Grundannahmen wie »Pop ist immer subversiv« neu zu überdenken – sondern vor allem auch diese ernst zu nehmen.

Massenkultur und Populismus

Mit der aufkommenden Moderne und der Industrialisierung, Urbanisierung, und Demokratisierung sowie Nationalisierung entstand seit dem (frühen) neunzehnten Jahrhundert eine zunehmende Angst vor der Entstehung einer Massengesellschaft. So eine Gesellschaft, so fürchtete man, würde zu einer radikalen Individualisierung und sozialen Atomisierung sowie sozialer Entfremdung führen, welche durch die Schwächung des gesellschaftlichen Zusammenhalts die neu entstandene Masse anfällig mache für kommerzielle sowie vor allem politische Manipulation (vgl. Durkheim 1897; Kornhauser 1959). Durch eine mit der Massengesellschaft verbundene Massenkultur würde man sich dieser Einschätzung nach auf den niedrigsten gemeinsamen Nenner sowie auf einfachste Botschaften beschränken. Das Entstehen einer solchen Massenkultur und der damit verbundenen Homogenisierung der Gesellschaft, so die Folgerung, würde fast unvermeidlich im Totalitarismus enden (vgl. Mills 1956, 304).

In dieser Tradition werden Diskurse um Massenkultur spätestens seit den 1930er Jahren und der Arbeit der Frankfurter Schule also kritisch gesehen. Auch beeinflusst von ihren Erfahrungen mit dem Faschismus in Deutschland und anschließend der amerikanischen populären Kultur, die sie im Exil kennenlernten, verfassten Max Horkheimer und Theodor Adorno ihr einflussreiches Buch *Dialektik der Aufklärung*. Darin beschreiben sie kritisch, wie Massenkultur als Unterhaltung zur Verblendung, Standardisierung und Passivmachung des Publikums beitrage. Produkte der Kulturindustrie ermöglichen bzw. bedingten in dieser Argumentation dabei erst die Entstehung eben dieser Massen. In Adornos Denken sind die Massen also »nicht das primäre, sondern ein sekundäres, Einkalkuliertes; Anhängsel der Maschinerie der Kulturindustrie« (Adorno 1967, 60). Die Massen seien ihm nach »nicht das Maß, sondern die Ideologie« (ebd., 61) ebendieser. Die Kulturindustrie macht die Menschen somit »von oben her« zu den Massen, »die sie dann verachte« (ebd., 70). Laut Adorno ist eine wesentliche Motivation der kulturindustriell betriebenen »Vermassung« durch Massenmedien die der ideologischen

Gleichschaltung der Individuen zu gehorsamen Konsumenten und Untertanen. Wie Thomas Hecken zusammenfassend festhält, gehörten zu den Merkmalen einer solchen Massenkultur eben »Schlichtheit, Vulgarität, Konditionierung, Schematismus, Seichtheit, Effekthascherei, Kitsch und eine bornierte sowie leicht manipulierbare Rezeption« (Hecken 2019, 156).

