

DOWNLOAD



Anja Joest

Populismus und Medien

Was ist Populismus?

Merkmale & Ursachen – fundiert Stellung beziehen

Downloadauszug aus
dem Originaltitel:

AOL
verlag



Das Werk als Ganzes sowie in seinen Teilen unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Der Erwerber des Werkes ist berechtigt, das Werk als Ganzes oder in seinen Teilen für den eigenen Gebrauch und den **Einsatz im eigenen Unterricht** zu nutzen. Die Nutzung ist nur für den genannten Zweck gestattet, **nicht jedoch für** einen schulweiten Einsatz und Gebrauch, für die Weiterleitung an Dritte (einschließlich, aber nicht beschränkt auf Kollegen), für die Veröffentlichung im Internet oder in (Schul-)Intranets oder einen weiteren kommerziellen Gebrauch.

Eine über den genannten Zweck hinausgehende Nutzung bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

Verstöße gegen diese Lizenzbedingungen werden strafrechtlich verfolgt.

**Download
zur Ansicht**

1. Das Verhältnis von Populismus und Medien

- 1 Das Verhältnis zwischen populistischen Parteien und Bewegungen und den klassischen Medien ist
2 sehr eng, auch wenn sich viele Journalisten gegen diese Aussagen wehren. Genau genommen stellt
3 sich hier sogar die Frage nach dem Huhn und dem Ei bzw. die Frage, ob die Populisten die Massen-
4 medien nur besonders gut nutzen oder ob es die Medien mit ihren eigenen Mechanismen sind, die
5 Politiker dazu bringen, sich populistisch zu geben. Vermutlich ist hier eine genaue Trennung zwischen
6 Ursache und Wirkung überhaupt nicht möglich.
- 7 Wie das Verhältnis zwischen populistischen Parteien und Politikern und den Medien beschaffen ist,
8 lässt sich besonders gut an der AfD verdeutlichen. Es gibt vonseiten der Partei kaum eine Rede, in der
9 die Medien nicht als „Lügenpresse“ bezeichnet werden, die die AfD in einem völlig falschen Licht dar-
10 stellt. Die Partei ging 2016 bei ihrem Parteitag in Baden-Württemberg sogar so weit, Teile der Medien
11 auszuschließen. Doch dies ist nur die eine Seite der Medaille, denn auf der anderen Seite nutzt die AfD
12 die klassischen Medien, um ihre Parolen zu verbreiten, beispielsweise, wenn AfD-Politiker zur besten
13 Sendezeit in Talkshows auftreten.
- 14 Zwischen den Medien und der AfD aber auch anderen populistischen Parteien und Bewegungen
15 herrscht damit ein widersprüchliches Verhältnis. Einerseits werden sie verteufelt, andererseits nutzt
16 und braucht man sie jedoch auch für eigene Zwecke.
- 17 Dabei scheinen die AfD aber auch andere Populisten ihre Kommunikationsstrukturen an die medialen
18 Aufmerksamkeitsregeln angepasst zu haben.
- 19 Dabei findet man bei der AfD insbesondere die
20 Kriterien Personalisierung und Emotionalisierung,
21 Dramatisierung und Komplexitätsreduktion wieder.
- 22 Es fällt auf, dass die Partei immer wieder einzelne
23 Führungspersonlichkeiten in den Vordergrund
24 stellt, die sich selbst als die Retter eines Landes dar-
25 stellen, welches kurz davor ist, in einer Katastrophe
26 zuenden. Gleichzeitig präsentieren sich diese Perso-
27 nen als Menschen aus dem Volk. Geht es um politi-
28 sche Misserfolge oder die Schuld an Missständen,
29 so wird dies einzelnen Politikern zugeschrieben und
30 somit personalisiert.
- 31 Indem die Partei immer wieder vermeintliche Ängste
32 der Bevölkerung, wie beispielsweise die Angst vor
33 „Überfremdung“, anspricht oder Wörter verwendet,
34 die mit starken Emotionen behaftet sind, setzt sie
35 bewusst nicht auf den rationalen Sachverstand der Menschen, sondern auf ihre Gefühle. Darüber hin-
36 aus gelingt es der Partei immer wieder, durch Dramatisierung und bewusste Tabubrüche die mediale
37 Aufmerksamkeit zu erreichen.
- 38 Dabei geht die AfD meistens so vor, dass sie zunächst mit einer provokanten Aussage an die Öffent-
39 lichkeit tritt und diese Aussage – hat sie erst einmal das Interesse der Öffentlichkeit erlangt – nach
40 und nach relativiert. Ist die öffentliche Entrüstung über eine Aussage zu groß, wird sie von der Partei
41 dementiert. Dass hierunter die Glaubwürdigkeit leiden könnte, scheint den Verantwortlichen gleich-
42 gültig zu sein beziehungsweise wird durch die erzielte Aufmerksamkeit aufgewogen.

