

Zwischen Haltung und Spaltung

Über das schwierige Verhältnis von Populismus und Medien.
Von Petra Hemmelmann

Ein Gespenst geht um in den Demokratien des Westens. Ob Donald Trump in den USA, Marine Le Pen und der „Front National“ in Frankreich, Beppe Grillo und die „Cinque Stelle“-Bewegung in Italien, Alexis Tsipras und die „Syriza“ in Griechenland, Heinz-Christian Strache und die FPÖ in Österreich, Andrej Babiš und die ANO in Tschechien oder die AfD mit Alexander Gauland – die Gestalt ist wandelbar, dahinter jedoch versteckt sich dasselbe: Populistische Bewegungen, Parteien und deren Leitfiguren.

Obwohl der Begriff „Populismus“ omnipräsent ist, bleibt häufig unklar, was genau er meint. Cas Mudde (2004, S. 543) definiert Populismus als „an ideology that considers society to be ultimately separated into two homogeneous and antagonistic groups, ‘the pure people’ versus ‘the corrupt elite’, and which argues that politics should be an expression of the *volonté générale* of the people“. Basierend darauf lassen sich als Indikatoren u. a. nennen: der Anspruch, Alleinvertreter des einen, homogenen Volkes zu sein; das Hetzen gegenüber „Anderen“, die Präsentation von Schuldigen, eine Identitätskonstruktion durch Exklusion und damit Spaltung; einfache Antworten auf komplizierte Fragen; Emotionalisierung durch das Spiel mit Angst, Wut und Empörung; Fokussierung auf charismatische Führungsfiguren (vgl. Grabow 2016). Populismus wird als „dünne Ideologie“ bezeichnet, an die weitere Ideologien andocken können – mindestens zu unterscheiden sind daher Rechts- und Linkspopulismus (vgl. Priester 2012).

Populismus ist zwar kein neues Phänomen, jedoch erreicht er aktuell ungekannte Erfolge – Populisten binden immer mehr Wählerstimmen und haben vielerorts den Sprung in die Regierungsverantwortung geschafft. Pippa Norris und Ronald Inglehart zeigen in einer Analyse 24 europäischer Staaten, dass sich

Dr. Petra Hemmelmann ist Redakteurin in der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Redakteurin von Communicatio Socialis.

der Stimmanteil für populistische Parteien seit 1970 bis 2010 mehr als verdoppelt hat von 5,1 auf 13,2 Prozent (vgl. Inglehart/Norris 2016, S. 23). Wie lässt sich dieser Erfolg erklären? Die Bewegungen und Parteien mögen sich unterscheiden – ihre Rahmenbedingungen ähneln sich: Politikverdrossenheit, soziale Ungleichheiten, eine immer komplizierter werdende Wirklichkeit. Darüber hinaus gilt der spezifische Kommunikationsstil – basierend auf dem kleinen ideologischen Kern – als zentraler Baustein des Erfolgs.

Die Kommunikation populistischer Bewegungen und Parteien scheint den massenmedialen Selektions- und Aufmerksamkeitsregeln besonders gut zu entsprechen, worin das Potential für eine unverhältnismäßig große Medienpräsenz liegt. Dass Medien Populisten eine Plattform bieten, kann ebenso problematisch sein, wie das Ausklammern selbiger aus der Berichterstattung – das nämlich kann Populisten und ihre Anhänger in ihrem Freund-Feind-Schema und der Opferrolle stärken. Nach der Bundestagswahl 2017 entbrannte eine Debatte, inwieweit ein Teil des Erfolgs der AfD der medialen Berichterstattung geschuldet ist. Kritisiert wurde u. a. die „Konformität des Denkens“ (Avenarius 2017) bezüglich großer Themen wie Migration. War es die gezeigte Haltung, die zu weiterer Spaltung führte?

Die Frage nach dem Umgang von Kommunikator_innen mit Populisten ist eine zentrale, um deren Erfolg zu untersuchen und zu verstehen. Die *Communicatio Socialis* widmet sich daher in dieser Ausgabe dem Thema „Populismus und Öffentlichkeit“.