Erst mit Entstehung der Popkultur in den 1950er Jahren und insbesondere mit der Pop Art in den 1960ern wurden diese rigiden Hierarchien durch Kunst, Kultur, Kritik und Wissenschaften herausgefordert und systematischer hinterfragt. Mit Popkultur als selbstreflexiver Künstlichkeit, die Wertunterschiede und Hierarchien der *high* und *low culture* in Frage stellte, wurden der Massenkultur zunehmend auch kritisch subversive und emanzipatorische Möglichkeiten zugesprochen – Potentiale, die Benjamin in seinem Werk schon vorweggenommen hatte. Denn insbesondere durch das Durchbrechen der elitären Kulturordnung durch die neuen Massenmedien ginge der exklusive Charakter von Kultur und Kunst verloren, und bekämen die Massen auch die Möglichkeit der Teilhabe an Kulturdiskursen und der Selbstbestimmung. Diese Denkweise wurde seit den 1970ern besonders von den britischen Cultural Studies weiter vorangetrieben. Stuart Hall als einer dessen wichtigsten Vertreter hob dabei allerdings ähnlich wie schon Adorno hervor, dass die Masse bzw. »die Leute« [*the people*] in populärer Kultur als hegemonialem »battleground« erst konstituiert würden. Im Gegensatz zu Adorno wird die Masse in Halls Konzeptualisierung allerdings nicht als zwangsweise ideologisch verblendet verstanden, sondern spricht Hall den Leuten gleichzeitig Handlungsfähigkeit und *agency* zu. Hall beschreibt Massenkultur dann auch als eine »Arena von Zustimmung und Widerstand« (Hall 1981, 237), in der »der Kampf für und gegen die Kultur der Mächtigen ausgefochten wird« (ebd., 239). Zuletzt heben die Cultural Studies, und insbesondere John Fiske, hervor, dass Massenkultur immer durchzogen ist von Bedeutungen, die versuchen, den Status Quo der hegemonialen, ökonomischen und ideologischen Dominanzkultur aufrechtzuerhalten (vornehmlich durch die Strategie der Naturalisierung). Gleichzeitig bietet dieselbe Massenkultur aber auch Möglichkeiten des Widerstandes und der populären Gegenentwürfe (vgl. Glenzer 2020). Besonders durch kreative Konsumpraktiken und aktive Aneignungen sahen die Cultural Studies kritische und anti-elitäre Potentiale der Selbstdarstellung und -Konstituierung sowie der Möglichkeit von gegenhegemonischen Entwürfen, des Widerstandes durch Rituale und Symbolpraktiken in Form von subkulturellen Bedeutungsum-

deutungen – in marxistischer Tradition besonders für die Arbeiterklasse gegen die kapitalistischen Eliten (vgl. Hall & Jefferson 2003; Hebdige 1979).

Diskurse um Populismus und Pop(ulärer)- oder Massenkultur haben in diesem Sinne viel gemein, wie ich im Folgenden kurz aufzeigen möchte. Ähnlich wie Ängste vor der Entstehung einer Massengesellschaft und -kultur, der Entstehung von Nationalismus und damit Nationalstaaten hat auch Populismus seine Wurzeln im 19ten Jahrhundert und der aufkommenden Moderne, verbunden mit Industrialisierung und Demokratisierung. Populismus wird von Cas Mudde und Cristóbal Rovira Kaltwasser (2017) definiert als »dünne« Ideologie (»thin-centred ideology«), »die davon ausgeht, dass die Gesellschaft in zwei homogene, antagonistische Gruppen getrennt ist, das »reine Volk« und die »korrupte Elite«, und die geltend macht, dass Politik ein Ausdruck der *volonté générale* oder des allgemeinen Volkswillens sein soll« (Mudde & Kaltwasser 2017, 6). Ähnlich, wenn auch mit weniger Nachdruck auf den ideologischen und dafür mehr auf den diskursiven Charakter, bezeichnet Ernesto Laclau Populismus als »a discursive strategy of constructing a political frontier dividing society into two camps and calling for the mobilisation of the »underdog« against »those in power«« (Mouffe 2019, 10). Dabei berufen Populisten sich darauf, die (schweigende) Mehrheit der Gesellschaft zu repräsentieren und damit auch den »gesunden Menschenverstand« (*common sense*), der den Ideologien der Elite diametral entgegengesetzt ist. Dieses angeblich moralisch reine Volk ist jedoch keine a priori existierende Kategorie und Populismus damit nicht ein politischer Ausdruck eines vorgegebenen Kollektivs, sondern Populismus muss laut Laclau (2005) vielmehr als ein performativ wirksamer Diskurs verstanden werden, der die politische Einheit, die er rhetorisch imaginiert, durch diskursive Praktiken erst konstruiert. Genau wie Stuart Hall (1981) in Bezug auf populäre Kultur hervorhebt, dass diese »die Leute« (»the people«) diskursiv begründet, so argumentiert auch Laclau (2005), dass Populismus nie Ausdruck einer populären Identität (»popular identity«) sein kann, sondern diese immer selbst erschafft.