Mediale Aufmerksamkeitsregeln

Personalisierung ✓

Komplexitätsreduktion ✓

Dramatisierung ✓

Emotionalisierung ✓

Konfliktstruktur ✓

Unmittelbarkeit ✓

Populismus und Medien

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

- 1 Lies dir den Text aufmerksam durch.
- 2 Finde für das jeweilige Aufmerksamkeitskriterium je ein Beispiel.

Personalisierung	<hr/> <hr/>
Komplexitätsreduktion	<hr/> <hr/>
Dramatisierung	<hr/> <hr/>
Emotionalisierung	<hr/> <hr/>

- 3 Diskutiert gemeinsam in der Klasse:
Klebt dazu die untenstehende Aussage auf ein großes Blatt und legt es in die Mitte der Klasse.
Kommentiert die Aussage reihum.
In einer zweiten Runde habt ihr die Gelegenheit, die bereits gegebenen Kommentare ebenfalls zu kommentieren.

Die Medien in Form von Talkshows
und Radiobeiträgen tragen eine Mitschuld an
dem Erfolg der AfD.

2. Populismus im Internet

1 Die Facebook-Seite der AfD hat 438217Abonnenten (Stand September 2018) und damit deutlich mehr
2 als die Seiten der etablierten Parteien. Insgesamt ist der Erfolg der AfD bei Facebook aber auch bei
3 Twitter und YouTube auf dieselben Faktoren zurückzuführen wie in den klassischen Medien auch:
4 Einfache Sprache, vereinfachte Darstellung komplexer Zusammenhänge, Personifizierung und Emotio-
5 nalisierung ...

6 Die sozialen Medien haben für AfD aber auch
7 für andere populistische Parteien und Be-
8 wegungen darüber hinaus den Vorteil, dass
9 sie einen Artikulationsraum für Positionen
10 bieten, die aufgrund ihrer teils verletzenden,
11 ausgrenzenden und antidemokratischen In-
12 halte in den klassischen Medien nicht un-
13 hinterfragt übernommen werden. Während
14 Meldungen in den klassischen Medien nicht
15 nur dem Gesetz, sondern auch dem Presse-
16 kodex unterliegen und auf ihre Richtigkeit
17 geprüft werden, bieten die sozialen Medien die
18 Möglichkeiten Fake News, Teilwahrheiten und
19 Verschwörungstheorien tausendfach zu teilen.



20 Darüber hinaus ermöglichen die sozialen Me-
21 dien die direkte Interaktion mit den eigenen Anhängern. Eine Möglichkeit, die die AfD wesentlich besser
22 nutzt als die etablierten Parteien. Während die etablierten Parteien noch weitgehend hierarchisch struk-
23 turiert sind und Anfragen und Anregungen erst nach Rücksprache aufgenommen werden können, hat
24 die AfD ein einziges Mitglied, welches für die Kommunikation auf Facebook zuständig ist und auf Posts
25 eigenständig reagieren kann.

26 Die Nutzung der sozialen Medien durch die Populisten birgt aber auch eine große Gefahr in sich. Indem
27 die klassischen Medien immer wieder als „Lügenpresse“, der man keinen Glauben schenken darf,
28 hingestellt werden, wird gleichzeitig der Eindruck vermittelt, dass es die Wahrheit nur in Quellen mit
29 populistischem Hintergrund gibt. Damit schaffen die Populisten für ihre Mitglieder und Anhänger nach
30 und nach eine eigene Wirklichkeit im Internet. Unterstützt werden sie dabei durch die unterschiedlichen
31 Algorithmen der sozialen Medien, die dafür sorgen, dass Nutzer vermehrt Seiten angezeigt bekommen,
32 die ihren Interessen und Neigungen entsprechen. Wie Falschmeldungen zu einer vermeintlichen Wahr-
33 heit werden können, zeigt der Fall Lisa aus dem Jahr 2016. Über einen längeren Zeitraum kursierten
34 damals Meldungen im Netz, die 13-jährige Lisa sei von Migranten mit südländischem Aussehen ent-
35 führt worden. Diese Meldungen führten sogar zu Demonstrationen, die auch von Rechtsextremisten
36 unterstützt wurden. Angeblich verschwand Lisa im Januar 2016 und wurde von ihren Eltern als vermisst
37 gemeldet. Als sie am nächsten Tag wiederauftauchte, erzählte sie, dass sie von drei „Südländern“ ent-
38 führt und vergewaltigt worden sei. In den folgenden Tagen schilderte Lisa immer neue Versionen der
39 Geschichte und letztendlich stellte sich heraus, dass es sich um eine Falschmeldung handelte, die ein
40 russischer Journalist in die Welt gesetzt hatte.

