

Das Verhältnis von Populismus und Medien

Das Verhältnis zwischen populistischen Parteien und Bewegungen und den klassischen Medien ist sehr eng, auch wenn sich viele Journalisten gegen diese Aussagen wehren. Genau genommen stellt sich hier sogar die Frage nach dem Huhn und dem Ei bzw. die Frage, ob die Populisten die Massenmedien nur besonders gut nutzen oder ob es die Medien mit ihren eigenen Mechanismen sind, die Politiker dazu bringen, sich populistisch zu geben. Vermutlich ist hier eine genaue Trennung zwischen Ursache und Wirkung überhaupt nicht möglich.

Wie das Verhältnis zwischen populistischen Parteien und Politikern und den Medien beschaffen ist, lässt sich besonders gut an der AfD verdeutlichen. Es gibt vonseiten der Partei kaum eine Rede, in der die Medien nicht als „Lügenpresse“ bezeichnet werden, die die AfD in einem völlig falschen Licht darstellt. Die Partei ging 2016 bei ihrem Parteitag in Baden-Württemberg sogar so weit, Teile der Medien auszuschließen. Doch dies ist nur die eine Seite der Medaille, denn auf der anderen Seite nutzt die AfD die klassischen Medien, um ihre Parolen zu verbreiten, beispielsweise, wenn AfD-Politiker zur besten Sendezeit in Talkshows auftreten. Zwischen den Medien und der AfD aber auch anderen populistischen Parteien und Bewegungen herrscht damit ein widersprüchliches Verhältnis. Einerseits werden sie verteufelt, andererseits nutzt und braucht man sie jedoch auch für eigene Zwecke. Dabei scheinen die AfD aber auch andere Populisten ihre Kommunikationsstrukturen an die medialen Aufmerksamkeitsregeln angepasst zu haben.

Dabei findet man bei der AfD insbesondere die Kriterien Personalisierung und Emotionalisierung, Dramatisierung und Komplexitätsreduktion wieder. Es fällt auf, dass die Partei immer wieder einzelne Führungspersonlichkeiten in den Vordergrund stellt, die sich selbst als die

Retter eines Landes darstellen, welches kurz davor ist, in einer Katastrophe zu enden. Gleichzeitig präsentieren sich diese Personen als Menschen aus dem Volk. Geht es um politische Misserfolge oder die Schuld an Missständen, so wird dies einzelnen Politikern zugeschrieben und somit personalisiert. Indem die Partei immer wieder vermeintliche Ängste der Bevölkerung, wie beispielsweise die Angst vor „Überfremdung“, anspricht oder Wörter verwendet, die mit starken Emotionen behaftet sind, setzt sie bewusst nicht auf den rationalen Sachverstand der Menschen, sondern auf ihre Gefühle. Darüber hinaus gelingt es der Partei immer wieder, durch Dramatisierung und bewusste Tabubrüche die mediale Aufmerksamkeit zu erreichen. Dabei geht die AfD meistens so vor, dass sie zunächst mit einer provokanten Aussage an die Öffentlichkeit tritt und diese Aussage – hat sie erst einmal das Interesse der Öffentlichkeit erlangt – nach und nach relativiert. Ist die öffentliche Entrüstung über eine Aussage zu groß, wird sie von der Partei dementiert. Dass hierunter die Glaubwürdigkeit leiden könnte, scheint den Verantwortlichen gleichgültig zu sein beziehungsweise wird durch die erzielte Aufmerksamkeit aufgewogen.

Komplexe politische Zusammenhänge haben es in den Medien schon immer schwer. Sie nehmen nicht nur viel Raum (Sendezeit, Zeilen ...) ein, sondern sind oft auch in einer Sprache verfasst, die längst nicht von allen verstanden wird. In der Konsequenz bedeutet dies, dass sie nur wenig Beachtung finden und ihr Nachrichtenwert gegen null tendiert. Dies macht sich die AfD zunutze, indem sie ihre Botschaften, anders als viele andere Politiker, auf ein Minimum reduziert und in einer einfachen Sprache verfasst, wobei oft entscheidende Details der Reduzierung zum Opfer fallen.

Wörterklärungen:

dementieren	Wenn ich etwas dementiere, erkläre ich es öffentlich für unwahr.
-e Dramatisierung, -en	Dramatisierungen sind Übertreibungen.
-e Emotionalisierung, -en	Emotionalisierung ist eine besondere Betonung der Gefühle.
-e Komplexitätsreduktion, medial	-en Eine Komplexitätsreduktion ist eine starke Vereinfachung der Wirklichkeit durch Medien
-e Parole, -n	Parolen sind zum Beispiel Ideen und Reden einer Partei.
-e Personalisierung, -en populistisch	Personalisierungen beziehen sich immer auf einzelne Personen auf die Volksstimmung gerichtet
-r Populist, -en	Ein Populist ist ein Politiker, der auf die Volksstimmung achtet und die spezielle Aufmerksamkeitsregeln umsetzt.
verteufeln	etwas als schlechtes oder böses hinstellen