Genau wie populäre Kultur präsentiert sich beispielsweise der Populismus eines Trump einerseits als hegemoniales Projekt, das systemkonforme Bedeutungen von Selbst, Identität, Gesellschaft, Geschlecht, Kultur, Nation, Heimat, Natur etc. transportiert, und andererseits als subversiver Gegenentwurf zum Status Quo. Populismuskritiker bedienen sich auch sehr ähnlicher Argumente wie die der Massengesellschaft und der Massenkultur. Genau wie die durch Massenkultur vermeintlich entstehende gesellschaftliche Homogenisierung und Uniformität (im globalen Maßstab) die Vielfalt kultureller

Traditionen bedrohe (vgl. Maase 2018), so wird auch durch Populismus aus dieser Sicht eine Gesellschaft der homogenen Masse angestrebt. Populismus richte sich damit inhärent gegen Heterogenität und eine pluralistische Gesellschaft; oft werden die durch Populismus mobilisierten Massen (ähnlicher, die durch Massenkultur verblendet würden) auch als Opfer demagogischer Rattenfänger konzeptualisiert – als Objekte totalitärer Manipulation. Ganz besonders populäre Kultur, *low culture*, leichte Zugänglichkeit von Slogans, Einfachheit der angebotenen Lösungen und vor allem die emotionale Anziehungskraft von populistischen Botschaften würden dazu beitragen, diese Massen zu manipulieren und ideologisch gleichzuschalten. Denn, um noch einmal auf Benjamin zurückzukommen: Populisten geben sich als Repräsentanten des angeblich wahren Volkswillens, des sogenannten *common sense*, der mehrheitlichen Masse aus – ohne dieser eben tatsächliche Rechte zuzugestehen. Die populistische Masse wäre aus Sicht dieser Kritik begründet im niedrigsten gemeinsamen Nenner, und die einfache Manipulierung des Volkes wäre ein Ergebnis der zunehmenden Atomisierung und Individualisierung der Gesellschaft – genau wie die gefürchtete Massenkultur – zum Beispiel durch das Brechen sozialer Bänder (*de-alignment*) und des Abnehmens kollektiver Identifikationen (vgl. Eatwell & Goodwin 2018, xxiii), sowie Prekarisierung als Folge jahrzehntelanger Politik des Neoliberalismus (vgl. Mouffe 2019).

Die populistisch diskursiv-performative Konstituierung der Leute oder des (homogenen) Volkes bzw. der Masse findet dabei – aus gutem Grund – nicht zuletzt in, durch und als populäre (Massen-)Kultur statt. Denn diese haben sich als besonders ergiebig erwiesen, wenn es darum geht, Gemeinschaftsgefühle und damit implizierte Ein- und Ausschlussverfahren zu ermöglichen. Andererseits präsentiert sich beispielsweise ein Trumpistischer Populismus selbst vor allem als Gegenstimme zur angeblichen gesellschaftlichen Homogenisierung und »ideologischen Gleichschaltung«, als Widerstandskultur, die sich der Macht der politischen und gesellschaftlichen Eliten (die wiederum durch Massenmedien unterbaut werden würde) entgegenstellt. Da Populisten für die Masse zu sprechen vorgeben, beziehen sie sich dabei oft auf eben diese anti-elitäre *low culture*, die die Dominanz und Macht des Elitismus in Frage stellt. Die Mittel der populären Kultur bieten Populisten dabei eine Teilhabe an politischen sowie gesellschaftlichen Diskursen – eine Möglichkeit des »speaking back to power« im de Certeau'schen Sinne (vgl. De Certeau 1984). Wie wir von der Pop Art und den Cultural Studies gelernt haben, ist populäre – oder Massenkultur – ein (anti-)hier-

archisches, (anti-)elitäres diskursives Feld, in dem ausgefochten wird, wer die gesellschaftliche Hegemonie für sich in Anspruch nehmen kann. Denn Massenkultur und deren kritische Nutzung ermöglichen den »semiotischen Guerillakrieg« (Eco 1997) der Aushandlungen von Bedeutungsprozessen und der damit einhergehenden gesellschaftlichen Strukturen sowie das Performen einer subversiven Gegen-Hegemonie als »bottom up« Macht (Fiske 2002).