- 1 Lies dir den Text aufmerksam durch.
- 2 Wie gehst du selbst mit Meldungen im Netz um?

- 3 Bildet Zweiergruppen und entwerft einen Kriterienkatalog zur Prüfung von Quellen. Tragt eure Überlegungen in die untenstehende Tabelle ein.

Kriterium	Fragestellung	Prüfhinweise

- 4 Was ist gemeint, wenn im Text von einer eigenen Wirklichkeit der Populisten im Netz die Rede ist und warum ist dies so gefährlich?

Populismus und Medien

1. Das Verhältnis von Populismus und Medien

Seite 1

- ② – Personalisierung: Merkel muss weg.
- Komplexitätsreduktion: Abschiebung löst das Kriminalitätsproblem.
- Dramatisierung: Asylantenflut
- Emotionalisierung: Die Rentner haben nicht genug Geld und die Ausländer bekommen alles.
- ③ Mögliche Kommentare
- Das mag sein, aber die Menschen wollen ja auch informiert werden.
- Das Problem besteht natürlich, aber man muss auch die Journalisten verstehen. Reißerische Sendungen haben nun einmal die höheren Einschaltquoten. So gesehen tragen auch die Zuschauer eine Mitschuld.
- Talkshows bieten doch gerade die Möglichkeit, die Argumente der Populisten zu entlarven.
- Das kommt immer darauf an, wie die Meldungen aufgearbeitet werden.
- Selbst, wenn dem so ist, die Medien können die AfD ja nicht einfach ignorieren. Sie haben schließlich auch einen Informationsauftrag.
- Wichtig ist, dass die Medien Hintergrundwissen liefern und nicht einfach nur die verkürzte Darstellung übernehmen.

2. Populismus im Internet

Seite 3

- ③ Die Antwort ist davon abhängig, wie sensibilisiert sie für Falschmeldungen im Internet sind. Es kann gut sein, dass einige alle Meldungen hinterfragen bzw. die Quellen sehr genau betrachten und andere Meldungen glauben, wenn sie von Freunden geteilt wurden.

Kriterium	Fragestellung	Prüfhinweise
URL / Adresse der Seite	Von wem stammt die Seite? Gibt es ein Impressum? Ist die Seite von einer Organisation oder Behörde?	Ein Impressum lässt auf Seriosität schließen. Handelt es sich um eine offizielle Seite einer Organisation, lässt sich ihr Inhalt besser einschätzen.
Autor / Autorin	Ist ein Autor angegeben? Gibt es Informationen über ihn im Netz?	Bürgt ein Autor mit seinem Namen, so lässt dies auf eine gewisse Seriosität schließen.
Äußere Aufmachung	Wie sieht das Layout der Seite aus? Gibt es Werbung?	Viel Werbung und ein auffälliges Layout deuten darauf hin, dass es dem Betreiber um Aufmerksamkeit und Werbeeinnahmen geht.
Veröffentlichungszweck	Welche Zielgruppe soll angesprochen werden und zu welchem Zweck wurde die Nachricht veröffentlicht?	Die Zielgruppe und die Intention der Veröffentlichung lassen häufig auch auf den Wahrheitsgehalt einer Nachricht schließen.