Christian Schemer, Werner Wirth und vier ihrer Mitarbeiter_innen befassen sich zum Auftakt mit der Wirkungsweise populistischer Kommunikation und skizzieren den Stand der Forschung. Medienpräsenz als (Teil-)Fundament populistischer Erfolge erläutern die Forscher u. a. anhand der Themensetzung und den Kommunikationsstrategien von Populisten. Sie unterscheiden Populismus in den Medien und medialen Populismus und zeigen auf, inwiefern beide sich auf politische Einstellungen und Wahlverhalten auswirken.

Mit dem Vorwurf, Medien haben zum Aufstieg des Rechtspopulismus beigetragen, setzen sich Benjamin Krämer und Johanna Schindler auseinander. Sie untersuchen, auf welchen Ebenen Medien Populismus begünstigen können – dabei beachten sie auch subtilere Ebenen wie Framing. Die bestehenden journalistischen Normen halten die Autoren als Antwort auf die Problematik für unzureichend und fordern eine Reflexion der Routinen. In den letzten Jahren sind gerade im Netz zahlrei-

che Alternativmedien entstanden, wie das Magazin „Compact“. André Haller befasst sich mit symbiotischen Interdependenzen zwischen (rechts)populistischen Politikern und rechten Alternativmedien in den USA und Deutschland. Als Blaupause dient ihm ein Blick auf die (links)populistischen Alternativmedien der 1970er Jahre.

Die digitale Welt ist auch darüber hinaus wichtig für die Erklärung populistischer Erfolge. Populisten nutzen selbst gezielt Soziale Medien wie Facebook und Twitter, um ihre Botschaften zu verbreiten. Im Netz kann jeder vom Nutzer zum Produzenten werden. Populistische Kommunikationsstile wie Emotionalisierung und Spaltung zeigen sich so häufig in den Kommentarspalten. Thorsten Seifert und Ralf Vollmann untersuchen die Facebook-Diskussion zu einer Äußerung des österreichischen Politikers Sebastian Kurz über Migrationsbewegungen und setzen sich mit Argumentationsmustern der Kommentatoren jenseits von Hatespeech auseinander.

Zwei weitere Gruppen von Kommunikatoren, die öffentliche Meinung wesentlich prägen, sollen nicht außen vor bleiben: Thomas Pleil beschäftigt sich aus Sicht der Public Relations mit Populismus und gibt in seinem Essay Tipps für PR-Praktiker_innen. Wie Prominente aus der analogen und der digitalen Welt – sogenannte *Influencer* – mit (rechts-)populistischen Äußerungen in den Sozialen Medien umgehen, betrachtet Frederik Weinert. Abgerundet wird der Schwerpunkt von Politikwissenschaftler Eckhard Jesse, der in der Literatur-Rundschau einen kritischen Blick auf aktuelle Veröffentlichungen zum Thema Rechtspopulismus wirft.

Literatur

- Avenarius, Thomas (2017): *Medien sind für den AfD-Erfolg mitverantwortlich*. In: *Süddeutsche.de* vom 1.10. <http://www.sueddeutsche.de/medien/pselbstreferenzielles-milieu-1.3691006> (zuletzt aufgerufen am 8.5.).
- Grabow, Karsten (2016): *Das Volk, des Volkes, dem Volk. Merkmale und Trends zum Begriff des Populismus*. In: *Die Politische Meinung*, 61. Jg., Nr. 539, S. 23-27.
- Inglehart, Ronald F. /Norris, Pippa (2016): *Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash*. https://faculty.uml.edu/sgallagher/Trump_Populism_Norris.pdf
- Mudde, Cas (2004): *The Populist Zeitgeist*. In: *Government and Opposition*, 39. Jg., H. 3, S. 541-563.
- Priester, Karin (2012): *Wesensmerkmale des Populismus*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 62. Jg., Nr. 5-6, S. 3-9.