Sowohl in populärer Massenkultur als auch in Populismen wird »das Volk« also konstituiert und Hegemonie sedimentiert, herausgefordert oder neu verhandelt. Was also, wenn wir Populismus als Massenkultur – nicht nur im Sinne von »weit verbreitet« (Balzer 2019) – verstehen, sondern im Sinne von Popkultur? Populistische Politik ist, wie Massenkultur, leicht verständlich und konsumierbar, präsentiert sich vielfach als affektives Entertainment und agiert dabei oft ausdrücklich in der Absicht »ein (homogenes) Volk« zu artikulieren (und damit diskursiv zu konstituieren). Populismus inszeniert sich dabei als Gegen-Hegemonie und *Underdog*, der die bestehenden Machtverhältnisse herausfordern möchte, gleichzeitig aber auch als hegemoniales Projekt – dass die angebliche Mehrheit des Volkes vertritt und damit den wahren Machanspruch repräsentiert. Dabei setzt Populismus einerseits auf das Oberflächige, Reizvolle, Sinnliche (vgl. Penke & Schaffrick 2018), genau wie Massenkultur, andererseits bietet Populismus als Massenkultur aber auch Möglichkeiten des oppositionellen Empowerments, der gesellschaftspolitischen Teilhabe an Diskursen und damit an Bedeutungsaushandlungen im Gramsci'schen gesellschaftlichen »Krieg der Positionen« (*»war of positions«*) (Gramsci 1971). Mit den Ausdrucksmitteln des Pop wie beispielsweise semiotische Aneignung, Umdeutung und kreative Interpretationen als anti-elitäre Außenseiter funktioniert Populismus somit als Massenkultur im doppelten Sinne: Als potentiell ideologische Manipulation im Namen unterschiedlicher Ideologien, die mit der »dünnen Ideologie« des Populismus artikuliert werden (wie z.B. Autoritarismus, Nationalismus, Rassismus, Antisemitismus etc.), aber auch als potentielle gesellschaftliche Ermächtigung der unterdrückten Leute als Gegenhegemonie.

Populismus als Massenkultur

Trump ist zweifellos einer der medial wirksamsten Populisten der Gegenwart, und damit stellt er ein besonders gutes Beispiel für die enge Verflech-

tung von Populismus und Massenkultur oder, wie ich meine: Populismus *als* Massenkultur dar. Konkret verdankt Trump seinen Ruhm bekanntlich erst in zweiter Linie seiner Präsidentschaft und primär seiner Auftritte als Reality-TV Star (»The Apprentice«) und als Produzent von Professional Wrestling Shows, Schönheitswettbewerben (»Miss Universe«) sowie als *Celebrity* und Pophänomen im Allgemeinen, mit seit 2007 einem eigenen Stern auf dem berühmten Hollywood *Walk of Fame*. Trumps Politik zwischen 2016 und 2020 hat sich dementsprechend kontinuierlich als »Reality Show« aus dem Weißen Haus präsentiert (vgl. Brandt 2020). Politisch basiert Trumps Populismus, wie eingangs bereits erwähnt, auf der angeblich anti-Elitären Repräsentation der Masse, welche er dementsprechend im Wahlkampf auch Mitten in einer globalen Pandemie ins Bild bringen muss. Außer der großen Ansammlung seiner Wählerschaft für die medienwirksame Inszenierung der Masse funktionieren diese Wahlveranstaltungen aber auch als Massenunterhaltungsshow für seine Fans, die sich als Fangemeinschaft ihrer kollektiven Identifizierung vergewissern können. Auch können Trump-Fans sich vor Ort mit Merchandise wie den ikonischen roten »Make America great again«- (MAGA) Caps eindecken, wenn sie das nicht schon in den zahlreichen Online- und Offline-Fans-Stores getan haben. Trump selbst präsentiert sich auf seinen Massenkundgebungen dabei quasi als Rockstar (vgl. Reynolds 2016). Sein wohlbekannter MAGA-Slogan funktioniert derweil als populistischer leerer Signifikant – als Artikulation unterschiedlichster Interessen, aber auch als Handelsware und Konsumgut. Trumps berühmte Twitter-Aktivitäten sind unterdessen ein klarer Ausdruck der gegenwärtigen digitalen Massenkultur als *participatory culture* (vgl. Jenkins 2006) auf sozialen Netzwerken: basierend auf Einfachheit, Zugänglichkeit und kulturellen Aneignungen sowie Humor, Ironie wie verbreiteten populären Memes (vgl. DeCook 2000). Trump und seine Fans haben sich beispielsweise die Cartoon-Figur und das weit verbreitete Internet-Meme Pepe the Frog (ursprünglich bekannt aus dem Matt Furies Comic *Boy's Club*) angeeignet, und Trump hat diverse Internet-Memes auf Twitter geteilt: Ein gephotoshoptes Bild seines Gesichts auf Rocky Balboas Körper in Machtpose, ein Video von Trump als Superman sowie ein Video mit Trump als Marvel-Bösewicht Thanos (vgl. The Week 2002; O'Neil 2019). Trumps Selbstinszenierung als Pop-Ikone folgt dabei dem zentralen Motto der gegenwärtigen Konvergenz- und Netzwerkkultur: »If it doesn't spread it's dead« (Jenkins 2013).