Lösungen und Hinweise

Kriterium	Fragestellung	Prüfhinweise
Aktualität und Kontinuität	Wann wurde die Seite zuletzt aktualisiert? Wird sie regelmäßig bearbeitet?	Beides deuten auf ein gewisses Interesse des Seitenbetreibers.
Schreibstil	Ist der Text sachlich und objektiv? Wird versucht, den Leser zu beeinflussen? Ist der Text formal korrekt?	Seiten mit subjektiven Texten, die ggf. viele Fehler enthalten, sollten immer mit Vorsicht behandelt werden.
Inhalt	Können die Aussagen überprüft werden? Stimmen die Informationen mit jenen aus anderen Quellen überein? Wohin wird verlinkt? Welche Quellen werden genannt?	Bei seriösen Texten finden sich in der Regel Quellenangaben und Verweise zu offiziellen Seiten.
Referenzen	Gibt es Kommentare, die auf die Zuverlässigkeit hinweisen? Wird von anderen Seiten auf die Seite verlinkt? Sind die verwendeten Links aktuell?	Die Referenzen geben Aufschluss darüber, wie andere User die Seite einschätzen.
Gegenprobe	Gibt es Textpassagen auch auf anderen Seiten (Google Suche)? Findet man die Meldung bei hoaxsearch oder mimikama?	Tauchen Textpassagen auch auf anderen Seiten auf deutet dies auf „copy and paste“ hin und schränkt die Seriosität ein. Findet sich eine Meldung bei hoaxsearch oder mimikama ist dies ein deutlicher Hinweis auf eine Falschmeldung.

- 4 Facebook, aber auch andere soziale Netzwerke und Netzanbieter arbeiten mit Algorithmen, die dafür sorgen, dass Seiten, die den eigenen Interessen entsprechen, zuerst angezeigt werden. Dies hat zur Folge, dass Menschen, die viele Meldungen, beispielsweise der AfD und ihrer Anhänger lesen, irgendwann auch nur noch diese angezeigt bekommen und somit keinen direkten Zugang mehr zu realen Fakten haben.

Engagiert unterrichten. Begeistert lernen.

Weitere [Downloads](#), [E-Books](#) und [Print-Titel](#) des umfangreichen AOL-Verlagsprogramms finden Sie unter:

www.aol-verlag.de



AOL
verlag

Hat Ihnen dieser Download gefallen? Dann geben Sie jetzt auf www.aol-verlag.de direkt bei dem Produkt Ihre Bewertung ab und teilen Sie anderen Kunden Ihre Erfahrungen mit.

Impressum

Was ist Populismus?

Dr. Anja Joest hat Politik und Soziologie in Tübingen studiert und zum Thema „Politisches Engagement jenseits von Parteistrukturen“ promoviert. Geboren und aufgewachsen in Köln, lebt sie mittlerweile in Bergisch Gladbach. Sie arbeitet freiberuflich als Wissenschaftsredakteurin und verfasst Unterrichtsbeiträge für den Fachbereich Sozialkunde und Politik.

Bildnachweis:

Seite 3: © pathdoc - stock.adobe.com

© 2018 AOL-Verlag, Hamburg
AAP Lehrerfachverlage GmbH
Alle Rechte vorbehalten.

Veritaskai 3 · 21079 Hamburg
Fon (040) 32 50 83-060 · Fax (040) 32 50 83-050
info@aol-verlag.de · www.aol-verlag.de

Redaktion: Janina Zielecki
Lektorat: Uschi Pein-Schmidt, Sickinge
Layout/Satz: Satzpunkt Ursula Ewert GmbH, Bayreuth
Cover: © wellphoto - Fotolia.com

Bestellnr.: 10555DA4

Das Werk als Ganzes sowie in seinen Teilen unterliegt dem deutschen Urheberrecht. Der Erwerber des Werkes ist berechtigt, das Werk als Ganzes oder in seinen Teilen für den eigenen Gebrauch und den Einsatz im Unterricht zu nutzen. Die Nutzung ist nur für den genannten Zweck gestattet, nicht jedoch für einen weiteren kommerziellen Gebrauch, für die Weiterleitung an Dritte oder für die Veröffentlichung im Internet oder in Intranets. Eine über den genannten Zweck hinausgehende Nutzung bedarf in jedem Fall der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Verlages.

Sind Internetadressen in diesem Werk angegeben, wurden diese vom Verlag sorgfältig geprüft. Da wir auf die externen Seiten weder inhaltliche noch gestalterische Einflussmöglichkeiten haben, können wir nicht garantieren, dass die Inhalte zu einem späteren Zeitpunkt noch dieselben sind wie zum Zeitpunkt der Drucklegung. Der AOL-Verlag übernimmt deshalb keine Gewähr für die Aktualität und den Inhalt dieser Internetseiten oder solcher, die mit ihnen verlinkt sind, und schließt jegliche Haftung aus.

Engagiert unterrichten. Begeistert lernen.

AOL
verlag