Trump mag als besonders eindrückliches Fallbeispiel verstanden werden, doch das Zusammenfallen von Politik und Massenkultur im Populismus

ist ein breiteres Phänomen. Tatsächlich inszenieren sich viele populistische Parteien, Bewegungen und Anführer als Massenkultur. Boris Johnsons 2019er Brexit-Kampagne hat beispielsweise ein 70-minütiges »Boriswave«-Musikvideo auf Youtube gepostet: Unter dem Titel »lo fi boriswave beats to relax/get brexit done to« sehen wir in post-ironischer Ästhetik einem lesenden Johnson im Zug zu einem Vaporwave-Soundtrack. In ähnlich popkultureller Sprache und offenkundig inspiriert von Vogues berühmten »73 Questions« hat die Kampagne ein Interviewvideo veröffentlicht, in dem Johnson sich als lockerer und authentischer Ottonormalverbraucher präsentiert, der Marmite und die Rolling Stones mag. Zuletzt haben die Conservatives auch eine Parodie der berühmten Szene des Films *Love Actually* mit Johnson als Hauptdarsteller produziert – eine Szene die in typisch selbstreferentieller Popmanier an sich schon eine popkulturelle Intertextualität mit Bob Dylan's ikonischem »Subterranean Homesick Blues«-Musikvideo ist (vgl. Street 2019). Auch andere populistische Parteien inszenieren sich als popkulturelle Phänomene: Die Schwedendemokraten organisieren ein jährliches Sommerfestival mit Popsoundtrack (vgl. Ginkel et al. 2021), auf dem der Parteivorsitzende mit seiner Rockband Headliner ist, beim *Meet & Great* Autogramme am Merchandise-Stand verteilt und Selfies mit seinen Fans macht (vgl. Schiller 2019). Ähnlich wie die Schwedendemokraten organisieren die polnische Partei Recht und Gerechtigkeit (»Prawo i Sprawiedliwość«) und Fidesz in Ungarn Familienpicknicks und Pop-Festivals (vgl. Patakfalvi-Czirják & Barna 2020), um »the people« als hegemonielle Macht zu inszenieren, und ist der Handel mit Recep Tayyip Erdogan- und Vladimir Putin-Fanmerchandise und -memorabilia ein lukrativer Geschäftszweig. Auch extrem und neurechte Parteien mit populistischer Agenda inszenieren sich als massenkultureller Pop: In Israel hat die Kampagne der »Neuen Rechten« ein selbstironisches Partei-Werbevideo für ein Parfum namens »Faschismus« herausgebracht, mit dem Slogan: »Für mich riecht das eigentlich wie Demokratie« (vgl. Holmes 2019). Auch die rechtsextreme Identitäre Bewegung bedient sich derweil popkultureller Ausdruckformen wie die Intertextualität und Aneignung von popkulturellen Zeichen (vgl. Mrozek 2017) und namentlich inszenieren sich deren ideologischer Anführer Martin Sellner und seine Frau Brittany Pettibone erfolgreich als Nipster (»Nazi Hipster«) und Instagram-Influencer in der Sprache der Massenkultur (vgl. Maly 2020).

Das Funktionieren von Populismus als Massenkultur ist also nicht nur auf Trump und die USA beschränkt, wobei es wichtig ist anzumerken, dass nicht

ausschließlich Populist*innen sich als »Celebrities« und Akteure der populäre Kultur inszenieren. Doch auch wenn die *celebritisation* der Politik (vgl. Street 2019) sich nicht ausschließlich auf Populismus beschränkt, so stechen diese doch als außerordentliche Pop-Performer und dessen Vorreiter heraus. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass Populismus sich in den meisten Fällen explizit auf eine starke Führungsfigur konzentriert, die stellvertretend für das »gute Volk« stünde (vgl. Mudde & Kaltwasser 2017). So verstärken sich massenkulturelle Berühmtheit und das repräsentieren populistischer Ideologien gegenseitig im Zusammenfallen von Pop und Politik. So hebt Benjamin Moffitt z.B. hervor, dass »[P]opulist leaders can become quasi-celebrities, known as much – or sometimes more – for their media performances and stylistic outbursts than the ›content‹ of their politics« (Moffitt 2016, 85). Kurzum, populistische *leader* funktionieren gesellschaftlich als Stars und ihre Politik als Massenkultur.

Fazit

Welche neuen Erkenntnisse lassen sich also generieren, wenn wir Populismus als Massenkultur begreifen – eben nicht nur im Sinne von »weit verbreitet«, sondern auch *als* Popkultur *an sich*? Einerseits hilft uns diese Betrachtung dabei, die Popularität und Anziehungskraft von populistischen Akteur*innen besser nachvollziehen zu können, denn wenn wir Populist*innen auch als Popstars und Entertainer*innen verstehen – und damit nicht »nur« als Politiker*innen – dann ermöglicht uns das andere Fragen an ein kulturelles und gesellschaftliches Phänomen zu stellen, das über politische und ökonomische Aspekte hinausgeht. Welche kulturellen und Identifikationsangebote werden gemacht, mit welchen popkulturellen Ausdrucksformen, und wie konsumieren Leute Populismus im Kontext ihrer konkreten Lebenswelten? Welche Rolle spielen Spaß und Unterhaltung im Erfolg von Populismus über die oft beachteten Affekte von Wut und Angst hinaus. Ein solches Verständnis von Populismus birgt aber auch neue Herausforderungen: Wenn wir Populismus als massenkulturellen politischen Diskurs verstehen, dann wird deutlich, dass Populismus beide Elemente der Massenkultur innehat: Eben jenes Potential der hegemonialen Identitätsdiskurse (und der damit einhergehenden Sedimentierung und Normalisierung der damit artikulierten Ideologien), aber *auch* das der gesellschaftlichen Ermächtigung als Gegenhegemonie gegen den historischen »Machtblock« (Gramsci 1971). Wie wir spätestens seit

den Cultural Studies wissen, ist Massenkultur an sich nicht das Problem, da Massenkultur im »Kampf um Macht und Deutung« (Hall 1981) in der Gesellschaft sowohl hegemoniale als auch gegenhegemoniale Potentiale beinhaltet. Wenn wir Populismus also als Massenkultur verstehen, dann müssen wir auch das subversive Potential von Pop, *unabhängig von einer politischen Ausrichtung*, ernstnehmen: Denn hier wird mit den Mitteln der selbstreflexiven Künstlichkeit, der kritischen Aneignung von Zeichen und durch kreative Praktiken sowie Meinungsumdeutungen eine hegemoniale Machtstruktur herausgefordert und es werden alternative Weltbilder angeboten. Wichtig ist dabei also, genau hinzuschauen, da es auf die jeweiligen Inhalte, Bedeutungen, Interpretationen und Nutzungen ankommt. So ist auch Populismus *an sich* nicht das Problem, sondern die damit artikulierten »dicken« Ideologien wie Nationalismus, Nativismus, Rechtsextremismus, Faschismus, Autoritarismus, Rassismus, Antisemitismus, Sexismus, Misogynie, Homophobie usw., welche es selbstverständlich auf das Schärfste zu verurteilen gilt. Um besser zu verstehen, wie diese (gefährlichen) Ideologien im Populismus als Massenkultur artikuliert werden, also wie politische und gesellschaftliche Aushandlungen um Identität, Zugehörigkeit, Ein- und Ausschlussprozesse sowie soziale Strukturen und Hierarchien konstituiert werden, ist ein analytischer Blick auf Populismus als popkulturellem Diskurs zwingend nötig. Genau wie Benjamin ein komplexes Argument der Massenmedien und der Massenkultur präsentiert, so birgt Populismus als Massenkultur anti-elitäre, demokratisierende und subversive Potentiale der gesellschaftlichen Teilhabe und der Selbstkonstituierung. Andererseits bieten Massenmedien Populismus auch die erweiterte Möglichkeit der ideologischen Unterminierung und Entmachtung der Massen. Letzteres hat Benjamin bekanntermaßen als die Ästhetisierung der Politik beschrieben. Bezogen auf den heutigen Kontext ließe sich dieser Prozess allerdings wohl besser als Popifizierung der Politik durch Populismus beschreiben. Damit ist Populismus nicht das Ende von Pop – Populismus ist (auch) Pop. Ob wir es mögen oder nicht.

Literaturverzeichnis

- Adorno, Theodor. 1967. »Résumé über Kulturindustrie.« In *Ohne Leitbild. Parva Aestetica*, herausgegeben von Theodor Adorno, 60-70. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Appaduari, Arjun. 2020. »We Are Witnessing the Revolt of the Elites.« *The Wire*, 22.04.2020. <https://thewire.in/politics/populism-elite-narendra-modi-donald-trump>.
- Balzer, Jens. 2019. *Pop und Populismus*. Hamburg: Edition Körber.
- Benjamin, Walter. 1963. *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Brandt, Stefan. 2020. »Donald Trump, the Reality Show: Populism as Performance and Spectacle.« *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* 50: 303-21. <https://doi-org.proxy-ub.rug.nl/10.1007/s41244-020-00170-3>.
- Connolly, William E. 2017. »Trump, the Working Class, and Fascist Rhetoric.« *Theory & Event* 20, no. 1: 23-37.
- De Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA: University of California Press.
- DeCook, Julia Rose. 2020. »Trust Me, I'm Trolling: Irony and the Alt-Right's Political Aesthetic.« *M/C Journal*, 23 (3). <https://doi.org/10.5204/mcj.1655>.
- Durkheim, Emile. 1897. *Suicide*. New York: Free Press.
- Eatwell, Roger & Matthew Goodwin. 2018. *National Populism*. London: Pelican Books.
- Eco, Umberto. 1997. »Towards a Semiological Guerrilla Warfare.« In *Travels in Hyperreality*, herausgegeben von Umberto Eco, 135-44. New York: Picador.
- Fiske, John. 2002. *Television Culture*. London: Routledge.
- Ginkel, Kai, Anna Schwenck, Melanie Schiller, André Doehring & Mario Dunkel. 2021. »Pop als Ressource für Nationalismus«. In »Pop the Nation!« *Das Nationale als Ressource und Argument in Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung* herausgegeben von Marketa Spiritova & Manuel Trummer. (Im Erscheinen)
- Glenzer, Luca. 2020. »»Und ich wollte noch Abschied nehmen« – Pop, Populismus und Politik«. *Kaput*. 29.09.2020. https://kaput-mag.com/kolumne_d/und-ich-wollte-noch-abschied-nehmen/.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from the prison notebooks*. New York: International Publishers.

- Hall, Stuart. 1981. »Notes on Deconstructing ›the Popular‹.« In *People's History and Socialist Theory*, herausgegeben von Raphael Samuel, 227-40. London: Routledge.
- Hall, Stuart & Tony Jefferson. 2003. *Resistance through Rituals*. London: Routledge.
- Hebdige, Dick. 1979. *Subculture. The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Hecken, Thomas. 2019. »›Populismus‹ und ›Populäre Kultur‹.« *POP: Kultur & Kritik* (Jg. 8, 1/2019): 150-77.
- Holms, Oliver. 2019. »Far-right Israeli campaign ad jokes of ›fascism‹ perfume.« *The Guardian*, 19.3.2019. <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/19/far-right-israeli-campaign-ad-jokes-of-fascism-perfume-ayelet-shaked>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.
- Horkheimer, Max & Theodor Adorno. [1944] 2003. *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Jenkins, Henry. 2006. *Convergence Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Kornhauser, William. 1959. *The Politics of Mass Society*. New York: Free Press.
- Laclau, Ernesto. 2005. *On Populist Reason*. London: Verso.
- Maase, Kaspar. 2018. »Massenkultur.« In *Historisch-Kritisches Wörterbuch des Marxismus, Bd. 9/I: Maschinerie bis Mitbestimmung*, herausgegeben von Wolfgang Fritz Haug, Frigga Haug, Peter Jehle & Wolfgang Küttler, 66-79. Hamburg: Argument.
- Maly, Ico. 2020. »Metapolitical New Right Influencers: The Case of Brittany Pettibone.« *Social Sciences* 9.7: 113-35.
- McLaren, Peter. 2020. »Pandemic abandonment, panoramic displays and fascist propaganda: The month the earth stood still.« *Educational Philosophy and Theory*. <https://doi-org.proxy-ub.rug.nl/10.1080/00131857.2020.1781787>.
- Mills, C. Wright. 1956. *The Power Elite*. Oxford: Oxford University Press.
- Moffitt, Benjamin. 2016. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Mouffe, Chantal. 2019. *For a left populism*. London: Verso.
- Mrozek, Bodo. 2017. »Unter falscher Flagge. Rechte ›Identitäre‹ setzen auf Antiken-Pop. Die Geschichte ihrer Symbole dürfte ihnen kaum gefallen.« *Pop History*, 20.12.2017. <https://pophistory.hypotheses.org/2561>.

- Mudde, Cas. 2004. »The Populist Zeitgeist.« *Government and Opposition*, 39 (4): 541-63. doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x.
- Mudde, Cas & Cristóbal Rovira Kaltwasser. 2017. *Populism: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- O'Neil, Luke. 2019. »'I'm inevitable': Trump campaign ad shows president as Avengers villain Thanos.« *The Guardian*. 11.12.2019. <https://www.theguardian.com/us-news/2019/dec/11/trump-thanos-ad-marvel-video>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.
- Patakfalvi-Czirják, Ágnes & Emilia Barner. 2020. »You are a star from 15 million – Popular culture and the politization of national identity.« Paperpräsentation, *Back to the Future? European Progressions and Retrogressions* ESA 2020 conference 28.-30.10.2020: 28.10.2020.
- Penke, Niels & Matthias Schaffrick. 2018. *Populäre Kulturen*. Hamburg: Junius.
- Reynolds, Simon. 2016. »Is politics the new glam rock?« *The Guardian*, 15.10.2016. <https://www.theguardian.com/books/2016/oct/14/politics-new-glam-rock-power-brand-simon-reynolds>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.
- Rosenfeld, Gavriel. 2019. »An American Führer? Nazi Analogies and the Struggle to Explain Donald Trump.« *Central European History*, 52 (4): 554-87. <http://ps://doi-org.proxy-ub.rug.nl/10.1017/S0008938919000840>.
- Schiller, Melanie. 2019. »The Poppification of Nationalism«. Paperpräsentation, *One Nation Under a Groove*, GfPM-Tagung, Mainz, 1.-3.11.: 2.11.2019.
- Soboczynski, Adam. 2017. »Wir werden unsere Nation mit amerikanischen Händen wieder aufbauen.« *Die Zeit* 5/2017, 26.1.2017. <https://www.zeit.de/2017/05/donald-trump-politische-kommunikation-rhetorik-sprache>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.
- Street, John. 2019. »What is Boris Johnson?« In *UK Election Analysis 2019: Media, Voters and the Campaign. Project Report*. Poole: Centre for Comparative Politics and Media Research, herausgegeben von Daniel Jackson et al. <http://www.electionanalysis.uk/uk-election-analysis-2019/section-8-personality-politics-and-popular-culture/what-is-boris-johnson/>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.
- The Week. 2020. »Months after ›Rocky‹ image, Trump posts video of himself as Superman.« 08.2.2020. <https://www.theweek.in/news/world/2020/02/08/months-after-rocky-image-trump-posts-video-of-himself-as-super-man.html>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.

Zeit Online. 2020. »Donald Trumps Wahlkampfteam plant neue Massenveranstaltungen.« 11.6.2020. <https://www.zeit.de/politik/ausland/2020-06/trump-wahlkampf-juni-coronavirus>, zuletzt abgerufen am 31.08.2021.